

S.I.S.S.A.

Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati

Master in Comunicazione della Scienza

***MysteriX: una mostra per famiglie al
Museo Archeologico dell'Alto Adige***

Laureando:

Luca Ciprari

Relatori:

Matteo Merzagora

Donato Ramani

SISSA - Trieste, febbraio 2014

Ad Angelika e Paola

Indice generale

Introduzione.....	9
Il Museo archeologico dell'Alto Adige.....	13
Storia e struttura.....	13
Finalità.....	14
L'esposizione permanente.....	15
Ötzi e il suo corredo.....	18
La mostra itinerante.....	18
The Iceman. The oldest glacier mummy.....	18
Le esposizioni temporanee.....	19
Mummie: sogno di vita eterna.....	20
Ötzi2.0.....	20
MysteriX: reperti enigmatici dell'Alto Adige.....	22
Il target: le famiglie.....	22
I reperti.....	25
La stele del dio Mitra.....	25
La chiave retica.....	26
Le perline d'ambra.....	26
Cista a cordoni.....	27
Le pale lignee.....	27
Pedine romane.....	28
La stele retica.....	28
Quale evaluation?.....	31
Il conteggio.....	32
Il sondaggio in entrata.....	33
Il sondaggio in uscita.....	38
Pianificazione dell'evaluation.....	41
Analisi dei risultati.....	45
Conteggio.....	45
Sondaggio in entrata.....	53
Conteggio famiglie.....	53
Avevate già da prima l'intenzione di visitare il museo?.....	56
Avevate già da prima intenzione di visitare il museo?.....	58
Da dove conoscete il museo?.....	59
E qual è stato il canale informativo migliore?.....	62
Sapevate già da prima della mostra temporanea MysteriX?.....	64
E siete venuti soprattutto per questo?.....	66
Sapevate che sabato e domenica hanno luogo delle guide per famiglie?.....	67
Da dove l'avete sentito?.....	67
Vi interessano/potrebbero interessare le guide per famiglie?.....	68
Perché avete deciso di venire al museo archeologico con la famiglia?.....	70
Famiglie italiane, compreso l'Alto Adige.....	70
Famiglie provenienti dai paesi di cultura tedesca (D/A/CH).....	74
Famiglie provenienti dagli altri paesi.....	75
Quanti di voi volevano assolutamente visitare il museo oggi?.....	76
Cosa vi aspettate da questa visita? Cosa vi piacerebbe fare al museo?.....	77
Famiglie italiane, compreso l'Alto Adige.....	77
Famiglie provenienti dai paesi di cultura tedesca (D/A/CH).....	79
Famiglie provenienti dagli altri paesi.....	79
Come si è svolta la visita al museo oggi? Come si potrebbe descrivere?.....	81

Quanto tempo avete previsto per la visita?.....	82
Quali manifestazioni del museo archeologico conoscete?.....	82
Che tipo di attività o servizi per famiglie desiderereste?.....	83
Sondaggio in uscita.....	83
Conteggio famiglie.....	83
A che ora all'incirca siete entrati al museo?.....	86
E quanto tempo avevate immaginato di impiegare per la visita?.....	88
Come si è svolta la visita al museo oggi? Come si potrebbe descrivere?.....	89
Come valutate complessivamente il museo in una scala da 0 a 10?.....	90
Cosa vi è piaciuto in modo particolare? E cosa invece meno?.....	92
Famiglie italiane, compreso l'Alto Adige.....	92
Famiglie provenienti dai paesi di cultura tedesca (D/A/CH).....	94
Famiglie provenienti da altri paesi.....	96
Quanto concordate con le seguenti affermazioni?.....	98
Per migliorare la vostra visita come famiglia, cosa vi sarebbe stato ancora utile?.....	100
Avete visitato anche la mostra temporanea MysteriX all'ultimo piano?.....	102
Riuscite a ricordare quanto tempo all'incirca vi avete trascorso?.....	103
Sapevate già da prima di MysteriX?.....	104
Da dove ne avete sentito parlare?.....	105
E siete venuti soprattutto per questo al museo?.....	106
Come valutate la mostra temporanea MysteriX nel complesso da 0 a 10?.....	106
Cosa vi è piaciuto in modo particolare in MysteriX? Cosa ricordate con piacere?.....	110
E cosa vi è piaciuto di meno? Mancava qualcosa?.....	113
Quali manifestazioni del Museo Archeologico conoscete?.....	114
Che tipo di attività o servizi per le famiglie desiderereste?.....	114
Conclusioni.....	115
Appendici.....	119
Foglio per il conteggio delle famiglie.....	120
Questionario in italiano somministrato all'entrata del museo.....	121
Questionario in italiano somministrato all'uscita di MysteriX.....	122
Questionario in tedesco somministrato all'entrata del museo.....	124
Questionario in tedesco somministrato all'uscita di MysteriX.....	125
Questionario in inglese somministrato all'entrata del museo.....	127
Questionario in inglese somministrato all'uscita di MysteriX.....	128

Introduzione

Il Museo Archeologico dell'Alto Adige è un museo nel senso classico del termine, inteso cioè come il contenitore dei reperti archeologici sudtirolesi dal Neolitico fino al Ottocento. Ma al suo interno si trova anche un reperto eccezionale, il corpo di Ötzi, che è l'unica mummia umida così ben conservata in tutto il mondo. Nel corso degli anni Ötzi ha agito come una calamita, attirando migliaia di visitatori al museo, tanto da farlo diventare il più visitato della provincia di Bolzano. Il magnetismo del corpo e il fascino della sua storia hanno però oscurato buona parte della collezione permanente del museo, che nel corso degli anni è finita in magazzino. Per poter ridare la giusta visibilità a reperti che altrimenti sarebbero rimasti invisibili, la direzione ha progettato una mostra intitolata “MysteriX: reperti enigmatici dell'Alto Adige”.

Si tratta di un'esposizione temporanea dedicata alle famiglie, che mostra sette reperti trovati sul territorio provinciale nell'arco di molti anni. Attorno agli oggetti sono state progettate altrettante aree tematiche, caratterizzate dall'uso di colori puri, di brevi testi, di installazioni audio-video interattive e di giochi che richiedono l'uso delle mani e della fantasia. L'obiettivo di MysteriX è quello di attrarre le famiglie e di creare una cooperazione tra i più piccoli e i genitori. Il presente lavoro vuole quindi esplorare come le famiglie si avvicinano al museo e come vivono il percorso della mostra.

Questo lavoro è nato da una collaborazione con diversi attori: la direzione del museo, le mediatrici culturali, la società Apollis, un centro di ricerca sociale e demoscopica di Bolzano; la presente tesi si inserisce all'interno di un quadro più ampio di collaborazione tra il museo e l'Apollis, con un orizzonte temporale esteso a un anno. Gli obiettivi del museo, che hanno orientato questo lavoro, erano quelli di capire le aspettative delle famiglie, prima che esplorassero il museo, e l'atteggiamento delle persone dopo la visita. Conoscere le dinamiche, i desideri e le criticità che una famiglia ha incontrato, sono passi fondamentali per offrire mostre ed eventi in grado di arricchire al meglio il visitatore.

In completa generalità si possono definire i seguenti obiettivi cardine della tesi:

- conoscere la composizione socio-demografica delle famiglie in visita al museo;
- capire perché le famiglie desiderino visitare il Museo Archeologico e cosa sperano di trovarvi;
- come i gruppi famigliari affrontano la visita e quali relazioni tra adulti e minori sono catalizzate dalla mostra temporanea MysteriX;
- comprendere i punti maggiormente apprezzati in base all'età del visitatore e quelli che invece non hanno incontrato il favore del pubblico.

Per mettere in opera il sondaggio sono state condotte delle riunioni con la direttrice del museo, dott.ssa Angelika Fleckinger e con la mediatrice culturale, dott.ssa Paola Claut. Un proficuo scambio di vedute e suggerimenti si è svolto con Ulrich Becker, responsabile per l'Apollis del progetto di valutazione annuale, e con la dott.ssa Margit Tumler, mediatrice culturale del museo.

Alla somministrazione delle domande ha collaborato la tirocinante Lara Paltrinieri, che in qualità di madrelingua tedesca ha fornito al sottoscritto un formidabile aiuto nelle interviste in tale lingua. I sondaggi sono stati condotti, oltre che in tedesco, anche in italiano e inglese, in modo da intercettare la totalità dei visitatori del museo.

Questi dati sono stati rapidamente analizzati e usati dalla direzione del Museo Archeologico per correggere la rotta del questionario, che infatti è stato in parte aggiornato ed emendato nelle parti critiche (non presentate nel seguente lavoro di tesi). Il piccolo numero di famiglie intervistate per questa tesi, si spiega pertanto con la necessità di avere un lavoro propedeutico, snello e veloce da mettere in pratica, in modo da aiutare il museo a migliorare il progetto globale di *evaluation*.

Il lavoro svolto ha richiesto una prima raccolta di dati, per misurare la consistenza demografica delle famiglie in visita, e di due sondaggi somministrati all'ingresso del museo e all'uscita della mostra temporanea *MysteriX* (tutti i materiali in tre lingue sono presenti in appendice). Il lavoro di raccolta si è svolto a cavallo del mese di giugno 2013, nell'arco di alcuni giorni. La presente tesi di master intende dare una visione complessiva delle risposte delle famiglie intervistate ed è strutturato come segue:

- un primo capitolo dedicato al Museo Archeologico dell'Alto Adige, con un inquadramento storico della sua nascita, della sua vocazione culturale e territoriale, e delle finalità che lo guidano. Verrà quindi presentato Ötzi, questo reperto ritenuto eccezionale per la sua unicità, e l'esposizione permanente che gli ruota attorno. Si descriverà brevemente anche la mostra itinerante del museo, che attualmente si trova a Sancheong in Corea del Sud, e le precedenti mostre temporanee;
- il capitolo successivo interamente dedicato alla mostra temporanea dedicata alle famiglie "MysteriX: reperti enigmatici dell'Alto Adige", che è l'oggetto d'indagine del presente lavoro. Ci sarà una cornice che contestualizzerà la mostra all'interno dell'offerta museale e saranno presentati i sette reperti archeologici altoatesini, che sono il cuore di *MysteriX*;
- il capitolo successivo esplorerà invece i due sondaggi proposti al pubblico. Si darà un quadro delle scelte che hanno portato alla redazione dell'*evaluation* nella forma definitiva qui presentata e si spiegheranno le tre parti di cui si compone il lavoro (il conteggio delle famiglie, il sondaggio in entrata e quello in uscita);
- il capitolo dedicato all'analisi delle interviste fatte alle famiglie, con vari paragrafi dedicati al conteggio dei gruppi famigliari, dei sondaggi somministrati vicino la cassa del museo e all'uscita della mostra *MysteriX*. Parte dei dati sarà analizzata usando semplici strumenti statistici, grafici, tabelle, mappe concettuali e *tag cloud*, ovvero delle mappe che presentano le parole e i termini più usati. Sulla scorta di questi strumenti, si proporrà al lettore un'analisi complessiva dell'*evaluation*, che sarà presentata nel capitolo finale dedicato alle conclusioni;
- un capitolo conclusivo, dove saranno presentati i risultati dell'*evaluation*;
- un capitolo con le appendici, dove sono presentati i fogli originali usati nel corso del lavoro, nelle lingue italiana, tedesca e inglese;
- per facilitare l'esplorazione e la ricerca di immagini e tabelle nella tesi, dopo l'appendice sono presenti due indici appositamente dedicati.

Il Museo archeologico dell'Alto Adige

Storia e struttura

Il Museo Archeologico dell'Alto Adige ha alle sue spalle una giovane storia. Si tratta di una struttura inaugurata nel 1996 ed è ospitato nell'ex filiale bolzanina della Banca Astro-Ungarica, sita in via Museo 43. Si tratta di un edificio progettato all'inizio del Novecento, quando Bolzano e provincia erano parte del Tirolo, contea asburgica a cavallo delle Alpi. L'influsso culturale e architettonico germanico è evidente nella conformazione dell'edificio, che si affaccia sull'attuale via Museo (*Museumstrasse*) e via Cassa di risparmio (*Sparkassenstrasse*). Le funzionalità della struttura sono quelle tipiche di una banca d'affari: ampie vetrate e spazi ariosi, dedicati alle attività di banco. L'arredamento d'epoca è, ove possibile, conservato e integrato nell'allestimento contemporaneo, e tradisce la ricchezza del committente, con marmi, mosaici e un notevole scalone che accoglie il visitatore. L'edificio fu costruito perché la vecchia sede, ospitata in via dei Portici (*Laubengasse*), in pieno centro medievale, era divenuta troppo piccola per le accresciute esigenze della banca. All'epoca il Tirolo stava conoscendo una notevole espansione economica, guidata dagli scambi commerciali tra l'impero e l'Italia e dall'importante passo del Brennero, il passo carrozzabile più basso delle Alpi. La relativa facilità di attraversamento del Brennero e la posizione centrale di Bolzano lungo questo crocevia furono i volani della crescita economica di fine Ottocento.

Il progetto fu redatto dall'architetto Rudolf Eisler, nato nel 1888 a Vienna, che nel corso della sua carriera fu un brillante costruttore di banche. Nel suo *palmares* compaiono decine di banche costruite nel corso della sua carriera, in tutte le regioni dell'Impero Austro-Ungarico¹. I lavori iniziarono nell'autunno del 1912 e finirono esattamente un anno dopo, con la consegna dell'edificio al committente. Ma gli stravolgimenti politici dovuti alla cessione del Tirolo meridionale all'Italia a seguito della Prima guerra mondiale e del Trattato di Saint Germain en Laye, provocarono un cambio di proprietà. Alla dissolta Banca Austro-Ungarica subentrò la Banca d'Italia, che vi insediò una propria filiale. I successivi decenni trascorsero tranquillamente fino agli anni '80. La Provincia, a seguito di dismissioni patrimoniali di Bankitalia, venne in possesso dell'edificio.

La scoperta nel 1991 della mummia del Similaun (l'argomento viene approfondito nel successivo paragrafo) spinse la Regione a cambiare destinazione d'uso all'edificio. Nasceva così nel 1996 e dopo ingenti ammodernamenti, il Museo Archeologico dell'Alto Adige, destinato ad accogliere il patrimonio archeologico locale, compresa la mummia. La spinta per la nascita del museo più visitato della provincia fu, come confermato da un colloquio con la dott.ssa Claut, la scoperta di Ötzi. All'epoca la provincia di Bolzano non possedeva un museo archeologico, che esponesse la gran mole di reperti ritrovata nel corso degli anni. La scintilla che fece scoccare la nascita del museo fu ovviamente il ritrovamento dell'Uomo del Similaun. Si decise così di costruire il museo attorno a questo eccezionale reperto, contestualizzandolo nel suo ambiente. Ecco nascere così la collezione permanente, che mostra la storia altoatesina dal Neolitico fino all'epoca di Carlo Magno (800 d.C.).

¹ Architektenlexikon Wien 1770 – 1945 al seguente sito internet: http://www.azw.at/page.php?node_id=84

Finalità

L'obiettivo primario e iniziale del Museo Archeologico era quello di rendere visibili al pubblico i reperti trovati sul territorio della provincia². La presenza umana in Alto Adige si perde nell'alba dei tempi, a causa della sua posizione di cerniera a cavallo delle Alpi in direzione nord-sud. I reperti più antichi rimandano a quasi 12.000 anni fa, in piena era neolitica. A seguito di datazione al radiocarbonio, si è scoperto che Ötzi è vissuto circa 5300 anni fa. Seguirono in ordine cronologico i Reti, popolo pre-romano che abitò la regione dell'Engadina, dei Grigioni svizzeri e del Tirolo storico (attualmente corrispondenti al *Tirol* e all'*Osttirol* in Austria, all'Alto Adige e al Trentino in Italia). Ai Reti subentrò la dominazione romana creando così i presupposti per la nascita del ladino e del romancio, lingue romanze innestate su un sostrato retico. Nei secoli successivi divenne fondamentale l'istituzione medioevale dei principati vescovili (istituzioni politico-religiose di cultura tedesca) che plasmarono culturalmente e politicamente il Tirolo asburgico³.

Il gran numero di reperti, testimoni di una lunga colonizzazione, furono pertanto alloggiati nei tre piani del costituendo museo. Oltre alla visibilità data ai reperti storici, è forte l'attività di ricerca archeologica che il museo porta avanti quasi da vent'anni⁴. Attraverso il lavoro di due archeologici permanenti, il museo è impegnato nello studio e conservazione dei reperti, ma anche nell'acquisizione di nuovi materiali grazie a scavi *in situ* finanziati dalla provincia.

L'irruzione prepotente di Ötzi nel catalogo museale ha portato uno stravolgimento nelle esposizioni. Da colloqui con la mediatrice culturale, dott.ssa Paola Claut (all'epoca vicedirettrice), è emersa la spinta all'immersione dei reperti meno appetibili, a favore della mummia. All'inizio ogni piano era dedicato a diverse fasi storiche, con l'esposizione sistematica dei reperti altoatesini, dalla preistoria fino a epoche recenti e con una gerarchia legata ai piani. La preistoria in basso, le epoche recenti in alto secondo il seguente schema:

- Piano rialzato – Età della Pietra;
- Primo piano – l'Uomo del ghiaccio;
- Secondo piano – Età del Bronzo e del Ferro;
- Terzo piano – Epoca romana e Alto Medioevo.

La mummia invece ha iniziato a calamitare l'attenzione dei visitatori, finendo per soverchiare il resto dell'esposizione. Oggi il museo presenta tre piani e mezzo aperti al pubblico, che sono in ordine ascendente: impatto mediatico di Ötzi sull'opinione pubblica mondiale (piano rialzato), la mummia e il corredo (primo piano), contestualizzazione dell'Età del Bronzo (secondo piano) e mostra temporanea (terzo piano).

La delicatezza dei tessuti della mummia, che viene considerata di tipo “umido” (si veda per un'introduzione generale Spindler 1996⁵), ha costretto i curatori del museo a modificare il piano di rinnovo della struttura. Ötzi è infatti contenuto all'interno di una cella frigorifera con temperatura,

2 Nella *mission* è scritto: “*wir präsentieren und bewahren archäologische Funde aus Südtirol*”, la cui traduzione letterale vale “Presentiamo e conserviamo i reperti archeologici altoatesini”.

3 “Tirolo Alto Adige Trentino. Uno sguardo storico” a cura di Wilfried Beimrohr, Luigi Blanco, Andrea Di Michele, Giuseppe Ferrandi, Brigitte Mazohl e Christine Roilo. GECT Euregio - Tirolo Alto Adige Trentino, 2012

4 Nel documento della *mission* è scritto: “*wir präsentieren und konservieren den Mann aus dem Eis und seine Beifunde und sind internationale Plattform für die Forschung am Mann aus dem Eis, dessen Konservierung und seines unmiterbaren archäologischen Umfeldes*”. In italiano: “noi presentiamo e conserviamo la mummia e il suo corredo, e siamo una piattaforma di collaborazione scientifica internazionale sull'Uomo del ghiaccio, sulla sua conservazione e sul suo contesto archeologico”.

5 Un'opera a carattere generale sulle mummie è “*Human mummies: a global survey of their status and the techniques of conservation*” terzo volume della serie “*The man in the ice*” Springer Verlag, 1996, a cura di Konrad Spindler, Harald Wilfing, Elisabeth Rastbichler-Zissernig, Dieter zur Nedden e Hans Nothdurfter.

umidità e qualità dell'aria garantiti per una conservazione ottimale del corpo. Per questo motivo il museo è anche una struttura impegnata nella conservazione della mummia e nella sua esposizione al pubblico. Ci fu una lunga discussione sulla destinazione finale del corpo, una volta effettuati a Innsbruck i primi rilievi scientifici: rispettare il defunto e seppellirlo dopo averlo studiato, oppure conservarlo come un reperto un qualsiasi reperto “classico”. Dopo lunghe discussioni si optò per la conservazione, nel rispetto che si deve al corpo di una persona defunta. Col senno di poi, si trattò di una scelta saggia. Le ricerche successive, effettuate sul sangue e sui tessuti della mummia, hanno permesso di scoprire non solo le classiche misure antropometriche, ma anche l'ultimo pasto (si legga Rollo *et al.* 2002⁶), il colore degli occhi (per inciso marroni), i vasi sanguigni calcificati, il gruppo sanguigno, la predisposizione a malattie cardiache, l'intolleranza al lattosio (si veda Keller *et al.* 2012⁷), oltre ad altri particolari, importanti solo per gli addetti ai lavori.

La conservazione della mummia è quindi uno dei compiti principali assegnati al museo. Si tratta giustamente di un compito complesso da gestire: da un lato l'estrema difficoltà nella conservazione di un reperto estremamente fragile, dall'altro il rispetto e la *privacy* dovuti a un morto hanno guidato la progettazione delle celle frigorifere. Ci sono infatti due celle affiancate, di cui una ridondante e sempre attiva da usare in caso di emergenza, con un sistema di controllo ambientale collegato direttamente con l'ospedale S. Maurizio di Bolzano. In caso di necessità un protocollo di sicurezza assicura che in tempi brevissimi, innocui per l'ottimale conservazione del corpo, la mummia possa trovare rifugio in una terza cella frigorifera all'ospedale.

L'esposizione permanente

I reperti dell'esposizione permanente sono raccolti nei primi due piani del museo. Si tratta ovviamente della mummia, del corredo trovato tra i ghiacci del Similaun, di tre menhir o steli ritrovate nei pressi di Lagundo (*Algund*) e di Bressanone, in località Tecelunga (*Brixen - Tötschling*), reperti legati alla vita quotidiano durante l'Era del Rame, una fase transitoria tra Neolitico ed Età del Bronzo. Si tratta perciò di reperti che cercano di contestualizzare e spiegare al pubblico l'epoca in cui visse Ötzi.

Al piano terra, subito dopo la cassa, un'ala introduttiva è dedicata alla scoperta della mummia dei ghiacci e all'impatto mediatico che ha provocato sull'opinione pubblica mondiale. Sono presentati così pannelli con immagini tratte da quotidiani, riviste, mensili da tutto il mondo, così come video che mostrano le immagini raccolte subito dopo la scoperta. Questa parte propedeutica alla visita è strutturata in modo da raccontare per immagini e suoni la scoperta di Ötzi e la fama mondiale che ha ricevuto nei successivi anni.

Il primo piano è interamente dedicato alla mummia e al corredo trovato accanto al corpo congelato. Come detto in precedenza Ötzi riposa in una camera frigorifera, a cui si accede attraverso un ambiente in posizione defilata e con luci ovattate. Il visitatore si trova così a percorrere uno spazio quasi “sacralizzato” e ad avvicinarsi all'oblò con deferenza. La finestra che mostra il corpo, appoggiato su un tavolo trasparente, misura 40 centimetri per lato ed funzionale a due scopi: permettere a un visitatore per volta di guardare il corpo e permettere un controllo ottimale del clima interno.

Nella *mission* del museo si esplicita che “ogni singola persona vive il museo in modo diverso. Vogliamo rispettare questa diversità, guardare i nostri visitatori e visitatrici come individui che hanno sviluppato interessi, bisogni e capacità differenti, rispettando il loro punto di vista”. Il museo,

6 Rollo, F.U. *et al.* *Ötzi's last meals: DNA analysis of the intestinal content of the Neolithic glacier mummy from the Alps*. Proceeding of the National Academy of Science, 2002. Volume 99, pagg. 12594-12599. Articolo disponibile al seguente link: <http://www.pnas.org/content/99/20/12594.full.pdf>

7 Andrea Keller *et al.* “*New insights into the Tyrolean Iceman's origin and phenotype as inferred by whole-genome sequencing*” Nature Communications 3, 2012

sulla scorta di questo enunciato, è perfettamente attrezzato per persone con disabilità. Per raggiungere la finestra della camera refrigerata, è presente una pedana idraulica in grado di sollevare una sedia a rotelle.

Il resto del piano contiene le vetrine con il corredo di Ötzi, trovate nelle immediate vicinanze del corpo, tra i ghiacci del Similaun. Ogni singolo reperto viene contestualizzato, in modo da permettere al visitatore di confrontarsi in modo diretto con i reperti originali e con le storie che raccontano. Inoltre i reperti sono posti in relazione con la quotidianità di oggi.

Al secondo piano trovano spazio alcuni reperti trovati in territorio atesino. Lo spazio è diviso da due aree ben separate: una dedicata alla vita di tutti i giorni durante l'Età del Rame, quindi all'epoca di Ötzi, e una dedicata alla ricerca scientifica fatta sul corpo.

La ricostruzione della vita neolitica è fatta mostrando le piante coltivate all'epoca dalle prime popolazioni stanziali. Il visitatore può così toccare con mano le pianticelle di farro dicocco, farro tricocco, aneto, piselli, grano, ma anche il nocciolo e il viburno usati da Ötzi per costruire le frecce. La sala è ricostruita come un villaggio neolitico, ci sono grandi pannelli alle pareti che illustrano la vita quotidiana e pali di varie varietà lignee, all'epoca utilizzate quotidianamente.

Nella seconda parte del piano vengono ricostruite le scoperte scientifiche fatte sulla mummia. Gli ambienti richiamano un obitorio e un laboratorio di ricerca forense, simili a quelli immortalati da telefilm come CSI. L'idea dei curatori è quella di creare una relazione diretta tra reperti ed esperienze di vita vissuta, in questo caso con serial di grande successo televisivo. Le ricerche furono intense già a partire dai primissimi giorni dopo la scoperta, tra i ghiacci delle Api Venoste. Una volta liberato dal ghiaccio, il corpo fu portato a Innsbruck. Nacque così una forte diatriba per stabilire l'esatto luogo di ritrovamento della mummia, in modo da capire chi dovesse vantare i diritti di possesso. Dopo un rilevamento topografico fu chiaro che il luogo del rilevamento si trovava esattamente 92,56 metri entro i confini italiani. Fu così sottoscritto un accordo tra lo Stato austriaco e quello italiano. In base a tali accordi, l'Università di Innsbruck avrebbe potuto completare i primi rilievi scientifici, poi la mummia avrebbe dovuto essere consegnata all'amministrazione provinciale.

Il Museo archeologico attualmente non conserva solamente il corpo, ma continua a fare ricerca in collaborazione con l'Istituto per le mummie e l'Iceman, all'interno dell'Accademia Europea (EURAC⁸), con l'Università di Innsbruck. Si tratta perciò di un museo che trascende in un certo senso le funzioni classiche attribuite a questi luoghi. Non solo si conserva e valorizza il patrimonio archeologico, ma lo si rappresenta contestualizzato e mediato, in modo da renderlo fruibile al pubblico più vasto possibile. I musei scientifici di tutto il mondo non presentano più solo modelli di trasferimento della conoscenza verticali e gerarchici, dove ogni singolo *exhibit* è studiato dagli scienziati e dai curatori e poi proposto dall'alto al pubblico. La tendenza attuale è quella di rovesciare la scala gerarchica proponendo *exhibit* partecipativi, in cui il pubblico esprime un'opinione o un'idea che poi viene presa in carico dagli esperti. Nella cornice che segue si trova una breve descrizione su un semplice *exhibit* partecipativo che è possibile trovare al Museo Archeologico dell'Alto Adige. Per evitare di spezzare il flusso del discorso, si può benissimo saltare la cornice, senza inficiare la comprensione del paragrafo.

8 <http://www.eurac.edu>

Nel 2001 Paul Gostner, radiologo all'Ospedale S. Maurizio di Bolzano, e Eduard Egarter Vigl, patologo nella stessa struttura pubblicano un articolo fondamentale. Dopo dieci anni dal ritrovamento hanno rinvenuto una punta di freccia conficcata nella spalla sinistra, vicino al cuore. Ötzi è stato assassinato. Subito dopo questa scoperta, i curatori hanno attrezzato nel secondo piano un lavagna da obitorio, dove i visitatori sono invitati a scrivere ipotesi sulla morte di Ötzi. Ci sono dei fogli con su scritto “CSI Ötzi: Investigazioni ad alta quota”, che invitano il visitatore a mettere per iscritto la sua idea su come sia morto Ötzi. In caratteri più piccoli si leggono le istruzioni d'uso di questo *exhibit* partecipativo:

“Collaborate alle indagini sulla misteriosa morte di Ötzi. Quali conclusioni traete dagli indizi e dai fatti finora accertati? Che cosa è stato trascurato o non è stato visto? Grazie al **VOSTRO** aiuto si potrebbe fare più chiarezza sul caso, anche se purtroppo nessuno arriverà mai a una verità definitiva...”

Il pubblico si sbizzarrisce con disegni comici, realistici, insulti a squadre di calcio rivali, dichiarazioni d'amore, saluti alla mamma, ma anche ipotesi più o meno strampalate. Tra le tante sono state selezionate alcune delle più divertenti o sagaci:

- riferendosi alla moglie di Ötzi, disegnata nell'atto di scoccare la freccia mortale, “*Wo bist du geworden?*”;
- “Opinione da Matteo. Ma Ötzi ha ucciso il suo aggressore? Secondo me si altrimenti il suo aggressore gli avrebbe portato via tutti gli strumenti ritrovati”;
- “*Oetzi need teeth fix! Jetzt! (Bitte)*” con una simpatica faccia dai denti storti;
- “Non si conosce con certezza la causa della morte di Ötzi. Bisognerebbe approfondire quest'argomento ed inoltre indagare sui luoghi non solo circostanti al sito del ritrovamento, ma anche nelle zone più lontane. Opinione espressa da Nicola”;
- “È molto probabile che la freccia tirata con la punta di selce sia stata avvelenata e mentre Ötzi se la stava togliendo l'invasore l'ha aggredito” secondo l'opinione di Matilde.

Testo 1: Il box descrive un exhibit partecipativo del Museo Archeologico dell'Alto Adige

Ricapitolando il Museo Archeologico ha i seguenti obiettivi:

- finanziare la ricerca archeologica *in loco* con la collaborazione di enti internazionali (per esempio scavi in Val Senales sono stati finanziati dalla provincia ed effettuati nell'estate del 2013);
- conservare i reperti ritrovati sul territorio provinciale, incluso Ötzi e il suo corredo;
- valorizzare i reperti locali, inserendoli in un percorso armonico;
- rappresentare l'Alto Adige attraverso i suoi reperti storici e grazie alla mostra itinerante “*The Iceman: the oldest glacier mummy*”;
- mediare relazioni e creare sinergie tra il museo e gli *stake holder* presenti in provincia (scuole, docenti, enti turistici, etc);
- negoziare e promuovere la partecipazione del pubblico (per esempio formando come mediatori speciali gli anziani nel corso di alcune settimane all'anno).

Le prime tre funzioni, di produzione, conservazione e valorizzazione, sono quelle classiche dei musei scientifici a partire dal Rinascimento, mentre la rappresentazione e la mediazione sono

tipiche di quelli moderni (si veda Merzagora e Rodari 2007⁹). La negoziazione è un obiettivo difficile da raggiungere per un museo archeologico di stampo classico. Gli unici *exhibit* che richiedono una partecipazione diretta del pubblico consistono in piccoli fogli dove scrivere le proprie ipotesi investigative sulla morte di Ötzi (da appendere poi al muro), e messaggi da tramandare ai posteri, seppellendoli in una torbiera (area con le pale lignee della mostra *MysteriX*).

La natura classica e storica del museo rendono difficile ricreare l'esperienza di negoziazione come confermato dalla dott.ssa Claut. Secondo la sua opinione il museo archeologico, per sua natura, non è un luogo adatto alla negoziazione a causa della “storicità”, o meglio “fissità” della collezione e l'unico argomento polarizzante che emerge naturalmente dai reperti, è quello sulla morte, che però presenta tabù così radicati da rendere il tema inutilizzabile a fini museali.

Ötzi e il suo corredo

Il corpo di Ötzi fu scoperto nei ghiacciai delle Alpi Venoste, per la precisione nei pressi del Giogo di Tisa (*Tisenjoch*) a una quota di 3210 metri sul livello del mare. La mummia era adagiata in una conca circondata da pareti rocciose scoscese che la hanno protetta per cinque millenni. Se Ötzi fosse morto pochi metri più in là, la pressione del ghiacciaio avrebbe smembrato il corpo e disperso il corredo.

Nei pressi del corpo a non più di 5 metri di distanza, furono ritrovati i reperti del corredo: un'ascia in legno di tasso con lama in rame puro al 99.7%, un pugnale, un ritoccatore per lavorare la selce, un arco in legno di tasso, una faretra contenente frecce complete e altre in lavorazione, due recipienti in corteccia di betulla, una rete, una gerla e l'abbigliamento che indossava al momento della morte. Tra i vestiti si segnalano un cappello in pelliccia d'orso, una mantella (la sua funzione è ancora oggetto di dibattito), un perizoma, la sopravveste, una cintura-marsupio, i gambali e le scarpe. Alcuni elementi non erano finiti e pronti all'uso, segno che Ötzi costruiva *ex novo* gli oggetti in base alle necessità e alle disponibilità dei materiali locali.

Tutto il corredo, dopo un accurato restauro presso il *Römische-Germanischen Zentralmuseum* di Magonza (Germania), è stato posto in vetrine speciali, per essere mostrato al pubblico. Le teche sono sigillate e presentano condizioni di temperatura e atmosfera costanti. Per evitare il decadimento dei materiali più sensibili, quelli di tipo biologico come i vestiti in pelli animali, si è deciso di saturare l'aria con azoto molecolare (N₂). L'azoto è un gas poco costoso e facile da trattare, che permette di rendere inerte l'atmosfera, riducendo al minimo il contenuto di ossigeno e proteggendo così i reperti dall'ossidazione.

Ogni pezzo dell'abbigliamento è modellato su manichini trasparenti in modo da mettere in evidenza la loro funzione arcaica e come questa fosse molto vicina all'uso moderno.

La mostra itinerante

The Iceman. The oldest glacier mummy

Da circa 10 anni l'offerta del museo si è allargata con una piccola mostra itinerante, che viene prestata a museo ed enti culturali che ne facciano richiesta. In questo modo Ötzi e l'Alto Adige riescono a trascendere i loro “confini fisici”, permettendo a persone che non possono venire in Italia di conoscere le attività archeologiche della provincia. Nella mostra sono evidenziati gli aspetti scientificamente più interessanti della scoperta di Ötzi, attraverso l'ausilio di postazioni audio-video

9 “La scienza in mostra. Musei, science centre e comunicazione” di Matteo Merzagora e Paola Rodari, Bruno Mondadori editore, 2007.

e pannelli testuali. Questa mini-esposizione consiste in una serie di moduli componibili, che uniti assieme formano un *unicum* delle dimensioni di un autobus. La lunghezza complessiva del manufatto è di 14,65 metri, la larghezza di 4 e l'altezza di 3,60. Per poter essere fruibile dal pubblico il modulo deve trovarsi in uno spazio di almeno 200 metri quadri. Inoltre i pannelli che sostengono i pannelli e gli elementi interattivi, sono fatti in rame ossidato da un lato (un rimando all'Età del Rame) e alluminio anodizzato dall'altro (che richiama le montagne ghiacciate dell'Alto Adige). Nella tabella che segue, sono presentate tutte le tappe della mostra itinerante a partire dalla prima, alla Stazione Termini di Roma, fino all'Esposizione della medicina tradizionale a Sancheong in Corea del Sud. Sul sito della *Tradicional Medicine Expo* un documento per la stampa¹⁰ esplicita il motivo per cui è stata acquistata la mostra “*The Iceman*”: su Ötzi sono state scoperte “*traces of acupuncture*”. Come si vede dalla lista, l'esposizione ha viaggiato per tutta l'Europa e in molti paesi dell'Estremo Oriente, permettendo di accrescere la platea di persone a conoscenza di Ötzi.

25.01.2003 – 26.04.2003	Roma (Stazione Termini)	Italia
01.10.2003 – 31.01.2004	Vienna (Museo di Storia naturale)	Austria
02.03.2004 – 27.06.2004	Hannover (<i>Niedersächsisches Landesmuseum</i>)	Germania
24.09.2004 – 22.11.2004	Budapest (<i>Burgmuseum</i>)	Ungheria
19.03.2005 – 10.04.2005	Nagoya (<i>Boston Museum of Fine Art</i>)	Giappone
19.04.2005 – 08.05.2005	Toyohashi (<i>Museum of Natural History</i>)	Giappone
19.07.2005 – 30.10.2005	Assen (<i>Drents Museum</i>)	Olanda
15.11.2005 – 15.03.2006	Maaseik (<i>Minderbroedersklooster</i>)	Belgio
08.04.2006 – 10.09.2006	Francoforte (Museo Archeologico)	Germania
07.11.2006 – 25.03.2007	Vaduz (Museo del Liechtenstein)	Liechtenstein
05.04.2007 – 31.08.2007	Torino (Museo Regionale di Scienze Naturali)	Italia
05.10.2007 – 09.03.2008	Stoccolma (<i>Museum of National Antiquities</i>)	Svezia
09.11.2007 – 04.05.2008	Sydney (<i>Australian National Maritime Museum</i>)	Australia
01.04.2008 – 03.08.2008	Højbjerg (<i>Moesgård Museum</i>)	Danimarca
13.03.2009 – 28.06.2009	Bellinzona (Museo Castelgrande)	Svizzera
17.06.2009 – 13.09.2009	Varberg (<i>Halland Regional Museum</i>)	Svezia
17.07.2009 – 22.11.2009	Madrid (<i>Museo arqueologico regional</i>)	Spagna
01.04.2010 – 31.05.2010	Machatschkala	Russia
01.06.2010 – 08.08.2010	Mosca	Russia
03.09.2010 – 27.02.2011	Helsinki (<i>Espoo City Museum</i>)	Finlandia
28.03.2011 – 24.07.2011	Valencia (<i>Museu de prehistoria</i>)	Spagna
05.08.2011 – 27.11.2011	Oslo (<i>Historisk Museum</i>)	Norvegia
03.02.2012 – 30.09.2012	Barcellona (<i>Museu d'Arqueologia de Catalunya</i>)	Spagna
06.09.2013 – 20.10.2013	Sancheong (<i>Traditional medicin Expo</i>)	Corea del Sud

Tabella 1: Lista delle sedi dove è stata esposta la mostra itinerante “*The Iceman*”.

Le esposizioni temporanee

Il terzo piano è “dedicato a diversi temi dell'archeologia dell'Alto Adige e ospita di volta in volta mostre temporanee della durata di un anno”. Così viene presentato sul sito del Museo Archeologico l'ultimo piano. La decisione di dedicare l'ultimo piano alle mostre temporanee è nata non più di sette anni fa. In un colloquio con la dott.ssa Paola Claut era emerso il fatto che, con il passare degli anni, Ötzi aveva finito col fagocitare l'esposizione permanente. Il problema era di non poco conto, dal momento che una delle finalità del museo è quella di mostrare i reperti altoatesini. Le cause della compressione della mostra permanente a scapito della mummia, erano da ricercarsi nell'estrema mediaticità di Ötzi. Il pubblico in arrivo da tutto il mondo desiderava, e in parte ancora oggi, desidera vedere solamente il corpo. Per far questo è disposto anche a sacrificare il resto

¹⁰ La citazione è tratta dal seguente sito internet: http://eng.tramedi-expo.or.kr/sub/02_01_02.jsp

dell'esposizione. Per ovviare a questo problema si decise di rimodulare l'esposizione in modo che i reperti archeologici fossero messi in stretta relazione con la mummia. Gli spazi e i volumi dell'ex Banca Austro-Ungarica sono però estremamente limitati, infatti il solo Ötzi con il corredo e le aree con la contestualizzazione dell'epoca, occupano da soli i primi due piani. L'ultimo è peraltro anche il più piccolo dei tre e non è abbastanza ampio per mostrare tutta la storia sudtirolese, dal Neolitico in poi. Si decise così di dedicarlo a mostre temporanee, focalizzate su temi archeologici specifici e variabili di volta in volta. A partire dal 2009 si sono succedute le seguenti mostre temporanee.

Mummie: sogno di vita eterna

L'idea alla base di questa mostra, allestita e aperta al pubblico dal 10 marzo al 25 ottobre 2009, è quello di mostrare i popoli di tutto il mondo che hanno fatto ricorso alla mummificazione per conservare i corpi dei propri cari. Ötzi era il fulcro dell'esposizione a cui si aggiungevano 60 mummie umane e animali, giunte in prestito da tutto il mondo. Completavano l'esposizione oltre 150 reperti (originali e non) e dodici installazioni multimediali. I corpi presentati avevano subito un processo di mummificazione di origine artificiale (per esempio le mummie egizie o quelle delle Canarie) o naturale. Venivano così catalogate le mummie a seconda del processo che aveva portato alla mummificazione: ambienti secchi, ambienti ghiacciati umidi o secchi, nelle torbiere povere di ossigeno, nel sale. La mostra si è avvalsa della collaborazione dell'Istituto per le Mummie e l'Iceman, creato nel 2007 e accorpato all'EURAC di Bolzano, e dei *Reiss-Engelhorn Museen* di Mannheim in Germania.

Ötzi^{2.0}

Inaugurata il 1° marzo 2011 e chiusa il 13 gennaio 2013, la mostra Ötzi^{2.0} era dedicata all'impatto che la mummia del Similaun ha avuto sull'opinione pubblica mondiale (per referenze si veda Fleckinger 2011)¹¹. A partire dalla scoperta sono stati girati decine di film e documentari che hanno raccontato la storia di Ötzi, imprimendo un ricordo indelebile in migliaia di spettatori. La mummia è stata anche protagonista di *pièce* teatrali, film cinematografici, romanzi d'avventura, saggi scientifici e libri per bambini. Parte di questo materiale è confluito nella mostra, assieme alle centinaia di lettere ricevute dal museo da parte di persone che asseriscono di sapere chi e come fosse morto Ötzi. Tra le tante si segnalano quelle di gente che millanta parentele alla lontana con la mummia, di chi afferma di esserne la reincarnazione, di chi pensa che sia lo zio scomparso durante la prima guerra mondiale, di sensitivi che vorrebbero sfiorare il corpo per entrare in contatto con il suo spirito...

Il pezzo forte di mostra è stata la nuova ricostruzione di Ötzi, effettuata dai due gemelli olandesi Kennis. Il loro modello è stato fatto usando un modello tridimensionale del corpo, ricostruito dall'Istituto per le Mummie e l'Iceman grazie alla tomografia assiale computerizzata (TAC). Su questa base gli artisti hanno ricostruito in maniera impressionante le fattezze della mummia, usando le tecniche usate nella medicina forense. A questa ricostruzione è dedicata una sala del secondo piano, che “è più fotografata e guardata del corpo originale”, secondo le parole della direttrice Angelika Fleckinger.

11 Angelika Fleckinger “Ötzi 2.0 Una mummia tra scienza e mito” 2011, Folio Verlag.

MysteriX: reperti enigmatici dell'Alto Adige

La mostra temporanea oggetto di studio della presente tesi si intitola “MysteriX: reperti enigmatici dell'Alto Adige” ed è stata inaugurata il 22 gennaio 2013, rimanendo aperta fino al 19 gennaio 2014. Si tratta della terza mostra temporanea ideata dai curatori, la prima che ha tentato di esporre reperti altoatesini altrimenti poco visibili. Sia in “Mummie: sogno di vita eterna” che in Ötzi^{2.0} la presenza di reperti locali si fermava al solo corpo di Ötzi e a poco altro. Nel corso di una conversazione con la mediatrice culturale Margit Tumler, era emerso che l'espansione degli spazi dedicati al corredo di Ötzi nei primi piani, aveva ristretto gli spazi per l'esposizione permanente e che le precedenti mostre temporanee non avevano adeguatamente valorizzato i reperti archeologici altoatesini. Questo motivo ha spinto la direzione a progettare MysteriX, una mostra esplicitamente dedicata alle famiglie. Il 2013 è stato l'anno dell'oggetto museale, che la Ripartizione Musei della provincia ha ideato per promuovere la presentazione gli oggetti il cui uso quotidiano sembra essersi perso. La dizione esatta dell'iniziativa è “Anno dell'oggetto museale 2013 – 1000+1 La storia negli oggetti”. Quando l'iniziativa è stata approvata, i curatori stavano già lavorando alla mostra, che quindi è rientrata naturalmente nell'alveo dell'iniziativa.

L'approccio è stato quello di presentare sette reperti (in altrettante sezioni) come oggetti misteriosi, il cui utilizzo e funzionalità devo essere svelati dal pubblico sulla base di indizi misteriosi sparsi in giro per l'esposizione. L'idea era che ogni ospite dovesse mettersi nei panni di un archeologo e lavorare come farebbe un professionista. L'immedesimazione nella *forma mentis* di un archeologo serviva a stimolare il coinvolgimento dei giovani assieme ai genitori nell'esplorazione degli *exhibit* e dei giochi presenti.

All'ingresso erano proiettate su una parete bianca le immagini dei reperti della mostra e dell'alfabeto retico, mentre in uno *stand* erano a disposizione del pubblico delle mappe colorate del piano. L'intero spazio famiglie è stato strutturato affinché i genitori potessero lasciare liberi i figli di esplorare l'ambiente e, se ben disposti, giocare con loro. L'idea era quella di fornire uno spazio che espandesse i compiti classici di un museo e rallenta la visita. Qui non c'era nessuna fretta di capire, imparare, comprendere.

Il target: le famiglie

La mostra MysteriX è la prima esposizione temporanea che il Museo Archeologico ha dedicato alle famiglie. Si tratta di un *target* fondamentale per il museo, poiché nel 2009 rappresentavano circa il 30% dei visitatori totali, pari a circa 70.000 persone. Per far sì che le famiglie apprezzino la visita e scoprano che il museo è stato costruito a loro misura, è necessario ridurre al minimo le fonti di attrito, che potrebbero inficiare negativamente l'esperienza della visita. Il Museo Archeologico possiede delle linee guida (nella *mission*), che indirizzano la sua vita quotidiana e il rapporto con il suo pubblico. Anche le famiglie in visita, per così dire, sono guidate da alcuni obiettivi, aspettative ed esigenze, anche materiali. Come evidenziato dal Ellenbogen (2002)¹², se le attività di un museo non sono in linea con le aspettative di una famiglia, allora possono nascere degli conflitti (latenti o meno) in grado di rovinare la visita. Evitare divergenze di interessi tra un museo e le famiglie,

12 “*Museums in family life: an ethnographic case study*” Ellenbogen, K. - 2002, pagg. 81-101

comprenderne la natura e le necessità sono priorità fondamentali per un museo che voglia rimanere al passo coi tempi e con un bilancio in attivo, perché come mostrato in Wood (1996)¹³ “*the whole future of museums rests on the impact they make on the families of today*”.

Secondo Parkin *et al.*¹⁴ (1994) un museo che voglia entrare in sintonia con le famiglie dovrebbe:

- stimolare nelle famiglie discussioni condivise;
- presentare contenuti veicolati da diversi *media* e informazioni gerarchiche adatte per ogni età;
- offrire macro aree dove prevale un unico concetto (“*information should be transmitted in manageable chunks*”);
- essere un'esperienza divertente.

Potremmo anche aggiungere:

- offrire nuove esperienze e punti di vista;
- essere complementare all'insegnamento scolastico
- divertire anche i genitori;
- offrire abbastanza “installazioni” per evitare la formazione di file;
- costruire *exhibit* ad altezza di bambino.

Il sondaggio oggetto di questo lavoro è stato quindi somministrato alle famiglie in visita al museo.

Ma cosa è una famiglia? Quali caratteri la definiscono univocamente? La cosa non è semplice come si potrebbe pensare, perché i parametri utilizzabili sono molti e così il numero di definizioni può facilmente crescere esponenzialmente: una famiglia si può definire “classica”, monogenitoriale, omogenitoriale, con più genitori, con figli non propri... Inoltre la famiglia evolve nel tempo e con le generazioni come mostrato dall'ISTAT¹⁵. Le possibilità sono praticamente infinite come rilevato da Dierking (2009)¹⁶. Per questo motivo si è deciso di mettere assieme la definizione di famiglia data da Gilgun (1992)¹⁷ e da Sterry (2004)¹⁸: “una famiglia è un qualsiasi gruppo sociale multi-generazionale di almeno due persone, che contiene almeno un bambino frutto di un rapporto biologico e/o legale con gli adulti che visita il museo come nucleo a sé”. In realtà secondo la dott.ssa Claut questa definizione era troppo stringente per le esigenze del museo e della presente *evaluation*. Infatti rimane indeterminata la fascia d'età in cui far rientrare il soggetto “bambino”. Si è deciso di includere quindi tutte le persone che al momento della visita non avessero ancora compiuto il diciottesimo anno di vita. Una decisione controcorrente rispetto alla letteratura e la prassi, poiché la maggior parte degli studi presenta un *range* di età dei bambini con un *cut off* posto a 12 anni, come mostrato da Sterry e Beaumont (2005)¹⁹. Secondo la dott.ssa Claut le cause dell'espansione verso la soglia della maggiore età dei “bambini” è stata fatta per prendere “due

13 “*Developing museum exhibitions for lifelong learning. Museum and galleries commission*” di Wood Richard, pagg. 77-82 (1996)

14 “*Interpreting for children and families*” Parkin I., Meredith A., Adkins G. - Heritage Development (1995), pagg. 17-19

15 “Famiglia in cifre” a cura di Sabbadini, Linda. L., Romani Maria Clelia, Crialesi Roberta. ISTAT, 2010

16 Articolo di Lynn Dierking sul “*Family Learning Forum*” disponibile al seguente link:
<http://www.familylearningforum.org/family-learning/familylearning-overview/what-family-learning.htm>

17 “*Qualitative methods in family research*” Gilgun, Jane F., Daly Kerry J., Handel Gerard. SAGE Publications, 1992

18 “*Methods for studying family visitors in art museums: A cross disciplinary review of current research*” Sterry, P. and Beaumont, E. - International Journal of Museum Management and Curatorship (2005) vol.21

19 Già citato

piccioni con una fava”, dove i due piccioni sono i bambini e gli adolescenti. Gli obiettivi secondo la dott.ssa Claut erano pertanto due: scoprire quanti sono i minori che si avvicinano al museo e cercare di ottenere le loro opinioni. Nelle sue parole il museo ha sempre trascurato questo *target* per via della sua piccola consistenza. L'idea era quindi quella di quantificare esattamente il numero di adolescenti. Il passo successivo sarebbe quello di scoprire cosa desiderano vedere in un museo archeologico e successivamente rimodulare l'offerta dello stesso nei riguardi dei minori. Ecco i punti salienti di parte della intervista con la dott.ssa Claut del 4 novembre 2013.

“[...] perché in realtà abbiamo preso due piccioni con una fava. Noi volevamo sapere come sono composte le famiglie in generale e siccome per questo pubblico, quello dei *teenager* dai 14 in su, abbiamo pensato più volte di fare delle proposte in mostra specifiche per loro, anche se non abbiamo mai concretizzato quest'idea. In soldoni volevamo uno strumento per capire quanti sono i ragazzi ed eventualmente sostenere maggiormente un progetto di questo tipo. Volevamo sapere se avevano dei comportamenti o delle opinioni particolari sulla mostra. Per esempio all'uscita abbiamo chiesto se ci sono delle cose da migliorare e qualcosa che sarebbe stato utile per loro, come l'interattività [...] che sarà una di quelle cose che avrà probabilmente bisogno di ulteriori interviste [...] Se emergesse che fino ai dodici anni tutto va bene, mentre dopo non gli piace, allora sappiamo di aver e abbiamo un motivo per dire “Ok! Nei prossimi due anni ci concentriamo [...] sulla mostra permanente che deve funzionare con tutti” [...] Per questo motivo abbiamo costruito la griglia in quel modo, per poter ricostruire e separare i dati. Cioè noi siamo in grado [...] di scorporare i dati delle famiglie con adolescenti, da quelle con bambini [...] E come se fossero due ricerche in contemporanea. Abbiamo sfruttato l'occasione per non doverlo rifare in un altro momento, poiché sarebbe stato difficile trovare soldi per un target così marginale.”

Per ovvi motivi sono state inoltre escluse dal sondaggio le classi in visita, pur rientrando queste ultime all'interno della definizione data da Gilgun e Sterry. Infatti, oltre alla evidente diversità dalla famiglia definita in precedenza, una classe o un cosiddetto gruppo di pari (compagni di classi o amici in visita senza la mediazione di un adulto) presentano un comportamento differente, come mostrato in uno studio di McManus (1994)²⁰.

Il target familiare ha guidato i curatori nella realizzazione della esposizione *MysteriX*, rendendo la mostra decisamente peculiare rispetto al percorso espositivo permanente. Colori, giochi, interattività. Tutto suggeriva al pubblico che si trovasse in una nuova esposizione. L'impatto iniziale del pubblico in arrivo dal secondo piano era paradigmatico: osservando le persone, era chiaro ai loro occhi che si trovavano in un ambiente meno “istituzionale” rispetto alla mostra permanente. I colori chiari e le luci soffuse che dominavano le sale con Ötzi e il corredo, lasciavano spazio ad un ambiente colorato. Le singole sale erano caratterizzate ognuna da un colore puro: verde, rosso, giallo, arancione... Il visitatore percepiva di trovarsi in una nuova spazio e la reazione istintiva di accettazione/negazione dipendeva fortemente dal soggetto. Adulti e giovani in gruppo spesso saltavano a piè pari la mostra e si dirigevano immediatamente verso l'uscita. I bambini correvano immediatamente verso la porta con la serratura retica o a scavare nella sabbia per scoprire i dadi romani, alcuni degli *exhibit* più apprezzati. Il linguaggio usato dai curatori cercava perciò di attrarre i bambini e a ruota i genitori.

Parlando con la mediatrice culturale Margit Tumler è emerso che lo stile di *MysteriX* voleva incuriosire il bambino e accompagnare con sé nel processo esplorativo anche i genitori. Per questo “l'occultamento del reperto” o l'alone di mistero erano fondamentali per provocare l'atto esplorativo del bambino.

20 “*Families in museums-Towards the museum of the future: New european perspectives:1994*” Paulette McManus, Routledge, pagg. 81-97

I reperti

In questo paragrafo sono spiegati i reperti archeologici originali, che costituivano il cuore della mostra *MysteriX*. Ad ogni reperto è dedicato un breve sotto-paragrafo, che spiega il ritrovamento, l'inquadramento storico e i motivi il reperto è stato scelto per la mostra. L'esposizione temporanea è stata suddivisa in sette sezioni, ognuna dedicata a un reperto archeologico. Ogni area era raccolta in uno spazio isolato da pannelli di vari colori, che servivano a rendere chiaro dove finisse lo spazio dedicato a un reperto e dove ne inizia un altro. La seguente tabella riassume le proprietà delle varie aree a disposizione del pubblico.

Reperto	Località	Epoca	Colore area	Slogan
Stele mitriaca	Presso Vipiteno	Non disponibile	Azzurro	Nato da una pietra
Chiave retica	Altopiano del Renon	II secolo a.C.	Verde acquamarina	La chiave del successo
Perle d'ambra	Val Senales	1300 a.C.	Arancio scuro	Lacrime degli dei
Cista a cordoni	Appiano	V secolo a.C.	Rosso	Vino e giochi
Pale lignee	Valle Aurina	900-600 a.C.	Arancio chiaro	Sepolti nella palude
Pedine romane	Val d'Isarco e Val Pusteria	4 secolo d.C.	Verde chiaro	La fortuna aiuta gli audaci!
Stele retica	Settequerce	Non disponibile	Giallo	Nessuno sa come mi chiamo, e questo è il bello!

Tabella 1: Lista delle varie aree espositive della mostra temporanea *MysteriX* per tipo di reperto, per epoca del reperto, per località di ritrovamento dello stesso, per colore dell'area e per slogan.

La stele del dio Mitra

Consiste in una stele calcarea raffigurante il dio Mitra nell'atto di sacrificare un toro. La tauroctonia è una *topos* classico della raffigurazione mitriaca, sia in forma di stele, che di statue. La stele, risalente alla dominazione romana, che costruì un *castrum* chiamato "Vipitenum", fu trovata il 1589 nella frazione di Mules (*Mauls*), a sud di Vipiteno (*Sterzing*). Una serie di postazioni audio trilingue (tedesco, italiano e inglese) raccontava la presenza stabile di un culto mitriaco nelle Alpi orientali e i suoi influssi successivi. A fianco della stele era presente un tavolo *touchscreen* (100X70cm) con una sua ricostruzione. Il visitatore doveva trovare le giuste tessere da inserire nell'immagine monca, come in un puzzle incompleto. Una volta risolto l'enigma appariva una ricostruzione colorata di come dovesse apparire la stele anticamente. L'effetto era estraniante perché appariva netto il contrasto tra il candore della pietra calcarea e i colori vivi e accessi con cui si abbellivano i monumenti statuari antichi. Completava l'area dedicata a Mitra un tavolo, dove i bambini avevano la possibilità di colorare cartoncini raffiguranti la stele, seguendo le indicazioni del tavolo interattivo oppure lasciando andare a briglia sciolta la loro vena artistica.

La chiave retica

Il reperto era una chiave retica del II secolo a.C. circa ritrovata nei pressi di Castel Zwingenstein (comune di Renon-Ritten) sull'omonimo altopiano. L'area corrispondente di colore verde ricostruiva una casa retica, secondo i dettami della ricerca archeologica, il cui accesso era impedito da una porta trasparente, con una serratura (anch'essa trasparente) modellata sulla base della chiave originale. Per poterla aprire era necessario usare correttamente una ricostruzione artigianale della chiave stessa, forgiata da un fabbro. L'esplorazione dell'ambiente era vincolata alla soluzione dell'enigma, perché l'accesso diretto per l'ambiente richiedeva la risoluzione dell'enigma (esisteva comunque un'uscita secondaria).

Le domande poste al visitatore erano due: “Come era fatta veramente una serratura retica? Chi conservava la chiave?”. In pratica la risoluzione del mistero portava naturalmente il visitatore a capire il funzionamento della serratura e perché la chiave avesse un aspetto così curioso. Una volta entrati nell'ambiente, ci si trovava all'interno di una casa retica in scala 1:1 con il pavimento che mostrava i due ambienti che la componevano.

All'interno della casa una postazione multimediale permetteva di vedere e ascoltare un mini documentario, mentre in un angolo era presente una scatola contenente delle parole (stampate su materiale magnetico) che rimandavano all'uso nella lingua italiana, tedesca e inglese rispettivamente delle parole “chiave”, “*Schlüssel*” e “*key*”. Il visitatore scopriva così quanti modi di dire esistono nelle tre lingue sul termine chiave. Per esempio una calamita mostrava un “violino” che andava accostato al termine “chiave” fornendo la soluzione: “chiave di violino”.

Le perline d'ambra

Si trattava di perle d'ambra forate, parti di un'antica collana, contenute in una teca ad altezza di bambino. Grazie alla stratigrafia si è giunti a una datazione del 1300 a.C., corrispondente all'Età del Bronzo, mentre il luogo del ritrovamento è un modesto avvallamento, chiamato localmente “*Finailgrube*”, in alta Val Senales (*Schnalstal*), alla notevole quota di 2460 metri sul livello del mare.

La domanda che campeggiava all'ingresso dell'area era: “Come sono giunte sino in montagna le perle di ambra?” L'ambra è infatti un materiale che si trova con una certa facilità nelle spiagge del nord Europa, ed è stato un prodotto commercializzato per millenni lungo la cosiddetta “via dell'Ambra”, che attraversava trasversalmente l'Europa dal Mar Baltico fino al Mediterraneo. La grande distanza del luogo di produzione con quello di ritrovamento, hanno spinto i curatori a creare un'installazione interattiva con una sorta di *tapis roulant*. Il visitatore era invitato a camminarci sopra e in base al numero di passi percorsi, veniva mostrato su uno schermo interattiva la progressione in chilometri lunga la Via dell'Ambra, che si snodava su una mappa dell'Europa. Anche camminando per cinque minuti, si procedeva di poche centinaia di metri su un percorso totale di 1648 chilometri.

Una vetrina permetteva di caricare elettrostaticamente l'ambra e di attrarre piccoli pezzi di carta. Attraverso due fori, il visitatore infilava le mani in due guanti isolanti e poteva così sfregare l'ambra su una pelle di capra, caricandola. Un piccolo esperimento che riproduce le prime esperienze che l'uomo ha avuto con l'elettricità, anzi il primo dal momento che in greco ἤλεκτρον significa appunto ambra.

Un altro *exhibit* consentiva di fiutare il tipico odore dell'ambra. Si trattava di un cilindro con un forellino in cima, dal quale fuoriusciva un'essenza simile all'originale. Sollevando e abbassando il cilindro, veniva diffusa una piccola quantità di profumo, percepibile avvicinando il naso.

In una sala cieca ricostruita come una grotta, era invece possibile ascoltare i racconti di due fiabe

baltiche legate all'ambra. L'ambiente era ovattato, con grandi cuscini (i cui colori richiamavano quelli dell'ambra) e comodi divani. Il visitatore era invitato quindi a sedersi, rilassarsi e ad ascoltare le storie, leggendo uno dei libri (trilingui) messi a disposizione.

Cista a cordoni

Si trattava di una cista cilindrica in bronzo ritrovata ad Appiano (per la precisione in località *Putzer-Gschleier* all'interno di un insediamento retico) e datata al V secolo a.C.. La superficie laterale presentava delle costolature orizzontali con delle figure lavorate a sbalzo e applicate alla cista. Il reperto mostrava immagini di uomini in processione e animali vari (cervi, capre e antilopi). Probabilmente questa cista serviva a servire il vino in occasione di banchetti e adornava la tavola di qualche uomo influente. L'utilizzo del bronzo, la grandezza del reperto (40 centimetri in altezza e diametro) e la bellezza delle figure hanno portato quindi gli archeologi del museo a ritenere il proprietario un uomo ricco e potente.

Da un punto di vista metallurgico la tecnica utilizzata dagli autori era decisamente avanzata. Con il procedere dei colpi, il bronzo fuso si indurisce. Per rendere nuovamente meno fragile e dura la lega, si procede a riscaldamento e poi raffreddamento in acqua. La lavorazione del bronzo e in particolare la lavorazione a balzo erano alla base di un *exhibit* presente a fianco della cista. Si trattava di un tavolino dove erano presenti dei semplici bulini, che mediante tecnica calcografica, venivano usati per scrivere e disegnare su una speciale carta argentata. In questo modo i bambini potevano creare il loro personale fregio.

Erano presenti inoltre tre ricostruzioni a grandezza reale di ciste e situle: uno era il modello della cista di Appiano. Le altre due erano una situla detta "di Kufstein", datata al III secolo a.C. e ritrovata a St. Pölten in Austria e un'altra detta "della Certosa", datata allo stesso secolo e ritrovata a Bologna. I modelli, laccati in bianco e con una costolatura regolare, erano in ferro. Tre scatole contenevano una ricostruzione delle figure sbalzate ancora visibili sui reperti. Le varie decorazioni (figure umane tra cui cacciatori, guerrieri, animali selvatici e addomesticati) erano stampate in bianco e nero su materiale morbido e flessibile, simile alle calamite per frigorifero. In pratica il pubblico giocava con queste decorazioni e ricostruiva sulle ciste il puzzle di figure, attaccando i vari pezzi e aiutandosi con un'immagine del vaso appesa alla parete di fronte le postazioni.

Le pale lignee

Si trattava di tre pale in legno di cirmolo, datate al periodo compreso tra il 900 e il 600 a.C e ritrovate in località *Gögealm (Trattenbachtal)* in Valle Aurina (*Ahrntal*). I reperti furono ritrovati assieme ad altre decine di esemplari in una palude d'alta quota e testimonia l'uso di tale luogo come malga estiva. L'ambiente anossico della palude ha permesso la conservazione del materiale organico per quasi tre millenni. L'obiettivo della sala era quello di rispondere al quesito "Chi e a quale scopo può aver fatto sprofondare in una palude così tante pale?"

L'esposizione cercava di far capire ai visitatori i concetti usati dagli archeologi per datare i reperti ritrovati in un sito di scavo. Si parlava perciò di stratigrafia dei terreni e di dendrocronologia, la ricostruzione cronologica a partire dagli anelli di accrescimento di un albero. Due *exhibit* e due microscopi mostravano questa tecnica. Nei due microscopi erano visibili delle sezioni di legno, che mostravano le cellule del fusto di un albero, e le differenze morfologiche tra gli anelli di accrescimento estivi e quelli invernali. Un altro *exhibit* mostrava invece tre tracciati dendrocronologici, ricostruiti a partire da altri *proxy* (indicatori climatici). Il visitatore aveva a disposizione tre lastre trasparenti con disegnati gli andamenti di crescita delle tre pale, ricostruiti dagli scienziati. Traslando le lastre su due tavoli retroilluminati, le persone cercano di sovrapporre il tracciato con quello ricostruito a partire dagli indicatori. Una volta trovata una buona

sovrapposizione, si poteva quindi calcolare l'età della pianta al momento dell'abbattimento e il decennio (circa) in cui questo era avvenuto.

L'altro *exhibit* consisteva in una serie di pale moderne con varie forme e usi. Erano presenti una pala da pizzaiolo, da farina, da granaglie, una racchetta da ping pong, una vanga e un mestolo, con cui il pubblico poteva giocare. Ogni oggetto si poteva toccare, mentre un pannello mostrava il profilo dell'oggetto in questione, che il visitatore poteva paragonare a quella dei reperti originali. In questo modo si poteva desumere quale potesse essere l'uso reale delle tre pale lignee (mostrate in una vetrina a fianco).

In quest'area era inoltre presente una delle due sole postazioni partecipative di tutto il museo. Si trattava di una piccola scrivania dotata di carta e matita. Veniva chiesto al visitatore: "E tu cosa vorresti lasciare ai posteri?", seguito da un invito: "Disegna un oggetto o scrivi un messaggio da tramandare nel futuro!". Dopo aver scritto sul foglio, il visitatore poteva imbucare nella torbiera il messaggio per i posteri.

Pedine romane

I reperti di questa area consistevano in pedine e astragali, ritrovati a San Lorenzo di Sebato (*S. Lorenzen*), e dadi ritrovati a Bressanone (*Brixen*) e Velturmo (*Feldthurns*). Tutti gli oggetti erano di origine romana e datati dal primo al quarto secolo d.C.

I reperti testimoniavano l'aspetto ludico nella vita quotidiana dell'antica Roma. Gli astragali erano delle piccole ossa del tallone posteriore degli ovini, che venivano usati a mo' di dadi dai bambini e dagli adulti. I dadi veri e propri invece erano un gioco dedicato solo ai grandi, che vi si dedicavano nei momenti liberi, con grande dispendio di energia e denaro. La domanda che accoglieva il visitatore era "Quali sono le regole? A cosa si gioca?" e sovrastava uno spazio riempito di sabbia e con due pennelli da archeologo. Nascosta alla vista c'era una teca che conteneva tutti i reperti archeologici. Compito del visitatore era quello di svelare il tesoro nascosto e di immedesimarsi con il lavoro del ricercatore.

Nella sezione erano presenti sei giochi dedicati ai più piccoli, ricostruiti sulla base dei reperti ritrovati. I primi quattro erano il gioco degli astragali, del filetto, del tris e del delta (chiamato così per via della figura piramidale che andava disegnata in terra con un gessetto). Ogni gioco era contenuto all'interno di un cubo di legno che poteva anche fungere da seduta. Sul pannello superiore erano elencati il nome del gioco e le sue regole, desunte dalla letteratura. A fianco delle scatole c'erano dei cuscini e alcune tavole da gioco erano incastonate nel pavimento (quando necessarie per il corretto svolgimento del gioco). Il pubblico era così invitato a scoprire e giocare come gli antichi romani.

Il quinto gioco era una sorta di *Lego ante litteram*. Un tavolo aveva la superficie stampata con una ricostruzione archeologicamente corretta della località *Mansio Sebatum*, nei pressi di Brunico (*Bruneck*). Una scatola in legno conteneva invece dei modellini in legno del mercato, del tempio, delle case, delle stalle, delle persone... Erano inoltre presenti pedine che rappresentavano greggi, paludi e campi coltivati. Il bambino poteva quindi giocare a ricostruire la propria città.

L'ultimo gioco, dedicato anche ai piccolissimi, consisteva in un puzzle che rappresentava un mosaico sito all'ingresso della Villa del Casale presso Piazza Armerina (datato al terzo secolo dopo Cristo). Il soggetto rappresentato era una biga romana tirata da oche e guidata da due bambini. Dei cubi in gommapiuma (30 centimetri di lato) presentavano una faccia disegnata, che mostrava un tassello dell'immagine musiva. Il mosaico era riprodotto su un pannello a parete e aiutava i bambini a ricostruire l'immagine, utilizzando i dodici cubi presenti.

La stele retica

Si trattava di una stele, chiamata Patauner, ritrovata a Settequerce (*Siebeneich*), una frazione di Terlano (*Terlan*) a sud-ovest di Bolzano. Le incisioni mostrano una scrittura lineare definita dagli archeologici “alfabeto di Bolzano”. La stele è un blocco di porfido, roccia magmatica effusiva che riempie la conca bolzanina, alta circa 75 centimetri e pesante svariate decine di chili. La stele era posta in una piccola sala in penombra. In queste condizioni di luce le scritte erano praticamente invisibili. Due torce erano a disposizione del pubblico per illuminare il reperto e cercare di trovare le scritte. La lettura della scrittura diventava semplice illuminando la stele da una posizione radente, con le incisioni che risaltavano nel contrasto tra luci e ombre. La scoperta della scritta retica, nelle intenzioni dei curatori, voleva spingere il visitatore a chiedersi “che significato hanno questi simboli?”, esattamente la domanda che campeggiava all'ingresso dell'area.

Una volta usciti da questo ambiente, si incontrava una sala tappezzata di piccole ante. Sulla parte frontale di ognuna era disegnata una lettera dell'alfabeto retico, mentre all'interno era presente la corrispondente lettera italiana (non esiste sempre una corrispondenza letterale tra i due alfabeti). Inoltre al centro era presente una ricostruzione in materiale plastico (duro) della stele, incassata in un tavolo da lavoro. Sopra scorreva un rotolo di carta trasparente. Il visitatore, usando una matita, poteva evidenziare in rilievo la scritta e poi portarsi a casa il foglio. In questo modo si aveva una riproduzione su carta della scritta ed era possibile procedere a una traslitterazione dal retico all'italiano. In un apposito pannello veniva chiarito al lettore, che purtroppo al giorno d'oggi ancora non esiste una decifrazione completa della lingua retica, mancando testi grammaticali su cui operare il confronto.

Inoltre una parete bianca in cartongesso permetteva ai visitatori di incidere il proprio graffito, come nel caso famoso di Pompei ed Ercolano. Inutile dire che dopo un paio di mesi, la parete era completamente ricoperta di segni e scarabocchi.

Quale evaluation?

L'*evaluation* è, in termini generali, uno strumento per comprendere e investigare un ente, un prodotto, un gruppo di persone... Non esiste praticamente un progetto di qualsiasi genere che non comporti anche una valutazione: per esempio un museo d'arte che decida di costruire una nuova galleria oppure un'industria automobilistica che voglia conoscere gli spazi di mercato per un nuovo modello. Anche un *science center* o un museo archeologico usano questo strumento per comprendere la qualità del proprio lavoro. Esistendo infiniti progetti, lavori ed esposizioni da indagare, tanti sono anche gli strumenti usati per un'*evaluation*. Nel momento in cui si decide di valutare una mostra devono essere ben chiari gli obiettivi che ci si pone e gli strumenti con cui si vuole ottenerli. Nei musei scientifici e non, ma il discorso si può espandere a *science center*, planetari, parchi zoologici... uno studio volto a comprendere le esigenze e/o le risposte del pubblico a una mostra è uno strumento standard.

Esistono tre classi generali di *evaluation* che differiscono principalmente nel momento della messa in opera della stessa: *front-end*, *formative* e *summative* (per riferimenti si veda Diamond, 1999)²¹. Nell'ordine sono quelle fatte mentre si progetta un prodotto museale, quelle che esplorano il progetto mentre è aperto al pubblico e quelle che si fanno alla fine.

Quando si desidera conoscere i desideri del pubblico o le sue conoscenze pregresse su un argomento per poter costruire un'esposizione calibrata allora siamo in presenza di una *front-end evaluation*. Questo tipo di valutazioni possono intercettare una curiosità su un argomento poco conosciuto ed esplorato dall'opinione pubblica, e sulla scorta dei risultati si può decidere di reindirizzare il tema della mostra. Oppure un curatore che desideri espandere il museo con una nuova sala, dedicata a titolo di esempio alle nuove tecnologie genetiche, può cercare con una *front-end evaluation* di intercettare gli umore del suo potenziale pubblico. Capire se una esposizione molto tecnica sulla reazione a catena della polimerasi possa essere molto più interessante rispetto al doping genetico, è la base fondante di una mostra che voglia avere successo.

La *formative evaluation* permette di capire se il prodotto comunicativo sta facendo il lavoro per cui è stato ideato. Così come in una fabbrica di bulloni, il controllo qualità serve a scoprire eventuali falle e difformità del prodotto rispetto agli standard qualitativi, così una *formative evaluation* indaga la bontà del progetto rispetto alle sue linee guida. Sempre rimanendo all'esempio del DNA, può considerarsi tale un'*evaluation* che mira a capire se effettivamente le persone leggono i pannelli testuali e utilizzano gli schermi *touchscreen*.

Una *summative evaluation* arriva invece alla fine di una mostra, quando i curatori scientifici desiderano conoscere l'impatto complessivo del progetto comunicativo. Potrebbe sembrare che una volta concluso un percorso museale, sia poco interessante fare una valutazione, ma non è così. Infatti tutti i musei hanno una progettazione museale pluriennale, e più il museo è grande, più lontana nel tempo deve andare la sua pianificazione. Comprendere cosa ha funzionato e cosa no in una mostra, è utile in vista dei progetti futuri.

A queste tre valutazioni se ne può aggiungere una quarta, detta *remedial evaluation*, definita da

²¹ "Practical evaluation guide - Tools for museums and other informal education settings" Judy Diamond. Altamira Press (1999)

Lynn Dierking con le seguenti parole:

“This form of evaluation provides information to improve a project once it is complete and allows for corrections once projects are underway. Remedial Evaluation is the assessment of how all the individual parts of a project work together as a whole; like formative evaluation the goal of remedial evaluation is to improve educational effectiveness and insure achievement of goals and objectives.”²²”

Si tratta pertanto di una tipologia di *evaluation* dedicata a capire i problemi e le carenze di un'esposizione, per tentare poi di risolverli. Si tratta inoltre di lavori che precedono temporalmente le *summative evaluation*.

Il presente lavoro di tesi è una di *summative evaluation*, anche se una domanda del sondaggio (per la precisione la numero 15 del sondaggio somministrato all'uscita della mostra temporanea) è in pratica una sorta di *remedial question*. Infatti si è chiesto alle famiglie cosa è piaciuto di più e cosa di meno. Come si evincerà dalla successiva analisi delle risposte, sono emersi alcuni problemi e criticità del museo, alcuni già noti, altri venuti alla luce solo grazie al sondaggio. Dal momento che la *evaluation* è proseguita fino alla fine della mostra, che presenta per di più un allestimento inamovibile, le risposte di questa domanda non possono in realtà “rimediare” ai problemi dell'esposizione messi in luce dalla stessa. Si tratta di indicazioni che non sono servite a correggere MysteriX, bensì a imparare come costruire mostre temporanee adatte alle famiglie.

Il conteggio

Si trattava di una parte propedeutica dell'*evaluation*, condotta in giornate diverse rispetto a quelle dedicate alle interviste. Nell'arco di cinque giornate sono state fermate 251 famiglie, a cui è stata chiesta la provenienza, l'età dei figli e il numero di componenti del gruppo stesso per fasce d'età. I giorni di raccolta dati sono stati: il 6, il 14 e il 15 giugno, il 3 e il 5 luglio. Le famiglie sono state intervistate in due posti diversi del museo; alla cassa, vicino l'ingresso, e all'uscita della mostra MysteriX, all'ultimo piano. Non si sono riscontrati problemi di approccio alle famiglie, dal momento che le poche domande necessarie a riempire il casellario, richiedevano dai 30 ai 60 secondi in media. Ogni giornata è stata divisa in quattro periodi, secondo il seguente schema:

- ore 10:00 – 11:45 raccolta dati alla cassa del museo;
- ore 12:00 – 13:45 raccolta all'uscita di MysteriX;
- ore 14:00 – 15:45 raccolta dati alla cassa del museo;
- ore 16:00 – 17:45 raccolta dati all'uscita di MysteriX.

In questo modo è stato possibile contare quante famiglie entravano al museo e poi effettivamente uscivano dall'ultimo piano, sia la mattina, che il pomeriggio. Allo scopo di inquadrare demograficamente i visitatori è stata usata la seguente tabella (il foglio corrispondente è mostrato in appendice). Tra i dati chiesti al pubblico c'era l'origine del nucleo familiare, l'età dei minorenni e nei limiti del possibile e della cortesia l'età degli adulti, se questi sembrassero aver superato i 65 anni. Per ogni minorenne l'età è stata segnata nei riquadri in basso a destra. Nella figura che segue, per esempio è mostrata una famiglia altoatesina composta da due adulti, una donna e un uomo, e tre minorenni, un bambino di 4 anni e due adolescenti di 11 e 14 anni.

22 Lynn Dierking “Framework for evaluation impacts of informal science education projects – Report from a National Science Foundation Workshop” in Appendice A – Glossario pag. 109 a cura di Friedman *et al.*, 2008. Disponibile all'indirizzo http://informal.science.org/documents/Eval_Framework.pdf

		Strichliste		M	W
Herkunft ankreuzen <input checked="" type="checkbox"/> BZ <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> D,A,CH <input type="checkbox"/> andere	18-64	X		X	
	65+				
	0-17 für jedes Kind Alter eintragen	4		11	14

Illustrazione 1: La figura mostra la scheda usata per contare le famiglie.

Il sondaggio in entrata

Questa tesi rientra a pieno titolo nella classe delle *summative evaluation*. Gli attori che hanno partecipato alla sua ideazione e messa in opera sono il Museo archeologico, il centro di ricerca sociale e demoscopica Apollis e il relatore della tesi. La direttrice, dott.ssa Angelika Fleckinger, e la dott.ssa Claut hanno incaricato la società della stesura di un sondaggio da somministrare al pubblico nel corso dell'intera durata della mostra *MysteriX* (circa 9 mesi). La scelta dei temi da esplorare è emersa nel corso di numerose riunioni tra direzione e mediatori culturali. Nel mese di giugno, durante un tirocinio tenuto nel Museo archeologico, il sottoscritto ha partecipato a due riunioni congiunte in cui si è parlato di come strutturare il sondaggio. A seguito di un processo laborioso di valutazione dell'*evaluation*, si è giunti infine a una bozza definitiva. La raccolta dati è stata effettuata nei mesi di luglio e agosto del 2013, con la collaborazione della tirocinante Lara Paltrinieri, che come madrelingua tedesca ha aiutato il sottoscritto durante le interviste alle famiglie provenienti dall'Alto Adige, dall'Austria, dalla Germania e dalla Svizzera. La raccolta dati è stata effettuata nell'arco di quattro diversi periodi delle giornate:

- ore 10:00 – 11:45 alla cassa del museo;
- ore 12:00 – 13:45 all'uscita di *MysteriX*;
- ore 14:00 – 15:45 alla cassa del museo;
- ore 16:00 – 17:45 all'uscita di *MysteriX*.

Come detto il progetto aveva una durata di svariati mesi e i dati usati per la scrittura della presente tesi, si riferiscono solamente a pochi giorni di raccolta. Le persone intervistate dovevano appartenere a una “famiglia”, ovvero un gruppo intergenerazionale con un qualche legame, dove almeno una persona era minorenne. Non rientrano all'interno della casistica le classi, che pure sarebbero per definizione gruppi intergenerazionali tra un adulto, l'insegnante, e gli studenti. Allo scopo di inquadrare demograficamente i visitatori intervistati è stata usata la precedente tabella, incorporata all'interno del foglio con il sondaggio.

Le prima parte del sondaggio è stata strutturata in collaborazione con l'ufficio *marketing* e richiedeva quindi di inquadrare quantitativamente le famiglie in visita al museo. Si trattava quindi di domande che sono poi state elaborate in chiave statistica. La presente *evaluation* è parte di un più ampio progetto di valutazione del pubblico, portato avanti dalla Apollis in collaborazione col Museo Archeologico. In particolare la durata del sondaggio e la scelta delle giornate per le interviste è stata tarata in modo da catturare un'immagine la più rappresentativa possibile del pubblico generale del museo. Le altre domande erano di tipo qualitativo e alcune anche aperte. In questo modo si voleva cogliere in profondità il pensiero del gruppo, grazie ad una relazione diretta tra famiglia e intervistatore, cercando al contempo di ridurre al minimo il *bias*. Perciò le domande aperte sono state elaborate assieme alle mediatrici del museo, che per loro natura fanno un lavoro vicino al

visitatore e sanno come approcciarsi alle famiglie e ai visitatori in generale.

Il sondaggio (si vedano in appendice le schede dei questionari in italiano, tedesco e inglese) si differenzia in uno da somministrare in entrata (vicino alla cassa al piano rialzato del museo) e in un altro da somministrare all'uscita della mostra *MysteriX* (ovvero all'ultimo piano del museo). Il primo passo è stato quello di segnare la data, l'ora e compilare il formulario per rilevare la provenienza, il sesso e l'età dei membri della famiglia (i dati importanti per l'ufficio *marketing*). I due formulari hanno lo stesso numero di domande, 17 per la precisione, di cui due da chiedere solamente alle famiglie locali.

Nel resto del paragrafo e del successivo, si spiegheranno in dettaglio le scelte che hanno portato alla formulazione definitiva delle domande e gli obiettivi che si vorrebbero raggiungere con le risposte ottenute.

Il sondaggio in entrata presentava le seguenti domande:

1. Quando avete deciso che sareste venuti oggi al museo?

Era possibile spuntare le seguenti possibilità: *oggi, ieri, un paio di giorni fa, circa una settimana fa, circa un mese fa, da più a lungo*. In caso di mancata comprensione si poteva spiegare che si trattava del momento in cui la famiglia aveva deciso di venire al museo. Nel leggere la domanda bisognava porre cura nel non dare spunti. L'operatore doveva ascoltare la risposta e poi in base a questa, classificarla. In caso di incertezza e non precisione da parte degli intervistati, si potevano leggere le risposte possibile.

2. Avevate già da prima l'intenzione di visitare il museo?

Le risposte possibili erano semplicemente *si* o *no*. Questa domanda era legata alla precedente e cercava di capire se la visita al museo fosse stata una decisione spontanea della famiglia oppure se fosse stata programmata in precedenza. Per esempio una famiglia che avesse deciso di venire proprio "oggi", ma che non avesse avuto nessuna intenzione pregressa di visitare il museo (risposte *oggi* e *no*), potrebbe aver preso una decisione spontanea e non mediata nel tempo.

3. Da dove conoscete il museo?

Le risposte andavano lette ai visitatori e in caso di risposte multiple si potevano spuntare più caselle (senza limiti). Ecco la lista delle risposte:

- (A) Avete già visitato il museo?
- (B) Avete visitato a pagina su Facebook del museo?
- (C) Avete visitato il sito internet del museo?
- (D) Avete trovato qualcosa altrove su internet?
- (E) Avete letto qualcosa sul giornale o in riviste?
- (F) Avete sentito qualcosa in radio o alla tv sul museo?
- (G) Se n'è parlato a scuola/asilo?
- (H) Ne hanno parlato conoscenti/parenti?
- (J) Turisti: Avete letto qualcosa sulla guida?
- (K) Turisti: Ne avete sentito parlare nel posto dove alloggiate?
- (L) Altro

Questa domanda mirava a capire il canale informativo privilegiato attraverso cui il pubblico

era venuto a conoscenza dell'esistenza del museo. In base ai risultati l'ufficio marketing vorrebbe eventualmente potenziare alcuni canali, tra quelli che dovessero risultare inefficienti da un punto di vista comunicativo.

4. E quale è stato il canale informativo migliore?

Il quesito voleva evidenziare il canale informativo privilegiato agli occhi dei visitatori. Per esempio se la maggior parte delle famiglie avesse usato internet per informarsi e avesse trovato il sito istituzionale utile, allora le esperte di marketing potrebbero pensare di potenziare internet e i nuovi media per avere una maggiore penetrazione nelle famiglie. Se nessuna famiglia avesse ascoltato annunci radiofonici, si potrebbe pensare di ridurre il bilancio per questa pubblicità a vantaggio di altri canali informativi. Oppure i turisti stranieri quale canale informativo usano prevalentemente? E gli italiani?

La domanda non richiedeva di leggere una lista di possibilità, cosa già fatta due domande addietro, ma si aspettava risposte dal pubblico. L'operatore doveva segnare le risposte date e inserire fino a tre codici letterali, corrispondenti a quelli presenti nella domanda numero 3.

5. In questo momento si svolge la mostra temporanea MysteriX, lo sapevate già da prima?

Le risposte possibili erano *si* oppure *no*. In caso di risposta negativa l'operatore passava passare direttamente alla domanda numero 8.

6. Da dove l'avete sentito?

Questa domanda mirava a comprendere quale canale informativo avesse portato la famiglia a conoscenza di MysteriX. La domanda non richiedeva di leggere una lista di possibilità, come nella domanda numero 3, perché era la famiglia che eventualmente doveva dire dove aveva sentito parlare della mostra temporanea. Solo allora l'operatore doveva segnare le risposte date e inserire fino a tre codici letterali, corrispondenti a quelli presenti nella domanda numero 3.

7. E siete venuti soprattutto per questo?

Le risposte possibili erano due: *si, soprattutto per questo* oppure *no*.

8. Lo sapevate che sabato e domenica hanno luogo delle guide specifiche per famiglie?

Anche in questa domanda le risposte plausibili erano *si* oppure *no*. In caso di risposta negativa si doveva saltare la domanda successiva e passare direttamente alla numero 10. L'obiettivo era quello di comprendere se il gruppo conoscesse anche le altre offerte progettate esplicitamente per le famiglie, come le guide speciali del fine settimana. Tra l'altro il museo pone forte attenzione ai gruppi familiari con le già citate guide, con l'allestimento estivo di un spazio per le famiglie (*familienraum*) nel piano seminterrato, con eventi al di fuori delle mura in occasione di festival scientifici...

9. Da dove l'avete sentito?

Questa domanda ricalcava in toto la numero 6, riferendosi però non a MysteriX, bensì alle guide speciali del fine settimana. L'operatore doveva attendere che la famiglia gli riferisse i canali informativi da cui aveva ricevuto notizie sulle guide per famiglie, e successivamente segnare fino a tre codici letterali, corrispondenti a quelli della domanda numero 3.

10. Vi interessa/potrebbe interessare?

Le risposte possibili erano due: *si* oppure *no, piuttosto no*.

11. Perché avete deciso di venire al Museo archeologico con la famiglia?

Questa domanda era aperta e richiedeva che l'operatore segnasse le parole chiave o frasi significative emerse nel corso dell'intervista. L'obiettivo era quello di capire le motivazioni profonde che spingevano una famiglia a visitare il museo. Per esempio si voleva comprendere quanto la mostra *MysteriX* avesse influito sulla scelta della visita oppure se fosse stata ininfluente²³.

12. Potrebbe essere che in ciascuno di voi, non vi fosse la stessa voglia di visitare il museo. Quanti di voi volevano assolutamente visitare oggi il museo?

Bisognava segnare il numero di adulti e/o minorenni che fossero assolutamente entusiasti di venire al museo e in questo modo cercare di capire quale fosse il “motore principale”, che spingeva una famiglia a visitare il museo (si veda la nota a piè di pagina con le motivazioni fornite dalla dott.ssa Claut²⁴). Per i mediatori del museo sapere chi spinge di più per effettuare la visita, significa conoscere chi è meno motivato e quindi sapere in anticipo “su quale metà [della famiglia] si deve innalzare la motivazione”. In fase di intervista si è avuta cura di fare la domanda prima ai bambini, in modo da evitare che il giudizio dei genitori alterasse quello dei più piccoli.

13. Cosa vi aspettate da questa visita? Cosa vi piacerebbe fare al museo?

Questa domanda richiedeva di segnare le parole chiave e le frasi significative sulle aspettative e sui desideri della famiglia. C'erano due campi: uno per le risposte degli adulti e una per i minorenni. Inoltre le domande erano due perché si riferivano ad adulti e minori. Spesso di fronte a una domanda, un adulto risponde utilizzando concetti astratti, mentre un bambino è portato a fornire azioni concrete, legate al suo vissuto e alla sua esperienza senso-motoria. Per questo si è deciso di chiedere agli adulti *l'aspettativa* sulla visita e ai bambini cosa *gli piacerebbe fare*. Infatti secondo l'esperienza della pedagoga Rebecca Wild, ai bambini sotto i dieci anni bisogna fare domande che riguardano la sfera senso-motoria.

Questa domanda andava posta prima ai bambini, poi agli adulti in modo da evitare fenomeni di *bias*. Secondo Jesper Juul²⁵ infatti “il bambino collabora sempre” quando si sente libero dalle interferenze degli adulti. In un mondo ideale la domanda “**Cosa vi piacerebbe fare al museo?**” sarebbe stata posta ai bambini senza l'accompagnamento dei genitori. Ma questo avrebbe posto numerosi problemi, *in primis* di *privacy* e poi di preoccupazioni da parte dei genitori. Giustamente è impossibile, e neanche consigliabile, intervistare dei bambini in un contesto senza la presenza dei genitori e di altri estranei. Una soluzione alternativa sarebbe stata quella di trovare un angolo tranquillo con i genitori che potessero controllare, non visti, i loro figli. Ma un angolo completamente tranquillo e adatto non esiste al Museo Archeologico per problemi di spazio. Per questo alla fine si è deciso di integrare le due domande e di far cadere l'idea di fare un sondaggio per soli bambini.

14. Come immaginate che sarà la visita di oggi al museo?

Sono state lette solo le prime tre risposte, mentre le altre erano lasciate in sospeso (quelle

23 Intervista alla dott.ssa Claut - “Perché avete deciso di venire proprio oggi al museo archeologico con la famiglia? Qui c'è il tentativo di capire la loro motivazione come famiglia, quindi entra nell'idea che noi avevamo di voler capire di più la famiglia, che meccanismi ha, perché hanno deciso. Hanno deciso perché volevano accontentare il loro bambino, hanno deciso perché volevano fare qualcosa assolutamente assieme, hanno deciso perché loro come famiglia si sono posti l'obiettivo di visitare venti musei l'anno [...] e una domanda generale perché qui non sapevamo neanche cosa potesse venire fuori, ma volevamo differenziare perché [...] loro venivano al museo con la famiglia, perché non da soli, perché non in coppia, perché non hanno lasciato i bambini dai nonni.”

24 Intervista alla dott.ssa Claut - “Qui volevamo sapere [...] se sono i bambini che spingono o se sono gli adulti, o se era tutto il nucleo familiare che voleva venire o se c'era solo una persona. Qui volevamo capire chi è il motore di questa scelta [...] abbiamo chiesto “*Siete in quattro o cinque non è che tutti devono aver avuto la stessa voglia di visitare il museo*” [...] per capire se i motori erano i bambini o gli adulti.”

25 Jesper Juul “Il bambino è competente” Feltrinelli, 2003

segnalate da un asterisco).

- (1) Vi adatterete agli interessi e alle velocità dei bambini.
- (2) Cercherete di guidare i bambini e di motivarli a vedere il museo insieme.
- (3) Siete disposti a separarvi cosicché ciascuno possa muoversi a seconda dei propri interessi.
- (4*) Rimaniamo insieme e decidiamo insieme di volta in volta.
- (5*) I bambini non sono interessati/troppo piccoli, però proveremo comunque a farcela.
- (6*) Altro

Questa domanda serviva a capire come la famiglia intendesse affrontare la visita, se lasciando ai figli mano libera o se invece il gruppo volesse muoversi insieme. Capire la dinamica di visita di una famiglia permetterebbe di rendere il percorso espositivi in linea con le loro aspettative. Il museo vorrebbe quindi allineare la sua agenda con quella delle famiglie (Ellebogen 2002 *op. cit.*). Inoltre la domanda era legata alla terza del sondaggio in uscita: “*Come si è svolta la visita al museo di oggi? Come si potrebbe descrivere meglio?*”. L'obiettivo era cercare di evidenziare differenze tra come le famiglie vorrebbero affrontare la visita e poi come l'affrontano nella realtà.

15. Quanto tempo avete previsto all'incirca per la visita?

Se la famiglia avesse fornito una stima della visita, andava segnata nella casella apposita scrivendola in ore e minuti, altrimenti si spuntava la casella *n.r.* (“non risponde”). Si trattava di una domanda legata al sondaggio in uscita, dove era stato chiesto “*quanto tempo la famiglia aveva immaginato di passare al museo*”. In questo modo si potrebbe calcolare la durata effettiva della visita e quella invece ipotizzata dalle famiglie. Se ci fosse uno scarto positivo tra i due numeri ($T_{\text{eff}} > T_{\text{ipo}}$) questo implicherebbe che l'esposizione di *MysteriX* è riuscita ad attrarre i visitatori.

16. Quali manifestazioni del museo archeologico conoscete?

Le risposte possibili erano le seguenti:

- (1) Ritorno alla preistoria
- (2) Giornata internazionale dei musei
- (3) Lunga notte dei musei
- (4) Incontro tra le culture
- (5) Altro

Non bisognava leggerle, bensì segnare quelle date dalla famiglia. Con questa domanda si cercava di capire quanto gli eventi speciali, dedicati alle famiglie locali, riuscissero a fidelizzarle. Per ammissione della dott.ssa Claut il Museo Archeologico organizza quasi sempre eventi speciali, concentrati nel tempo perché nel passato hanno dimostrato di essere in grado di far tornare le famiglie. La mancanza di piccoli eventi, spalmati con continuità sul calendario, è legato semplicemente alla tipologia dei visitatori del museo (che difficilmente torna, perché di passaggio). Secondo la mediatrice gli “altri musei che devono sviluppare il numero [e la tipologia] di visitatori, si pongono di più il problema di come richiamarne altri [...]”, come è il caso del Museo di Scienze Naturali dell'Alto Adige, che invece presenta un calendario fitto di piccoli eventi, distribuiti lungo tutto l'anno.

17. Che tipo di attività o servizi per famiglie desiderereste?

Questa era una domanda aperta dove andavano segnate le parole chiave o le frasi significative emerse nel corso dell'intervista. L'obiettivo era capire quali servizi una famiglia locale considera fondamentali per il buon funzionamento del museo e per avere una visita appagante.

Il sondaggio in uscita

Il sondaggio in uscita presentava un casellario per segnare i dati anagrafici della famiglia, identico a quello d'entrata. Come il precedente, il sondaggio in uscita consisteva in 17 domande, di cui alcune legate alle risposte date nelle precedenti domande. Solo alcune famiglie (quelle altoatesine) potevano rispondere a tutte le domande. Così come è stato fatto nel precedente paragrafo, adesso verranno presentate le domande in italiano del sondaggio somministrato alle famiglie in uscita da MysteriX. Per ogni domanda si spiegheranno gli obiettivi da ricercare e perché le domande sono state formulate in questo modo.

1. A che ora all'incirca siete entrati al museo?

Il pubblico doveva indicare, nei limiti del possibile, l'orario di ingresso al museo. In caso di forte discordanza o mancanza di un ricordo chiaro era possibile spuntare una casella *n.r.* (non risponde). La domanda serviva a quantificare la durata media (stimata) della visita su tutto il museo, e assieme alla domanda numero 9 la durata media (stimata) trascorsa a MysteriX. Assieme alla domanda numero 15 sondaggio in entrata, si dovrebbe così calcolare la differenza di tempo tra la visita preventivata al museo e quella realmente trascorsa, e quindi capire il grado di attrattività dello stesso. Inoltre una volta calcolato il tempo trascorso a MysteriX (secondo il giudizio della famiglia), sarebbe interessante verificare se è maggiore, uguale o minore della differenza (definita sopra) tra tempo preventivato e tempo trascorso. Per esempio scoprire che la visita effettiva è stata più lunga di quella che una famiglia effettivamente si aspettava, e che questo tempo è stato poi dedicato alla mostra temporanea, sarebbe un indicatore di buona progettazione della stessa.

2. E quanto tempo avevate immaginato di impiegare per la visita?

Si chiedeva semplicemente al pubblico se il tempo impiegato effettivamente coincidesse con quello ipotizzato. Sapere che la visita dura troppo poco rispetto alle aspettative del pubblico, potrebbe obbligare la direzione a prendere nuove strade e a progettare in maniera diversa le future esposizioni temporanee.

3. Come si è svolta la visita al museo oggi? Come si potrebbe descrivere meglio?

- (1) Vi siete adattati agli interessi e alla velocità dei bambini.
- (2) Avete guidato i bambini e li avete motivati a vedere il museo insieme.
- (3) Vi siete divisi cosicché ciascuno potesse proseguire sulla base dei propri interessi
- (4*) Noi siamo rimasti insieme e abbiamo deciso insieme di volta in volta.
- (5*) I bambini non erano interessati/troppo piccoli, però abbiamo provato a farcela comunque.
- (6*) Altro

La domanda voleva esplorare come la famiglia si rapporta con il museo: se per esempio il gruppo fosse monolitico e seguisse in blocco le decisioni dei genitori, oppure se i minori

avessero avuto libertà di esplorazione.

4. **Come valutate il museo archeologico nel complesso su una scala da 0 = pessima a 10 = eccellente?**

L'operatore doveva segnare due voti, uno per gli adulti e uno per i minori. In caso di discordanza occorreva trovare una media tra le persone di ognuno dei due gruppi. La domanda andava posta prima ai bambini, in modo che il giudizio dei genitori fosse ridotto. Secondo la dott.ssa Claut risultati sotto il nove dovrebbe far scattare un campanello d'allarme, infatti "quando cominciano a darti sette vuol dire che c'è sicuramente qualcosa che non andava, senno non ti da sette, ti da nove, dieci. [...] Se si è sentito bene e sta bene, non ti da sette." Anche per questa domanda, come nell'altra identica nel sondaggio in uscita, si doveva spiegare al pubblico "tedesco" la scala di valutazione (inversa a quella italiana).

5. **Cosa vi è piaciuto in modo particolare? E cosa invece meno?**

Si trattava di una domanda aperta dove l'operatore doveva segnare tutte le parole chiave che potrebbero emergere nel corso dell'intervista. Andava posta cura nel separare i concetti fondamentali degli adulti, da quelli dei minori.

6. **Quanto concordate con le seguenti affermazioni?**

- (A) Il museo archeologico è un museo particolarmente attento alle esigenze delle famiglie.
- (B) Alle famiglie vengono subito fornite tutte le informazioni sulle strutture e le offerte.
- (C) Gli oggetti della mostra e le vetrine sono facilmente visibili per i bambini, ossia accessibili.
- (D) Per le famiglie con bambini vi sono a disposizione sufficienti spazi e possibilità per riposarsi.
- (E) Dai più piccoli ai più grandi, ci sono delle cose interessanti per tutti.
- (F) L'utilizzo delle stazioni interattive è facile e immediatamente comprensibile.
- (G) Bambini e adulti sono stimolati a interagire tra di loro.
- (H) Le segnaletiche e indicazioni sono ben leggibili e comprensibili.
- (I) Con le informazioni disponibili si riesce a gestire molto bene il percorso della visita.
- (L) Il prezzo del biglietto è assolutamente adeguato.

La domanda richiedeva di leggere tutte le possibili risposte e poi spiegare la scala di valutazione secondo i quattro livelli proposti: **completamente**, **abbastanza**, **poco** e **per nulla**. Le affermazioni erano praticamente "gli obiettivi della mediazione per le famiglie" secondo il museo. In realtà la lista precedente non esaurisce tutti gli obiettivi della mediazione, bensì tratta di quei punti che invece presentano ancora delle incertezze, per cui le mediatrici non sono sicure della loro bontà. La domanda vorrebbe quindi capire quali obiettivi sono stati effettivamente raggiunti, e quali invece sono ancora lontani dalla soluzione.

7. **Per migliorare la vostra visita al museo come famiglia, cosa vi sarebbe stato ancora utile?**

Questa domanda aperta serviva a capire cosa fosse mancato a una famiglia, in pratica una sorta di "remedial question". L'obiettivo era capire le criticità del museo in generale e della sua offerta per le famiglie. Essendo una domanda aperta, sul modulo andavano scritte tutte

le parole chiave e anche le frasi significative degli adulti e dei bambini.

8. Avete visitato anche la mostra temporanea MysteriX all'ultimo piano?

Le risposte possibili erano *si* oppure *no*. In caso di risposta negativa si passava direttamente alla domanda numero 16, altrimenti si proseguiva normalmente con la domanda successiva.

9. Riuscite a ricordare quanto tempo all'incirca vi avete trascorso?

La domanda serviva a calcolare una stima (personale) del tempo medio di visita trascorso dalla famiglia a MysteriX. Assieme alle prime due domande del sondaggio, si voleva capire i tempi di permanenza di una famiglia nel museo e la capacità attrattiva della mostra temporanea.

10. Sapevate già da prima di MysteriX?

Le risposte possibili erano *si* oppure *no*. In caso di risposta negativa l'operatore saltava le successive due domande, e continua con la numero 13.

11. Da dove ne avevate sentito parlare?

- (A) Da una visita precedente;
- (B) pagina Facebook del museo;
- (C) sito internet del museo;
- (D) da qualche parte su Internet;
- (E) giornali/riviste;
- (F) radio/televisione;
- (G) scuola/asilo;
- (H) conoscenti/parenti;
- (J) guida turistica;
- (K) alloggio/albergatore;
- (L) altro

L'operatore dopo aver posto la domanda, aspettava le risposte del nucleo familiare e inseriva i codici letterali corrispondenti, fino a un massimo di tre. Le possibili risposte non sono state lette durante l'intervista. Nel caso la famiglia avesse sfruttato un altro *medium* non elencato, si doveva spuntare la risposta **(L) altro ...** e scrivere da chi o come avessero sentito parlare di MysteriX.

12. E siete venuti soprattutto per questo al museo?

Due opzioni per la risposta a questa domanda: *si, soprattutto per questo* oppure *no*. In questo caso si cercava di valutare quanto la presenza di un'esposizione esplicitamente dedicata alle famiglie, fosse un incentivo reale e concreto per venire al museo.

13. Come valutate la mostra MysteriX nel complesso su una scala da 0 = pessimo a 10 = eccellente?

La domanda richiedeva di leggere tutte le possibili risposte e poi spiegare la scala di valutazione. Questo è un aspetto fondamentale perché nella cultura tedesca, per esempio nei voti scolastici, la scala di valori è invertita rispetto a quella in uso in Italia e nei paesi di cultura anglosassone.

14. Cosa vi è piaciuto in modo particolare di MysteriX? Che cosa ricordate con piacere?

Si trattava di due domande aperte di cui andavano segnate le frasi significative e le parole chiave. Prima di porre la domanda è stato esplicitato che fossero i bambini i primi a dover rispondere. Per evitare imbarazzi e paure da parte loro, la domanda è stata fatta sempre sorridendo e cercando la loro complicità, in modo da diminuire il loro nervosismo. Come nel sondaggio in entrata si è cercato di indirizzare la prima domanda agli adulti e la seconda ai minori.

15. E cosa vi è piaciuto di meno? Mancava qualcosa?

Si trattava di una domanda complementare alla precedente, sempre del tipo aperto con l'obbligo di ascoltare prima le opinioni dei minori e di segnare i concetti chiave. In questo caso si volevano capire le cose che non avessero funzionato e perché. Sono state usate due domande contemporaneamente con lo scopo di “creare un mondo più ampio”, cioè uno spettro di risposte meno limitato.

16. Quali manifestazioni del museo archeologico conoscete?

- (1) Ritorno alla preistoria;
- (2) Giornata internazionale dei musei;
- (3) Lunga notte dei musei;
- (4) Incontro tra le culture;
- (5) altro

Questa era una domanda che veniva posta solamente agli abitanti della provincia di Bolzano e cercava di capire come le proposte “non istituzionali” del museo fossero riuscite a raggiungere i locali. Le risposte non andavano lette e si dovevano spuntare solamente quelle ricordate dal gruppo. Nel caso la risposta non rientrasse nei primi 4 casi, si dovrebbe spuntare la quinta casella, esplicitando il tipo di evento a cui la famiglia ha già partecipato.

17. Che tipo di attività o servizi per famiglie desiderereste?

La domanda aperta cercava di esplorare i desideri delle famiglie locali circa nuovi eventi e/o servizi che il museo dovrebbe offrire per incentivare una nuova visita. Andavano segnate le parole chiave, i concetti fondamentali e le frasi significative che sarebbero emerse dall'intervista.

Pianificazione dell'evaluation

Un'esposizione museale non si esaurisce con la sua progettazione, messa in opera e fruizione da parte del pubblico. Un aspetto altrettanto importante è quello di capire se la mostra svolge correttamente i compiti e gli obiettivi che si erano posti i curatori. La scelta di somministrare il sondaggio in un posto adeguato risulta importante ai fini della bontà dello stesso. Come evidenziato da Diamond²⁶ a pagina 84, una *location* inadatta può rendere inutilizzabile il sondaggio stesso, introducendo un *bias* eccessivo. La riduzione del *bias*, ovvero dei pregiudizi da parte del somministratore e del soggetto, è un obiettivo ideale, che si scontra però con la realtà. Tra i tanti fattori di *bias* possiamo citare un'evaluation condotta con un pubblico che non si trova a proprio agio di fronte all'esaminatore, il luogo dove si conduce il sondaggio non rilassa l'operatore e la persona, le domande non sono chiare, ci sono troppe distrazioni (qui si ricade in realtà nella scelta

26 [1]

del luogo). Non bisogna dimenticare che spesso le persone intervistate possono aver paura di rispondere a domande, per timidezza o altro. Alcuni pensano “di sbagliare la risposta” e così di mostrare la loro ignoranza. Altre hanno decisamente paura di “non” essere in grado di rispondere e quindi di esporsi alla gogna con l'intervistato. Durante l'*evaluation* è capitato di ricevere un immediato rifiuto. Alla gentile richiesta di conoscere il motivo, spesso ne è stato posto un altro.

La direzione desiderava esplorare le famiglie in ingresso al museo e quelle in uscita dalla mostra *MysteriX*, cioè quelle che effettivamente avevano percorso la mostra temporanea a loro dedicata. Per questo sono stati somministrati due sondaggi diversi, uno progettato per capire perché le famiglie vengono al museo, l'altro per comprendere l'impatto sui gruppi in visita. Il problema maggiore è stato quello di trovare dei luoghi abbastanza tranquilli e appartati in modo da rilassare le famiglie.

Nel resto del paragrafo si descrive come la ricerca di un buon posto dove somministrare il sondaggio, sia stata molto difficile a causa della ristrettezza di spazi liberi di cui soffre il museo e si spiegano i motivi che hanno poi portato alla scelta della cassa al primo piano e dell'uscita da *MysteriX* come luoghi dove fare l'intervista.

Nel corso di una precedente visita (ottobre 2012) era stata prodotta una scheda di valutazione del museo, che poi era stata presentata durante un colloquio con la dott.ssa Claut, all'epoca vicedirettrice. Durante l'incontro era emerso come la struttura soffrisse e soffra tuttora di una mancanza di spazi e di come il numero di visitatori fosse molto alto per le dimensioni della struttura. Questi sono alcuni numeri relativi al numero di visitatori per anno:

- nel 2002 il museo ha avuto 223.828 visitatori unici, rimanendo chiuso 2 mesi causa lavori;
- nel 2010 il museo ha avuto 225.168 visitatori unici rimanendo chiuso sempre due mesi;
- nel 2011 il museo ha avuto 265.050 visitatori unici nell'arco di dodici mesi.

La superficie calpestabile dai visitatori è pari a circa 1200 metri quadri, che comprende l'ingresso, la cassa, lo spazio per borse e ombrelli, le scale... La superficie dedicata quindi all'esposizione si riduce notevolmente e va divisa naturalmente per i tre piani. Con un rapido conto si trova che il numero medio di visitatori per metro quadro di superficie interna vale circa 200 persone per metro quadro (dato riferito al 2011), un valore quattro volte superiore alla densità rilevata in tutti musei e *science center* americani (si veda la tabella seguente). Appare evidente l'eccessiva densità di visitatori e di come attualmente sia impossibile alleviare questo problema.

Il gran numero di visitatori e i pochi spazi liberi e tranquilli hanno quindi ridotto drasticamente il numero dei posti dove condurre tranquillamente il sondaggio. In entrata la situazione era la migliore rispetto all'uscita. A fianco dell'atrio esiste una stanza con divani, dove i visitatori possono lasciare le borse e le giacche. Nelle giornate di bassa affluenza la soluzione era perfetta; un po' meno quando si avevano grandi affluenze. In uscita il problema era più serio, dal momento che il sondaggio veniva somministrato nelle scale, di fronte all'ascensore e a fianco delle *toilette*. Nei limiti del possibile, quando la famiglia era titubante e giustamente affaticata (quasi sempre), l'intervista veniva fatta in una sala dell'esposizione (per la precisione quella dedicata al lavoro con i bulini, a un paio di metri dall'uscita).

Media del numero di visitatori in rapporto alla superficie interna calpestabile al pubblico	
Tipologia di musei/science center	n° medio di visitatori per mq calpestabile
Piccolissimi – Stati Uniti	62
Piccoli – Stati Uniti	48
Media dimensione – Stati Uniti	50
Grande dimensione – Stati Uniti	43
Stati Uniti (tutte le dimensioni)	52
Extra Stati Uniti	55
Intero campione	52.4
Exploratorium – San Francisco	60
Museum of Natural History – Londra	64

Tabella 1: Valori medi del numero di visitatori in rapporto alla superficie interna calpestabile e aperta al pubblico. Con un valore a 200 persone per metro quadro il Museo Archeologico presenta un valore quadruplo rispetto alla media dei musei scientifici e dei science center statunitensi. I dati per questi musei sono stati presi dal sito dell'ASTC²⁷ - Association of Science and Technology Centers – 2001

²⁷ <http://www.astc.org/index.htm>

Analisi dei risultati

Il capitolo che segue contiene l'analisi dei dati raccolti con il conteggio delle famiglie e con i questionari in entrata e uscita. Seguono alcune puntualizzazioni sulla terminologia usata nel resto della tesi. Per “adulti” generalmente si intendono tutte le persone maggiorenni (sono quindi comprese le persone ultra sessantacinquenni), in contrapposizione ai “minori” (bambini e adolescenti). Quando sarà necessario, le persone maggiorenni sotto i 65 anni saranno definite “adulti”, quelle oltre saranno chiamate indifferentemente “nonni”, “anziani” e/o “senior”. Per quanto riguarda le famiglie provenienti da Germania, Svizzera e Austria, per loro si useranno indifferentemente gli aggettivi “tedesche”, “di cultura tedesca”, “di madrelingua tedesca” e “germaniche”, per differenziarle da quelle italiane e da quelle provenienti dal resto del mondo. A sua volta “resto del mondo” si riferirà alle famiglie che nel questionario sono state segnate come provenienti da altri paesi.

Conteggio

Il conteggio delle famiglie è stato fatto nell'arco di cinque giorni: il 6,14,15 giugno e il 3, 5 luglio. Sono state intervistate 251 famiglie la cui origine era la seguente: 1 dall'Alto Adige, 85 dal resto d'Italia, 105 dai paesi D/A/CH e 60 dal resto del mondo. Di una famiglia non si conosce l'origine. Le seguenti due tabelle mostrano la composizione di tutti i gruppi in base alla provenienza geografica e alla fascia d'età. Come si evince dalla seconda tabella, le famiglie provenienti da altri paesi erano mediamente più numerose di quelle italiane e “tedesche”. Infatti il numero medio di membri per famiglia vale 3,62, mentre per gli altri due gruppi vale 3,5. Il numero di adulti medio per famiglia invece è più alto in quelle svizzere, tedesche e austriache (1,81), mentre quelle italiane e del resto del mondo hanno valori quasi uguali (1,72 e 1,73 rispettivamente). Le persone sopra i 65 anni sono 22, ovvero il 4,5% degli adulti totali (che sono 488). Significa che mediamente in una famiglia su 10 c'era anche un anziano.

Ogni famiglia era mediamente composta da 1,69 minori, con valori diversi a seconda della provenienza geografica. Le famiglie provenienti dal resto del mondo hanno tipicamente 1,77 minori ed erano quindi sensibilmente più numerose delle altre.

Origine↓	Famiglie	Membri totali	Adulti	Anziani	Minori	Età 0-2	Età 3-6	Età 7-13	Età 14-17
Alto Adige	1	3	2	0	1	0	1	0	0
Italia-AA	85	298	146	8	144	6	37	85	16
Italia+AA	86	300	148	8	145	6	38	85	16
D/A/CH	105	368	190	7	171	11	47	91	22
Altri paesi	60	217	104	7	106	3	24	62	17
Ignota	1	4	2	0	2	0	0	2	0
Totale	251	890	466	22	424	20	109	240	55

Tabella 1 La tabella mostra la composizione delle famiglie divisa per origine e fascia d'età. La colonna **Adulti** si riferisce alle persone maggiorenni, ma che non hanno compiuto il 65 anno d'età. Ogni riga fornisce il numero medio di membri per ogni provenienza.

Origine↓	Membri totali	Adulti	Anziani	Minori	Età 0-2	Età 3-6	Età 7-13	Età 14-17
Italia	3,49	1,72	0,09	1,69	0,07	0,44	0,99	0,19
D/A/CH	3,50	1,81	0,07	1,63	0,10	0,45	0,87	0,21
Altri paesi	3,62	1,73	0,12	1,77	0,05	0,40	1,03	0,28
Totale	3,55	2,00	0,09	1,69	0,08	0,43	0,96	0,22

Tabella 2 La tabella mostra il numero medio di persone per famiglia in base all'origine. La colonna **Adulti** si riferisce alle persone maggiorenni, ma che non hanno compiuto il 65 anno d'età. Ogni riga fornisce il numero medio di membri per ogni provenienza.

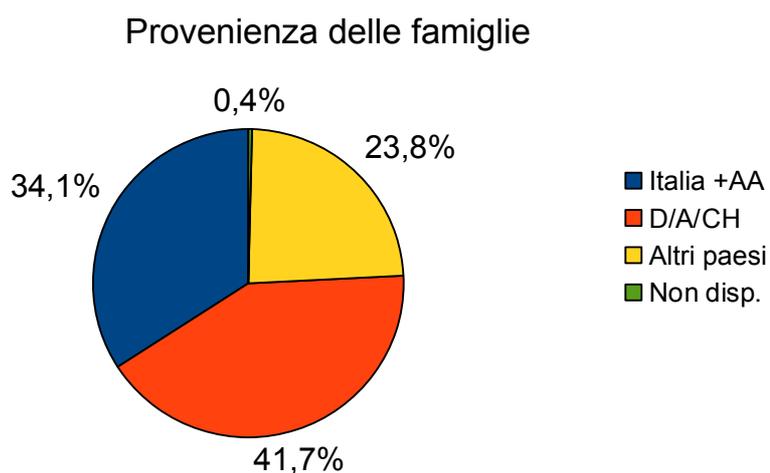


Illustrazione 1: Il grafico mostra la provenienza delle famiglie intervistate.

Il grafico precedente mostra la la percentuale dei paesi d'origine e differisce dai valori raccolti dal

Museo Archeologico per il 2011. Infatti nell'arco dell'anno le famiglie italiane erano il 39,3% (qui solo il 34,1%), quelle provenienti da Svizzera, Germania e Austria il 45,9% (qui il 41,7%), mentre il resto del mondo valeva il 14,8% (contro il 23,8% del sondaggio). In realtà i dati del sondaggio non possono essere proiettati all'intero 2013 per due motivi: l'esiguità delle giornate in cui si sono contate le famiglie (solo 5), il periodo estivo che fotografa un pubblico tipicamente turistico. Le giornate in cui è stato somministrato il sondaggio erano in piena estate ed erano giornate di ferie per i vari gruppi di visitatori. Il 6 giugno 2013 era un giorno lavorativo normale in tutta Europa. Il 14 giugno era lavorativo per tutti, tranne l'Italia. Il 15 giugno era un fine settimana con tutte le famiglie in ferie (difatti quel giorno sono state contate tantissime famiglie). Il 3 e il 5 luglio infine erano giornate lavorative con ferie in tutti i paesi (si veda la seguente tabella).

	6 giugno lavorativo senza ferie	14 giugno lavorativo, ferie in Italia	15 giugno weekend con ferie per tutti	3 luglio lavorativo con ferie per tutti	5 luglio lavorativo con ferie per tutti
Italia + A.A.	2	11	11	53	8
D/A/CH	10	7	5	65	18
Altri paesi	2	1	3	35	19
Totale	14	19	19	154	54

Tabella 3 La tabella mostra il numero di famiglie, divise per provenienza e giorno della visita.

Numero medio di persone per età e provenienza

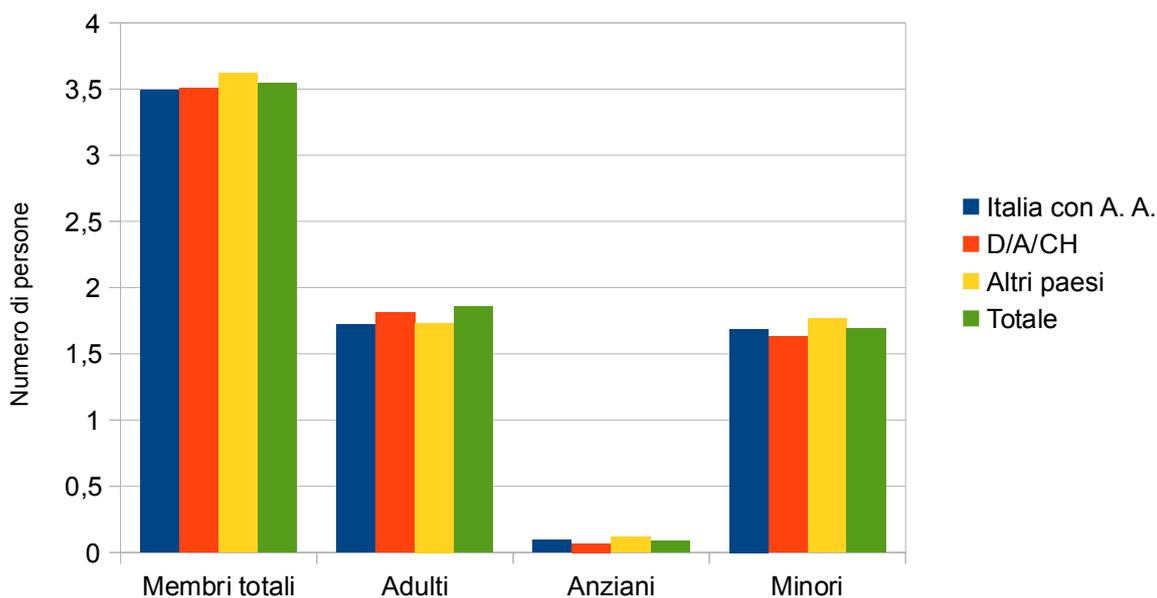


Illustrazione 2: La figura mostra il numero di persone per ogni gruppo in visita.

Età dei figli in rapporto all'origine della famiglia

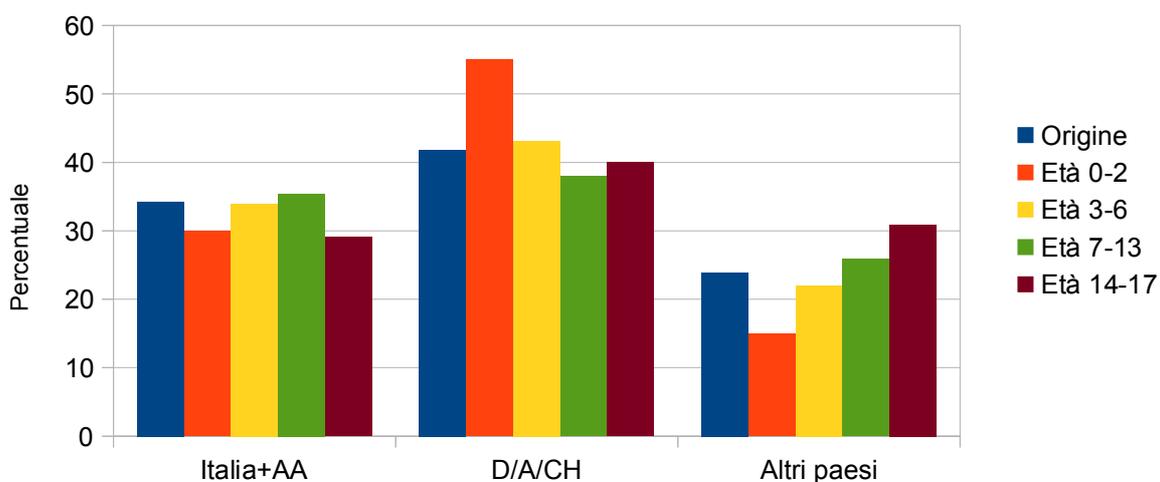


Illustrazione 3: Il grafico mostra la percentuale di minori per ogni fascia d'età in funzione dell'origine. **Origine** indica la percentuale parziale delle famiglie provenienti da un dato paese sul totale delle famiglie intervistate.

Distribuzione dei minori per fasce d'età

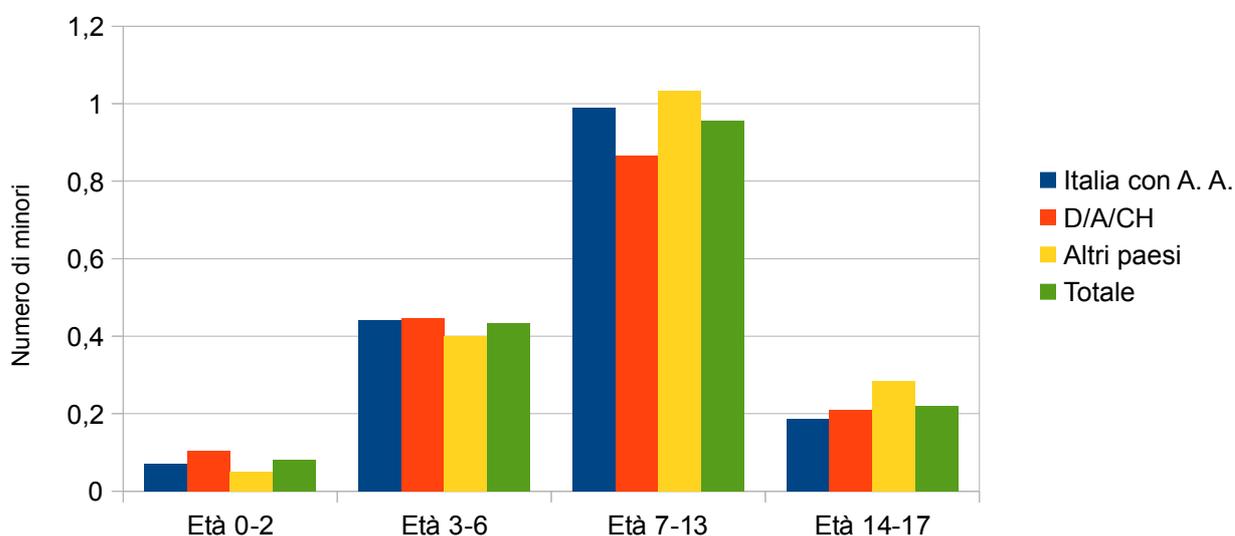


Illustrazione 4: La figura mostra la distribuzione del numero medio di minori per nucleo familiare, in base alla fascia d'età.

Il grafico precedente mostra come varia l'età dei figli in base alla provenienza della famiglia. Le colonne blu rappresentano i valori percentuali delle famiglie secondo la loro origine. Quindi circa un terzo sono italiane, poco più del 40% “tedesche” e il restante quarto dal resto del mondo. Allo stesso modo sono affiancate le percentuali per ogni fascia d'età e per ogni paese. Le famiglie provenienti da Austria, Svizzera e Germania per esempio hanno in rapporto al resto del campione più infanti (minori con età fino ai 2 anni). Il numero di questi bambini invece è sotto rappresentato nelle famiglie provenienti da altri paesi, mentre è maggiore quello degli adolescenti (che sono i minori con età compresa tra 14 e 17 anni). Per queste famiglie, probabilmente in arrivo da paesi lontani dall'Italia, deve essere stato più difficile viaggiare con bambini molto piccoli. Le stesse famiglie invece hanno portato con sé in percentuale maggiore i figli adolescenti. In tal caso è plausibile che il viaggio in Alto Adige venga visto da questi nuclei famigliari come un'occasione per stare assieme. Le famiglie di madrelingua tedesche (D/A/CH) invece non sembrano risentire di questo effetto sui loro neonati. Malgrado queste famiglie fossero il 41,8% del totale, hanno portato infatti il 55% dei bambini con età tra 0 e 2. Probabilmente questi nuclei famigliari parlando una delle due lingue ufficiali della provincia di Bolzano, hanno avuto meno difficoltà nell'organizzare il loro viaggio.

La seguente tabella mostra invece le differenze numeriche tra le famiglie contate alla cassa del museo, cioè quando stavano per iniziare la visita, e quelle contate all'uscita di *MysteriX* (ovvero quelle che avevano visitato tutto il museo).

Famiglie ↓	Italia con A. A.	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Alla cassa	63 (74,1%)	59 (56,2%)	48 (80,0%)	170 (68%)
A Mysterix	22 (25,9%)	46 (43,8%)	12 (20,0%)	80 (32%)
Totale	85 (100%)	105 (100%)	60 (100%)	250 (100%)

Tabella 4 La tabella mostra quante famiglie e la loro percentuale sono state contate alla cassa e a MysteriX. È stata esclusa l'unica famiglia di cui non si conosceva l'origine.

Come si vede le famiglie più “diligenti”, ovvero che hanno visitato anche la mostra temporanea all'ultimo piano, sono state quelle svizzere, austriache e tedesche; circa il 44% ha visitato la mostra temporanea e quella permanente. Non si può sapere comunque se le famiglie hanno “effettivamente” visitato *MysteriX*. Quelle che sono state contate, sono famiglie che “fisicamente” hanno concluso la loro visita al museo raggiungendo l'ultimo piano. All'interno di queste, alcune avranno saltato la mostra a piè pari, altre no. Si può comunque affermare che poco più di una famiglia su due non ha comunque visitato la mostra per famiglie. Le famiglie italiane e quelle provenienti dagli altri paesi sono state quelle meno “disciplinate”. Solo una famiglia su 4 ha concluso il giro di tutto il museo, mentre solo una su 5 di quelle provenienti dal resto del mondo, lo ha fatto.

Famiglie ↓	Italia con A. A.	D/A/CH	Altri paesi	Totale
In cassa al mattino	27	31	20	78
A MysteriX al mattino	8	24	8	40
Totale al mattino	35	55	28	118
% MysteriX - mattino	22,9%	43,6%	28,6%	33,9%
In cassa al pomeriggio	36	28	28	92
A MysteriX al pom.	14	22	4	40
Totale al pomeriggio	50	50	32	132
% MysteriX - pom.	28,0%	44,0%	12,5%	30,3%

Tabella 5 La tabella mostra la percentuale di famiglie che ha visitato MysteriX al mattino e al pomeriggio. È stata esclusa l'unica famiglia di cui non si conosceva l'origine.

I dati mostrano che le famiglie italiane in visita al pomeriggio erano meglio disposte alla visita di MysteriX. Al mattino infatti solo il 22,9% è stata poi contata all'ultimo piano, a fronte del 28% del pomeriggio. Questi due valori sono molto diversi nelle famiglie tedesche, austriache e svizzere. Quasi la metà di loro ha visitato tutto il museo, sia al mattino, che al pomeriggio. I gruppi provenienti da altri paesi hanno invece mostrato un comportamento diverso tra le due parti della giornata. Infatti al mattino circa una famiglia su tre ha completato il giro, mentre questo rapporto crollava a uno su otto nel pomeriggio. Probabilmente queste famiglie avevano programmato altre attività nel corso della loro visita a Bolzano e quindi era più disposte ad abbandonare il museo subito alla fine dell'esposizione dedicata a Ötzi (che non va dimenticato è il motore primo della visita).

Per quanto riguarda la composizione delle famiglie per sesso, i dati sono sintetizzati nelle successive tabelle.

Fascia d'età→	Minori	Adulti 18-64 anni	Adulti >65 anni
Donne	186	221	11
Uomini	238	223	11

Tabella 6 La tabella mostra il numero di persone per sesso, divise in tre fasce d'età.

Il numero di adulti, comprese le persone anziane, è praticamente identico se si sommano le famiglie senza riguardo per la loro provenienza. Se si scorrono però i dati in base all'origine emergono delle differenze.

Origine→	Italia + A. A.	D/A/CH	Altri paesi	Sconosciuta	Totale
Uomini 18-64	77	93	52	1	223
Donne 18-64	71	97	52	1	221
Anziani	4	4	3	0	11
Anziane	4	3	4	0	11
Totale	156	197	111	1	466

Tabella 7 La tabella mostra il numero di adulti per sesso, divisi per provenienza geografica.

Infatti le famiglie italiane hanno più uomini adulti, con età compresa tra 18 e 64 anni, che donne adulte. Il contrario avviene per le famiglie svizzere, austriache e tedesche. Quelle provenienti da altri paesi invece presentano una perfetta parità tra uomini e donne. Le discrepanze tra famiglie italiane e quelle “tedesche” si compensano, cosicché in totale ci sono praticamente lo stesso numero di uomini e donne nei nuclei famigliari in visita al Museo Archeologico.

Per quanto riguarda i minori la situazione varia a seconda del paese di provenienza. Nelle famiglie italiane i bambini tra 3 e 14 anni d'età sono nettamente di più delle bambine (78 contro 54). La stessa dinamica si ritrova anche nelle famiglie provenienti dall'area tedesca. Infatti sempre nella stessa fascia d'età i maschi sono 81 e le femmine 57. Il rapporto per entrambi questi gruppi di famiglie è molto simile e pari a 1,4 (ovvero per ogni bambina ci sono 1,4 bambini). Il rapporto sale ancora a 1,6 nelle famiglie provenienti dal resto del mondo. Infatti sono state contate 33 bambine e 53 bambini. Facendo la somma dei bambini nella fascia d'età tra 3 e 14 anni per tutte le famiglie, ci sono 203 maschi e 146 femmine. Il rapporto maschi/femmine in questo caso vale circa 1,4. Possiamo quindi dire che il Museo Archeologico viene visto dalle famiglie in visita come un luogo adatto per i figli maschi. Probabilmente le tematiche trattate sono di maggior interesse per i bambini e sono loro a spingere le famiglie a visitare il museo e a vedere la mummia di Ötzi. Quando i figli sono adolescenti, questo sbilanciamento tra i sessi si riduce notevolmente.

Origine→	Italia + A. A.	D/A/CH	Altri paesi	Sconosciuta	Totale
Maschi 0-2	0	5	1	0	6
Femmine 0-2	6	6	2	0	14
Maschi 3-6	23	32	14	0	69
Femmine 3-6	15	15	10	0	40
Maschi 7-13	45	49	39	1	134
Femmine 7-13	40	42	23	1	106
Maschi 14-18	7	13	9	0	29
Femmine 14-18	9	9	8	0	26
Totale	145	171	106	2	424

Tabella 8 La tabella mostra i minori divisi per sesso in base alle fasce d'età e alla loro provenienza.

Composizione dei minori per sesso e provenienza

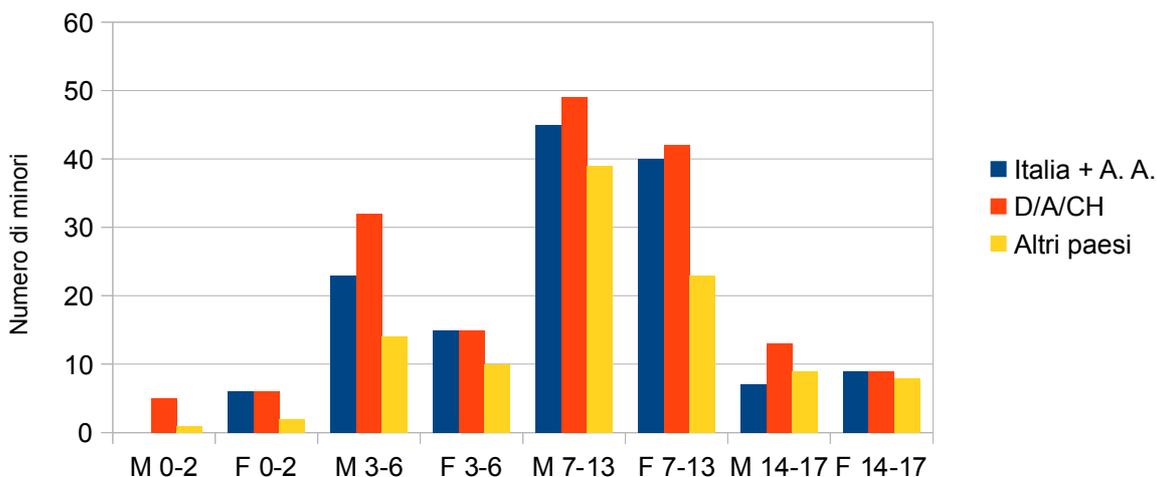


Illustrazione 5: La figura mostra i minori divisi per sesso, in base alla loro provenienza e alla corrispondente fascia d'età. Non è stata calcolata l'unica famiglia di cui non si conosce il paese di origine.

L'ultimo grafico mostra la consistenza numerica di tutte le famiglie conteggiate. Come si vede, la maggior parte dei gruppi è composta tra 3 o 4 persone, mentre minoritarie risultano le famiglie con 2 soli membri (adulto e minorenne) e quelle con 5 membri. Solo 5 famiglie su 252 avevano più di 6 componenti.

Consistenza numerica delle famiglie per origine

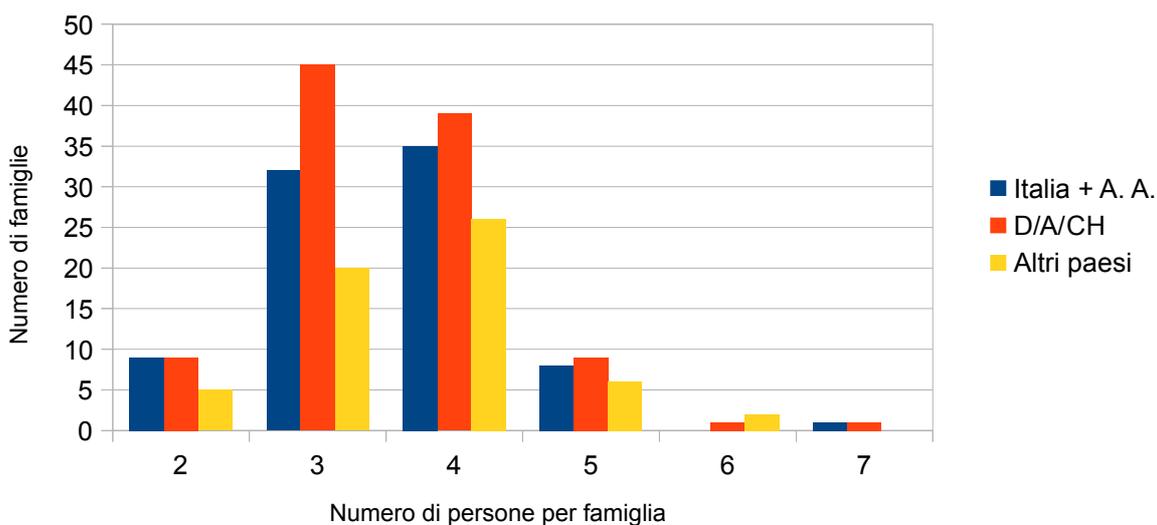


Illustrazione 6: La figura mostra le famiglie divise per numero di membri e per origine. Non è stata considerata l'unica famiglia della quale non si conosce la provenienza.

Sondaggio in entrata

Conteggio famiglie

All'ingresso del museo sono state intercettate 42 famiglie di cui 14 italiane, 17 provenienti da Svizzera, Germania e Austria e 7 provenienti da altri paesi. Da una prima analisi emerge che il rapporto tra adulti e *over 65* varia a seconda della provenienza geografica. Sembra emergere un certo sbilanciamento che favorisce i "nonni" italiani e quelli delle famiglie provenienti da altri paesi. Probabilmente si tratta di un fenomeno legato ai lunghi viaggi, in cui probabilmente i membri anziani non si spostano con il resto della famiglia. Mentre quasi un adulto italiano su quattro è anziano, il rapporto scende a 1 a 10 per le famiglie di altri paesi.

Scorporando le famiglie per fasce di età è emerso che le 42 famiglie erano composte da 65 adulti, 13 persone sopra i 65 anni e 71 minori. Di questi 58 erano bambini e 13 adolescenti, pari a circa un quinto del campione (per la precisione il 18,3%). Il risultato è comparabile a quello emerso dalle interviste in uscita, per cui la maggior parte delle famiglie (4 su 5) è composta da bambini, piuttosto che da adolescenti.

Mediamente ogni gruppo familiare è risultato essere composto da 3,5 persone, un valore superiore del 9% rispetto al 3,2 trovato per le famiglie in uscita. Le famiglie italiane sono risultate mediamente più piccole con 3,1 membri per nucleo. Le altre famiglie (D/A/CH e altri paesi) hanno lo stesso numero di membri per gruppo, pari a 3,9. Questo è un valore del 28% maggiore delle famiglie italiane e questa sostanziale differenza potrebbe spiegarsi con le diverse dinamiche di viaggio delle famiglie straniere. Probabilmente hanno più vincoli e viaggiano in gruppo, senza dividersi. D'altronde per loro risulta oggettivamente più difficile lasciare i figli, soprattutto se piccoli, in albergo e visitare da soli il museo.

La maggior grandezza dei nuclei famigliari stranieri si riflette anche nel numero medio di bambini e adolescenti per famiglia, rispettivamente 1,6 e 0,3. Questi valori sono stati calcolati sommando le famiglie di area tedesca con quelle degli altri paesi, e non sono presentati nella tabella. Anche in questo caso il numero medio di adolescenti e bambini per famiglia sono superiori ai valori trovati per le famiglie italiane.

Un dato che invece risulta trasversale rispetto alla provenienza geografica è il rapporto bambini/adolescenti, che oscilla attorno a valori di poco superiori all'80%. Significa che in tutte le famiglie c'era circa un adolescente ogni cinque bambini.

	Italia	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Persone totali	66 (44,6%)	43 (29,1%)	39 (26,4%)	148 (100%)
Adulti	28 (43,1%)	18 (27,7%)	19 (29,2%)	65 (100%)
Nonni	8 (61,5%)	3 (23,1%)	2 (15,4%)	13 (100%)
Minori	31 (43,7%)	22 (31%)	18 (25,4%)	71 (100%)
Di cui bambini	25 (43,1%)	18 (31%)	15 (26,9%)	58 (100%)
Di cui adolescenti	6 (46,2%)	4 (30,8%)	3 (23,1%)	13 (100%)
Numero di famiglie	14 (50%)	17 (26,2%)	7 (23,8%)	38 (100%)
Media persone per famiglia	3,1	3,9	3,9	3,5
Media di adulti per famiglia	1,3	1,6	1,9	1,5
Media nonni per famiglia	0,4	0,3	0,2	0,3
Media di minori per famiglia	1,5	2,0	1,8	1,7
Media di bambini per famiglia	1,2	1,6	1,5	1,4
Media di adolescenti per famiglia	0,3	0,4	0,3	0,3
% Bambini	80,6	81,8	83,3	81,7
% Adolescenti	19,4	18,2	16,7	18,3
Uomini adulti	18	10	11	39
Donne adulte	18	11	10	39
% Donne adulte	50,0	52,4	47,6	50,0

Tabella 9: La tabella riassume i dati anagrafici delle 42 famiglie intervistate divisi per paese d'origine. Le percentuali tra parentesi si riferiscono al totale delle persone nell'ultima colonna.

Gli anziani che sono stati invece intervistati erano numericamente consistenti, rispetto a quelli conteggiati in uscita. Erano in totale 13 di cui 8 italiani, 3 provenienti dai paesi D/A/CH e 2 dal resto del mondo. In proporzione al numero di famiglie e di adulti divisi per provenienza geografica, gli anziani italiani erano in numero maggiore. Le famiglie italiane contate sono esattamente la metà del campione, ma gli anziani italiani sono il 61,5% del totale. Si può dedurre che le famiglie italiane inglobano un numero maggiore di anziani, essendo probabilmente gli spostamenti e la logistica più semplici rispetto a chi viene da lontano. Inoltre in ben 4 famiglie su 13, i nipoti erano accompagnati solamente dai nonni.

Per quanto riguarda il rapporto in base al sesso tra gli adulti, non emerge nessuna differenza

significativa. Metà del campione è donna, metà uomo. Nei dati in uscita, pur se meno consistenti numericamente, emerge invece che nelle famiglie italiane c'era una preponderanza della componente femminile.

	Ragazze	Ragazzi	Adolescenti	Bambine	Bambini	Bambini tot.
Individui	7	6	13	21	37	58
Età media(anni)	13,1	14,5	8,9	8,9	8,8	8,8

Tabella 10: Composizione ed età dei minori intercettati in entrata.

Nei due grafici successivi vengono rappresentati graficamente la composizione numerica delle famiglie di tutto il campione. Nel primo in particolare sono state contate le famiglie in base al loro numero di componenti. Come ci si poteva aspettare, le famiglie con un solo genitore e un solo minore sono poche, così come sono poco consistenti quelle con 5 membri e oltre. Nessuna famiglia di 5 persone aveva più di 3 figli, ovvero tutte le famiglie erano composte da 2 adulti e 3 minori. Il grafico ha un picco predominante a 4 membri, mentre il corrispondente grafico per le famiglie in uscita risulta essere più equilibrato, grazie all'aumento delle famiglie con soli 2 membri.

Composizione numerica dei nuclei famigliari

Dati mancanti per una famiglia

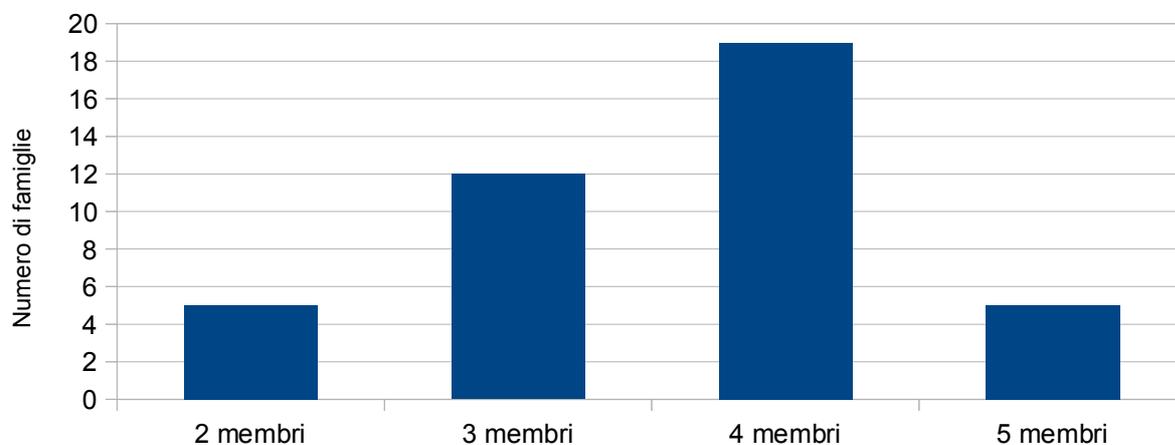


Illustrazione 7: La figura mostra la composizione numerica delle famiglie intervistate.

Composizione delle famiglie per numero di minori, adolescenti e bambini

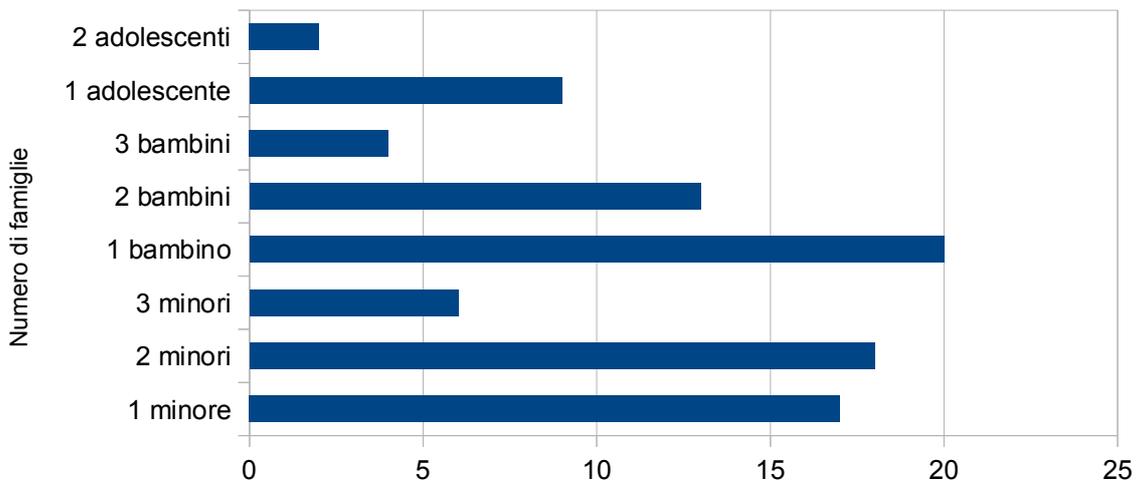


Illustrazione 8: La figura mostra il numero delle famiglie in funzione del numero di figli, di bambini e di adolescenti rispettivamente.

Avevate già da prima l'intenzione di visitare il museo?

L'intenzione di venire a visitare al museo risulta differente a seconda della provenienza geografica del gruppo familiare. Come ci si potrebbe aspettare, le famiglie italiane hanno scelto di venire al museo prevalentemente il giorno stesso (9 gruppi) oppure due giorni prima (6 gruppi). Un piccolo gruppo di 3 famiglie invece aveva programmato la visita con almeno un mese di anticipo. Il comportamento delle famiglie italiane sembra ricalcare quello dei turisti estivi in visita in Alto Adige. Quando c'è maltempo e non si riesce a “vivere la montagna” si scende in città, ovvero a Bolzano.

Le famiglie straniere invece presentano due comportamenti diversi. Per le famiglie originarie dei tre paesi germanofoni, il momento della scelta è temporalmente vicino alla visita, con ben il 73% dei gruppi che ha deciso meno di due giorni prima. Le famiglie provenienti dal resto del mondo scelgono invece con grande anticipo di visitare il museo, infatti il 78% ha scelto di venire almeno una settimana prima. Anche se il campione totale non è molto ampio si può ipotizzare che chi viene dai D/A/CH, può aver preso in considerazione di visitare il museo, prima di partire, ma il motore principale della decisione, così a breve termine, è probabilmente il maltempo. Nel caso delle famiglie provenienti dagli altri paesi, il 78% sa già con almeno una settimana d'anticipo che sarebbero andati comunque a visitare il museo archeologico.

Sommando tutte le famiglie risulta preponderante la “scelta all'ultimo minuto”. Infatti su 42 famiglie in totale, ben 21 (pari al 64%) hanno deciso negli ultimi due giorni di visitare il museo.

Quando avete deciso che sareste venuti oggi al museo?

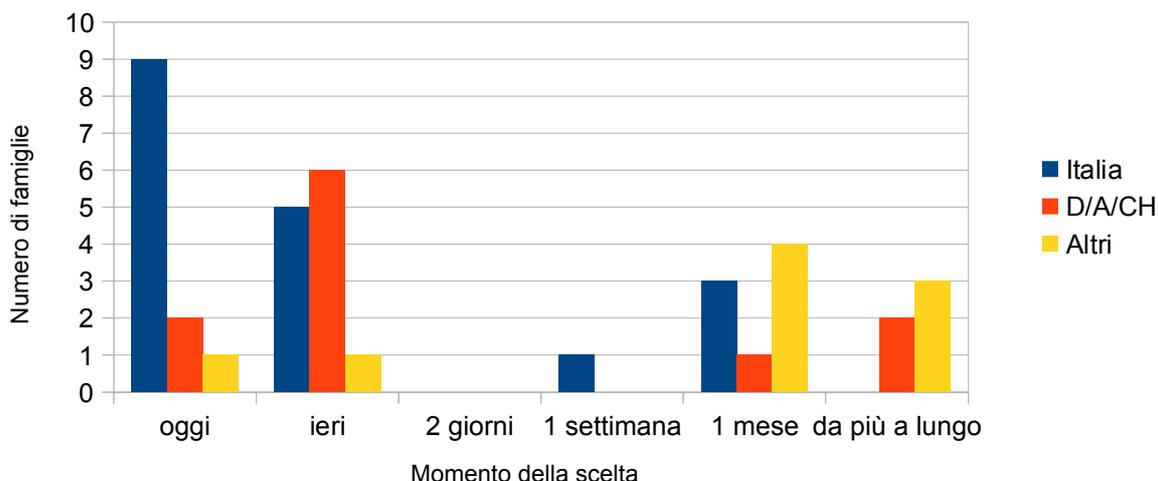


Illustrazione 9: Momento della scelta di venire esattamente nel giorno del rilevamento al Museo Archeologico in funzione del numero di famiglie. Sono rappresentate le famiglie provenienti dall'Italia, comprese le uniche due altoatesine, quelle provenienti dalla Germania, dall'Austria e dalla Svizzera e tutte le altre famiglie del campione.

Momento della decisione	Meno di due giorni	Più di una settimana
Italia con A.A.	14	4
D/A/CH	8	3
Altri	2	7
Totale	27	14

Tabella 11: Nella tabella sono scritte le famiglie, divise per tre diversi gruppi di paesi di provenienza, le cui decisioni di venire al Museo Archeologico sono state ponderate meno di due giorni prima della visita e oltre questo lasso di tempo.

Quando avete deciso che sareste venuti oggi al museo?

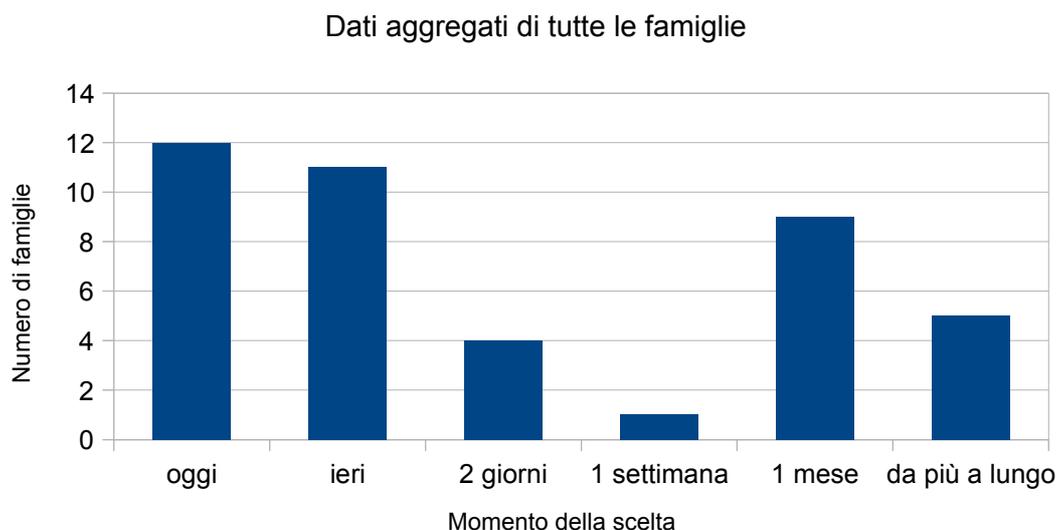


Illustrazione 10: Momento della scelta di venire esattamente nel giorno del sondaggio al Museo Archeologico, in funzione del numero delle famiglie. I dati sono stati aggregati per ogni provenienza geografica, quindi il totale delle 42 famiglie che hanno risposto al questionario.

Avevate già da prima intenzione di visitare il museo?

La maggior parte delle famiglie aveva già da prima, l'intenzione di visitare il museo (la percentuale corrispondente sul totale del campione è pari all'81%). Quindi 4 famiglie su 5 avevano già manifestato l'intenzione di venire e quindi la loro visita era stata programmata. Disaggregando i dati per provenienza, emerge che soprattutto le famiglie italiane e quelle di lingua tedesca avevano l'intenzione di venire in visita, e che quindi in qualche modo già conoscessero il museo. La maggior parte delle visite comunque può considerarsi in un certo senso "programmata".

Risposta	Italia con A.A.	D/A/CH	Altri	Totale
Sì	16	10	3	34
No	4	1	7	8

Tabella 12: Risultati complessivi della domanda divisi per tre gruppi di provenienza e dati totali. L'ultima colonna tiene in considerazione anche le due famiglie di cui non si conosce la provenienza geografica.

Avevate già da prima l'intenzione di visitare il museo?

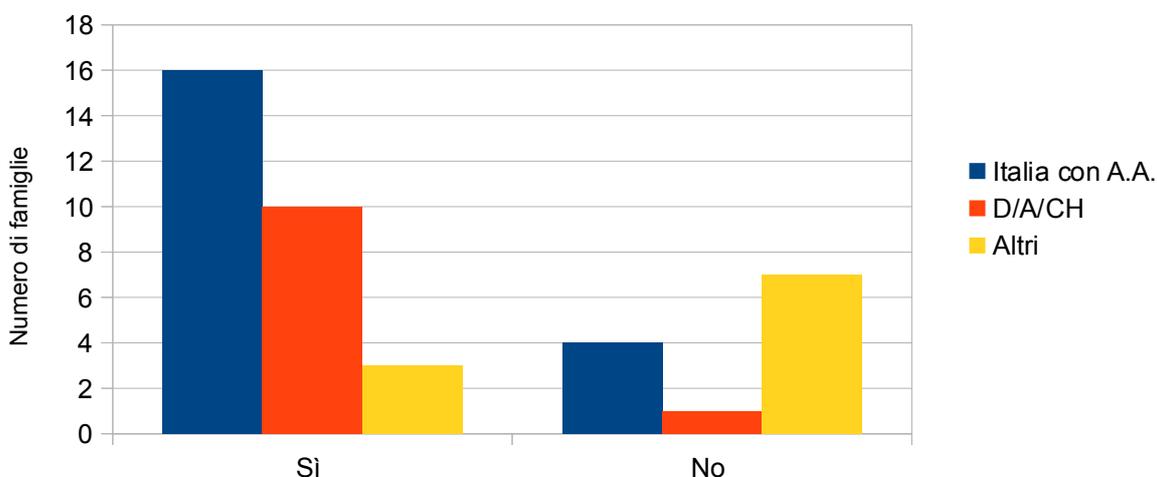


Illustrazione 11: Numero delle famiglie che avevano o meno l'intenzione di visitare il Museo Archeologico divise per provenienza.

Avevate già da prima l'intenzione di visitare il museo?

Dati aggregati per tutte le famiglie

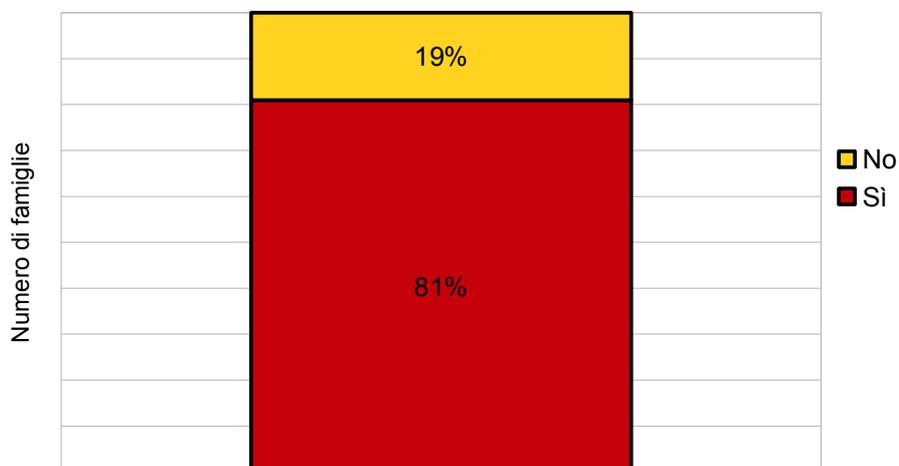


Illustrazione 12: Nel grafico sono mostrate tutte le famiglie del campione divise per risposta affermativa (34 sul totale) e negativa (8 sul totale). Le percentuali corrispondenti sono l'81% e il 19%.

Da dove conoscete il museo?

L'analisi delle risposte sul mezzo di comunicazione attraverso cui le famiglie sono venute a conoscenza del museo, mostra subito che Facebook è il canale meno utilizzato. Malgrado l'enorme

diffusione del *social network*, solamente due famiglie hanno infatti dichiarato che Facebook è stato uno dei canali privilegiati per conoscere il museo. Per la precisione una famiglia italiana e una proveniente da “un altro paese”. La prima ha detto di considerare preferenziali i seguenti canali: Facebook, il sito ufficiale del museo, internet in generale, programmi radiotelevisivi, la scuola/asilo, parenti e/o amici, una guida turistica infine la visita all'Archeopark in Val Senales, proprio dove è stato trovato Ötzi. In pratica questa famiglia composta da una mamma, un nonno e due nipotini di 4 e 7 anni, hanno considerato preferenziali quasi tutti i canali di comunicazione. Risulta quindi impossibile dare il giusto rilievo alla loro scelta di Facebook. Probabilmente il gruppo ha deciso di visitare il Museo Archeologico dopo essere stati all'Archeopark. In Val Senales hanno potuto infatti esplorare la ricostruzione di un villaggio neolitico e probabilmente hanno voluto osservare il corpo “originale” di Ötzi. Per questa famiglia Facebook è stato probabilmente un canale “marginale”.

L'altra famiglia che ha risposto Facebook ha fornito anche le altre seguenti risposte: mezzi radiotelevisivi, giornali e riviste, guide turistiche e l'alloggio dove sono stati ospitati. La famiglia era composta da una madre e un padre, assieme a due figli maschi di 5 ed 8 anni. Gli altri canali preferenziali sono quelli tipici di una famiglia che programma un viaggio da lontano e con un certo anticipo. Il gruppo aveva già deciso di venire al museo da almeno un mese. Si tratta quindi di una famiglia che ha attentamente programmato il viaggio in Alto Adige e cercato informazioni dettagliate attraverso la consultazione di guide, riviste e giornali.

Canale preferenziale	Italia con A.A.	D/A/CH	Altri	Totale
Già visitato	5	4	0	9
Facebook	1	0	1	2
Website	12	3	5	20
Internet	4	1	4	9
Giornali/riviste	10	3	5	19
Radio/TV	9	3	6	19
Scuola/asilo	11	3	2	17
Conoscenti/parenti	6	5	1	13
Guide turistiche	3	6	2	12
Alloggio/albergo	4	3	1	8
Altro...	9	3	2	14

Tabella 13: Tabella riepilogativa dei canali preferenziali con cui tutte le famiglie del campione hanno conosciuto il Museo Archeologico.

Per quanto riguarda i visitatori italiani (compresi anche i dati dell'Alto Adige) quattro sono stati i canali preferiti: il sito online del museo, i giornali e le riviste, programmi radiotelevisivi e la scuola. Le preferenze riferibili a questi quattro canali sono state 42, a fronte delle 65 di tutti gli altri (escluso la risposta *Altro...*) Tra gli altri canali non inquadrabili, le famiglie italiane hanno usato nell'ordine: un'agenzia del turismo, il già citato Archeopark in Val Senales, una mamma originaria del trentino, una pubblicità vista a Pejo in provincia di Trento, il fatto di essere originari di Appiano (*Eppan*) e quindi di conoscere già il museo, il Messner Mountain Museum di Brunico (*Bruneck*), un ufficio turistico e la rivista National Geographic, libri (in particolare un'enciclopedia) e per finire un

supermercato. Una famiglia della provincia di Bolzano ha inoltre detto di considerare un canale privilegiato, l'enorme gigantografia di Ötzi che accoglie gli automobilisti appena escono dal casello autostradale di Bolzano Sud.

Le famiglie provenienti da Germania, Austria e Svizzera hanno mostrato un preferenza omogenea tra i vari canali proposti, tra cui emergono però i seguenti: avevano già visitato il museo (turisti fedeli all'offerta culturale della provincia), conoscenti/parenti e le guide turistiche. Il numero totale di preferenze era pari a 37, a fronte di ben 11 diversi canali preferenziali. L'analisi di questi dati non può quindi ritenersi conclusiva. Tra gli altri canali comunque le famiglie in questione hanno risposto: persone del luogo ("*einheimischen*"), la lettura di un libro su Ötzi ("*Iceman Buch*") e un volantino reperito in hotel ("*Prospekt im Hotel*").

I restanti gruppi invece hanno conosciuto il museo preferibilmente attraverso internet (sito ufficiale e altri), la carta stampata e i mezzi di diffusione radiotelevisivi. In pratica i canali ritenuti preferenziali si possono dividere in due gruppi distinti: classici (carta stampata e radio/tv) e nuovi mezzi di comunicazione (il *web*). I primi hanno complessivamente raccolto 9 preferenze, i secondi 11 su un totale di 29 preferenze espresse. Al di fuori delle risposte classiche, le famiglie hanno anche risposto con: Youtube e National Geographic per una famiglia madrelingua inglese e il lavoro come archeologi di una famiglia di madrelingua tedesca ("*Arbeiten und Archäologen*").

Da dove conoscete il museo?

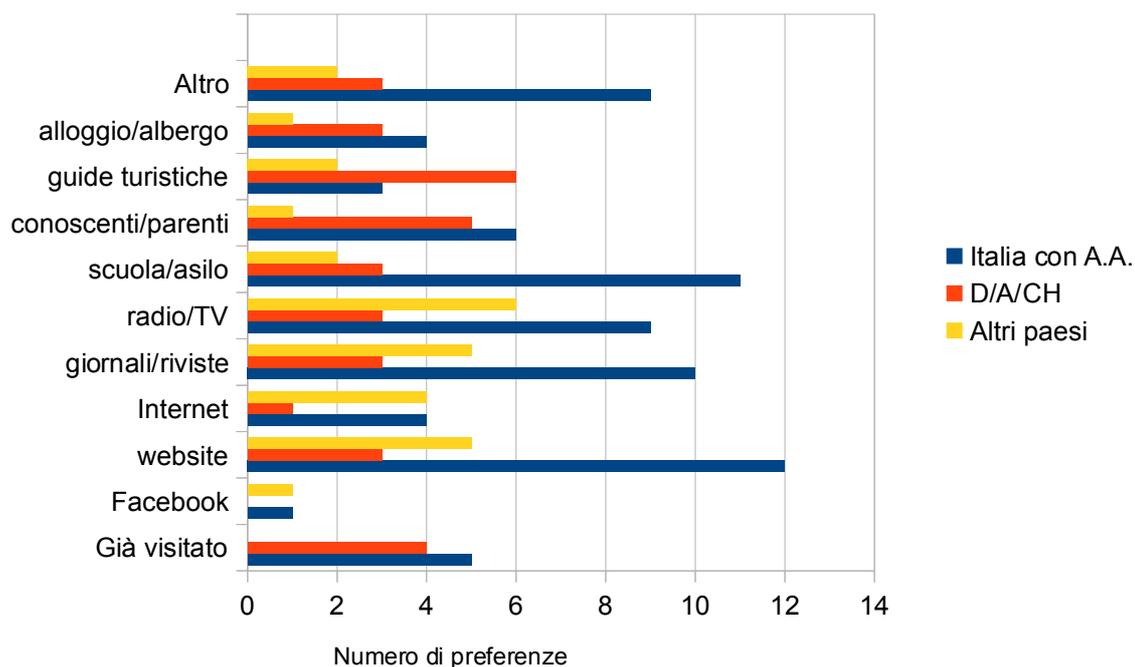


Illustrazione 13: Nel grafico sono presentate il numero di preferenze accordate ai vari mezzi di comunicazione, secondo la provenienza geografica del campione.

E qual è stato il canale informativo migliore?

Ogni famiglia poteva indicare all'operatore fino a un massimo di tre canali ritenuti migliori. I risultati sintetizzati dalle seguenti tabelle mostrano come il sito internet ha soddisfatto la curiosità dei visitatori che desideravano scoprire l'offerta museale. L'*homepage* del museo ha ricevuto 11 preferenze sulle 47 totali. A seguire viene la scuola e gli insegnanti, che per 6 famiglie intervistate, sono stati il canale migliore con cui sono venuti a conoscenza del museo. Sette risposte cadono nella definizione **Altro**, mentre chiudono questa particolare classifica, con una sola preferenza, Facebook e l'albergo dove soggiornava una famiglia.

Il comportamento tra i vari paesi emerge dal secondo grafico. In particolare le famiglie italiane hanno detto di aver usato con successo il sito internet, le conoscenze acquisite a scuola e le altre preferenze non elencate nel questionario. Le famiglie invece provenienti da Germania, Svizzera e Austria in un terzo dei casi (3 preferenze su 9) le classiche guide turistiche. Coloro che venivano dagli altri paesi hanno invece usato internet sempre in un terzo dei casi (sempre 3 preferenze su 9).

E qual è stato il canale informativo migliore?

Dati aggregati per tutto il campione

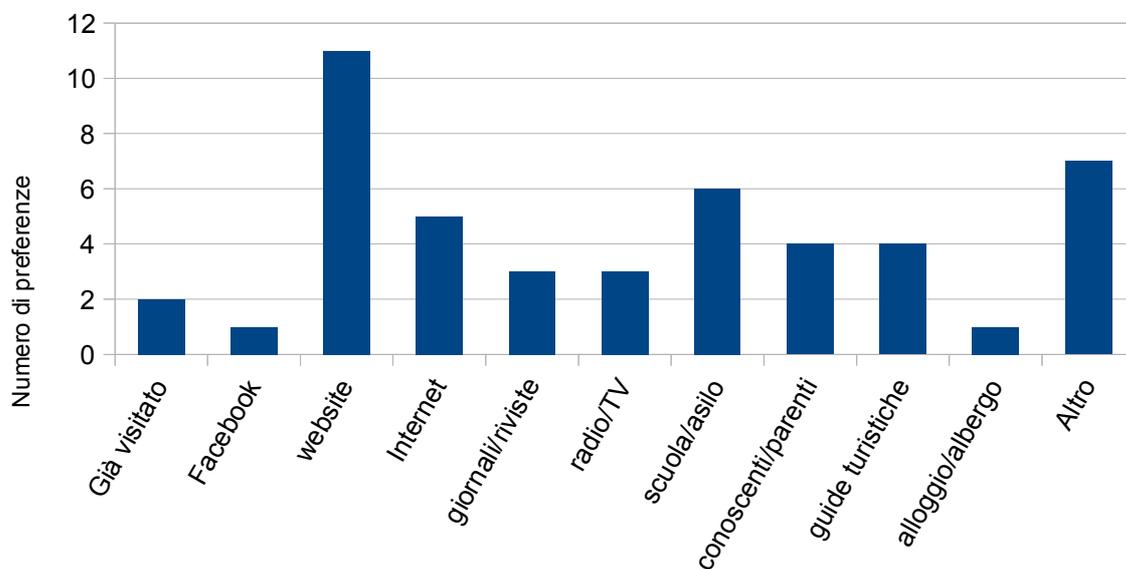


Illustrazione 14: La figura mostra i canali informativi migliori secondo l'opinione di tutte le famiglie del campione.

E qual è stato il canale informativo migliore?

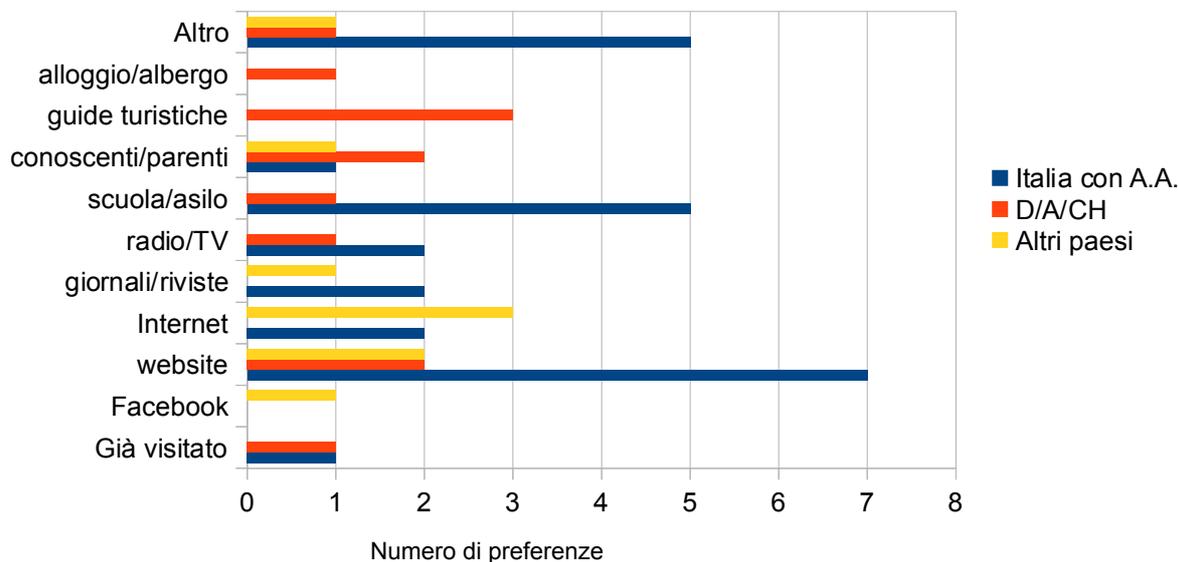


Illustrazione 15: La figura mostra i canali informativi migliori secondo l'opinione di tutte le famiglie del campione, divise per paese d'origine.

Canale preferenziale	Italia con A.A.	D/A/CH	Altri	Totale
Già visitato	1 (4%)	1 (8%)	0 (0%)	2 (4%)
Facebook	0 (0%)	0 (0%)	1 (11%)	1 (2%)
Website	7 (28%)	2 (17%)	2 (22%)	11 (23%)
Internet	2 (8%)	0 (0%)	3 (33%)	5 (11%)
Giornali/riviste	2 (8%)	0 (0%)	1 (11%)	3 (6%)
Radio/TV	2 (8%)	1 (8%)	0 (0%)	3 (6%)
Scuola/asilo	5 (20%)	1 (8%)	0 (0%)	6 (13%)
Conoscenti/parenti	1 (4%)	2 (17%)	1 (11%)	4 (9%)
Guide turistiche	0 (0%)	3 (25%)	0 (0%)	4 (9%)
Alloggio/albergo	0 (0%)	1 (8%)	0 (0%)	1 (2%)
Altro...	5 (20%)	1 (8%)	1 (11%)	7 (15%)
Totale	25 (100%)	12 (100%)	9 (100%)	47 (100%)

Tabella 14: La tabella riassume le risposte alla domanda su quale fosse stato il canale informativo migliore per conoscere il Museo Archeologico. Sono presentati i dati delle famiglie italiane, dei paesi D/A/CH e del resto del mondo. Tra parentesi sono segnalati le percentuali di ogni singolo canale di comunicazione. Nelle prime tre colonne le percentuali si riferiscono solamente al campione con provenienza geografica omogenea. L'ultima colonna presenta invece le percentuali delle preferenze calcolate sul numero totale, pari a 47.

Sapevate già da prima della mostra temporanea MysteriX?

I risultati a questa domanda sono presentati nella seguente tabella:

La conoscevate?	Italia con A.A.	D/A/CH	Altri	Totale
Sì	6 (30%)	3 (27%)	1 (10%)	10 (24%)
No	14 (70%)	8 (73%)	9 (90%)	32 (76%)
Totale	20 (100%)	1 (100%)	10 (100%)	42 (100%)

Tabella 15: La tabella mostra quante famiglie conoscevano o meno la mostra temporanea MysteriX. Per ogni risposta sono date le percentuali in relazione al numero totale di risposte date per ogni paese, e nell'ultima colonna per tutte le famiglie.

Si nota come all'aumentare della distanza del paese d'origine, aumenta anche la percentuale di visitatori che non erano al corrente dell'esistenza di MysteriX. Probabilmente le famiglie straniere, pur navigando molto su internet, non sono riuscite a cogliere l'informazione sul sito ufficiale del museo. Malgrado una famiglia straniera su tre (7 preferenze su 21) abbiano detto che il web è stato uno dei canali preferenziali per venire a conoscenza del museo, non sono comunque riusciti a fare il passo successivo e a scoprire anche l'esistenza della mostra. Complessivamente solo una famiglia su quattro era a conoscenza di MysteriX. Ma di quelle che ne erano a conoscenza, la parte del leone come canale privilegiato l'ha svolto il sito ufficiale del museo. Nella tabella successiva sono

presentati i risultati alla domanda numero 6 del sondaggio in entrata “*Da dove l'avete sentito?*”.

Da dove lo sapevate?	Italia	D/A/CH	Altri
Sito ufficiale	4	1	1
Altro...	2	1	0

Tabella 16: Questa tabella mostra i risultati della domanda numero 6 del sondaggio in entrata. Si tratta dei canali di informazione, attraverso cui la famiglia è venuta a conoscenza della mostra *MysteriX*.

In questo momento si svolge la mostra temporanea *MistryX*, lo sapevate già da prima?

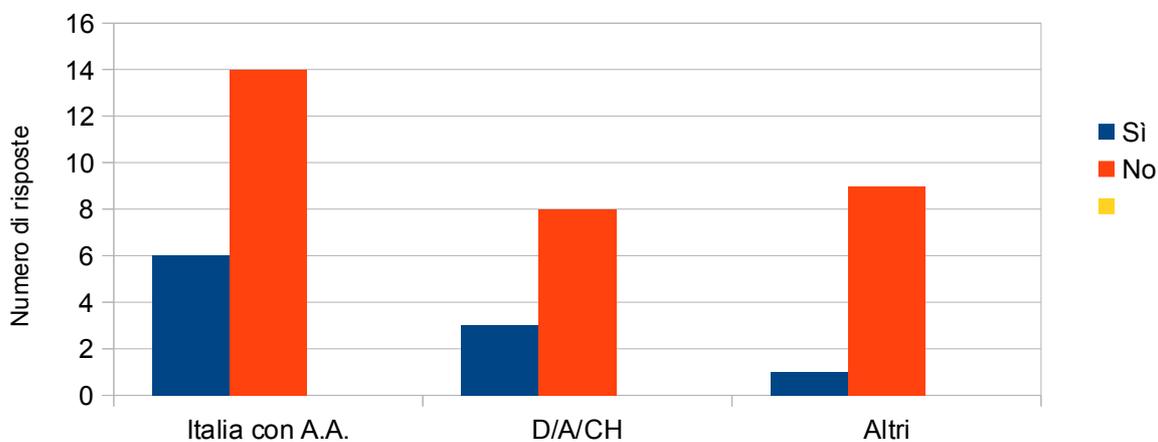


Illustrazione 16: Tabella che riassume le risposte raccolte alla domanda numero 5 del sondaggio in entrata. I dati sono stati divisi per provenienza geografica.

In questo momento si svolge la mostra temporanea
MysteryX, lo sapevate già da prima?

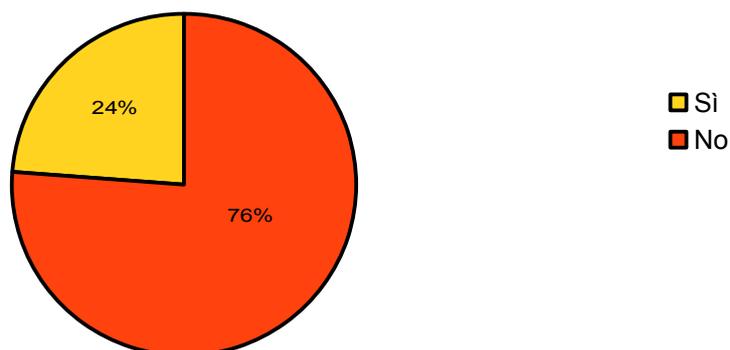


Illustrazione 17: Questo grafico a torta mostra la percentuale di famiglie che conoscevano o meno la mostra temporanea MysteryX. Dati aggregati di tutto il campione.

E siete venuti soprattutto per questo?

Le risposte fornite dalle 42 famiglie intervistate sono inequivocabili. Sono ben 32 le famiglie che non avevano mai sentito parlare di MysteryX, se non al momento dell'intervista. La percentuale corrispondente è del 76%, ovvero una famiglia su quattro. Delle restanti 10 che erano a conoscenza della mostra, solamente 4 (pari al 10% sul totale) alla fine sono venute in visita al Museo Archeologico per vedere MysteryX. Queste quattro famiglie provenivano dall'Italia (1), dai paesi di lingua tedesca (2) e altri (1).

Siete venuti soprattutto per MysteryX?

Dati aggregati di tutte le famiglie

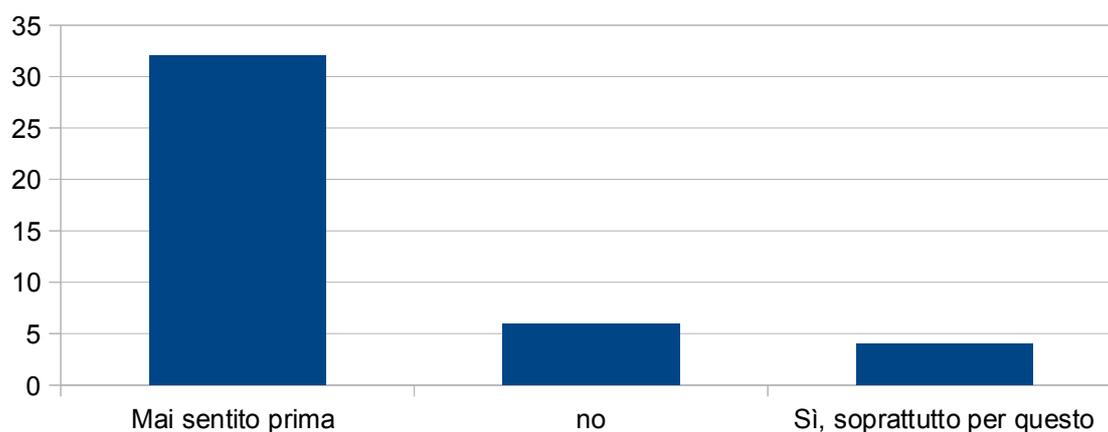


Illustrazione 18: Questa tabella riassume i dati della domanda numero 7 del sondaggio in uscita, mirante a valutare quante famiglie sono venute in visita al Museo Archeologico esplicitamente per visitare la mostra temporanea MysteryX.

Sapevate che sabato e domenica hanno luogo delle guide per famiglie?

Le risposte dei gruppi famigliari a questa domanda, sembrano mostrare che poche fossero a conoscenza dell'esistenza di guide speciali a loro dedicate. Purtroppo risulta problematico scomporre i dati per area geografica a causa dell'esiguità del campione. Aggregando però tutti i dati, si trova che solamente 9 famiglie su 42 (pari al 21% del totale) erano a conoscenza di questo servizio, che la direzione ha esplicitamente introdotto per attirare le famiglie al museo. Guardando il grafico sottostante sembra, ma non si può confermare su base statistica, che le famiglie provenienti dall'estero sappiano, in proporzione, ancora meno dell'esistenza di queste guide.

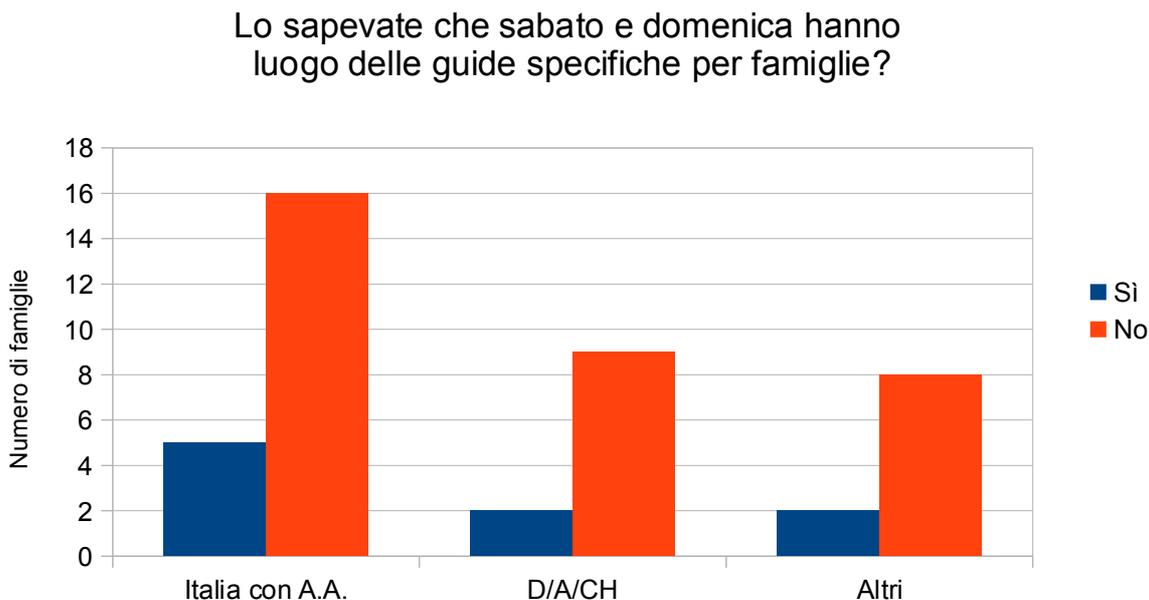


Illustrazione 19: Questo grafico raggruppa per provenienza geografica le risposte della domanda numero 8 del sondaggio in entrata. Solo una frazione minoritaria delle famiglie era a conoscenza delle guide speciali a loro dedicate, e dai dati sembra, (ma non è numericamente possibile confermarlo) che più il gruppo veniva da lontano, meno ne era a conoscenza.

Da dove l'avete sentito?

Questa domanda è legata alla precedente e mira a capire attraverso quale canale di comunicazione le famiglie fossero venute a sapere delle guide speciali del fine settimana. Purtroppo il campione di coloro che sapevano delle guide per famiglie era molto ridotto, solamente 9 su 42. Pertanto ci sono pochi dati a disposizione per poter tentare di analizzare, dove le famiglie fossero venute a conoscenza delle guide speciali.

Una famiglia altoatesina aveva sentito parlare delle guide e ne erano venuti a conoscenza navigando sul sito internet del Museo. Il gruppo, composto da padre, madre e figlio di 10 anni, era però atipico nel senso che entrambi i genitori erano archeologi, quindi persone fortemente interessate alle tematiche sviluppate dal museo (*“Arbeiten und Archäologen”*). Paradossalmente sapevano delle guide, ma non erano a conoscenza della mostra *MysteriX*.

Un'altra famiglia italiana (madre, padre e figlia di 12 anni) ha segnalato all'intervistatore di essere

venuta a conoscenza delle guide attraverso un ufficio turistico e dopo aver visitato il Messner Mountain Museum di Brunico (*Bruneck*). Erano una famiglia di turisti che soggiornavano in Val Pusteria e che avevano deciso di completare il giro dei musei provinciali. Infatti alla domanda **“Perché avete deciso di venire al Museo Archeologico con la famiglia?”** avevano esplicitato il loro “piacere di visitare i musei del posto”. Dall'analisi delle domande aperte emerge che si trattava di una famiglia molto unita e motivata. La figlia voleva “vedere la mummia”, poter contare su “*exhibit* interattivi” e apprendere nuovi fatti e “storie sul ritrovamento”. I genitori volevano vedere la mummia (desiderio comune alla stragrande maggioranza dei visitatori del museo) e apprendere “sugli scavi e sullo stato di conservazione, su come viveva” Ötzi e poter usufruire di “un'interazione informatica”.

Il terzo gruppo rientra pienamente nella definizione “atipica” di famiglia, data da Gilgun (1992) e da Sterry (2004). Si trattava di due nonni lombardi, per la precisione milanesi, che accompagnavano la loro nipotina di 8 anni. Erano a conoscenza delle guide speciali ed erano venuti a saperlo in un supermercato. Erano incredibilmente uniti e motivati. Nel corso dell'intervista è emerso il forte carisma del nonno, che intendeva esplorare tutto il museo, adattandosi alla velocità della nipote e guidandola nell'esplorazione. Era anche incredibilmente legato ai ricordi della scoperta di Ötzi e ha manifestato il desiderio di poter vedere nuovi filmati e documentari. La bambina invece aveva sentito parlare della mummia alla TV, ma soprattutto a scuola grazie al lavoro della maestra. Questa incredibile voglia di visitare il museo si scontrava però con un orario vincolato al parcheggio dell'auto.

L'altra famiglia che conosceva le guide speciale era di madrelingua tedesca (D/A/CH) e i due genitori avevano una figlia dodicenne e un figlio quindicenne. In vacanza in Alto Adige, sapevano della mostra temporanea e delle guide per famiglie grazie a un volantino trovato in albergo. Alla domanda successiva **“Vi interessa/potrebbe interessare?”** hanno risposto comunque di no.

Vi interessano/potrebbero interessare le guide per famiglie?

Alla domanda hanno risposto 41 famiglie, mentre per l'ultima non è stato possibile risalire alla risposta data. La domanda è stata formulata probabilmente in maniera non corretta, infatti quale che fosse l'origine del nucleo familiare, le risposte si sono equamente divise tra sì e no. Non è possibile infatti dire se effettivamente metà delle famiglie fosse interessata oppure se il campione abbia risposto casualmente alla domanda, ottenendo quindi risultati equamente divisi. Probabilmente le famiglie, poste di fronte al quesito, hanno risposto senza far prevalere la loro idea. Alcune piuttosto che affermare con decisione di non essere interessate, hanno risposto affermativamente. A causa del piccolo numero delle famiglie intervistate e della domanda poco incisiva, non è possibile fare ipotesi sull'interesse per le guide speciale del fine settimana. Nella tabella che segue sono dati i risultati numerici.

Siete interessati?	Italia con A.A.	D/A/CH	Altri	Totale
Sì	10 (50%)	7 (64%)	4 (44%)	22 (54%)
No, piuttosto	10 (50%)	4 (36%)	5 (56%)	19 (46%)
Totale	20 (100%)	11 (100%)	9 (100%)	41 (100%)

Tabella 17: La tabella mostra le risposte fornite alla domanda (estesa) “Vi interessano/potrebbero interessare le guide speciali per famiglie dei fine settimana?” Alla domanda hanno risposto solamente 41 famiglie su 42. I dati mostrano che circa la metà del campione ha risposto affermativamente, sintomo probabile di una formulazione errata della stessa. Il piccolo numero del campione e l'estrema somiglianza delle risposte per famiglie provenienti da diversi stati, sembra

non discriminare l'effettivo pensiero dei visitatori sulle guide speciali.

Come mostrato dal primo grafico le famiglie, quale che fosse la provenienza, si sono circa divise a metà nel rispondere. Con i dati attuali non è possibile riuscire pertanto a sondare il pensiero dei visitatori e i risultati di questa domanda vanno presi "con le molle".

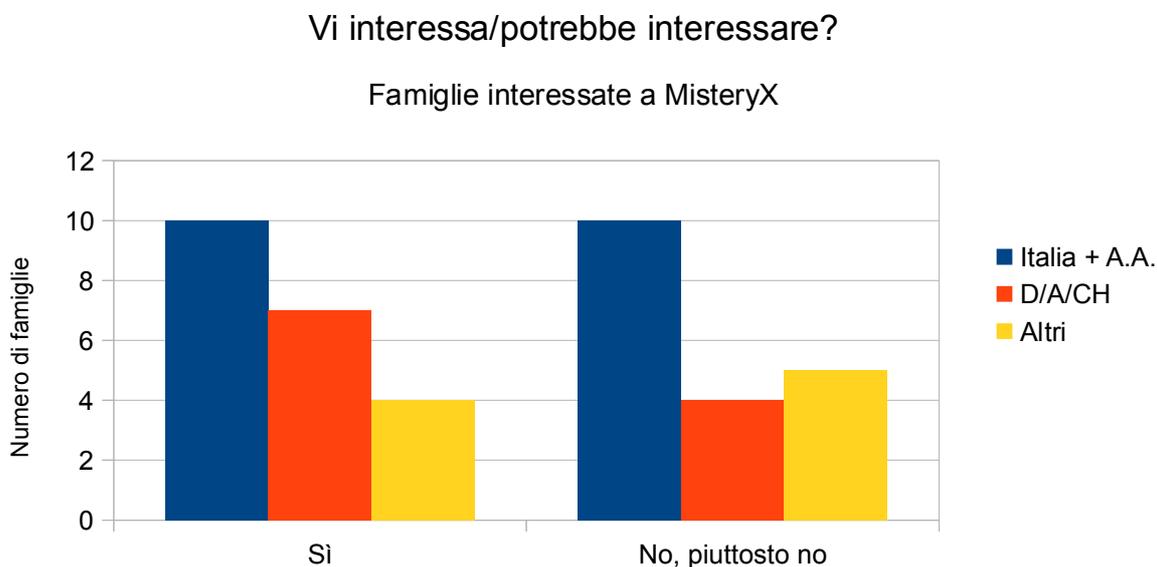


Illustrazione 20: La tabella mostra le risposte del pubblico alla domanda "Vi interessano/potrebbero interessare le guide speciali per famiglie del fine settimana"? Il campione comprende solamente 41, poiché per una non era stata barrata la casella corrispondente. La categoria **Altri** comprende tutte le famiglie non italiane e non provenienti dai paesi D/A/CH.

Vi interessano/potrebbero interessare le guide per famiglie?

Percentuale di risposte affermative sul totale del campione (41 famiglie)

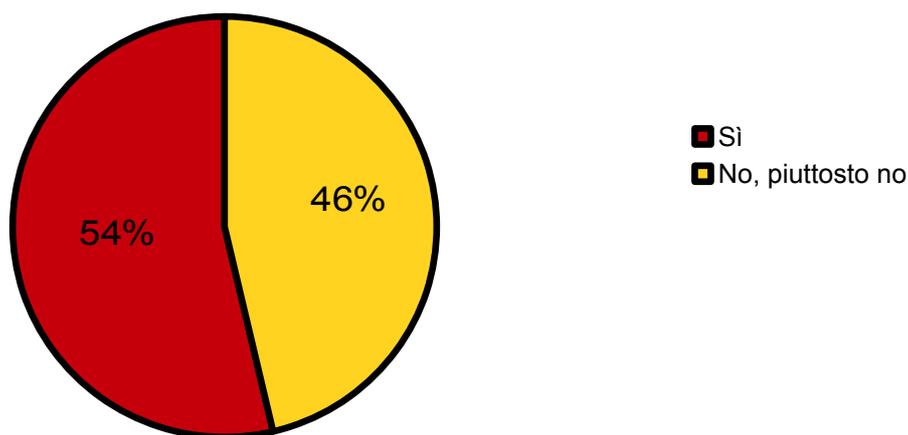


Illustrazione 21: Il grafico a torta sintetizza le risposte alla domanda numero 10 del sondaggio in uscita. Come per il grafico sopra, il campione totale si riferisce a sole 41 famiglie.

Perché avete deciso di venire al museo archeologico con la famiglia?

Famiglie italiane, compreso l'Alto Adige

Questa domanda era aperta e lasciava alla famiglia la libertà di esprimere perché fossero venuti al museo con la famiglia e non da soli o con gli amici? Come già detto nei capitoli introduttivi, la famiglia è l'obiettivo sui cui si è focalizzato questo lavoro di tesi. I compiti della mostra temporanea *MysteriX* e per estensione quelli del Museo Archeologico sarebbero quelli codificati da Parkin *et al.* [op. cit.] più altri generali, ovvero:

- stimolare nelle famiglie discussioni condivise;
- presentare contenuti veicolati da diversi *media* e informazioni gerarchiche adatte per ogni età;
- essere un'esperienza divertente;
- offrire nuove esperienze e punti di vista;
- essere complementare all'insegnamento scolastico
- divertire anche i genitori.

Questi punti cui dovrebbe conformarsi un museo che si rivolge alle famiglie, sembrano emergere naturalmente dalle risposte ottenute. I dati vengono presentati per mappe concettuali.

La prima mappa è quella relativa alla parola “Ötzi”. Si tratta di una risposta standard di moltissime famiglie, che visitano il Museo Archeologico per poter vedere la mummia.

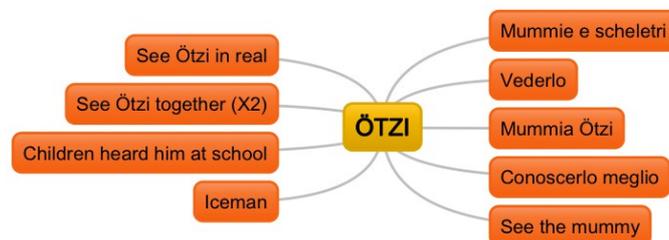


Illustrazione 22: Mappa concettuale su Ötzi mettendo assieme le risposte di tutte le famiglie senza riguardo per la provenienza.

Gli altri concetti che sono emersi dall'analisi delle risposte delle famiglie italiane sono: museo, cultura, scuola, famiglia e mezzi di comunicazione.

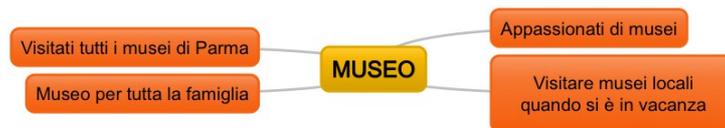


Illustrazione 23: Mappa concettuale sul "museo" ottenuta dalle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine.

Il concetto di museo ricorre nelle interviste di ben 4 famiglie e sembra evidenziare come l'esperienza della visita ad un museo non si possa scindere dal volerlo fare tutti assieme. Sembra che per questi gruppi la visita in un museo è un concetto legato all'unità stessa della famiglia, come se fosse un momento rituale da trascorre in compagnia. Un padre e figlio hanno risposto che il Museo Archeologico è un "museo per tutta la famiglia", mentre un'altra ha evidenziato come in vacanza cerchino sempre di trovare musei locali, dove scoprire la storia e i costumi del territorio visitato. Questa famiglia in particolare era composta da padre, madre e figlio di nove anni che ha fornito all'intervistatore molti spunti. Si trattava di un nucleo molto coeso che desiderava "visitare assieme" il museo e sperava di trovare "attività pratiche per il figlio". Un'altra famiglia atipica, con madre e tre adolescenti (uno di dieci anni e due di 12), ha affermato di essere "appassionati di musei" e di voler vedere "cose nuove, mummie e scheletri". Questo gruppo ha detto di poter dedicare alla visita tutto il tempo necessario. La quarta famiglia ha affermato di aver "visitato tutti i musei di Parma", città d'origine di un gruppo, composto da padre e figlio di 8 anni. Tra le altre risposte fornite emerge che sono venuti al Museo Archeologico per "vedere tutto e per accrescere la conoscenza". Si tratta di un gruppo di consumatori seriali di musei, come confermato più volte in fase di intervista. Infatti come la famiglia precedente, ogni viaggio turistico è completato da una visita nei musei locali, per comprendere le realtà del luogo di villeggiatura. Interessante il fatto che questa esplorazione della storia e della cultura di un luogo, avvengano coinvolgendo tutta la famiglia.

Un altro concetto che emerge dalle risposte alla domanda numero è quello di cultura.

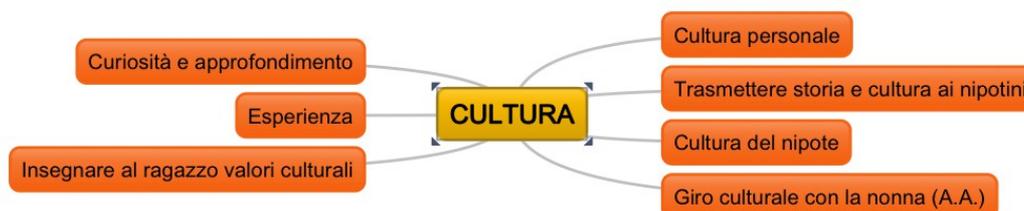


Illustrazione 24: Mappa concettuale della "cultura", ricostruita in base alle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine.

Attorno al ruolo della cultura ruotano i concetti di insegnamento ai figli e nipoti della storia, dell'esperienza, dell'approfondimento, dei valori culturali. Spicca la risposta fornita da un gruppo

molto particolare, quello di una nonna altoatesina che accompagnava i nipotini di 7 ed 8 anni. Il museo viene quindi visto come una contenitore di cultura, in grado di trasmetterla ai visitatori. Il desiderio di questi gruppi è quindi di accrescere la propria conoscenza, soprattutto quella dei più piccoli.

Il concetto successivo è quello di scuola, che risulta essere un potente mezzo che porta il museo archeologico a conoscenza dei bambini e quindi delle famiglie.

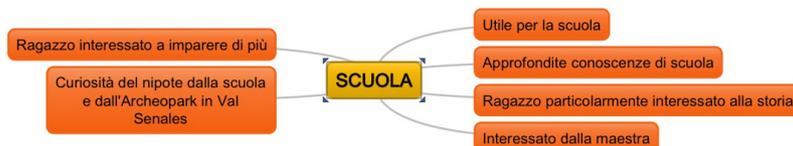


Illustrazione 25: Mappa concettuale sulla "scuola", ricostruita in base alle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine.

La scuola risulta essere uno dei motori della visita. Infatti attraverso l'attuazione del programma scolastico molti ragazzi sono venuti a conoscenza del museo e della mummia. Un bambino è stato direttamente interessato dalla maestra elementare, un altro “ragazzo era particolarmente appassionato di storia”, altri ritengono che la visita al museo possa approfondire le conoscenze acquisite in classe. La curiosità e la sete di conoscenza sono importanti per queste famiglie, e il tramite attraverso cui hanno conosciuto il Museo Archeologico è la scuola. La maggior parte dei gruppi aveva figli e/o nipoti sotto i 12 anni. Solo un ragazzo, “particolarmente fissato con la storia”, era quattordicenne. La quarta mappa concettuale si riferisce alla famiglia.

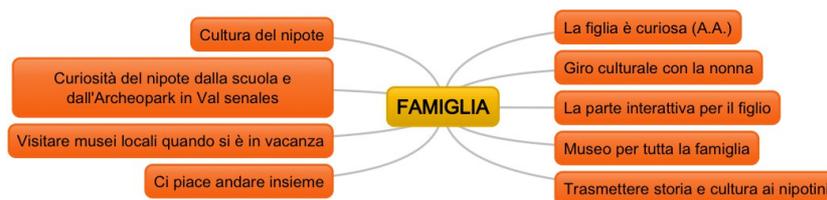


Illustrazione 26: Mappa concettuale sulla famiglia ricostruita in base alle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine.

Il museo sembra essere visto come un luogo complementare alla scuola, dove l'alunno e lo studente possano approfondire la loro conoscenza e saziare la curiosità. A proposito dei desideri delle persone, le risposte alla domanda numero 13 fornisce una buona chiave di lettura sul tema della scuola. I minori interpellati alla domanda “**Cosa vi aspettate da questa visita? Cosa vi piacere fare in museo?**” hanno fornito i seguenti risultati legati al tema della scuola (nel resto del paragrafo si terrà conto anche delle risposte delle famiglie straniere): fare “laboratori con la scuola, aumentare la conoscenza”, “imparare cose nuove” e “sperimentare cose (*Sachen ausprobieren*)”.

I minori desideravano anche essere coinvolti in attività divertenti e curiose, in modo da scoprire senza fatica, al di fuori dell'ambiente scolastico. La cosa interessante è che i desideri dei ragazzi e dei bambini rispecchiano quella dicotomia attività intellettuali/pratiche e adulti/minori, che era emersa nel corso del colloquio con la dott.ssa Claut. Infatti la maggior parte delle risposte fornite dai bambini, si riferisce ad azioni concrete: “fare laboratori con la scuola”, “vedere le mummie gli scheletri”, “sperimentare cose (*Sachen ausprobieren*)”, “fare attività interattive”, trovare degli “*exhibit* interattivi”, vedere “scheletri di dinosauri e altre tribù”. Gli adulti invece rispondono con desideri che riguardano più la sfera della conoscenza, che quella senso-motoria. Le loro risposte sono di questo tenore: “accrescere la conoscenza”, “una buona contestualizzazione e interagire con personale ben informato”, “*open mind*”, “sorprendersi (*überraschen*)”, “aumentare e alimentare le conoscenze (*gather memories*)”. Le richieste avanzate sembrano confermare l'idea alla base della mostra. La dott.ssa Tumler assieme alle altre mediatrici culturali hanno voluto progettare *MysteriX* con lo scopo di fornire ai più piccoli cento linguaggi diversi, facendo propria l'esperienza di Loris Malaguzzi²⁸.

Per quanto riguarda l'obiettivo di offrire nuove esperienze e punti di vista ecco le risposte dei minori. “Fare attività interattive”, “storie sul ritrovamento”, “conoscere meglio il suo tempo (*mehr über seine Zeit erfahren*)”, “scoprire cose sui tempi antichi (*learn about the ancient time*)”, “immedesimarsi negli uomini primitivi”, “vedere altre tribù”. Gli adulti invece desiderano: “una buona contestualizzazione”, “imparare di più sulla mummia, ma non solo (*learn about Ötzi, not just the mummy*)”, “scoprire di più sui misteri che circondano l'uomo del ghiaccio (*more about the mysteries surrounding the Iceman*)”, conoscere lo “stato di conservazione, gli studi scientifici e come viveva”, lasciarsi stupire dal museo, che sarà “tutta una sorpresa”.

Avere più media per veicolare le tematiche del museo e le informazioni a seconda dell'età, è un desiderio comune di adulti e piccini. Si segnalano le seguenti risposte: voglio trovare un museo “chiaro per mia figlia”, “leggere la storia in modo interattivo”, “filmati da vedere”, “fare laboratori con la scuola”, “fare attività interattive”, trovare “*exhibit* interattivi”.

28 Questa poesia di Loris Malaguzzi riassume una delle *mission* che le mediatrici culturali si sono poste in fase di ideazione e progettazione della mostra temporanea *MysteriX*.

"Il bambino - è fatto di cento. - Il bambino ha cento lingue - cento mani - cento pensieri - cento modi di pensare - di giocare e di parlare - cento sempre cento - modi di ascoltare - di stupire di amare - cento allegrie - per cantare e capire - cento mondi - da scoprire - cento mondi - da inventare - cento mondi - da sognare. Il bambino ha cento lingue - (e poi cento cento cento) - ma gliene rubano novantanove. - La scuola e la cultura - gli separano la testa dal corpo. - Gli dicono: - di pensare senza mani - di fare senza testa - di ascoltare e di non parlare - di capire senza allegrie - di amare e di stupirsi - solo a Pasqua e a Natale. - Gli dicono: - di scoprire il mondo che già c'è - e di cento - gliene rubano novantanove. - Gli dicono: - che il gioco e il lavoro - la realtà e la fantasia - la scienza e l'immaginazione - il cielo e la terra - la ragione e il sogno - sono cose - che non stanno insieme. - Gli dicono insomma - che il cento non c'è - . Il bambino dice: - invece il cento c'è."

Poesia tratta dal volume *I cento linguaggi dei bambini*, L. Malaguzzi, (Caroly Edwards, L. Gandini, G. Forman), Bergamo, edizioni Junior, 1999, p. 9.

L'ultima mappa concettuale delle famiglie italiane riguarda il tema della tecnologia.

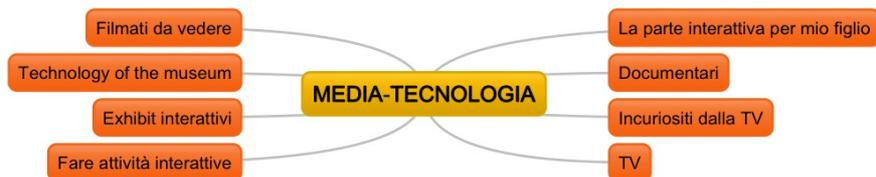


Illustrazione 27: Mappa concettuale sui temi della tecnologia e dei media ricostruita in base alle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine. È stato inserito anche un concetto espresso da una famiglia straniera ("technology of the museum"), dal momento che calza a pennello al nucleo della mappa.

Le famiglie richiedono esplicitamente che il museo inglobi anche tecnologie moderne. Una parte delle famiglie ha richiesto media cosiddetti classici, come la televisione. Infatti metà delle risposte è legata al vedere la televisione e nuovi filmati su Ötzi. Da questo punto di vista la mummia conferma di essere un reperto molto telegenico. Il secondo aspetto che emerge dalle risposte è un desiderio di interazione. Le famiglie si aspettano di trovare *exhibit* interattivi. A conferma di ciò una famiglia italiana intervistata all'uscita di *MysteriX* ha detto di aver sentito la mancanza di *app* multimediali per i loro *smartphone*.

Famiglie provenienti dai paesi di cultura tedesca (D/A/CH)

Le risposte delle famiglie provenienti da Austria, Svizzera e Germania sono meno interessanti ai fini della comprensione complessiva dei visitatori rispetto a quelle italiane. Le loro risposte sono meno variegate: perché eravamo in vacanza in Alto Adige, perché c'era maltempo, per vedere Ötzi. A parte l'onnipresente volontà di vedere la mummia, che trascureremo, dalle interviste emergono solamente altre due cause, che hanno guidato le famiglie nella scelta di venire al museo: il meteo e la vacanza in Alto Adige. Ecco le due mappe concettuali.



Illustrazione 28: Mappa concettuale sul tema della vacanza, ricostruita in base alle risposte delle famiglie svizzere, austriache e tedesche.

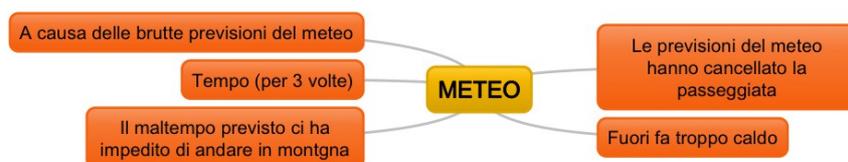


Illustrazione 29: Mappa concettuale sul tema della meteo, ricostruita in base alle risposte delle famiglie svizzere, austriache e tedesche.

Si tratta di due motivi strettamente legati l'uno a l'altro. Infatti durante l'estate, periodo in cui si svolto il sondaggio, le famiglie di turisti germanici tendono a soggiornare nelle valli e non nel capoluogo atesino. Il turismo è una delle tre voci fondamentali dell'economia dell'Alto Adige assieme all'agricoltura intensiva e al settore terziario²⁹. Nel corso del sondaggio e del tirocinio presso il Museo Archeologico, si è rilevato come il numero di visitatori aumentasse nelle giornate di maltempo. Quando una famiglia non può fare un *trekking* a causa della pioggia, prende in considerazione l'ipotesi di visitare Bolzano e a cascata il museo. In pratica il piccolo campione di famiglie di cultura germanica intervistate (11 per la precisione) non ha permesso l'emersione di altri motivi per cui venire in visita al museo.

Famiglie provenienti dagli altri paesi

Le altre famiglie del campione (9) hanno risposto in maniera leggermente più variegata rispetto a quelle germaniche. Infatti i motivi principali per cui il gruppo familiare è venuto al museo sono Ötzi, il viaggio, i bambini e la storia. A parte vedere Ötzi, che emerge in ogni categoria di visitatori del museo, e il tema del viaggio, risultano interessanti le due mappe, costruite sui concetti di storia e bambini (immagini a seguire).

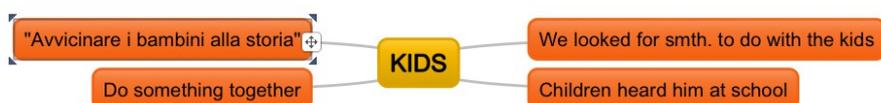


Illustrazione 30: Mappa concettuale sul tema bambini ricostruita in base alle risposte delle famiglie provenienti dagli altri paesi. La risposta "avvicinare i bambini alla storia" è stata raccolta in tedesco da una famiglia che non rientrava nel gruppo di paesi D/A/CH.

²⁹ Si veda l'Annuario Statistico (Capitolo 12 – Conto economico) rilasciato dall'Istituto Provinciale di Statistica (ASTAT) al seguente indirizzo: http://www.provincia.bz.it/astat/download/JP2012_K12.pdf

Una famiglia composta da genitori e una figlia di 11 anni ha fornito la seguente risposta: *“learning something about the local history, I am an archeologist that's mainly way”*. In questo caso il *driver* della visita non è stata la figlia, ma uno dei due genitori, di professione archeologo e quindi con un “conflitto di interessi” alle spalle. Infatti alla domanda successiva, i genitori hanno risposto di voler vedere al museo il lavoro scientifico e la tecnologia del museo (*“scientific work, technology of the museum”*). La famiglia aveva deciso da circa un mese di venire al Museo Archeologico, per cui la loro visita era decisamente programmata e guidata dalla deformazione professionale dei due genitori.

Un'altra famiglia, con genitori e due bambini di 5 e 8 anni, ha risposto: *“we are on an Italy trip and wanted to learn about European history and culture”*. I genitori vorrebbero scoprire *“more about the mysteries surrounding the icemen”*.

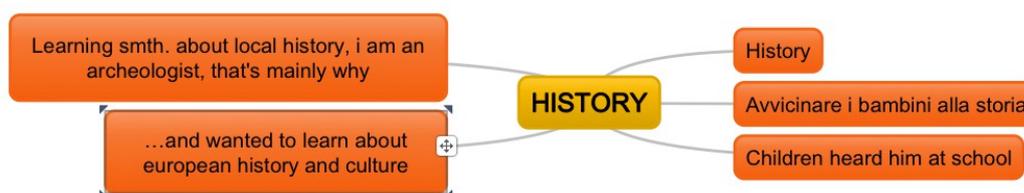


Illustrazione 31: Mappa concettuale sul tema della storia ricostruita in base alle risposte delle famiglie provenienti dagli altri paesi.

Pur con solo tre risposte, emerge la richiesta da parte dei gruppi stranieri di poter avvicinare i bambini alle tematiche della storia e dell'archeologia, per mezzo di attività rivolte a loro. Un gruppo familiare conosceva il museo attraverso la scuola, confermando l'importanza delle attività didattiche offerte dal museo. Solamente la famiglia che desiderava “avvicinare i bambini alla storia³⁰” era a conoscenza delle guide nel fine settimana per le famiglie, ma non della mostra temporanea *MysteriX*. Le altre tre che hanno risposto di non conoscere entrambe le attività.

Quanti di voi volevano assolutamente visitare il museo oggi?

A questa domanda hanno risposto tutte le famiglie intercettate. I risultati sono riassunti nella tabella sottostante, che mostra la percentuale di persone entusiaste (adulti e minori) in rapporto all'origine delle famiglie.

³⁰ Nel foglio in tedesco *“dem Kind Geschichte näher bringen”*.

	Italia con A. A.	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Numero di adulti	35	21	21	77
Adulti entusiasti	30	12	16	58
% ad. entusiasti	85,7	57,1	76,2	75,3
Numero di minori	31	22	18	71
Minori entusiasti	25	16	12	53
% min. entusiasti	80,6	72,7	66,7	74,7

Tabella 18 La tabella mostra il numero di adulti e minori entusiasti di visitare il museo, in rapporto al loro numero totale. Il campione è suddiviso anche per provenienza geografica.

Percentuale di adulti e minori entusiasti

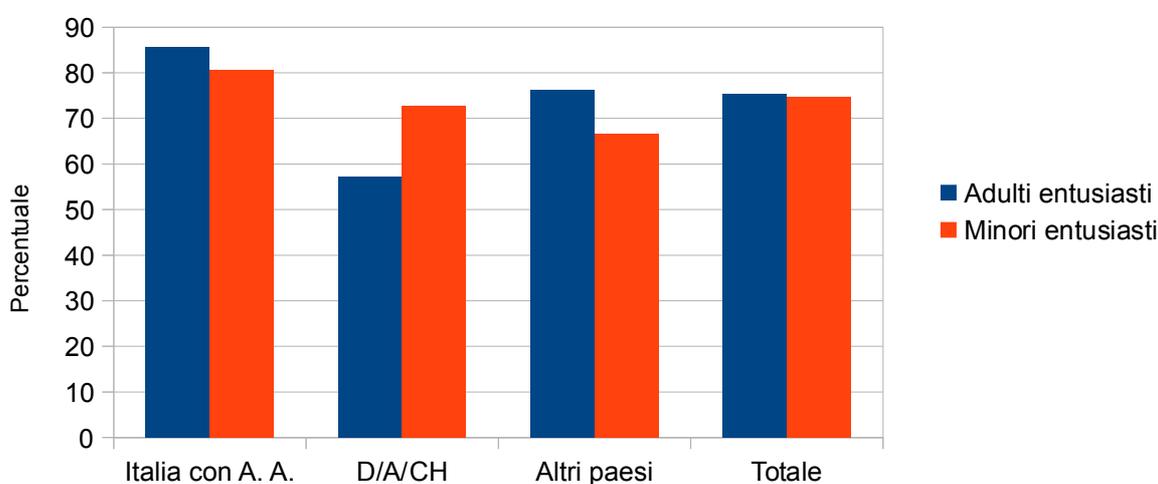


Illustrazione 32: La figura mostra la percentuale di persone (adulti e minorenni) che erano assolutamente entusiasti di visitare il museo.

Come si vede dai risultati, le famiglie italiane erano più entusiaste delle altre, all'idea di visitare il Museo Archeologico. Mentre nei minori la percentuale aveva meno variabilità tra i vari paesi, lo stesso non avveniva per gli adulti. Si passa infatti dall'85,7% di adulti italiani entusiasti al 57,1% dei turisti di madrelingua tedesca. Complessivamente circa tre quarti delle persone, sia adulte, che minori, erano eccitate all'idea di venire al museo.

Cosa vi aspettate da questa visita? Cosa vi piacerebbe fare al museo?

Famiglie italiane, compreso l'Alto Adige

Praticamente la maggioranza degli adulti dei gruppi italiani hanno risposto alla domanda (19 su 21). Come ci si poteva aspettare il motore primario della visita al Museo Archeologico è Ötzi. Infatti 10 gruppi hanno detto di voler vedere la mummia e/o l'uomo del Similaun e/o Ötzi. Lo stesso è stato rilevato per le famiglie straniere intervistate. In generale il museo accoglie un gran numero di visitatori proprio grazie alla presenza di questo eccezionale reperto.

Le famiglie vedono il museo come un luogo a loro dedicato. Per esempio pur avendolo già visitato,

un gruppo ha detto “siamo venuti per i bimbi”. Un padre ha espresso il desiderio che il museo fosse “chiaro per la figlia”, mentre due genitori desideravano trovare delle “attività pratiche per il figlio”. Un gruppo in particolare ha colpito l'attenzione dell'intervistatore per il suo atteggiamento e stile di visita. Si trattava di due nonni milanesi che accompagnavano due bambini. Il nonno era straordinariamente motivato e loquace (l'intervista è durata mezz'ora). Il suo grande desiderio era quello di vedere per la prima volta dal vivo il corpo di Ötzi e di guidare i nipotini attraverso tutto il museo, anche per *MysteriX*, che sapevano esistere. L'interesse del nonno nasceva dai documentari che aveva visto nei lustri precedenti. Ha dichiarato infatti (parole non riportate sulle schede) di essersi appassionato alla mummia subito dopo la scoperta e con i documentari di Piero Angela. Inoltre ha detto di voler visitare il museo da parecchi anni e di esserci riuscito solo quest'anno. Chiaramente alla domanda successiva “Come immaginate che sarà la vostra visita?” ha risposto che si sarebbero adattati agli interessi e alla velocità dei bambini, e che avrebbero cercato di guidarli e motivarli. In pratica era un gruppo estremamente coeso.

Un altro tema che emerge dalle risposte degli adulti è quello della storia di Ötzi e della sua contestualizzazione. Le famiglie desiderano capire il “contesto”, vedere “lo stato di conservazione, gli scavi [archeologici], gli studi scientifici [fatti] e come viveva”. Un altro gruppo voleva scoprire ed esplorare il “luogo del ritrovamento”, capire come un uomo del Neolitico potesse muoversi con tanta agilità su un terreno scabroso, come quello di un ghiacciaio. Una famiglia desiderava “leggere la storia in modo interattivo”, mentre due desideravano aumentare il proprio sapere (“aumentare la conoscenza” e “vedere cosa si può imparare”). Vedere è il verbo dominante nelle risposte degli adulti, che compare infatti esplicitamente per 11 volte. Una famiglia voleva toccare e vedere fisicamente, quello che aveva avuto modo di conoscere alla televisione. Ha infatti dichiarato di voler “vedere dal vivo quello che c'era in TV”. Assieme ai due nonni in visita si tratta della seconda famiglia che ha visitato il museo dopo aver visto qualche programma televisivo su Ötzi.

Una famiglia di turisti invece ha scoperto dell'esistenza del museo solo il giorno prima, durante una visita a Castel Tirolo (*Schloss Tirol*) nei pressi di Merano. Nel museo annesso al castello, una parte dell'esposizione è dedicata alla storia del Tirolo storico e quindi anche all'Uomo del Similaun. Avevano quindi deciso di spostarsi a Bolzano per l'occasione. Anche questa famiglia era “motivata e particolare”, al pari di quella milanese. Infatti a Parma, loro città d'origine, avevano già visitato assieme (come famiglia) tutti i musei cittadini e quindi hanno voluto replicare anche in Alto Adige il loro *modus operandi*. Il loro imperativo era quello di “vedere tutto”, perché “sarà tutta una sorpresa”.

Due famiglie hanno accennato all'esistenza di *MysteriX* e di volerla visitare, mentre altri due gruppi hanno paventato il desiderio di trovare *exhibit* interattivi, in grado di veicolare contenuti storici e scientifici usando le nuove tecnologie. Per la precisione hanno detto di voler trovare “un'interazione informatica” e di “leggere la storia in modo interattivo”.

Anche nel caso dei bambini e adolescenti, le loro risposte ruotano attorno a Ötzi. Infatti su venti risposte, compare per 13 volte. Oltre a voler vedere la mummia, i minori italiani vorrebbero “imparare la storia di Ötzi” (risposta data due volte), “immedesimarsi negli uomini primitivi”, “scoprire nuove cose su Ötzi” e leggere “storie sul ritrovamento”. Un bambino di 10 anni in visita con il nonno vorrebbe scoprire “il mondo di Ötzi”. Due bimbi molto piccoli, 4 e 7 anni, accompagnati dalla madre e dal nonno, hanno detto di voler “osservare e scoprire”, di incontrare degli “scheletri di dinosauri” e di “vedere altre tribù”. Tre bambini attorno ai 10 anni invece vorrebbero “vedere le mummie e gli scheletri”.

Per quanto riguarda i reperti e l'esposizione, i desideri dei più giovani sono rivolti alle attività interattive (due diversi gruppi hanno risposto così alla domanda), ai “laboratori con le scuole [per] aumentare la conoscenza”, fare “laboratori con la scuola, visitare la mostra”, oltre a fare “foto” e vedere “i reperti”. Inoltre due gruppi hanno detto di non sapere cosa aspettarsi, mentre un altro di

voler visitare *MysteriX*.

Quali sono le azioni espresse nelle risposte dei minori? Vince questa classifica il verbo vedere, con 5 citazioni, imparare (4), scoprire (2) e poi osservare, fare, immedesimarsi, visitare, aumentare (tutti con una citazione). Per paragone negli adulti sono apparsi vedere (11 citazioni), leggere, interagire, accrescere. Gli adulti sembrano più polarizzati sulla possibilità di vedere Ötzi, i bambini, pur avendo dato meno risposte, sono stati più fantasiosi. Probabilmente si può dire che i bambini vogliono vivere Ötzi, gli adulti desiderano vederlo.

Famiglie provenienti dai paesi di cultura tedesca (D/A/CH)

Le famiglie che hanno risposto sono state la maggior parte di quelle intercettate. Anche le loro risposte hanno spesso a che fare con Ötzi, che viene citato dagli adulti 8 volte, con la sua “morte e maledizione”, con i miti legati all'omicidio, con il suo ambiente e il suo stile di vita. Due gruppi hanno risposto di voler trovare tematiche storiche in generale, altri sono stati spinti fin qui dall'entusiasmo dei figli e sperano quindi di rimanere soddisfatti dal museo. Le risposte ruotano attorno alla vita di Ötzi: il suo ambiente naturale, dove viveva e si spostava, la remota località dove è morto, la genesi della sua morte, le leggende che sono nate attorno alla sua fine, la maledizione che avrebbe colpito alcuni ricercatori che hanno lavorato con la mummia. Questi visitatori volevano quindi comprendere a tutto tondo Ötzi. Due sole volte gli adulti “tedeschi” hanno usato il verbo vedere; il resto delle risposte impiegava nomi di oggetti e concetti.

I minori di queste famiglie hanno invece usato molti più azioni per descrivere i loro desideri: vedere (citato 4 volte), provare, leggere, sapere (citati tutti una volta sola). Così come nelle famiglie italiane, anche in queste gli adulti hanno espresso in generale meno azioni rispetto ai più piccoli.

In una famiglia una bimba di nove anni vorrebbe “provare cose”, indossare gli “abiti di Ötzi” (era a conoscenza di questa possibilità grazie alla sua insegnante) e capire “come vivevano nell'Età della Pietra”. Un bimbo di 7 anni, accompagnato dai nonni, nel futuro vorrebbe fare l'archeologo, per questo è voluto venire al museo.

Famiglie provenienti dagli altri paesi

Alla domanda hanno risposto 8 gruppi di adulti su 10. A parte vedere Ötzi, risultano interessanti i seguenti desideri: capire il lavoro scientifico fatto sulla mummia e le tecnologie usate dal museo (“*scientific work, technology of the museum*”), *gather memories*, scoprire e svelare i misteri che circondano Ötzi (“*more about the mysteries surrounding the icemen*”) e aprire la loro mente (“*open mind*”). Una famiglia in particolare non vorrebbe vedere solo la mummia, ma anche imparare qualcosa sulla persona che era. Ötzi viene citato quattro volte, mentre i verbi usati sono *see* e *learn* (citati rispettivamente due volte), *open*, *gather* e *want*.

I minori invece vogliono scoprire una “*exciting history*” al museo, voglio vedere l'*Iceman* (così è chiamato nel resto del mondo Ötzi), imparare la storia di quei tempi lontani, vedere cosa saranno in grado di scoprire a *MysteriX* e osservare i reperti originali dell'uomo del ghiaccio. I verbi usati sono imparare (2 volte), capire, fare e vedere.

Le due immagini che seguono mostrano le parole più citate da tutti gli adulti e minori intervistati. Si tratta di un riepilogo visuale delle risposte delle famiglie provenienti da tutto il mondo. Per quelle di madrelingua tedesche, le parole chiave e le frasi significative sono state tradotte in italiano, cercando di essere più fedeli possibile. Le risposte date in inglese sono state lasciate tal quali.

Come si è svolta la visita al museo oggi? Come si potrebbe descrivere?

Alla domanda hanno risposto tutte le famiglie intervistate. Si tratta come detto di una domanda che cerca di indagare come le famiglie intendano affrontare la visita al museo. Alcune famiglie hanno risposto con due modalità diverse di visita. I risultati sono riassunti nella seguente tabella.

	Italia + A. A.	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Ci adatteremo	6 (26,9%)	7 (70%)	3 (30%)	17 (37,0%)
Li guideremo	13 (50,0%)	3 (30%)	5 (50%)	21 (45,7%)
Ci separeremo	3 (1,5%)	0 (0%)	2 (20%)	5 (10,9%)
Decideremo di volta in volta (*)	1 (3,8%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (2,2%)
Troppo piccoli (*)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
Altro (*)	2 (7,7%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (4,3%)
Totale risposte	26 (100%)	10 (100%)	10 (100%)	46 (100%)

Tabella 19 La tabella mostra come le famiglie di vari paesi intendano affrontare la visita al museo con i loro figli.

Come immaginate che sarà la visita di oggi al museo?

Le risposte con l'asterisco non sono state lette

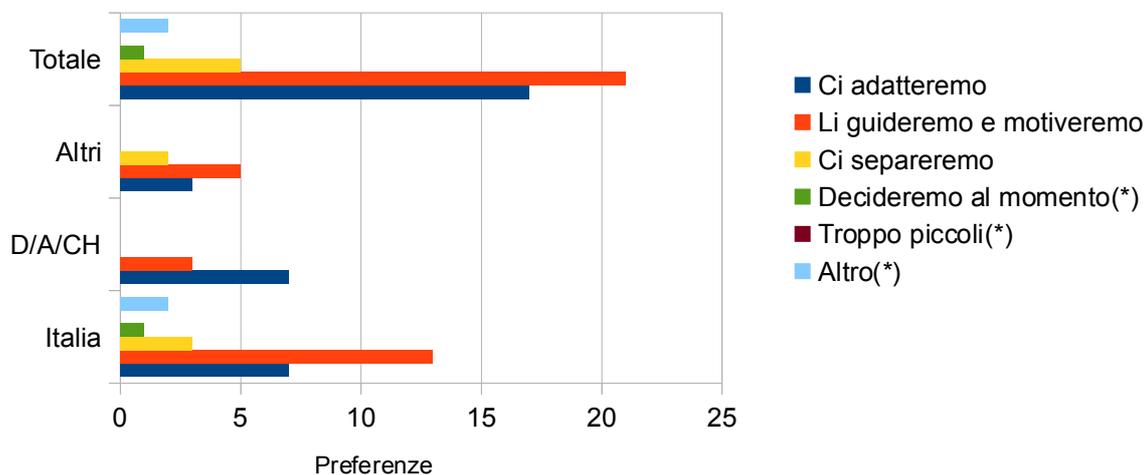


Illustrazione 35: La figura mostra come le famiglie immaginano la loro visita al museo.

Come si vede anche dalla figura le modalità di visita preferite delle famiglie sono essenzialmente due. La visita fatta assieme, in cui i genitori assistono passo passo i figli nel percorso museo, e quella in cui il nucleo familiare si separa. Nelle famiglie italiana risulta comunque essere predominante la visita in cui non ci si separa dai figli. Infatti la metà esatta del campione ha risposto

di volersi muovere in gruppo e un altro 30% di volersi adattare alla velocità e allo stile di visita dei propri figli. Quindi l'80% delle famiglie italiane vuole effettivamente visitare il museo insieme. Le famiglie di cultura tedesca invece affronteranno la visita in due solo modi: adattandosi e guidando i figli. Quelle degli altri paesi hanno risposto con maggior varietà. Infatti due gruppi si separeranno, per poter approfondire la visita con strumenti propri. Nelle due famiglie i bambini sono comunque tutti e tre sotto i dodici anni (per la precisione 11, 8 e 5 anni).

Quanto tempo avete previsto per la visita?

Alla domanda hanno risposto solo 28 famiglie su 43, di cui 12 italiane, 6 tedesche e 10 da altri paesi. La figura mostra come la visita mediamente dovrebbe durare circa 85 minuti per quelle italiane, 87 per quelle D/A/CH e 67 per le altre. Il valore medio su tutto il campione dei 28 gruppi vale 81 minuti circa. Una famiglia italiana e una proveniente dal resto del mondo hanno risposto che il tempo massimo era vincolato allo scadere del parcheggio dell'auto (*"because of the car, which is parked in a lot"*). Questo può quindi essere una fonte di stress ed è purtroppo ineliminabile da parte dell'amministrazione museale.

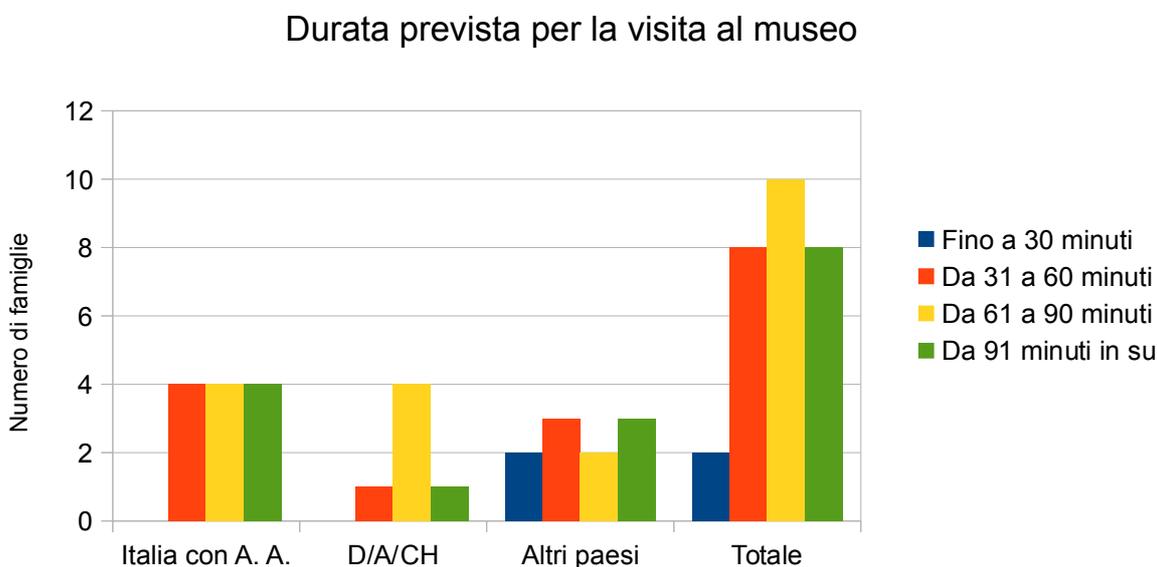


Illustrazione 36: La figura mostra quanto tempo le famiglie di tutto il campione hanno preventivato di dedicare alla visita del museo. Le risposte sono state inserite in quattro intervalli di tempo, mostrati nella legenda.

Quali manifestazioni del museo archeologico conoscete?

Alla domanda hanno risposto solo due famiglie altoatesine, quelle a cui è stata fatta l'intervista. Una ha risposto laconicamente di non conoscere nessuna manifestazione del museo, l'altra ha risposto di conoscere "La giornata internazionale dei musei". Nel 2011 durante questa manifestazione era possibile visitare gratuitamente la mostra temporanea Ötzi^{2.0}, con delle guide in lingua tedesca, italiana, ladina, inglese e francese.

Che tipo di attività o servizi per famiglie desiderereste?

Nessuna famiglia altoatesina, delle due incontrate, ha risposto a questa domanda.

Sondaggio in uscita

Conteggio famiglie

Nel corso del sondaggio in entrata sono state intervistate 38 famiglie di cui 14 italiane, 17 dei paesi D/A/CH e 7 provenienti da altre nazioni. Non è stata intercettata nessuna famiglia altoatesina, pertanto le domande 16 e 17 del sondaggio non hanno ricevuto risposta. La tabella che segue sintetizza i dati socio-demografici delle famiglie. Per quanto riguarda l'origine i dati sono coerenti con quelli degli anni passati. Gli italiani oscillano attorno al 39,3%, i visitatori germanici al 45,9% e il resto dei paesi con il 14,8% (dati del Museo Archeologico dell'Alto Adige e relativi al 2011).

Provenienza delle famiglie

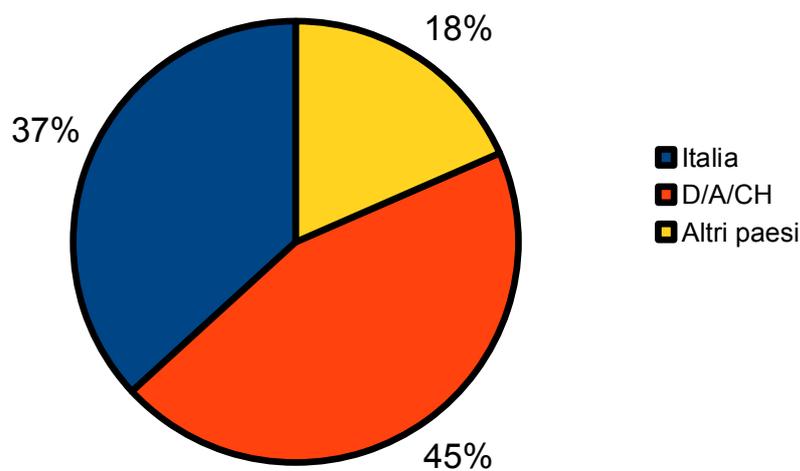


Illustrazione 37: Il grafico mostra la provenienza delle famiglie intervistate.

All'interno delle 38 famiglie si sono contati 62 adulti, 3 persone sopra i 65 anni e ben 59 minori. Di questi 47 erano bambini mentre 12 erano gli adolescenti, circa un quinto del totale. Si tratta di un risultato atteso dalla direzione museale, che mostra come gli adolescenti tendano a non accompagnare la famiglia nella visita del museo. La famiglia classica in visita sembra essere composta nella maggior parte dei casi da bambini, meno da adolescenti. Mediamente ogni gruppo familiare era composto da 3,2 persone. Le famiglie italiane erano in linea con questo risultato, mentre le altre famiglie erano più numerose. Quelle provenienti da Svizzera, Germania e Austria erano composte da 3,4 persone, le altre invece da 3,6 individui. Si tratta di una dinamica legata al viaggio nel senso che una famiglia che viene da un paese estero è meno libera di dividersi. Probabilmente in queste famiglie la vacanza e la visita al Museo archeologico vengono visti come un evento, che va vissuto tutti assieme. Il fatto di non sapere a chi lasciare i figli adolescenti, potrebbe aver avuto un effetto sulla numerosità delle famiglie. Di converso le famiglie italiane probabilmente tendono a lasciare mano libera ai figli che non desiderano visitare il museo. Questi motivi potrebbero spiegare le differenze tra le varie famiglie. Una conferma a questa ipotesi potrebbe venire anche dalla media di minori, e in particolare di bambini, per nucleo familiare. Infatti se una famiglia italiana a 1,1 bambini, una di area germanica 1,4, quelle provenienti da altri paesi arrivano ad averne 1,6. Questo dato sembra spingere verso l'ipotesi che le famiglie straniere non sanno effettivamente a chi affidare i propri bambini. Il rapporto nelle famiglie italiane tra bambini e adolescenti è di circa 3 a 1. Le altre famiglie hanno un rapporto di circa 6 a 1. Sommando

i dati di tutto il campione, senza riguardi per la provenienza, il rapporto si assesta esattamente a 4 contro 1. Quindi effettivamente le famiglie straniere hanno meno adolescenti e più bambini.

	Italia	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Persone totali	45 (37,2%)	57 (47,1%)	25 (20,7%)	121 (100%)
Adulti	23 (37,1%)	30 (48,4%)	12 (19,4%)	62 (100%)
Nonni	2 (66,7%)	1 (33,3%)	0 (0%)	3 (100%)
Minori	22 (37,3%)	27 (45,8%)	13 (22%)	59 (100%)
Di cui bambini	16 (34%)	23 (48,9%)	11 (23,4%)	47 (100%)
Di cui adolescenti	6 (50%)	4 (33,3%)	2 (16,7%)	12 (100%)
Numero di famiglie	14 (36,8%)	17 (44,7%)	7 (18,4%)	38 (100%)
Media persone per famiglia	3,2	3,4	3,6	3,2
Media di adulti per famiglia	1,6	1,8	1,7	1,6
Media nonni per famiglia	0,1	0,1	0,0	0,1
Media di minori per famiglia	1,6	1,6	1,9	1,6
Media di bambini per famiglia	1,1	1,4	1,6	1,2
Media di adolescenti per famiglia	0,4	0,2	0,3	0,3
% Bambini	72,7	85,2	84,6	79,7
% Adolescenti	27,3	14,8	15,4	20,3
Uomini adulti	10	15	7	32
Donne adulte	13	15	5	33
% Donne adulte	56,5	50,0	41,7	50,8

Tabella 20 La tabella riassume i dati anagrafici delle 38 famiglie intervistate divisi per paese d'origine. Le percentuali tra parentesi si riferiscono al totale delle persone nell'ultima colonna.

Le persone sopra i 65 anni intercettate sono state solamente 3. Un gruppo italiano consisteva in una coppia di nonni che accompagnavano autonomamente due nipotini di 8 e 10 anni. L'altra "nonna" portava (D/A/CH) assieme alla figlia ben tre nipoti (uno di 12 anni e due di 7 e 10). In pratica una famiglia su dieci tra Italia e D/A/CH comprendeva anche delle persone anziane.

Un altro dato interessante emerso è quello che si riferisce al sesso degli adulti. Anche se il campione era piccolo, è emerso che il 56% degli adulti italiani erano donne, valore che scendeva alla metà del

totale per i paesi di area culturale tedesca e al 42% per il resto del mondo. In qualche maniera la visita al museo per le famiglie italiane è un compito femminile.

Nella seguente tabella sono state scorporati i dati anagrafici relativi ai minori. Si vede come l'età media degli adolescenti intervistati sia di 14,7 anni, mentre quella dei bambini è pari a 8,7 anni.

	Ragazze	Ragazzi	Adolescenti	Bambine	Bambini	Bambini tot.
Individui	7	5	12	23	27	50
Età media(anni)	14,9	14,4	14,7	8,3	9,0	8,7

Tabella 21 Consistenza ed età media dei minori.

La figura che segue mostra il numero di famiglie in funzione dei membri presenti. Risultano poco numerose le famiglie con 5 o più persone, mentre sono comunque consistenti (9 su 38) quelle composte da un adulto e un minore.

Composizione numerica delle famiglie di tutto il campione

Sono state considerate tutte le famiglie

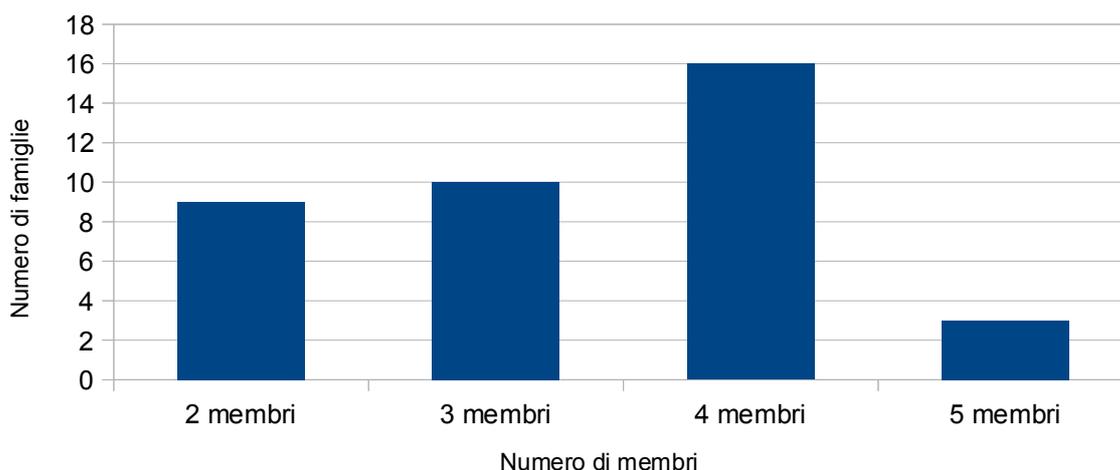


Illustrazione 38: La figura mostra il numero di famiglie in funzione della loro consistenza numerica.

A che ora all'incirca siete entrati al museo?

In base alle risposte delle famiglie e all'operatore che segnava l'orario dell'intervista, è stato possibile calcolare il tempo impiegato per visitare il museo. Si noti bene che questa stima risente della imprecisione di ogni singola famiglia. Alla domanda hanno risposto 37 famiglie su 38. La durata media della visita al museo e le deviazioni standard sono mostrate nella seguente tabella.

	Italia	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Famiglie	14 (su 14)	17 (su 17)	6 (su 7)	37 (su 38)
Minuti stimati	86,4 (76,5)	83,5	55,0	80,0
Deviazione standard	51,1 (36,7)	23,0	Non calcolata	37,2

Tabella 22: La tabella mostra la stima da parte delle famiglie sulla durata della visita. Per ogni paese è stata calcolata la media e la deviazione standard. Quest'ultima non è stata calcolata per le famiglie provenienti dagli altri paesi a causa dell'esiguità del campione. I minuti stimati per le famiglie italiane, segnati tra parentesi, sono quelli calcolati escludendo la famiglia che ha impiegato 215 minuti per visitare il museo.

Durata della visita ipotizzata dalle famiglie

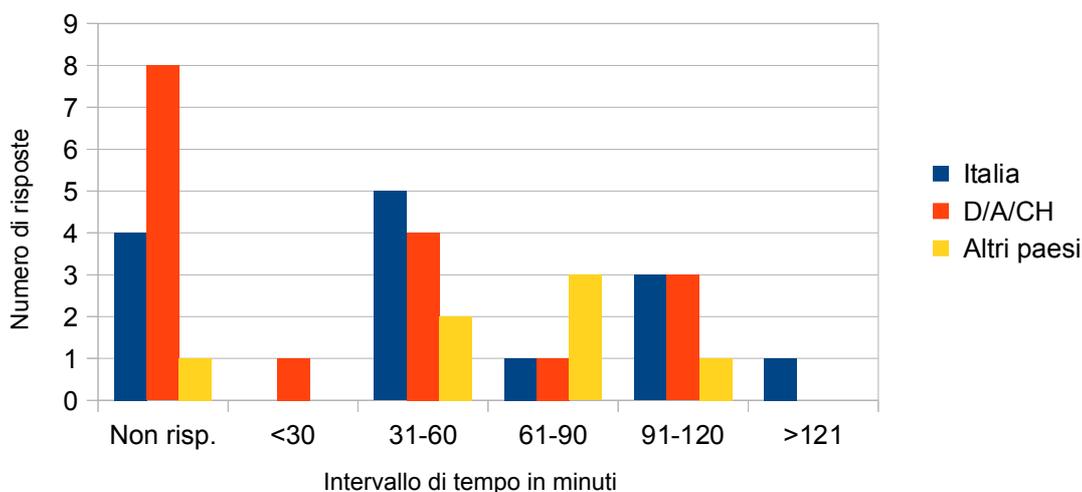


Illustrazione 39: Il grafico mostra la durata stimata della visita secondo tutte le famiglie intervistate. I tempi calcolati sono stati divisi in intervalli da 30 minuti ciascuno di ampiezza.

In base alle risposte è stata costruita la figura di cui sopra. Nel caso delle famiglie italiane emerge che 11 nuclei su 14 hanno indicativamente impiegato meno di 90 minuti per visitare tutto il museo, compresa la mostra temporanea MysteriX. Invece le famiglie svizzere, tedesche e austriache che hanno impiegato meno di un'ora e mezza sono state 12 su 17. I dati per tutti gli altri nuclei familiari non sono stati visualizzati graficamente, perché solamente 6 famiglie (delle 7 intervistate complessivamente) hanno risposto, peraltro con intervalli sempre diversi.

Come ci si poteva aspettare le famiglie degli altri paesi hanno impiegato meno tempo rispetto al

resto del campione. Infatti i 55 minuti impiegati da queste famiglie sono tempi inferiori di mezz'ora rispetto a quelli impiegati dalle altre famiglie. Questi gruppi considerano probabilmente la visita al museo archeologico come un piccolo tassello del viaggio in Alto Adige, a cui dedicare un tempo relativamente breve. Dall'osservazione del pubblico e dai colloqui con alcune guide, sembra emergere che i visitatori "esotici" (tipicamente asiatici e americani) siano interessati solamente a Ötzi. Una volta vista la mummia, si sentono appagati ed escono dal museo. Si tratta di una visita del tipo "mordi e fuggi" e in appoggio a questa idea arriva anche il fatto che una di queste famiglie ha impiegato solo 15 minuti per visitare il museo, dalla cassa fino al terzo piano, dove sono stati intercettati dall'intervistatore. Per esperienza personale, si tratta di un tempo estremamente breve per guardare tutti gli ambienti del museo. Alla domanda su quanto tempo avessero programmato per la visita, questa famiglia di madrelingua tedesca (composta da padre e figlio di 8 anni) ha risposto 90 minuti. Un valore in contrasto con il tempo effettivamente scritto sul questionario. Inoltre alle domande aperte hanno risposto con molti spunti e dando prova di aver in realtà visitato estensivamente tutta la mostra, compresa *MysteriX*. Probabilmente i 15 minuti segnati sulla scheda sono un errore di trascrizione dell'intervistatore.

Una famiglia italiana ha invece risposto di essere rimasta al museo per circa 215 minuti (3 ore e 35 minuti). Si tratta del tempo più lungo trascorso da tutte le famiglie del campione e un tempo incredibilmente lungo per un museo di tipo medio-piccolo. Eliminando questa risposta dal campione italiano la media si abbassa da 86,4 a 76,5 minuti, mentre la deviazione standard crolla da 51,1 a 36,7 minuti.

E quanto tempo avevate immaginato di impiegare per la visita?

L'analisi dei dati di questa domanda è legata a doppio filo alla precedente. Confrontando i tempi impiegati da quelli immaginati per compiere la visita, è possibile vedere se il museo è riuscito ad attrarre le famiglie più del previsto. A questa domanda non hanno risposto, 13 famiglie su 38. Quindi il campione statistico si è ridotto ed è stato possibile calcolare la media e la deviazione standard solamente sommando tutte le famiglie rimanenti (25 per la precisione). Le risposte fornite sono riassunte dalla seguente tabella.

Minuti	Non risp.	30	60	75	90	120	150	Totale
Italia	4	0	5	1	0	3	1	14
D/A/CH	8	1	4	0	1	3	0	17
Altri paesi	1	0	2	0	3	1	0	7
Totale	13	1	11	1	4	7	1	38

Tabella 23: La tabella sintetizza le risposte delle famiglie alla domanda su quanto tempo avessero preventivato di dedicare alla visita.

La maggior parte delle risposte si raccoglie attorno a tre tempi tipici: un'ora, un'ora e mezza e due ore. Si tratta probabilmente di un effetto dovuto alla difficoltà di voler quantificare la durata della visita. Di fronte a una domanda del genere è più facile rispondere con "Un'ora! O forse una e mezza". D'altronde chi mai risponderebbe di aver pensato di impiegare 73 minuti per visitare un museo. È innegabile che per come era strutturata la domanda, ci si dovesse aspettare questo tipo di risposte. Sicuramente un campione ancora più ampio potrebbe far emergere tempi meno "rotondi". Alla luce di queste considerazioni si è comunque calcolata la durata media stimata e la deviazione standard: per la prima si è trovato 84,6 minuti e per la seconda 30,9. La durata stimata è di circa 5

minuti superiore al tempo calcolato con la prima domanda, mentre la deviazione è inferiore di 6 minuti. La differenza di tempo per la durata dovrebbe far pensare che i visitatori alla fine della visita, hanno impiegato meno tempo di quello da loro preventivato. In tal caso i curatori dovrebbero iniziare a farsi delle domande. In realtà probabilmente la differenza è imputabile al fatto che il campione usato per inferire il tempo ipotizzato, è inferiore a quello usato per calcolare il tempo effettivo (25 risposte contro 37). Un campione più ampio dovrebbe fornire dati più precisi e aiutare a discriminare un tempo reale di visita. La diminuzione della deviazione è invece imputabile all'effetto di cui si è parlato prima. Molte famiglie hanno risposto con tempi "rotondi", addensando i dati attorno all'intervallo tra 60 e 120 minuti. Questo concentrazione attorno a un picco ben preciso ha quindi ridotto il valore della deviazione standard.

Ben 13 famiglie non sono state in grado di rispondere e quantificare il tempo da dedicare al museo. Si tratta praticamente di un terzo dell'intero campione e questo chiaramente ha portato a un'indebolimento dei dati complessivi. Alla luce di questa esperienza, in una successiva *evaluation* bisognerebbe intervistare un maggior numero di famiglie, per allargare il campione.

Durata della visita ipotizzata dalle famiglie per visitare il museo

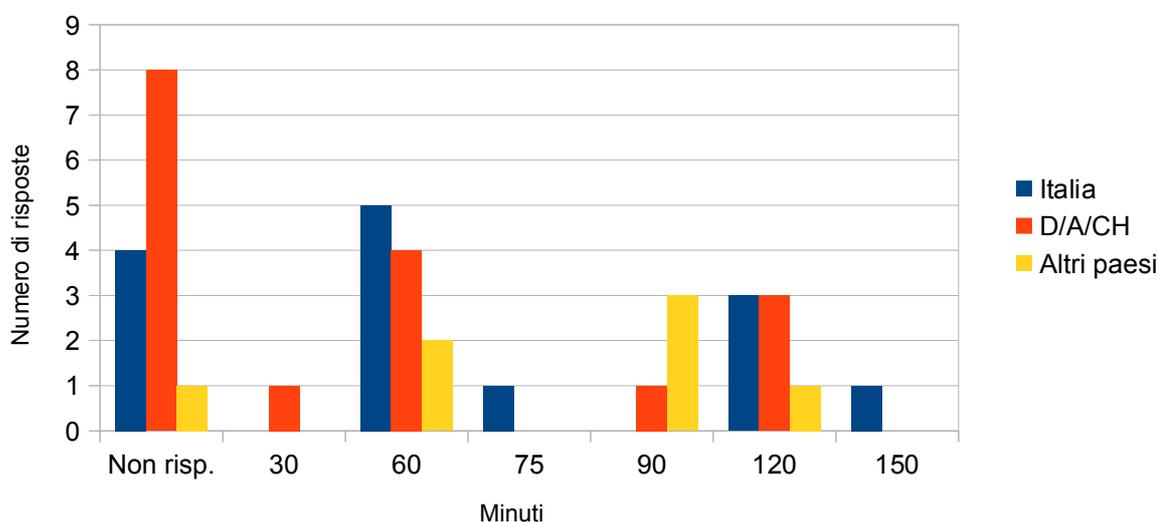


Illustrazione 40: La figura mostra la durata della visita ipotizzata da impiegare nella visita del museo. Un terzo delle famiglie non è stata in grado di rispondere alla domanda, mentre la maggior parte delle altre a risposto con tempi concentrati attorno ai 60,90 e 120 minuti.

Come si è svolta la visita al museo oggi? Come si potrebbe descrivere?

A questa domanda hanno risposto tutte le famiglie intervistate, ma purtroppo nessuna ha dato risposte che non fossero quelle lette dall'intervistatore. Nella tabella seguente sono raccolti i risultati.

	Italia	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Ci adatteremo	1 (10%)	7 (70%)	2 (20%)	20 (39%)
Li guideremo insieme	11 (50%)	7 (31,8%)	4 (18,2%)	22 (43%)
Ci separeremo	3 (33,3%)	2 (55,6%)	1 (11,1%)	9 (18%)

Tabella 24 La tabella mostra come le famiglie hanno condotto la visita al museo.

Come si evince dalla tabella e dal grafico, le famiglie italiane hanno visitato il museo senza separarsi. Le famiglie provenienti invece da Svizzera, Austria e Germania invece hanno risposto in maniera più omogenea. Sarebbe interessante capire i motivi per cui le famiglie italiane sono così monolitiche rispetto alle altre. Esistono motivi culturali oppure semplicemente di necessità? Il presente lavoro purtroppo non è in grado di rispondere a questa domanda.

Emerge anche un altro particolare analizzando i dati. Infatti ben 4 famiglie di origine tedesca hanno fornito due diverse risposte (era possibile segnare fino a un massimo di due diverse risposte in sede di intervista). Due gruppi hanno detto di essersi adattati alla velocità dei figli e di averli guidati/motivati; un'altra li ha guidati e si sono poi anche divisi; l'ultima si è adattata agli interessi dei figli e contemporaneamente li ha lasciati liberi. Anche altre due famiglie italiane hanno fornito risposte multiple. Una ha guidato i bambini e si sono adattati ai loro ritmi, l'altra invece ha visitato il museo assieme, lasciandoli inoltre liberi. Alla luce di queste considerazioni si può in parte capire perché le risposte delle famiglie di cultura germanica siano omogenee. Infatti le 4 famiglie che hanno dato risposte multiple, rappresentano quasi un terzo del campione (8 risposte su 19). Probabilmente aver dato due risposte ha in un certo senso "annacquato" i dati, impedendo che lo stile di visita principale emergesse dai pochi dati disponibili.

Nel caso in cui le famiglie avessero visitato il museo con un diverso stile di visita, non segnato sul questionario, questo andava segnato sotto la categoria **Altro**. Purtroppo nessuna famiglia è per così dire, uscita dal binario delle risposte classiche.

Complessivamente metà delle risposte indica che le famiglie hanno effettuato la visita assieme, motivando e guidando i propri figli. Le altre due possibilità, "*Ci adatteremo*" e "*Ci separeremo*" si sono divisi il resto delle domande. Quindi in definitiva si può affermare che le famiglie in visita al museo, quale che sia la loro provenienza geografica, tendono a rimanere unite. L'esplorazione del museo è sempre un evento condiviso.

Come valutate complessivamente il museo in una scala da 0 a 10?

Per le famiglie di madrelingua tedesca è stato spiegato esplicitamente in fase d'intervista, che il voto 10 equivale all'essere completamente soddisfatti, mentre lo 0 all'essere completamente insoddisfatti. Il motivo risiede nel fatto che nei paesi di cultura tedesca la scala di valori è generalmente invertita rispetto a quella in uso in Italia. Per esempio a scuola un 10 è il peggior voto, mentre 1 il migliore. Per le famiglie degli altri paesi questa caratteristica non è stata esplicitata. Nella tabella che segue sono riportati i voti medi per gli adulti, per i minori e per ogni gruppo familiare in base alla provenienza geografica. I risultati per le famiglie sono stati ottenuti seguendo questo procedimento. Per ogni nucleo è stato calcolato il voto medio dato dagli adulti con quello dei minori. I voti medi di ogni famiglia sono stati a loro volta mediati tra di loro. Le deviazioni standard del campione sono state calcolate per le famiglie italiane, svizzere, tedesche e austriache, così come per tutto il campione. Ciò non è stato fatto per i gruppi provenienti dal resto del mondo a causa della ristrettezza del campione. Infatti sono state intervistate solamente 7 famiglie, mentre il numero minimo per poter calcolare significativamente la deviazione standard è di almeno 10.

	Italia	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Voto medio adulti	8,9	9,3	8,4	9,0
Dev. st. adulti	0,92	0,85	Non calcolata	1,01
Voto medio minori	9,4	9,4	8,9	9,3
Dev. st. minori	0,84	0,80	Non calcolata	0,97
Voto medio famiglia	9,1	9,4	8,6	9,1
Dev. st. famiglie	0,77	0,75	Non calcolata	0,85

Tabella 25 La tabella mostra i voti medi degli adulti, dei minori e delle famiglie complessivamente distinti per provenienza geografica.

Dal grafico emerge che le famiglie provenienti da Svizzera, Austria e Germania sono quelle che hanno complessivamente apprezzato di più il Museo Archeologico. In particolare le media dei voti dati dagli adulti e dai minori sono quello con il minor scarto (pari a 0,1). Questo si riflette anche nelle deviazioni che sono quindi più piccole. Colpisce anche la differenza di voto data dalle famiglie italiane tra adulti e minori, pari a mezzo punto. I voti più bassi sono stati dati invece dalle famiglie originari di altri paesi. Gli adulti hanno dato mezzo punto in meno rispetto agli omologhi italiani e quasi un punto rispetto a quelli tedeschi. I bambini rispettivamente mezzo punto rispetto a quelli italiani e germanici. Probabilmente le loro aspettative erano diverse.

In linea generale i minori hanno dato voti più alti dei loro accompagnatori, con differenze più o meno marcate a seconda della provenienza geografica. Le divergenze sono più marcate per quelle italiane e di altri paesi, minime per le famiglie provenienti da D/A/CH.

Come valutate complessivamente il museo archeologico da 0 a 10?

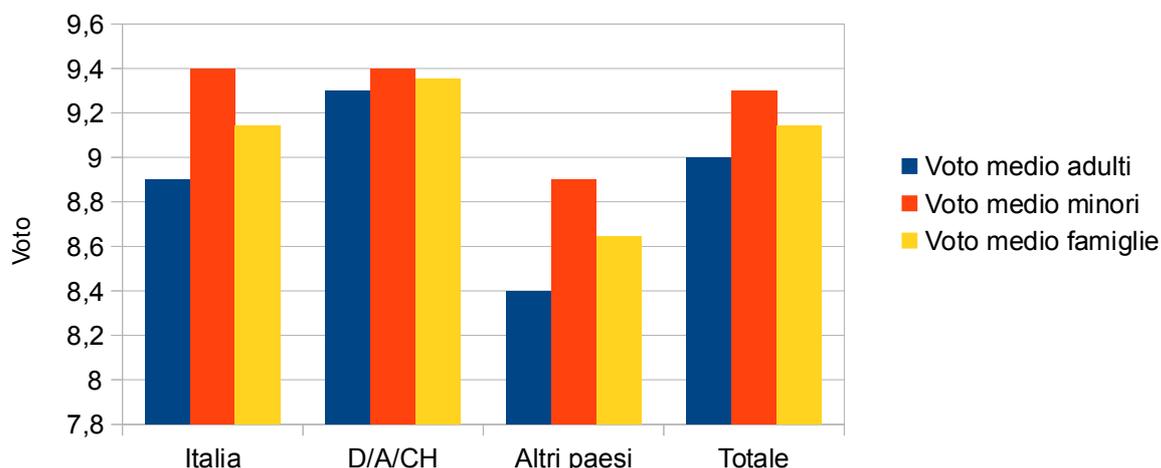


Illustrazione 41: Il grafico mostra il voto medio dato al museo archeologico nella sua interezza dato dagli adulti e dai minori. I dati sono disaggregati per provenienza geografica e viene presentato anche il voto medio delle famiglie.

Cosa vi è piaciuto in modo particolare? E cosa invece meno?

L'analisi delle due domande si dividerà in tre parti, a seconda della provenienza delle famiglie intervistate.

Famiglie italiane, compreso l'Alto Adige

Le famiglie italiane hanno risposto estensivamente alla domanda. Sono state riempite le caselle per ben 41 volte, quindi mediamente quasi ogni famiglia (sia grandi, che piccoli) hanno trovato almeno due cose positive del museo (25 risposte diverse). Per quanto riguarda le cose negative due terzi delle famiglie italiane hanno risposto all'intervistatore (con 16 risposte diverse).



Illustrazione 42: Mappa concettuali degli adulti delle famiglie italiane attorno al tema di esposizione.

Gli adulti hanno apprezzato molto la presenza dei “touchscreen” e del “tavolo anatomico”. Il tavolo anatomico è il più grande dei due *touchscreen* presenti nel museo. Si tratta della rielaborazione di un tavolo anatomico, dove si vede uno schermo con il corpo di Ötzi a grandezza naturale. Toccandolo si può cambiare la lunghezza d'onda con cui si osserva la mummia, passando dal visibile ai raggi X (come in una TAC e in una lastra radiologica). In questo modo i visitatori possono esplorare il corpo anche dall'interno, osservando i muscoli, i tendini e le ossa. L'altro *touchscreen* è quello che permetteva di ricostruire la stele di Mitra, nell'esposizione MysteriX. Alcuni hanno risposto di aver gradito la presenza dei “reperti” e soprattutto che “c'è molto di più che la mummia”; inoltre il “corredo è perfettamente conservato” e visibile attraverso le “teche”. Altri ancora hanno apprezzato i testi sparsi per la mostra che fornivano “descrizioni chiare”. Molti bambini e adolescenti hanno invece trovato difficoltà nell'approcciarsi ai testi, specialmente “nella sala dove c'era tanto da leggere al secondo piano”. Un altro bimbo non voleva proprio “leggere”. Queste difficoltà di lettura da parte dei più piccoli sono accettabili per il museo, perché tutti i testi dei pannelli devono essere presentati in tre lingue. Anche un testo breve e conciso, si moltiplica per tre senza colpo ferire, appesantendo la lettura. In ogni caso leggere è un'attività intellettuale che richiede uno sforzo non comune al bambino, soprattutto per quelli che hanno appena iniziato a farlo. Le mediatrici comunque hanno messo in conto anche questo, nel valutare i giudizi negativi da parte dei più piccoli.

Stupisce inoltre la risposta data da un gruppo. Tra le cose che li hanno più colpiti spicca “l'umiltà, le

risposte incomplete della scienza, il giallo”. Questi adulti hanno apprezzato l'impostazione generale della mostra attorno all'enigma della morte di Ötzi. Infatti i pannelli mostravano tutte le scoperte fatte grazie alla scienza, ma esplicitavano anche le cose che ancora non siamo stati in grado di decifrare sulla mummia.

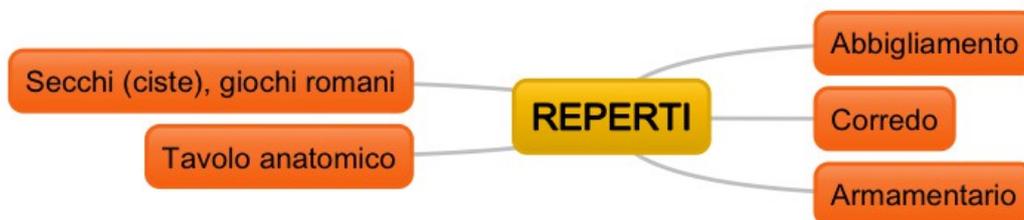


Illustrazione 43: Mappa concettuale degli adulti delle famiglie italiane attorno al tema dei reperti.

I reperti sono un altro tema ricorrente nelle risposte degli adulti italiani. Oltre ad aver apprezzato gli oggetti appartenuti alla mummia, qualcuno a detto che gli sono piaciute le “ciste (secchi romani) e i giochi romani”, presenti entrambi alla mostra *MysteriX*. Anche il tavolo anatomico è stato apprezzato da una famiglia. Chiaramente Ötzi rappresenta il tema ricorrente degli adulti in visita. Di lui i visitatori hanno apprezzato “l'abbigliamento, l'abilità dell'uomo, lo scoprire come vivevano”, “il corpo di Ötzi”, “la storia di Ötzi”, “la mummia”, “gli oggetti e le armi, la ricostruzione e la vita di un nostro progenitore”, “lo stato di salute” e “gli usi e costumi dell'epoca di Ötzi”.

Per quanto riguarda le cose non apprezzate spicca la mostra temporanea *MysteriX*, che ha ricevuto critiche da 4 famiglie.



Illustrazione 44: Mappa concettuale degli adulti delle famiglie italiane attorno al tema MysteriX.

Viene bocciato in toto “il 3° piano”, infatti “*MysteriX* è caotica”, i “testi sono poco usati” e ci vorrebbero “più reperti”. Per quanto riguarda i testi, la decisione di limitare al minimo l'uso dei testi è stata una scelta presa di comune accordo dalle mediatrici culturali. Secondo loro *MysteriX* doveva attrarre i più piccoli e spingerli a interagire con i genitori. Per evitare di sovraccaricare i più giovani si è quindi deciso di limitare al massimo l'uso dei testi in favore di filmati e audio-racconti. Il

Museo Archeologico ha poi per sua natura un grave *handicap* di partenza. Deve presentare ogni testo in tre lingue: l'italiano e il tedesco per lo statuto bilingue della provincia e l'inglese per i visitatori stranieri. Questa ridondanza rende forte il rischio di eccedere con i testi, anche se questi sono estremamente brevi. Una famiglia ha criticato la scelta di usare così pochi reperti per *MysteriX*. In realtà il numero di pezzi avrebbe dovuto essere persino più basso, rispetto ai 7 che poi sono stati effettivamente usati. La mediatrice Margit Tumler, una delle curatrici della mostra temporanea, avrebbe voluto infatti ridurre i reperti a 5, in modo da guadagnare spazio per ogni sezione. Comunque scegliere 5,6 o 7 reperti e costruirci attorno diverse sezione sarebbe stato comunque difficile, per via della poca superficie calpestabile del terzo piano.

Una famiglia ha detto che “manca la preistoria”, cosa plausibile in un museo archeologico, e non hanno apprezzato i “microscopi al 2° piano” (nell'area della ricerca scientifica su Ötzi), usati per ingrandire delle sezioni di femore. Un altro gruppo non ha apprezzato “il *touchscreen*”, mentre invece un'altra famiglia lo aveva trovato entusiasmante. Alcuni hanno trovato “tanta gente alla mummia”, che purtroppo è un problema ben noto al museo. Nei periodi di alta stagione e quando c'è brutto tempo il museo è praticamente invivibile a causa dell'affollamento. Una famiglia invece ha mosso delle critiche all'offerta per i più piccoli, dal momento che non sono piaciute le “cose interattive per i bimbi” e che i “video [fossero] solo per adulti”. C'è stato anche chi ha chiesto “più guide e più arricchimento”, oltre a maggior “interazione”.

Infine l'ultima famiglia con la richiesta più particolare. Si trattava di due nonni milanesi che accompagnavano i due nipoti (8 e 10 anni) in vacanza. Il nonno era incredibilmente motivato e desiderava trasmettere il suo entusiasmo su Ötzi ai nipotini. Per questo erano disposti a investire più tempo possibile (nei limiti del parcheggio auto) per esplorare tutti insieme il museo. Il nonno non ha apprezzato la “disputa” che si era scatenata attorno alla proprietà della mummia (la famosa *querelle* sul luogo del ritrovamento, che durò svariati mesi fino a che una nuova misurazione trigonometrica stabilì che Ötzi era italiano). Infatti una parte della mostra spiega appunto le tensioni che nacquerò all'epoca e che, secondo il suo pensiero, rivelano una profonda chiusura mentale. Secondo la sua opinione Ötzi non era altoatesino, né sudtirolese o austriaco. Era semplicemente un nostro antenato europeo, che si muoveva a cavallo dello spartiacque alpino, senza riguardi nei confronti delle frontiere e delle leggi.

Le risposte degli adolescenti e dei bambini italiani sono poche e quindi non verranno rappresentate con delle mappe. Due famiglie hanno trovato “*MysteriX* un po' noiosa”, mentre un altro gruppo ha trovato difficoltà con la “roccia”, ovvero la stelle retica presente alla mostra temporanea, e con le “lettere poco chiare nella sala della stella”. Probabilmente questi bambini non sono riusciti a intravedere le lettere intagliate nella roccia e a collegare quindi quei simboli con l'alfabeto retico.

Una bambina di 8 anni non ha apprezzato la “mummia”, mentre altre due famiglie hanno trovato difficoltà a causa di “filmati noiosi” e delle troppe cose da “leggere”. L'ultima ha detto di non aver apprezzato le “*coroncelle* delle cose di Ötzi”, dove per *coroncelle* si intendeva probabilmente il cappello di pelliccia d'orso.

Famiglie provenienti dai paesi di cultura tedesca (D/A/CH)

Gli adulti provenienti da Svizzera, Austria e Germania hanno apprezzato principalmente Ötzi e la sua ricostruzione iperrealista, l'esposizione in generale e anche alcuni aspetti scientifici della mostra.

Per quanto riguarda la mummia del Similaun, in tanti hanno apprezzato la replica costruita dagli artisti olandesi Kennis. Infatti 3 gruppi hanno raccontato di aver apprezzato la “replica” di Ötzi, la sua “ricostruzione e i suoi dettagli precisi” e il “nuovo Ötzi”. La capacità attrattiva della ricostruzione risulta quindi essere molto forte. Il resto delle risposte legate alla mummia in un certo

senso sono classiche. C'è chi ha apprezzato “la vita all'epoca di Ötzi”, “quello che aveva con sé”, “la mummia congelata nel ghiaccio” e “la sua rappresentazione nella vita quotidiana”.

Gli aspetti legati all'esposizione sono quelli emersi con maggior frequenza durante le interviste. Infatti il pubblico sembra aver apprezzato la chiarezza dei testi e promosso la qualità complessiva della mostra. Le loro risposte sono state le seguenti:

- descrizione e conservazione dei reperti (per 2 volte);
- scena del crimine, si può fare un viaggio nel passato;
- descrizioni accurate e molto chiare, testi semplici e pregnanti;
- spiegazioni chiare;
- un sacco di informazioni;
- scritti dettagliati;
- grande museo, ma con non troppo testo;
- le spiegazioni e il 1° piano;
- aspetti scientifici, testo breve e conciso;
- video del dottore che spiega molto bene, *touchscreen*;
- struttura chiara e adatta ai bambini.

Come si vede il tema del testo (chiaro ed efficace) appare frequentemente. In generale gli adulti di queste famiglie sembrano aver apprezzato come il museo è strutturato e i testi che accompagnano i reperti.

La scienza è un altro tema che ha colpito l'attenzione del pubblico. Tre famiglie hanno apprezzato gli aspetti scientifici della storia, le “informazioni scientifiche e gli sviluppi” e il “video con il medico” che spiegava le analisi anatomo-patologiche svolte su Ötzi.

Le cose che non sono piaciute agli adulti sono state decisamente meno. Infatti solo 4 famiglie hanno risposto all'intervistatore. Per contro 17 avevano risposto di aver apprezzato il museo. C'è chi non ha apprezzato la “mummia” e non “sapeva quale fosse la temperatura nella cella frigorifera” (probabilmente non avevano visto il piccolo termometro digitale presente nella camera), chi voleva “maggiori informazioni sulla morte di Ötzi, più criminologia” e lamentava “la mancanza di informazioni sulle macchie di sangue presenti sui vestiti della mummia”. Un'altra famiglia non ha trovato “abbastanza conoscenze sull'Età del Rame”, altri “hanno trovato confusione nel 2° piano”, quello dove si trovava la contestualizzazione dell'epoca di Ötzi e le ricerche scientifiche fatte su di lui.

I bambini di queste famiglie hanno invece espresso un plebiscito a favore di Ötzi e dei suoi oggetti personali. Infatti ben 15 su 15, che hanno risposto alla domanda, hanno parlato della mummia. Al di là di questo entusiasmo hanno anche apprezzato l'interattività della mostra, i video, le tante informazioni veicolate da testi ben fatti, gli schermi *touchscreen* e la possibilità di provare l'abbigliamento ricostruito (il cappello e la pelliccia della mummia). Tra gli oggetti che sono piaciuti troviamo l'arco, il contenitore per le ceneri in corteccia di betulla, i vestiti e le armi.

Un unico bambino ha risposto di non aver apprezzato il fatto che “ogni cosa si doveva leggere”. Chiaramente l'età ha influito su questa risposta, poiché aveva 5 anni e non era in grado di leggere.

Famiglie provenienti da altri paesi

Delle 7 famiglie provenienti da altri paesi e intercettate all'ultimo piano del museo, 6 hanno risposto alla domanda evidenziando cose positive, mentre due hanno parlato della mostra anche in termini negativi.

Da queste risposte è emerso che gli adulti hanno apprezzato ovviamente Ötzi e la ricostruzione, fedele e scientifica, della sua vita. Due famiglie hanno apprezzato tutto della mostra (le parole segnate sono state *“liked anything”* e *“anything”*). Una delle due ha anche detto di aver apprezzato la messa in mostra complessiva dei reperti, che ha permesso loro di imparare tantissime cose nuove (*“everything is exposed in a clear way, today we learned a lot”*). Una famiglia, probabilmente del Liechtenstein, ha risposto in tedesco di aver apprezzato gli utensili della mummia e la loro ricostruzione. A un altro gruppo di adulti sono piaciute le spiegazioni e il contenuto dello stomaco (*“gute Erklärung, Mageninhalt”*). Si tratta di una famiglia che ha quindi apprezzato la sezione della mostra permanente, dedicata alle ricerche scientifiche fatte su Ötzi. Un pannello spiegava infatti l'analisi effettuata sul contenuto dello stomaco, che ha permesso infatti di risalire al suo ultimo pasto a base di carne, verdure. In generale la ricostruzione della vita dell'Uomo del Similaun e del suo modo di affrontare le asperità di un ambiente selvaggio, sono decisamente apprezzate dal pubblico, quale che sia l'età e l'origine.

Tra le cose che hanno colpito in negativo gli adulti, un gruppo ha detto di aver trovato troppe cose su Ötzi e che si aspettavano di imparare qualcosa di più sulla storia in generale (*“to much stuff about Ötzi, we expected to learn more about general history”*). Questo gruppo era composto da due adulti e tre figli (di 11,16 e 17 anni). Probabilmente questa famiglia si aspettava di trovare non solo la mummia, ma anche l'archeologia dell'Alto Adige (essendo il museo effettivamente dedicato a questo). L'altro gruppo ha criticato l'eccessiva presenza di testi da leggere per i loro figli, che si sono perciò annoiati (*“sehr viel zu lesen für Kinder, Kinder langweilen sich”*). Il padre accompagnava in visita il figlio di 8 anni. Anche il figlio ha risposto alla stessa maniera; non ha apprezzato i testi presenti nella mostra.

Cosa hanno apprezzato invece i minori? Quasi tutti hanno risposto “la mummia”, il “corpo”, la “ricostruzione” di Ötzi e i filmati su di lui. Una bambina di 5 anni ha risposto di aver apprezzato la casa retica all'ultimo piano (*“Räterhaus”*) e i filmati presenti in quella sezione di *MysteriX*. Le cose non piaciute hanno coinvolto un numero più ampio di *exhibit*. Due gruppi di minori, di cui uno già trattato sopra, hanno detto di non aver apprezzato i testi, mentre due bambine di 4 e 7 anni non hanno trovato comprensibile la *“medical area of Ötzi”*. Infine la famiglia con i 3 figli adolescenti ha detto di non aver capito perché la sezione dedicata all'archeologia fosse così ridotta. Si tratta della stessa critica fatta dai genitori.

A partire dalle risposte fornite all'intervistatore si è deciso di costruire due *words cloud*, traducendo in italiano (con la massima fedeltà possibile) le risposte in tedesco. Le risposte in inglese sono state lasciate tal quali. Le parole chiave per gli adulti e per i minori sono quindi state usate per costruire queste mappe, dove le parole più frequenti nelle interviste, sono quelle più grandi. Pertanto il primo grafico rappresenta le parole chiave degli aspetti apprezzati da tutta la famiglia (adulti e piccoli), mentre il secondo si riferisce alle cose del museo non apprezzate dalle famiglie.

Quanto concordate con le seguenti affermazioni?

I risultati della domanda sono raccolte nella tabella che segue, senza distinzione per paese di provenienza e presentati visivamente nel grafico successivo.

	Completamente	Abbastanza	Poco	Per nulla	Totale
Il museo archeologico è particolarmente attento alle esigenze delle famiglie	27 (71,1%)	10 (26,3%)	1 (2,6%)	0 (0%)	38 (100%)
Alle famiglie sono fornite tutte le informazioni sulle strutture e offerte	16 (44,4%)	12 (33,3%)	5 (13,9%)	3 (8,3%)	38 (100%)
Gli oggetti e le vetrine sono facilmente visibili per i bambini, ossia accessibili	30 (78,9%)	6 (15,8%)	2 (5,3%)	0 (0%)	38 (100%)
Per le famiglie con bambini ci sono sufficienti spazi e possibilità per riposarsi	30 (78,9%)	5 (13,2%)	3 (7,9%)	0 (0%)	38 (100%)
Dai più piccoli ai più grandi, ci sono cose interessanti per tutti	31 (81,6%)	5 (13,2%)	2 (5,3%)	0 (0%)	38 (100%)
L'utilizzo delle stazioni interattive è facile e immediatamente comprensibile	26 (68,4%)	9 (23,7%)	3 (7,9%)	0 (0%)	38 (100%)
Bambini e adulti sono stimolati a interagire tra loro	27 (71,1%)	8 (21,1%)	3 (7,9%)	0 (0%)	38 (100%)
Le segnaletiche e le indicazioni sono ben leggibili e comprensibili	37 (97,4%)	1 (2,6%)	0 (0%)	0 (0%)	38 (100%)
Con le informazioni disponibili si riesce a gestire molto bene il percorso della visita	28 (77,8%)	8 (22,2%)	0 (0%)	0 (0%)	38 (100%)
Il prezzo del biglietto è assolutamente adeguato	31 (83,8%)	6 (16,2%)	0 (0%)	0 (0%)	37 (100%)

Tabella 26 La tabella mostra le risposte alla domanda numero 6. I dati sono aggregati per tutte le famiglie, senza distinzione di origine.

Quanto concordate con le seguenti affermazioni?

Risposte di tutte le famiglie intervistate



Illustrazione 47: La figura mostra i risultati della domanda numero 6. Si tratta delle risposte aggregate di tutte le famiglie del campione. Le risposte sono normalizzate a 100.

Per quanto riguarda il prezzo del biglietto la totalità delle famiglie intervistate pensa sia adeguato all'offerta del museo. Anche le informazioni che si trovano sui pannelli permettono alle famiglie di gestire al meglio la loro visita, e i testi sono considerati ben leggibili da tutti. La qualità dei testi è stata recepita dal pubblico e più volte nella domande precedenti, i gruppi hanno detto di aver apprezzato i pannelli. A seguire come affermazione con maggiore concordanza c'è quella sul museo attento alle esigenze delle famiglie. Qui l'87,4% delle famiglie ha risposto positivamente, mentre solo un gruppo ha risposto di trovarsi poco concorde con l'affermazione.

Le altre affermazioni, a parte una che verrà trattata successivamente, sono state considerate abbastanza veritiere dalle famiglie. In media oltre il 90% delle famiglie si è trovata completamente o abbastanza concorde.

L'unica affermazione dal quale sembra emerge un problema, è quella che si riferisce alle informazioni offerte alle famiglie. Infatti a questa specifica domanda, le famiglie hanno risposto anche con una “concordanza nulla” e quelle completamente soddisfatte sono scese sotto il 50 per cento (per la precisione al 44,4%). Sommando le famiglie concordi in parte o completamente con l'affermazione, si arriva a circa il 78%. Mentre quelle poco concordi sono il 13,9% e quelle assolutamente non concordi sono l'8,3%. La percentuale delle famiglie che non concordano con l'affermazione è quindi pari al 22%. Questo problema era già stato rilevato dalle mediatrici culturali e soprattutto dalle guide che lavorano a diretto contatto con il pubblico. Parlando con alcune di loro è emerso che spesso le famiglie non erano a conoscenza di alcune iniziative a loro rivolte (per esempio lo spazio famiglie estivo, il *dog sitting*, il fasciatoio per cambiare i neonati, le guide speciali per famiglie il fine settimana...).

Dal momento che la seconda affermazione era quella più criticata, le risposte sono analizzate per provenienza geografica (si veda il grafico successivo). Come già detto un buon numero di famiglie non è riuscita ad avere tutte le informazioni fondamentali per visitare il museo. Quelle che hanno avuto maggiore difficoltà sono state quelle provenienti da altri paesi. Infatti metà (pari a 5 famiglie) hanno risposto di concordare abbastanza con l'affermazione (quindi non il massimo) e le altre 5 non hanno risposto in termini negativi. Di queste, 3 hanno risposto di non concordare per nulla con l'affermazione, e sono peraltro le uniche famiglie ad aver risposto in maniera completamente negativa alla domanda (su tutte i gruppi intervistati). C'è quindi un problema nel comunicare alle famiglie, soprattutto quelle degli altri paesi, l'offerta del museo. Probabilmente l'idea di consegnare un *flyer* trilingue ai visitatori, con le tutte le spiegazioni del caso, potrebbe lenire questo problema.

Alle famiglie vengono fornite subito tutte le informazioni a loro utili?

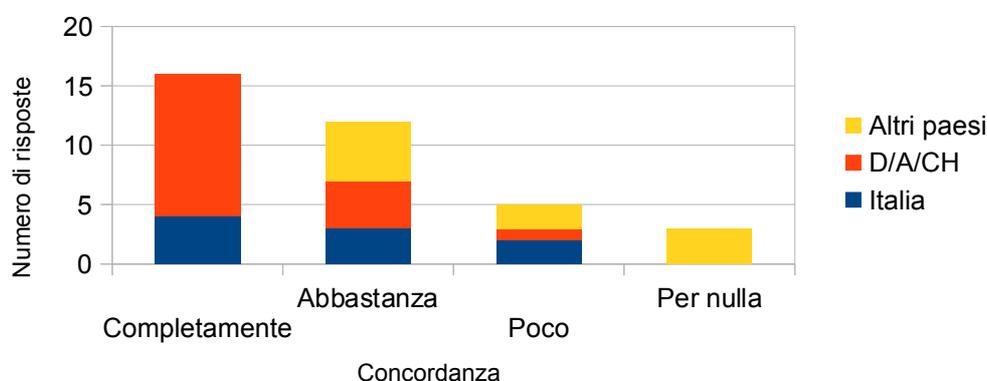


Illustrazione 48: La figura mostra le risposte date dalle famiglie su quanto concordassero con l'affermazione "Alle famiglie vengono fornite subito tutte le informazioni sulle strutture e le offerte?"

	Voto medio	Deviazione standard
Il museo archeologico è particolarmente attento alle esigenze delle famiglie	3,68	0,53
Alle famiglie sono fornite tutte le informazioni sulle strutture e offerte	3,14	0,96
Gli oggetti e le vetrine sono facilmente visibili per i bambini, ossia accessibili	3,74	0,55
Per le famiglie con bambini ci sono sufficienti spazi e possibilità per riposarsi	3,71	0,61
Dai più piccoli ai più grandi, ci sono cose interessanti per tutti	3,76	0,54
L'utilizzo delle stazioni interattive è facile e immediatamente comprensibile	3,61	0,64
Bambini e adulti sono stimolati a interagire tra loro	3,63	0,63
Le segnaletiche e le indicazioni sono ben leggibili e comprensibili	3,97	0,16
Con le informazioni disponibili si riesce a gestire molto bene il percorso della visita	3,78	0,42
Il prezzo del biglietto è assolutamente adeguato	3,84	0,37

Tabella 27 La tabella mostra i voti medie e le deviazioni standard per ogni affermazione.

Per migliorare la vostra visita come famiglia, cosa vi sarebbe stato ancora utile?

Le risposte delle famiglie hanno investito un ampio spettro di problemi e richieste. Un primo argomento è quello del clima interno che ha detta di alcuni gruppi è troppo caldo e umido. A questo si ricollega anche una richiesta fatta da una famiglia di un distributore di bevande. Il problema è già noto al museo e purtroppo diventa fastidioso soprattutto d'estate, esattamente il periodo in cui è stata fatta l'*evaluation*. Un altro problema molto sentito è quello degli spazi relax, dove le famiglie possano tirare il fiato. Una famiglia pensa che più spazi relax sarebbero benvenuti dai visitatori anziani (“più panchine, utili anche per le persone anziane”) e dai bambini (“si sarebbe dovuto mettere a disposizione più aree per i bambini nei piani di Ötzi, così gli adulti potevano leggere e informarsi”). Un gruppo ha chiesto esplicitamente “sgabelli e spazio per sedersi, aree relax”. Un altro ha detto che “sarebbe stato bello avere più posti a sedere per rilassarsi tra i vari piani”. Una famiglia tedesca invece ha detto di non aver saputo prima di *MysteriX* e che avrebbero voluto visitarla in un'altra occasione separatamente. Perciò quando sono arrivati all'ultimo piano erano troppo stanchi. In realtà ogni piano presenta un piccolo angolo relax, ma solo negli ultimi due sono abbastanza ampi da accogliere almeno una dozzina di persone. Nel resto del museo sono sparse varie panchine, che però spesso risultano insufficienti. Per ovviare a questo problema, alla cassa sono disponibili degli sgabelli pieghevoli (che fungono anche da bastoni). Così si facilita la visita alle persone anziane, anche se le si obbliga a portarsi con sé la sedia fino alla fine del secondo piano.

Un altro punto critico è quello del personale di supporto che dovrebbe interagire maggiormente con il pubblico. Infatti un gruppo ha chiesto di avere uno “staff che ci coinvolge, da spiegazioni, più animazione”; un altro voleva “più animazione, soprattutto a *MysteriX* il personale del museo dovrebbe stimolare e ingaggiare attivamente il pubblico”. Queste due famiglie, la prima italiana e l'altra dai paesi D/A/CH, hanno sentito il bisogno esplicito di interagire con il personale di sala e di

ingaggiare con loro una discussione costruttiva.

Un altro problema era quello legato alla tecnologia, sollecitato da due famiglie italiane (su 38 in totale). La prima famiglia era composta da una madre e sua figlia di 8 anni. Hanno lamentato la “mancanza di video esplicativi” e che la “ sala anatomica era troppo tecnica”. Quest'ultima era la ricostruzione ambientale di una sala, dove il tavolo anatomico era riprodotto da un grande schermo *touchscreen*. Dal momento che non esisteva un pannello esplicativo, probabilmente le due visitatrici non sono riuscite a utilizzarlo proficuamente. L'altra famiglia, composta dai genitori e una figlia di 8 anni, era incredibilmente tecnologica. Le loro richieste sono state tante e circostanziate. Desidererebbero trovare più audioguide, delle applicazioni per iphone, collegamenti interattivi, vorrebbero ampliare l'esposizione con media digitali e in generale hanno chiesto più tecnologia, perché secondo loro i bambini di oggi sono nativi digitali. Tutta questa tecnologia secondo loro non dovrebbe comunque intaccare la manualità offerta ai bambini.

Molte famiglie hanno inoltre trovato difficoltà a reperire o ricevere informazioni sui servizi offerti dal museo. La cassa dovrebbe dare più informazioni, soprattutto su *MysteriX*, sullo spazio famiglie disponibile d'estate, sul servizio di *dog sitting* che andrebbe pubblicizzato su internet, sul contenuto del museo e infine delle cartine dei piani, in modo da migliorare la visita.

Il resto delle richieste delle famiglie si riferivano a problemi legati all'esposizione e alla sua fruibilità, soprattutto da parte dei più piccoli. Ben due gruppi hanno detto di considerare le vetrine troppo alte per i bambini (richieste esplicite di “sgabelli” e “scalini”), mentre una critica fatta da svariate famiglie riguardava i pannelli testuali. Si dovrebbe “aggiungere disegni ai pannelli” perché mancano gli “stimoli visivi”, e quindi “non sono accattivanti per [i] bimbi”. Una famiglia tedesca ha chiesto “spiegazioni più chiare per i bambini piccoli, ma anche per i giovani adulti” e un'altra vorrebbe “separare meglio le lingue una dopo l'altra, usare i colori”. Tutte le famiglie che hanno fatto queste richieste sui testi, avevano bambini sotto i 10 anni (a parte un dodicenne). Il problema è quindi legato semplicemente al fatto che al diminuire dell'età dei minori, diminuisce anche la capacità di comprensione di un testo anche breve. Il problema dei testi quindi non dovrebbe essere preso in considerazione dalle mediatrici culturali, poiché i risultati della domanda 6 vanno in tutt'altra direzione rispetto alle richieste delle famiglie appena emerse.

Due famiglie (provenienti da altri paesi, ma di lingua tedesca) hanno avuto problemi nell'aiutare i propri figli nel percorso espositivo. La prima ha detto che il museo è ben progettato e costruito, ma si dovrebbero mettere a disposizione più aree per i bambini nel piano dove si trova Ötzi, così avrebbero potuto leggere e informarsi con maggior tranquillità. L'altra ha chiesto che i filmati fossero narrati in altre lingue (oltre al tedesco, l'italiano e l'inglese), perché nel corso della visita hanno dovuto tradurre tutto ai bambini.

Le risposte di tutte le famiglie sono state usate per costruire una *words cloud*, dove i termini più grandi sono quelli più frequenti. Le parole in tedesco sono state tradotte, avendo cura di rimanere fedeli al testo originale, quelle inglese invece no.

Avete visitato la mostra temporanea MysteriX all'ultimo piano?

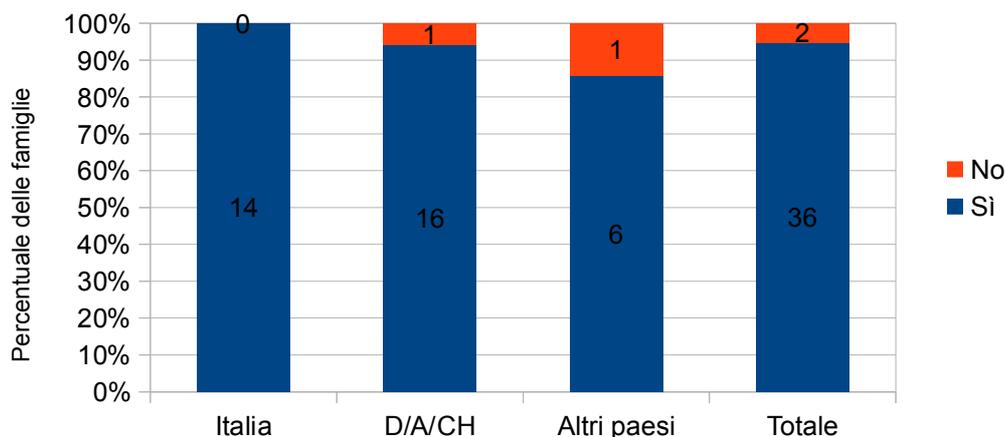


Illustrazione 50: La figura mostra le famiglie che hanno visitato MysteriX, divise per provenienza.

Riuscite a ricordare quanto tempo all'incirca vi avete trascorso?

La seguente tabella mostra le risposte fornite da tutte le famiglie che hanno visitato MysteriX. Le famiglie che hanno risposto sono state 36 su 38, come evidenziato dalla domanda precedente. Il campione delle famiglie provenienti da altri paesi è ridotto, quindi si è calcolato solamente la durata media della visita, ma non la deviazione standard.

Minuti	5	10	15	20	25	30	45	60	Totale
Italia	0	3	7	2	1	0	1	0	14
D/A/CH	1	4	5	2	0	2	1	1	15
Altri paesi	0	3	2	0	0	0	1	0	6
Totale	1	10	14	4	1	2	3	1	38

Tabella 28 La tabella mostra le risposte fornite dalle famiglie.

Come si vede 25 famiglie su 36 (pari al 69%) hanno detto di aver percorso MysteriX in un tempo massimo di un quarto d'ora. Altre 5, pari al 14%, in un intervallo compreso tra 15 e 30 minuti, e infine 6 (17%) sopra la mezz'ora. La durata media della visita calcolata su tutte le famiglie è di circa 18,8 minuti, con una deviazione di 7,1. La mostra inoltre è risultata più attrattiva per le famiglie provenienti da D/A/CH, che per quelle italiane (20,3 minuti contro 17,5, il 16% più lunga). Anche sommando le famiglie non italiane, risulta una durata media superiore, ma di soli due minuti rispetto ai gruppi nazionali, un valore statisticamente non discriminante.

	Durata media della visita	Deviazione standard
Italia	17,5	8,9
D/A/CH	20,3	14,5
Altri paesi	17,5	Non calcolata
D/A/CH + Altri paesi	19,5	14,1
Totale	18,8	7,1

Tabella 29 La tabella mostra la durata media stimata della visita a *MysteriX* e la deviazione standard, calcolate a partire dalle risposte di 36 famiglie.

Riuscite a ricordare quanto tempo all'incirca avete trascorso a *MysteriX*?

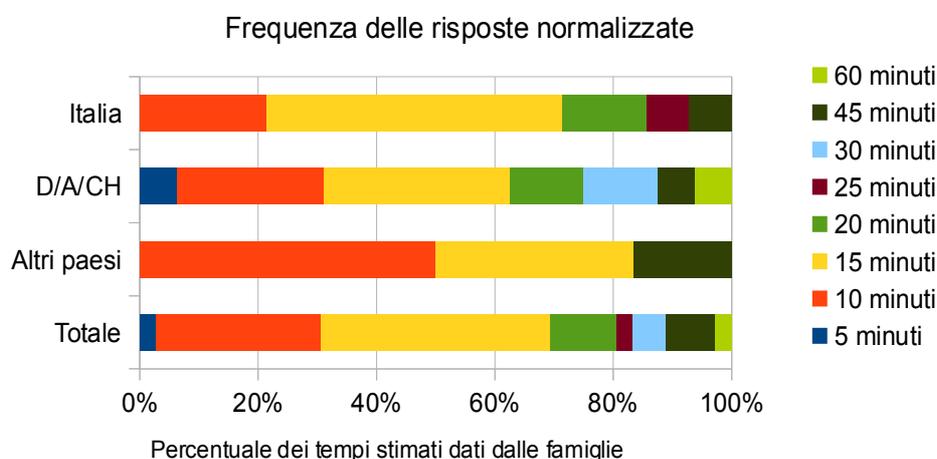


Illustrazione 51: La tabella confronta i tempi impiegati dalle famiglie per visitare la mostra *MysteriX*. Le somme delle risposte sono normalizzate a 100.

Sapevate già da prima di *MysteriX*?

Alla domanda hanno risposto solo 36 gruppi, dal momento che per le due famiglie che non l'hanno visitata, il sondaggio prevedeva di passare direttamente alla domanda numero 16. Complessivamente 6 famiglie su 36 erano a conoscenza di *MysteriX*, prima di entrare al museo. Nessuna famiglia proveniente da altri paesi sapeva dell'esistenza della mostra temporanea, mentre metà dei gruppi che la conoscevano erano italiana, e l'altra metà erano svizzeri, tedeschi o austriaci. Per i visitatori italiani e "tedeschi", circa un quinto conosceva da prima la mostra, anche se, come si vedrà dall'analisi della successiva domanda, le famiglie non hanno saputo sempre indicare il canale di informazione attraverso cui è transitata l'informazione.

Provenienza	Italia	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Sì	3	3	0	6
No	11	13	6	30
Non visitata	0	1	1	2
Totale	14	17	7	38

Tabella 30 La tabella mostra quante famiglie conoscevano già da prima la mostra temporanea *MysteriX*, divise per provenienza geografica.

Sapevate già da prima di *MysteriX*?

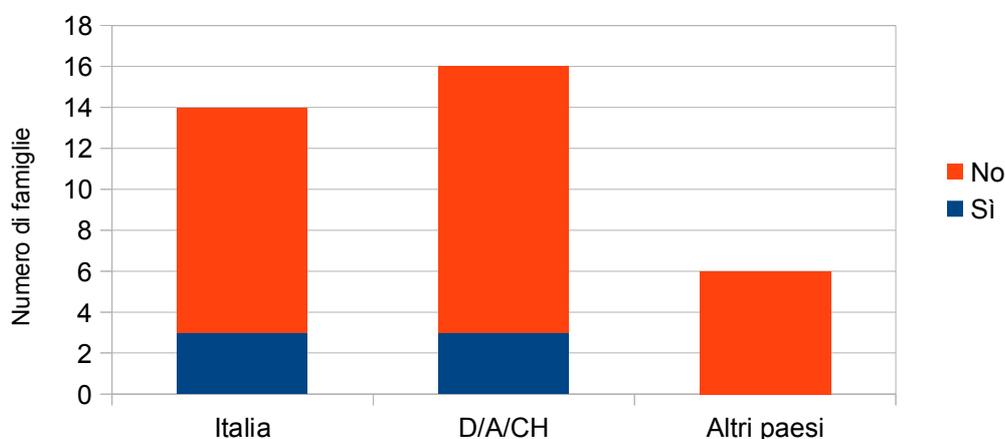


Illustrazione 52: Il grafico sintetizza le risposte date dalle 36 famiglie intervistate.

Da dove ne avete sentito parlare?

Questa domanda è legata alla precedente. Essendo infatti 6 le famiglie che già conoscevano *MysteriX*, solo queste hanno potuto rispondere a questa domanda. Come visto sopra nessuna famiglia proveniente da altri paesi conosceva la mostra, e quindi non poteva neanche indicare il canale di informazione usato. Complessivamente i canali attraverso cui i gruppi sono venuti a conoscenza della mostra, sono: il sito internet del Museo Archeologico, i mezzi audiovisivi, l'albergo, i manifesti pubblicitari (probabilmente a Bolzano) e la cassa del museo stesso. Il canale più usato è risultato essere il sito web, da parte di una famiglia italiana e di tre "tedesche". Il tipo di domanda ha ristretto purtroppo il campione iniziale delle famiglie, che è passato dalle 36 iniziali alle 6 che hanno invece risposto. Non si possono quindi fare troppe considerazioni sulle risposte. L'unica cosa che sembra emergere chiaramente è che il sito internet risulta una fonte privilegiata per le famiglie in visita. Nelle famiglie intervistate all'entrata del museo, infatti ben 11 su 47 (il 23% circa) hanno confermato che il sito web è stato il loro canale di informazione privilegiato.

E siete venuti soprattutto per questo al museo?

Questa domanda paga lo scotto di un campione troppo ridotto, come la precedente. Comunque le 6 famiglie che già conoscevano MysteriX, non sono venute al museo per questa mostra. La totalità dei gruppi non è quindi venuta al Museo Archeologico per vedere la mostra temporanea MysteriX. La tabella riassume le poche risposte raccolte.

Provenienza	Italia	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Sì	0	0	0	0
No	3	3	0	6

Tabella 31 La tabella mostra le risposte fornite dalle 6 famiglie interpellate.

Come valutate la mostra temporanea MysteriX nel complesso da 0 a 10?

Le tabelle seguenti riassumono le risposte date dalle famiglie.

Voto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tot.	Media	Dev.
Adulti (I)	0	0	0	0	1	1	2	2	4	1	3	14	7,6	1,9
Minori (I)	1	0	0	0	0	0	2	0	5	3	3	14	7,8	2,6
Adulti (D/A/CH)	1	0	0	0	0	1	0	1	6	2	5	16	8,0	2,5
Minori (D/A/CH)	1	0	0	0	0	0	1	0	5	4	5	16	8,0	2,5
Adulti (altri)	0	0	0	0	0	0	2	3	0	0	1	6	7,2	Non calc.
Minori (altri)	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	2	6	8,3	Non calc.

Tabella 32 La tabella mostra il numero di voti espressi dalle famiglie, divisi tra adulti e minori e per provenienza geografica.

Voto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Media	Dev.
Adulti	1	0	0	0	1	2	4	6	10	3	9	7,7	2,1
Minori	2	0	0	0	0	1	3	0	12	8	10	8,1	2,4

Tabella 33 La tabella mostra i voti complessivi dati dagli adulti (36 voti) e dai minori (altri 36 voti). Sono date anche le medie e le deviazioni standard.

Tutte le famiglie che hanno visitato MysteriX, quindi 36 su 38, hanno espresso il loro voto sulla mostra temporanea. I voti medi degli adulti e dei bambini sono tutti alti, con differenze minime tra i paesi. La deviazione standard, per i voti delle famiglie provenienti da altri paesi, non è stata

calcolata per via del piccolo campione raccolto.

Valutazione della mostra *MysteriX* da parte delle famiglie italiane

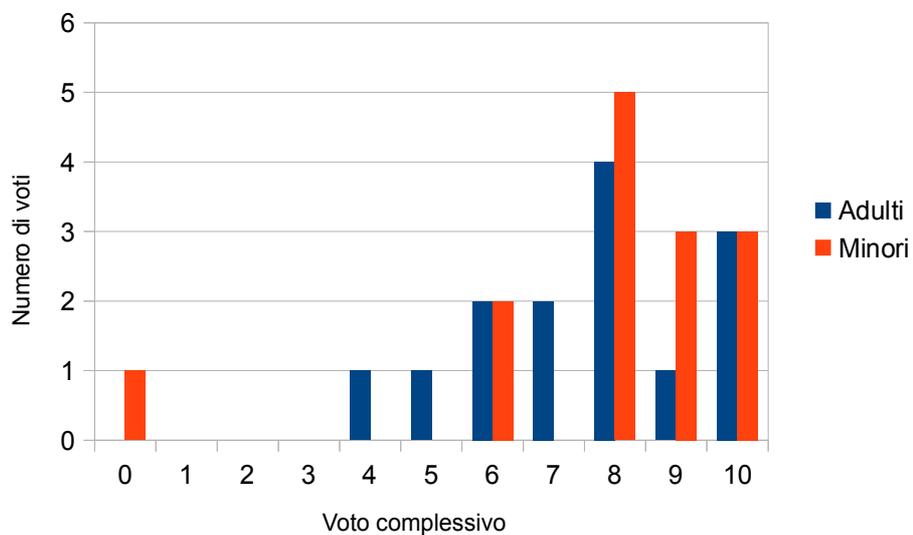


Illustrazione 53: La tabella mostra i voti dati a MysteriX dalle famiglie italiane.

Valutazione della mostra *MysteriX* da parte delle famiglie di altri paesi

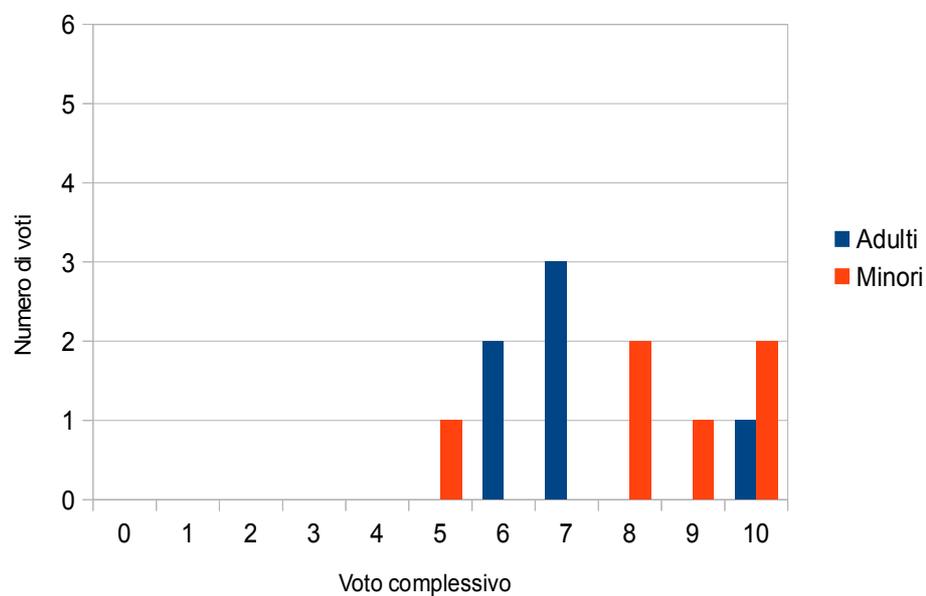


Illustrazione 54: La tabella mostra i voti dati a MysteriX dalle famiglie provenienti da altri paesi.

Valutazione della mostra MysteriX da parte delle famiglie tedesche

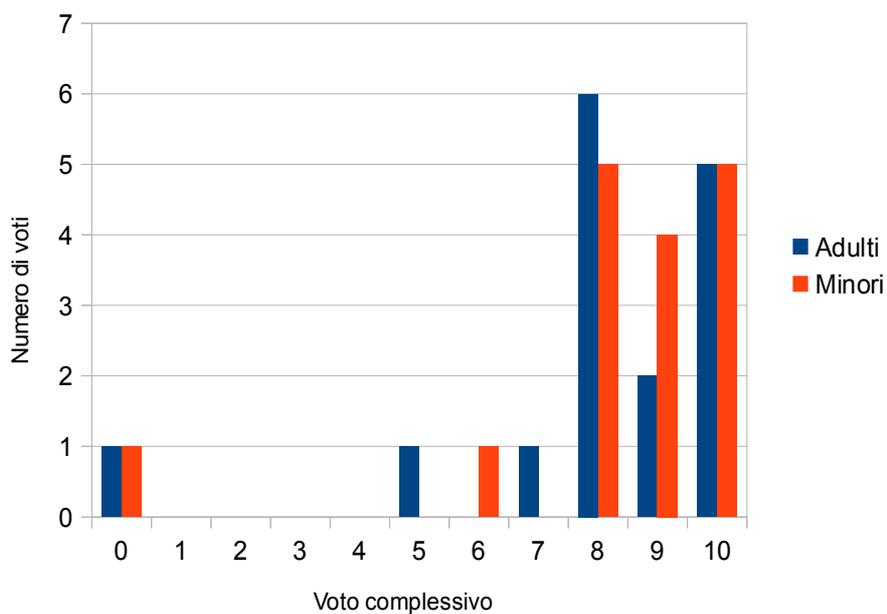


Illustrazione 55: La tabella mostra i voti dati a MysteriX dalle famiglie di altri paesi.

Valutazione della mostra MysteriX da parte di tutte le famiglie

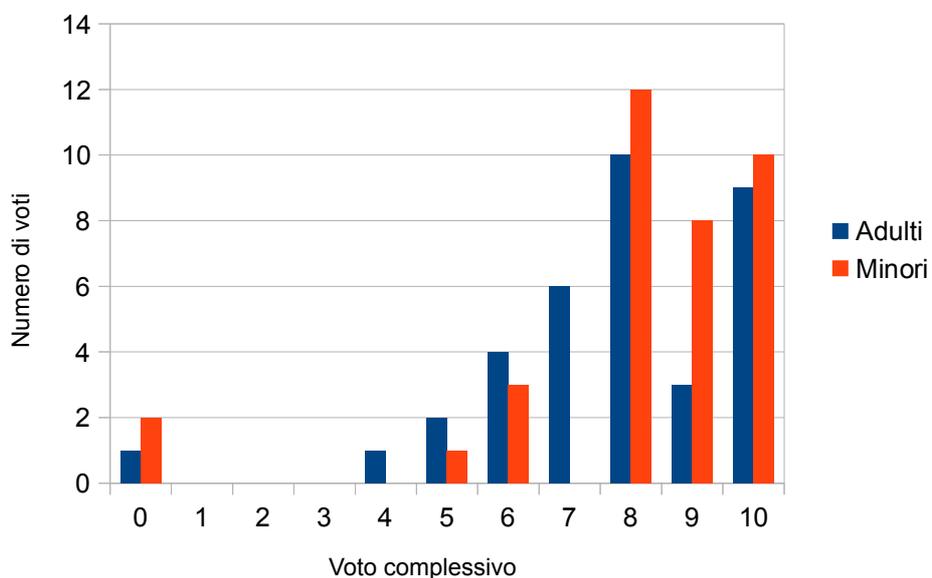


Illustrazione 56: La tabella mostra i voti dati a MysteriX da tutte le famiglie intervistate.

Le famiglie provenienti dagli altri paesi sono anche quelle in cui la discrepanza tra i voti degli adulti e dei minori è massima (1,1). Inoltre la maggior parte dei voti si situa oltre la soglia del 7, come evidenziato dalla seguente tabella.

Paese	Italia	D/A/CH	Altri paesi
Voti da 0 a 7 (adulti)	6 (su 14)	3 (su 16)	5 (su 6)
Voti da 8 a 10 (adulti)	8 (su 14)	13 (su 16)	1 (su 6)
Voti da 0 a 7 (minori)	3 (su 14)	2 (su 16)	1 (su 6)
Voti da 8 a 10 (minori)	11 (su 14)	14 (su 16)	5 (su 6)

Tabella 34 Tabella con i voti dati a *MysteriX* divisi per soglia, ovvero sotto il sette e sopra.

Gli adulti delle famiglie provenienti da altri paesi sono quelli che hanno fornito voti in proporzione più bassi. Infatti ben 5 su 6 hanno dato voti inferiori all'8. Durante una riunione con la dott.ssa Claut, la dott.ssa Margit Tumler e Ulrich Becker dell'Apollis³¹ è emerso che nel corso di passate valutazioni, condotte sia dal museo, che dalla società demoscopica, il voto medio era compreso tra il 7,5 e l'8. In particolare la società Apollis ha già svolto decine di *evaluation* per vari enti della provincia. Secondo la loro esperienza, basata sui risultati di anni di sondaggi, il voto medio si aggira attorno all'8 (con una distribuzione dei voti a campana). Sulla base di queste considerazioni, il museo complessivamente risulta essere molto apprezzato, mentre *MysteriX* si situa nella media. Sicuramente questo è un giudizio che andrebbe rafforzato raccogliendo un maggior numero di interviste, in modo da ampliare e rendere sempre più significativo il campione statistico.

Il confronto però con i voti dati al museo complessivamente dalle stesse famiglie, mostra che *MysteriX* ha riscosso un successo inferiore, indifferentemente dal gruppo e dalla provenienza. Per un confronto si veda la seguente tabella.

Voto ↓	Italia	D/A/CH	Altri paesi	Totale
Adulti - Museo	8,9	9,3	8,4	9,0
Adulti - <i>MysteriX</i>	7,6 (-14,6%)	8,0 (-14,0%)	7,2 (-14,3%)	7,7 (-14,4%)
Minori - Museo	9,4	9,4	8,9	9,3
Minori - <i>MysteriX</i>	7,8 (-17,0%)	8,0 (-14,9%)	8,3 (-6,7%)	8,1 (-12,9%)

Tabella 35 La tabella confronta i voti dati al museo con quelli dati alla mostra temporanea *MysteriX*. Le percentuali indicano la differenza tra il voto del museo nella sua interezza e quello dato alla sola mostra temporanea.

I voti e le percentuali riportate per le famiglie degli altri paesi vanno presi con il beneficio del dubbio, però il calo emerge nei gruppi italiani e in quelli di cultura tedesca. Anche sommando tutti i voti (in questo caso il campione cresce in attendibilità) permane un calo netto del gradimento di *MysteriX*.

³¹ Riunione del 28 novembre 2013.

persone collaborano”.

Molto importante è anche il carattere tangibile della mostra, dove è esplicito il concetto di interazione diretta con i reperti e gli *exhibit* di contorno. Le famiglie in generale hanno apprezzato la possibilità di “provare tutto”, a differenza delle sale con i reperti inaccessibili di Ötzi, che “tutto [fosse] molto simpatico”, i colori per separare visivamente le varie sezioni della mostra (“*farbliche Trennung*”).

Tra le aree apprezzate ci sono quelle legate all'ambra, la stele di Mitra (che invece ha soddisfatto anche i figli) e le lettere da decifrare accanto alla stele retica.

Area →	Giochi romani	Mitra	Casa retica	Stele retica	Pale lignee	Cista	Ambra
Cose piaciute	4	2	10	5	1	0	3
Cose non piaciute	0	0	1	3	0	0	0

*Tabella 36 La tabella mostra quante volte i reperti della mostra *MysteriX* sono stati citati dagli adulti. Ogni singola citazione (anche nella stessa frase) è stata poi suddivisa in base al luogo dove si trova l'oggetto citato.*

Contando gli oggetti della mostra che sono comparsi nelle risposte degli adulti emerge che la casa retica (ovvero la sua chiave) è stata l'area più apprezzata di *MysteriX*. Seguono poi la sezioni con i giochi dell'antica Roma e l'iscrizione retica da decifrare. L'ambra è stata citata tre volte, mentre in fondo a questa classifica ci sono le aree con la cista romana, le pale lignee e la stele mitriaca. Sicuramente (a parte la stele di Mitra) queste due sezioni sono state svantaggiate dalla loro posizione defilata. Nel caso della palude di torba con le pale, lo svantaggio costruttivo era evidente al primo sguardo. Le cause erano da imputare al corridoio cieco di cui non si vedeva la fine (le persone probabilmente ne erano impaurite) e l'eccessiva abbondanza di oggetti ed *exhibit* in uno spazio così ristretto.



Illustrazione 58: La words cloud mostra le parole più utilizzate dai minori, nelle risposte sugli aspetti più apprezzati della mostra *MysteriX*. Le risposte in tedesco sono state tradotte.

La *words cloud*, costruita con le risposte dei minori, mostra come il termine usato più frequentemente sia “chiave”. La spiegazione della buona riuscita dell'enigma della chiave retica è stato spiegato sopra, e quindi si passerà oltre. I minori hanno apprezzato anche la sezione dedicata ai giochi romani. Infatti molti bambini hanno detto di essersi divertiti a scavare nella sabbia, a giocare con le noci e a ricostruire il mosaico-puzzle. La terza sezione per numero di citazioni è quella dedicata all'ambra. Qui i bambini hanno apprezzato le collane, la parte sensoriale della mostra (dove si poteva per esempio annusare l'aroma della resina), la grotta con i divani dove ascoltare due fiabe a tema, il contapassi lungo la via dell'Ambra (dal Baltico al lago di Costanza). Seguono poi le aree con la stele mitriaca, quella retica e con le pale di legno. Per quanto riguarda la prima una bambina di nove anni è rimasta affascinata dalla ricostruzione della caverna (“*Mythrashöhle*”). L'oscurità è stata apprezzata anche da due bambini piccoli. Sulla loro scheda è segnato che la stanza con la stele retica da decifrare era completamente oscura (“*alles was dunkel ist ☺*”). Anche la stele è risultata molto apprezzata. Per esempio una famiglia voleva risolvere l'enigma, ma non ci è riuscita. La cosa è stata comunque apprezzata. Un'altra ha detto di aver inciso i loro nomi sulla parete, mentre un bambino di 9 anni era contento di aver scoperto la scritta con la lampada (“*Inschriften mit der Taschenlampe entdecken*”). Un altro gruppo ha apprezzato la possibilità di graffiare il muro e ha descritto l'alfabeto retico come dei “geroglifici” da decifrare. Della sezione delle pale ritrovate nella palude sono state apprezzati il microscopio e la palude, dove schiacciando alcuni pulsanti si potevano osservare i reperti originali e i loro luoghi di ritrovamento. La cista potrebbe essere stata citata solo una volta. Sulla scheda è scritto “*name carving*”, azione che può riferirsi sia alla parete da graffiare (nell'area della stele retica), sia al foglio d'alluminio su cui scrivere il proprio nome (nell'area della cista romana). Nella tabella quindi appare due volte: sotto “Cista” e con la “Stele retica”.

Area →	Giochi romani	Mitra	Casa retica	Stele retica	Pale lignee	Cista	Ambra
Cose piaciute	8	3	8	4 (5?)	3	1 (0?)	6
Cose non piaciute	1	1	2	2	1	0	1

Tabella 37 La tabella mostra quante volte i reperti della mostra *MysteriX* sono stati citati dai minori. Ogni singola citazione (anche nella stessa frase) è stata poi suddivisa in base al luogo dove si trova l'oggetto citato.

E cosa vi è piaciuto di meno? Mancava qualcosa?

A questa domanda hanno risposto 17 gruppi di adulti, a fronte dei 25 che invece avevano risposto alla domanda precedente. Per quanto riguarda i minori, i gruppi che hanno risposto con termini negativi alla domanda sono stati 11, mentre quelli che avevano trovato aspetti positivi erano stati 33. Con le risposte degli adulti non è stato possibile costruire tabelle come quelle del paragrafo precedente. Un gruppo ha detto di non aver apprezzato la “sala delle stele” perché “poco chiara”. Qui purtroppo la scheda non permette di capire se la stele è quella di Mitra oppure quella con l'iscrizione retica. Un altro gruppo di adulti ha risposto di aver trovato difficoltà con la chiave retica (“*the door as well*”). Inoltre ben due famiglie tedesche hanno risposto che la parete per i graffiti andrebbe nuovamente intonacata.

Il resto delle critiche fatte alla mostra dagli adulti si focalizzano sul fatto che le famiglie non sapevano cosa fosse *MysteriX*. Ecco le risposte segnate: “non sapevamo esistesse *MysteriX*”, “che cosa è? quali motivi per visitare *MysteriX*? non [abbiamo] capito cosa sia, la cassa non dà informazioni e neanche un opuscolo, il volantino non pubblicizza *MysteriX*”, “indifferente, noi genitori ci siamo rilassati e le ragazze si sono aggirate per la mostra”, “grande contrasto tra sopra e sotto, la mostra temporanea non ci ha parlato”, “dal depliant non si capisce di cosa parla *MysteriX*”. Tutte questi adulti hanno quindi avuto difficoltà a capire in prima battuta cosa fosse *MysteriX*, perché non era stata pubblicizzata e a chi fosse rivolta. Infatti un gruppo ha persino ammesso di aver tirato i remi in barca, dopo il giro per l'esposizione permanente, e di aver lasciato le figlie libere di girare per riposarsi. Anche un'altra famiglia ha avuto lo stesso problema: “purtroppo venivamo dalla mostra permanente KO e perciò abbiamo visitato velocemente la mostra temporanea”.

Le altre risposte negative ruotano attorno alla struttura della mostra. Servono “più frecce per dare un senso alla mostra, indicazioni più precise”, ci sono “pochi reperti al 3. piano”, bisogna “allargare gli spazi, più cose da toccare, troppo teoretico”, “a *MysteriX* c'è troppo da leggere, i bambini devono essere guidati”, “più tecnologia”, “non si capisce bene che percorso va seguito, un po' di confusione”, “*the exhibition is too focused on young children, just the youngest of the children enjoyed the visit*” e dovrebbero esserci “più informazione sui reperti, illustrare, coinvolgere”. Queste critiche mostrano che la mostra ha sofferto per come è stata progettata nel piano (anche se ci sono dei vincoli strutturali insuperabili). Inoltre ad una famiglia è sembrato che ci fossero pochi reperti, che invece era l'idea alla base della progettazione della mostra.

Infine una critica è stata rivolta all'atteggiamento degli addetti del museo che dovrebbero interagire con il pubblico e aiutare le persone, perché se i visitatori sono in difficoltà le “persone, [dello] staff devono coinvolgere i visitatori”.



Illustrazione 59: La figura mostra le parole più frequente nelle risposte degli adulti su cosa non hanno apprezzato di MysteriX. Le risposte tedesche sono state tradotte, quelle inglesi no.

Mentre gli adulti hanno criticato la mostra per la sua natura “indefinita”, i minori hanno espresso critiche rivolte al mancato superamento dell'enigma o alla mancata comprensione di un reperto. Infatti un gruppo ha detto di voler “più prove tipo rafia” (al primo piano era possibile costruire cordoni come quelli di Ötzi, usando fili di rafia intrecciata). Due gruppi hanno avuto problemi con la stele retica. Infatti hanno detto di “non [essere] riusciti ad interpretare la scritta sulla stele” e che “l'iscrizione con la torcia era noiosa”. Le altre critiche erano rivolte alle “pale”, ai “giochi romani” e alla casa retica, dove bambino di 12 anni non è riuscito ad aprire la porta con la chiave (“*couldn't open the door*”). In definitiva le critiche dei minori sembrano più tangibili, legate agli *exhibit*, mentre quelle degli adulti sembrano più legate al senso lato di MysteriX.

Quali manifestazioni del Museo Archeologico conoscete?

Dal momento che nessuna famiglia altoatesina è stata intercettata, non sono disponibili dati e risposte alla domanda.

Che tipo di attività o servizi per le famiglie desiderereste?

Dal momento che nessuna famiglia altoatesina è stata intercettata, non sono disponibili dati e risposte alla domanda.

Conclusioni

Per quanto riguarda la composizione delle famiglie emergono i seguenti risultati. Il numero di adulti si divide equanimente tra i due sessi, mentre si riscontra un deciso sbilanciamento nei minori, per la precisione nei bambini fino a tredici anni. Infatti il rapporto tra bambini e bambine vale 1,4, valore che ritorna prossimo all'unità nel caso degli adolescenti. Quindi il museo sembra attrarre più i maschietti, che le bambine. Inoltre per ogni nucleo familiare in media ci sono due adulti e 1,7 minori. Ogni dieci famiglie, una ha al suo interno una persona anziana. Le famiglie provenienti dal resto del mondo presentano meno anziani, ma sono numericamente più consistenti. Probabilmente queste famiglie quando affrontano il viaggio alla volta dell'Alto Adige, si comportano come un gruppo coeso, lasciando però gli anziani a casa. Il conteggio delle famiglie mostra anche che il numero di famiglie che escono da MysteriX sono meno della metà, quale che sia la provenienza del gruppo in questione. Mediamente un terzo ha percorso le sale della mostra temporanea, con forti escursioni tra paesi. Le più assidue sono state le famiglie tedesche, che per il 45% dei casi hanno visitato tutto il museo. Un quarto di quelle italiane lo ha fatto, mentre solo una su cinque dal resto del mondo ha visitato anche MysteriX.

La maggior parte delle famiglie ha deciso di venire al museo entro due giorni dalla visita, mentre le famiglie provenienti dagli altri paesi sono quelle che hanno risposto di aver programmato la visita da più tempo. Si tratta probabilmente di un diverso approccio dei visitatori al museo. Quelli italiani e tedeschi hanno deciso all'ultimo momento, mentre chi veniva da più lontano aveva ponderato la decisione prima di venire in Alto Adige, consultando soprattutto le guide turistiche (cartacee) e il sito internet del museo. In generale la maggior parte delle famiglie aveva intenzione già da prima di venire in visita, anche se poi ha scelto con tempi diversi da famiglia a famiglia. Oltre il 90% delle famiglie tedesche aveva già da prima l'intenzione di visitare il museo, percentuale che scende al 30 per quelle provenienti dal resto del mondo. In definitiva le famiglie in arrivo da lontano avevano meno intenzione di venire al museo, ma chi l'aveva, aveva programmato la visita con un buon anticipo. Quelle tedesche sono le più diligenti, infatti una schiacciante maggioranza già sapeva che sarebbe voluta venire al museo. Uno dei motivi principali per cui le famiglie vengono al museo è il maltempo. In caso di pioggia, chi non può vivere la montagna, si sposta in città e decide quindi di venire al museo.

I canali di comunicazione attraverso cui le famiglie si sono informate sono molteplici. Quelli più usati da tutti i gruppi sono il sito istituzionale del museo e a seguire i classici mezzi radiotelevisivi, le riviste e i libri, e la scuola. Quelli preferenziali, cioè quelli che hanno spinto poi la famiglia a venire, sono decisamente l'*homepage* del museo, la scuola (grazie al lavoro degli insegnanti) e altri canali non considerati nel sondaggio. Per le famiglie in arrivo da lontano, come ci si poteva aspettare, i canali migliori sono stati il *web* e il sito internet.

Poche famiglie conoscevano la mostra temporanea. Tra le famiglie in entrata al museo, solo una su quattro in media conosceva MysteriX. Invece solo una famiglia su dieci, di quelle provenienti da altri paesi, la conoscevano. Circa la metà delle famiglie che la conoscevano ha confermato di essere venuta al museo per questo motivo. In uscita i dati cambiavano decisamente. Pur essendo il

campione ridotto, nessuna famiglia del resto del mondo conosceva *MysteriX*, mentre per le altre solo una su sei ne era a conoscenza. Comunque nessuna famiglia che sapeva della mostra è venuta esplicitamente al museo per vederla.

La durata media della visita a *MysteriX* è stata di circa 19 minuti. Si tratta di un lasso di tempo breve, e la causa va probabilmente ricercata nella stanchezza mostrata da molte famiglie, dopo la visita della mostra permanente. Le famiglie in entrata hanno detto di voler dedicare in media 80 minuti per visitare il museo, lo stesso tempo impiegato indicativamente dai gruppi intercettati all'uscita. Le famiglie italiana e tedesche hanno impiegato circa lo stesso tempo, mentre quelle provenienti da altri paesi avevano deciso di impegnare meno tempo. Probabilmente questi gruppi avevano una scaletta di eventi da seguire e quindi erano disposti a sacrificare in parte la visita al Museo Archeologico.

Le famiglie in generale presentano uno stile di visita in cui la famiglia tende a rimanere unita. I genitori intervistati in entrata hanno detto che avrebbero guidato i figli attraverso l'esposizione e spiegato loro la mostra (risposta dell'80% delle famiglie). Quelle di altri paesi sono le uniche che avrebbero permesso ai figli di esplorare il museo in libertà. In uscita i dati sono cambiati, infatti il numero di famiglie che ha effettivamente lasciato mano libera ai figli è aumentato (una su cinque).

Per quanto riguarda le visite guidate dedicate alle famiglie, solo una su cinque era a conoscenza di questo servizio del museo, mentre metà delle famiglie intervistate (che sapessero o meno dell'esistenza di questo servizio) hanno detto di esserne interessate.

I visitatori al museo vogliono vedere Ötzi, che risulta essere la parola più usata nelle risposte delle famiglie. Gli adulti in generale desiderano trovare informazioni sulla mummia, sul ritrovamento, sulla sua storia e sulle ricerche scientifiche fatte. Invece i minori, oltre a voler vedere la mummia, desiderano sapere come viveva e immedesimarsi nella sua figura. In un certo senso vogliono diventare Ötzi.

Dopo aver visitato la mostra è stato chiesto alle famiglie cosa avessero apprezzato complessivamente di più del museo e cosa di meno. Hanno ricevuto un plauso i testi, considerati chiari e ricchi di informazioni, le scoperte scientifiche fatte sul corpo (analisi genetica in particolare), la ricostruzione della sua vita non solo da un punto di vista della salute, ma anche della quotidianità (contestualizzazione storica), la presentazione dei reperti del corredo (teche e immagini). Tra le cose negative invece spicca *MysteriX*, alla quale le famiglie non erano probabilmente preparate. Infatti molti gruppi hanno riferito di non aver ricevuto alla cassa nessuna informazione sull'esistenza di una mostra dedicata alle famiglie, e di non aver ricevuto le dovute attenzioni dal personale di piano durante la visita. Inoltre hanno lamentato di non aver capito cosa aspettarsi da *MysteriX*, di aver avuto problemi di orientamento e di essere arrivate troppo stanche all'ultimo piano.

Per quanto riguarda la mostra temporanea è stato apprezzato il tono giocoso che pervade *MysteriX*, l'uso dei colori per separare le varie aree e l'interazione genitori-figli. In generale gli adulti hanno apprezzato molto la ricostruzione della serratura retica, i giochi romani e la stele con l'iscrizione, mentre i più piccoli hanno apprezzato, oltre alle precedenti sezioni, anche quella dell'ambra. Un altro aspetto visto positivamente era lo spazio relax, che permetteva alle famiglie di tirare il fiato e di riposarsi. Le critiche fatte riguardano invece i testi, considerati troppo lunghi e non affiancati da immagini. Le famiglie non sapevano esistesse *MysteriX* perché il *depliant* non ne parlava e alla cassa non hanno ricevuto informazioni. Inoltre molti gruppi hanno vissuto negativamente il contrasto tra la mostra permanente e quella temporanea, ma anche di non essere stati toccati nell'intimo da *MysteriX*. I più piccoli invece hanno posto critiche più concrete, legate ai reperti e ai giochi. Per esempio c'è stato chi non è riuscito ad aprire la serratura e chi non è riuscito a leggere l'iscrizione sulla stele.

Come risolvere questi problemi e le mancanze del museo in generale? Secondo le famiglie bisognerebbe aumentare gli spazi dove riposarsi, fornire maggiori informazioni sul museo e su MysteryX, lo staff dovrebbe interagire di più con i visitatori, si dovrebbero pubblicizzare sul sito le offerte per le famiglie (*dog sitting*, spazio famiglie e guide speciali), ridurre i testi e migliorare l'esposizione dei reperti in favore dei bambini (soprattutto a MysteryX). Anche la tecnologia dovrebbe entrare nel museo con video e documentari in più lingue, con delle *app* dedicate, con più *exhibit* interattivi, mantenendo comunque una certa dose di manualità per i bambini.

In definitiva si può concludere dicendo che le famiglie hanno apprezzato molto il Museo Archeologico nella sua interezza, con dei distinguo verso MysteryX, del quale spesso non è stata chiarita l'esistenza e gli scopi.

Un problema è emerso con chiarezza già durante le prime interviste: quello di annidare le domande una in funzione dell'altra, restringendo allo stesso tempo il campione cui andavano poste. Per esempio alcune domande erano esplicitamente rivolte alle famiglie provenienti dall'Alto Adige e cercavano di esplorare quante di loro conoscessero le attività del museo a loro dedicate. Purtroppo il campione delle famiglie intervistate era molto piccolo, essendo questo lavoro propedeutico al progetto principale di *evaluation* del museo, e nel periodo estivo in cui si sono svolte le interviste, le famiglie locali erano decisamente minoritarie nel panorama del pubblico. Pertanto nel sondaggio in uscita non è stato possibile analizzare le risposte delle domande 16 e 17, semplicemente perché non sono state intercettate le famiglie a cui le due domande erano dedicate. Nella costruzione e progettazione di future *evaluation*, dovrà quindi essere necessario sapere quante persone si pensa verranno intercettate attraverso lavori preparatori, discussioni con il personale a contatto con il pubblico e l'analisi storica dei flussi di visitatori al museo.

Appendici

Questionario in italiano somministrato all'entrata del museo

Questionario ENTRATA Italiano		Seleziona	M	W
A Intervista	Data: . . . 2013	18-64		
	Ora: : : Formate 24h	65 +		
B Gruppo		0-17		
		D, A, CH		
		andere		

Come sul formulario rilevare provenienza, sesso e età dei componenti del gruppo

1 Quando avete deciso che sarete venuti proprio oggi al museo?
Non leggere; classificare la risposta indicativamente; in caso di non chiarezza richiedere. Attenzione: si tratta del momento della decisione
 oggi ieri un paio di giorni fa ca. una settimana fa ca. un mese fa da più a lungo

2 Avevate già da prima l'intenzione di visitare il museo? sì no

3 Da dove conoscete il museo?
Leggere e segnare tutte le risposte
 A Avete già visitato il museo?
 B Avete visitato la pagina su Facebook del museo?
 C Avete visitato il sito internet del museo?
 D Avete trovato qualcosa su altri siti internet?
 E Avete letto qualcosa su giornali o riviste?
 F Avete sentito qualcosa in tv o alla radio sul museo?
 G Se n'è parlato a scuola/asilo?
 H Ne hanno parlato conoscenti/parenti?
 J Turisti: Avete letto qualcosa sulla guida?
 K Turisti: Ne avete sentito parlare nel posto dove alloggiate?
 L Altro: _____

5 In questo momento si svolge la mostra temporanea **MysteriX**, lo sapevate già da prima?
 sì no (vai alla domanda 8)

6 Da dove l'avete sentito?

Non leggere; in scrivere fino a 3 lettere (A-L) dalla domanda 3

7 E siete venuti soprattutto per questo?
 sì, soprattutto per questo no

8 Sapete che sabato e domenica hanno luogo delle guide specifiche per famiglie?
 sì no (vai alla domanda 10)

9 Da dove l'avete sentito?

Non leggere; in scrivere fino a 3 lettere (A-L) dalla domanda 3

4 E qual è stato il canale informativo migliore?

Non leggere; in scrivere fino a 3 lettere (A-L) dalla domanda 3

10 Vi interessa/potrebbe interessare?
 sì, sicuramente sì, forse no, piuttosto no

11 Perché avete deciso di venire al museo archeologico con la famiglia?
Annotare con parole chiave

12 Forse non tutti desideravate visitare il museo allo stesso modo. Quanti di voi volevano assolutamente visitare oggi il museo?
Annotare il numero di adulti entusiasti _____ Annotare il numero di bambini entusiasti _____

13 Cosa vi aspettate da questa visita? Cosa vi piacerebbe fare al museo?
Aspettative degli adulti dai 18 anni in parole chiave _____ Aspettative dei bambini 0-17 anni in parole chiave _____

14 Come immaginate che sarà la visita di oggi al museo?
Leggere solo le prime tre risposte; max. 2 risposte possibili
Leggere
 1 Vi adatterete agli interessi e alla velocità dei bambini
 2 Cercherete di guidare i bambini e di motivarli a vedere il museo insieme
 3 Siete disposti a separarvi cosicché ciascuno possa muoversi a seconda dei propri interessi
Non leggere
 4 Rimaniamo insieme e decidiamo insieme di volta in volta
 5 I bambini non sono interessati/troppo piccoli, però proveremo comunque a farcela
 6 Altro: _____

15 Quanto tempo avete previsto all'incirca per la visita? _____ : _____ Ore/Minuti n.r.

16 Quali manifestazioni del museo archeologico conoscete?
Non leggere! Segnare tutte le risposte
 1 Ritorno alla preistoria 2 Giornata internazionale dei musei
 3 Lunga notte dei musei 4 Incontro tra le culture
 5 Altro: _____

17 Che tipo di attività o servizi per famiglie desiderereste?
Desideri in parole chiave

Illustrazione 2: Questionario in italiano somministrato all'ingresso del museo.

Questionario in italiano somministrato all'uscita di MysteryX

Questionario USCITA Italiano		Stabilità	M	W
A Intervista	Data: . . .2013	Ora: : : <i>Formato 24h</i>	18-64	
B Gruppo	<i>Come sul formulario rilevare provenienza, sesso e età dei componenti del gruppo</i>		65+	
		0-17 <i>per info → Vedi Alur obbligo</i>		

1 A che ora all'incirca siete entrati al museo? : : *Ora formato 24h* n.r.

2 E quanto tempo avevate immaginato di impiegare per la visita? : : *Ore/Minuti* n.r.

3 Come si è svolta la visita al museo di oggi? Come si potrebbe descrivere meglio?
Leggere solo le prime tre risposte; max. 2 risposte possibili

Leggere

Vi siete adattati agli interessi e alla velocità dei bambini

Avete guidato i bambini e li avete motivati a vedere il museo insieme

Vi siete divisi cosicché ciascuno potesse proseguire sulla base dei propri interessi

Non leggere

Noi siamo rimasti insieme ed abbiamo deciso insieme di volta in volta

I bambini non erano interessati/troppo piccoli, però abbiamo provato a farcela comunque

Altro: _____

4 Come valutate complessivamente il museo archeologico su una scala da 0=pessimo a 10=eccellente?
Indicare la valutazione degli adulti 18+ (0-10)

Indicare la valutazione dei bambini 0-17 (0-10)

5 Cosa vi è piaciuto in modo particolare? **E cosa invece meno?**

Cose positive per adulti dai 18 anni *Cose positive per bambini 0-17 anni* *Cose negative per adulti dai 18 anni* *Cose negative per bambini 0-17 anni*

6 Quanto concordate con le seguenti affermazioni?
Dopo la lettura della prima affermazione spiegare la scala di delle risposte

	completa-mente	abbastan-za	poco	per nulla
Il museo archeologico è un museo particolarmente attento alle esigenze delle famiglie	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Alle famiglie vengono subito fornite tutte le informazioni sulle strutture e sulle offerte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Gli oggetti della mostra e le vetrine sono facilmente visibili per i bambini, ossia accessibili	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Per le famiglie con bambini vi sono a disposizione sufficienti spazi e possibilità per riposarsi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Dai più piccoli ai più grandi, ci sono cose interessanti per tutti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
L'utilizzo delle stazioni interattive è facile e immediatamente comprensibile	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Bambini e adulti sono stimolati ad interagire tra loro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Le segnaletiche e le indicazioni sono ben leggibili e comprensibili	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Con le informazioni disponibili si riesce a gestire molto bene il percorso della visita	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Il prezzo del biglietto è assolutamente adeguato	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

7 Per migliorare la vostra visita al museo come famiglia, cosa vi sarebbe stato ancora utile?
Proposte in parole chiave

Illustrazione 3: Questionario in italiano somministrato all'uscita di MysteryX (prima pagina).

8 Avete visitato anche la mostra temporanea MysteriX all'ultimo piano?
 1 si **2** no (vai alla domanda 16 o fine)

9 Riuscite a ricordare quanto tempo all'incirca vi avete trascorso? : Ore/Minuti **3** n.r.

10 Sapevate già da prima di MysteriX?
 1 si **2** no (vai alla domanda 13)

11 Da dove ne avevate sentito parlare?
Non leggere; inserire fino ad un max di 3 lettere (A-L) dalla lista
 A da una visita precedente
B pagina Facebook del museo
C sito internet del museo
D su altri siti internet
E giornali/riviste
F radio/televisione
G scuola/asilo
H conoscenti/parenti
J guida turistica
K alloggio/albergatore
L Altro

12 E siete venuti soprattutto per questo al museo?
 1 sì, soprattutto per questo **2** no

13 Come valutate la mostra temporanea MysteriX nel complesso su una scala da 0=pessimo a 10=eccellente?
 Indicare la valutazione degli adulti 18+ (0-10)
 Indicare la valutazione dei bambini 0-17 (0-10)

14 Cosa vi è piaciuto in modo particolare di MysteriX? Che cosa ricordate con piacere?
Highlights per adulti dai 18 anni in parole chiave Highlights per bambini 0-17 anni in parole chiave

15 E cosa vi è piaciuto di meno? Mancava qualcosa?
Punti critici per adulti dai 18 anni in parole chiave Punti critici per bambini 0-17 anni in parole chiave

Solo alle persone del posto:

16 Quali manifestazioni del museo archeologico conoscete?
Non leggere! Segnare tutte le risposte
 1 Ritorno alla preistoria **2** Giornata internazionale dei musei
 3 Lunga notte dei musei **4** Incontro tra le culture
 5 Altro:

17 Che tipo di attività o servizi per famiglie desiderereste?
Desideri in parole chiave

Illustrazione 4: Questionario in italiano somministrato all'uscita di MysteriX (seconda pagina).

Questionario in tedesco somministrato all'entrata del museo

Fragebogen EINGANG Deutsch		Stadion	M	W
A Interview	Datum: . . . 2013	Uhrzeit: : : 24h-Format	Herkunft: 18-64 <input type="checkbox"/> BZ <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> D,A,CH <input type="checkbox"/> andere	
B Gruppe	<i>Wie beim Zählbogen Herkunft, Geschlecht und Alter der Gruppenmitglieder erfassen</i>			
1 Wann haben Sie entschieden, heute ins Museum zu kommen? <small>Nicht vorlesen; Antwort grob zuordnen; notfalls nachfragen. Achtung: es geht um die Entscheidung des Zeitpunkt; nach der Absicht wird danach gefragt (bei langfristiger Planung evtl. nicht differenzierbar)</small>				
<input type="checkbox"/> heute <input type="checkbox"/> gestern <input type="checkbox"/> vor ein paar Tagen <input type="checkbox"/> vor ca. einer Woche <input type="checkbox"/> vor ca. einem Monat <input type="checkbox"/> vor längerem				
2 Hatten Sie bereits vorher die Absicht, das Museum zu besuchen? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein				
3 Woher kennen Sie eigentlich das Museum? <small>Vorlesen und Zutreffendes jeweils ankreuzen</small>				
<input type="checkbox"/> A Haben Sie das Museum schon einmal besucht? <input type="checkbox"/> B Haben Sie die Facebook-Seite des Museums besucht? <input type="checkbox"/> C Haben Sie die Homepage des Museums besucht? <input type="checkbox"/> D Haben Sie sonstwo im Internet etwas darüber gefunden? <input type="checkbox"/> E Haben Sie in Zeitungen oder Zeitschriften davon gelesen? <input type="checkbox"/> F Haben Sie im Radio oder Fernsehen davon gehört? <input type="checkbox"/> G Wurde in Schule/Kindergarten davon gesprochen? <input type="checkbox"/> H Haben Bekannte/Verwandte davon gesprochen? <input type="checkbox"/> J Touristen: Haben Sie darüber im Reiseführer gelesen? <input type="checkbox"/> K Touristen: Haben Sie in der Unterkunft davon gehört? <input type="checkbox"/> L Sonst etwas? _____				
4 Und was war die beste Informationsquelle? <small>Nichts vorlesen; bis zu 3 Buchstaben (A-L) aus Frage 3 eintragen</small>				
5 Im Moment läuft ja die Sonderausstellung MysteriX, wussten Sie das vorher? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein (gleich zu Frage 8)				
6 Wo haben Sie davon gehört? <small>Nichts vorlesen; bis zu 3 Buchstaben (A-L) aus Frage 3 eintragen</small>				
7 Sind Sie vor allem deswegen gekommen? <input type="checkbox"/> ja, vor allem deswegen <input type="checkbox"/> nein				
8 Wussten Sie, dass es Samstags und Sonntags spezielle Familienführungen gibt? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein (gleich zu Frage 10)				
9 Wo haben Sie davon gehört? <small>Nichts vorlesen; bis zu 3 Buchstaben (A-L) aus Frage 3 eintragen</small>				
10 Und ist/wäre das für Sie interessant? <input type="checkbox"/> ja, sicher <input type="checkbox"/> ja, vielleicht <input type="checkbox"/> nein, eher nicht				
11 Warum haben Sie entschieden, heute mit der Familie ins Archäologiemuseum zu kommen? <small>In Stichworten notieren</small>				
12 Es kann ja sein, dass nicht jeder von euch gleich viel Lust hatte, das Museum zu besuchen. Wer von euch wollte denn heute unbedingt das Museum sehen? <small>Anzahl begeisterter Erwachsener notieren _____ Anzahl begeisterter Kinder notieren _____</small>				
13 Was erwartet Ihr euch denn vom heutigen Besuch? Was würdet ihr gerne im Museum machen? <small>Erwartungen der Erwachsenen ab 18 Jahren in Stichworten _____ Erwartungen der Kinder 0-17 Jahre in Stichworten _____</small>				
14 Wie stellen Sie sich den heutigen Museumsbesuch am ehesten vor? <small>Nur die ersten drei Antworten vorlesen; insgesamt bis zu 2 Nennungen</small>				
<small>Vorlesen</small> <input type="checkbox"/> 1 Sie passen sich an die Interessen und die Geschwindigkeit der Kinder an <input type="checkbox"/> 2 Sie versuchen die Kinder zu führen und dazu zu motivieren, das Museum gemeinsam zu besichtigen <input type="checkbox"/> 3 Sie sind bereit, sich zu trennen, damit jeder seinen eigenen Interessen nachgehen kann				
<small>Nicht Vorlesen</small> <input type="checkbox"/> 4 Wir bleiben zusammen und entscheiden jeweils gemeinsam <input type="checkbox"/> 5 Die Kinder sind nicht interessiert/zu klein, aber wir werden versuchen, es irgendwie zu schaffen <input type="checkbox"/> 6 Sonstiges: _____				
15 Wie viel Zeit haben Sie sich für den Besuch ungefähr vorgenommen? : <small>Stunden/Minuten</small> <input type="checkbox"/> k.A.				
<small>Nur Einheimische:</small>				
16 Welche Veranstaltungen des Archäologiemuseums <small>Nicht vorlesen! Alles Gewante ankreuzen</small>			17 Welche Art von Angeboten für Familien würden Sie sich denn wünschen? <small>Wünsche in Stichworten</small>	
<input type="checkbox"/> 1 Zurück in die Steinzeit <input type="checkbox"/> 2 Internationaler Museumstag <input type="checkbox"/> 3 Lange Nacht der Museen <input type="checkbox"/> 4 Kultur-Kontakt <input type="checkbox"/> 5 Sonstiges: _____			_____ _____ _____	

Illustrazione 5: Questionario in tedesco somministrato all'entrata del museo.

Questionario in tedesco somministrato all'uscita di MysteriX

Fragebogen Ausgang Deutsch																			
A	Interview	Datum: . . . 2013	Uhrzeit: : : 24h-Format																
B	Gruppe	<i>Wie beim Zählbogen Herkunft, Geschlecht und Alter der Gruppenmitglieder erfassen</i>																	
		<table border="1" style="font-size: small; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Herkunft erkennen ☐ BZ</td> <td style="padding: 2px;">Strichmarke 18-64</td> <td style="padding: 2px;">M</td> <td style="padding: 2px;">W</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">☐ I</td> <td style="padding: 2px;">65+</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">☐ D, A, CH</td> <td style="padding: 2px;">0-17 <small>Bei jedem Kind Alter eintragen</small></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">☐ andere</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Herkunft erkennen ☐ BZ	Strichmarke 18-64	M	W	☐ I	65+			☐ D, A, CH	0-17 <small>Bei jedem Kind Alter eintragen</small>			☐ andere				
Herkunft erkennen ☐ BZ	Strichmarke 18-64	M	W																
☐ I	65+																		
☐ D, A, CH	0-17 <small>Bei jedem Kind Alter eintragen</small>																		
☐ andere																			
1		Wann haben Sie ungefähr das Archäologiemuseum betreten? : : Uhrzeit 24h-Format ☐ k.A.																	
2		Und mit wie viel Zeit für den Besuch hatten Sie gerechnet? : : Stunden/Minuten ☐ k.A.																	
3 Wie ist Ihr heutiger Museumsbesuch abgelaufen? Was trifft am ehesten zu?																			
<small>Mur die ersten drei Antworten vorlesen; insgesamt bis zu 2 Nennungen</small>																			
<small>Vorlesen</small>	☐ ₁	Sie haben sich an die Interessen und die Geschwindigkeit der Kinder angepasst																	
	☐ ₂	Sie haben die Kinder geführt und dazu motiviert, das Museum gemeinsam zu besichtigen																	
	☐ ₃	Sie haben sich getrennt, damit jeder seinen eigenen Interessen nachgehen kann																	
<small>Nicht Vorlesen</small>	☐ ₄	Wir sind zusammengeblieben und haben jeweils jeweils gemeinsam entschieden																	
	☐ ₅	Die Kinder waren nicht interessiert/zu klein, aber wir haben versucht, es irgendwie zu schaffen																	
	☐ ₆	Sonstiges: _____																	
4		Wie würdet ihr das Archäologiemuseum insgesamt bewerten, auf einer Skala von 0=sehr schlecht bis 10=ausgezeichnet?																	
		<small>Bewertung der Erwachsenen 18+ (0-10 eintragen)</small>	<small>Bewertung der Kinder 0-17 (0-10 eintragen)</small>																
5 Was hat euch denn besonders gut gefallen? Und was eher weniger?																			
<small>Positive Dinge der Erwachsenen ab 18 Jahren</small>	<small>Positive Dinge der Kinder 0-17 Jahre</small>	<small>Negative Dinge der Erwachsenen ab 18 Jahren</small>	<small>Negative Dinge der Kinder 0-17 Jahre</small>																
6 Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?																			
<small>Nach dem Vorlesen der ersten Aussage Antwortskala erklären</small>																			
Das Archäologiemuseum ist insgesamt ein besonders familienfreundliches Museum	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Familien werden gleich mit allen Informationen über Ausstattung und Angebote versorgt	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Die Ausstellungsstücke und Schaukästen sind für Kinder gut sichtbar bzw. erreichbar	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Für Familien mit Kindern sind genug Platz und Möglichkeiten zum Ausruhen vorhanden	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Von den ganz Kleinen bis zu den ganz Großen wird für alle Altersgruppen etwas geboten	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Die Benutzung der interaktiven Stationen ist einfach und unmittelbar verständlich	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Kinder und Erwachsene werden angeregt, sich auszutauschen	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Die Beschilderungen und Hinweise sind gut leserlich und verständlich	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Mit den verfügbaren Informationen kann man sich den Besuch sehr gut einteilen	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
Der Eintrittspreis ist vollkommen angemessen	☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄															
7 Was wäre nützlich gewesen, um den Museumsbesuch als Familie zu verbessern?																			
<small>Vorschläge in Stichworten</small>																			

Illustrazione 6: Questionario in tedesco somministrato all'uscita di MysteriX (prima pagina).

8 Haben Sie auch die Sonderausstellung MysteriX im letzten Stockwerk besucht?
 ₁ ja ₂ nein (gleich zu Frage 16 bzw. Ende)

9 Können Sie sich erinnern, wie viel Zeit Sie ungefähr dort verbracht haben?
 _____ : _____ Stunden/Minuten ₃ k.A.

10 Wussten Sie schon vorher von MysteriX?
 ₁ ja ₂ nein (gleich zu Frage 13)

11 Woher wussten Sie davon?
Nicht s. vorlesen; bis zu 3 Buchstaben (A-L) aus der Liste eintragen
 A von früherem Besuch
 B Facebook-Seite des Museums
 C Homepage des Museums
 D sonstwo im Internet
 E Zeitungen/Zeitschriften
 F Radio/Fernsehen
 G Schule/Kindergarten
 H Bekannte/Verwandte
 J Reiseführer
 K Unterkunft/Hotelier
 L Sonstiges _____

12 Sind Sie vor allem deswegen ins Museum gekommen?
 ₁ ja, vor allem deswegen ₂ nein

13 Wie würdet ihr die Sonderausstellung MysteriX insgesamt bewerten, auf einer Skala von 0=sehr schlecht bis 10=ausgezeichnet?
 _____ Bewertung der Erwachsenen 18+ (0-10 eintragen)
 _____ Bewertung der Kinder 0-17 (0-10 eintragen)

14 Was hat euch denn an MysteriX besonders gut gefallen? An was erinnert Ihr euch besonders gern?
Highlights für die Erwachsenen ab 18 Jahren in Stichworten Highlights für die Kinder 0-17 Jahre in Stichworten

15 Und was findet ihr weniger gut? Hat irgendetwas gefehlt?
Kritikpunkte der Erwachsenen ab 18 Jahren in Stichworten Kritikpunkte der Kinder 0-17 Jahre in Stichworten

Nur Einheimische:

16 Welche Veranstaltungen des Archäologiemuseums kennen Sie?
Nicht vorlesen! Alles Genannte ankreuzen
 ₁ Zurück in die Steinzeit ₂ Internationaler Museumstag
 ₃ Lange Nacht der Museen ₄ Kultur-Kontakt
 ₅ Sonstiges: _____

17 Welche Art von Angeboten für Familien würden Sie sich denn wünschen?
Wünsche in Stichworten

Illustrazione 7: Questionario in tedesco somministrato all'uscita di MysteriX (seconda pagina).

Questionario in inglese somministrato all'entrata del museo

Questionnaire ENTRANCE English			M	W
A Interview	Date: _____ .2013	Time: _____ : _____		
B Group	<i>Wie beim Zählbogen Herkunft, Geschlecht und Alter der Gruppenmitglieder erfassen</i>			
		Herkunft: <input type="checkbox"/> BZ <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> D,A,C,H <input type="checkbox"/> andere Alter: <input type="checkbox"/> 18-64 <input type="checkbox"/> 65+ <input type="checkbox"/> 0-17 für jedes Kind hier eintragen		
1 When did you decide to visit the museum of archaeology today?				
<i>Nicht vorlesen; Antwort groß zuordnen; notfalls nachfragen. Achtung: es geht um die Entscheidung des Zeitpunkts; nach der Absicht wird später gefragt</i>				
<input type="checkbox"/> 1 today <input type="checkbox"/> 2 yesterday <input type="checkbox"/> 3 a few days ago <input type="checkbox"/> 4 about a week ago <input type="checkbox"/> 5 about a month ago <input type="checkbox"/> 6 longer time ago				
2 Did you already intend to visit the museum before that decision?				
<input type="checkbox"/> 1 yes <input type="checkbox"/> 2 no				
3 From where do you know the museum				
<i>Vorlesen und Zutreffendes jeweils ankreuzen</i>				
<input type="checkbox"/> A Have you ever visited this museum? <input type="checkbox"/> B Have you visited the museum on facebook? <input type="checkbox"/> C Have you visited the museum's homepage? <input type="checkbox"/> D Have you found it anywhere else on the internet? <input type="checkbox"/> E Have you read about it in the newspapers or in journals <input type="checkbox"/> F Have you heard about it on the radio or on TV? <input type="checkbox"/> G Has it been a topic in school/Kindergarten? <input type="checkbox"/> H Have your friends or relatives told you about it <input type="checkbox"/> J Tourists: Have you read about it in the tourist guide? <input type="checkbox"/> K Tourists: Have you heard about it in your accommodation? <input type="checkbox"/> L Anything else? _____				
5 At the moment there is a special exhibition called MysteriX, did you know that before?				
<input type="checkbox"/> 1 yes <input type="checkbox"/> 2 no (gleich zu Frage 8)				
6 Where did you know about it?				
_____ <small>Nichts vorlesen; bis zu 3 Buchstaben (A-I) aus Frage 3 eintragen</small>				
7 Have you come mostly for this reason?				
<input type="checkbox"/> 1 yes, mostly <input type="checkbox"/> 2 no				
8 Do you know that there are guided tours especially for families on saturday and sunday?				
<input type="checkbox"/> 1 yes <input type="checkbox"/> 2 no (gleich zu Frage 10)				
9 Where did you know about it?				
_____ <small>Nichts vorlesen; bis zu 3 Buchstaben (A-I) aus Frage 3 eintragen</small>				
4 And where did you get the best information?				
_____ <small>Nichts vorlesen; bis zu 3 Buchstaben (A-I) aus Frage 3 eintragen</small>				
10 And would this be interesting for you?				
<input type="checkbox"/> 1 yes, surely <input type="checkbox"/> 2 yes, maybe <input type="checkbox"/> 3 no, rather not				
11 Why did you decide to come to the museum of archaeology with the family?				
<i>In Stichworten notieren</i>				

12 Maybe not all of you had the same desire to visit the museum. Who of you wanted absolutely to see the museum?				
<i>Anzahl begeisterter Erwachsener notieren</i> _____ <i>Anzahl begeisterter Kinder notieren</i> _____				
13 What do you expect from your visit today? What would you like to do in the museum?				
<i>Erwartungen der Erwachsenen ab 18 Jahren in Stichworten</i> _____ <i>Erwartungen der Kinder 0-17 Jahre in Stichworten</i> _____				

14 How do you imagine your visit at the museum?				
<i>Nur die erste drei Antworten vorlesen; insgesamt bis zu 2 Nennungen</i>				
<i>Vorlesen</i>				
<input type="checkbox"/> 1 You adapt to the children's interests and pace <input type="checkbox"/> 2 You try to guide the children and to motivate them to visit the museum together <input type="checkbox"/> 3 You are disposed to separate, so each of you can follow their own interests				
<i>Nicht Vorlesen</i>				
<input type="checkbox"/> 4 We stay together and decide together what to do next <input type="checkbox"/> 5 The children are not interested/too young but we will try to make it somehow <input type="checkbox"/> 6 Other: _____				
15 About how much time do you think you will spend on the visit?				
_____ : _____ <small>Stunden/Minuten</small> <input type="checkbox"/> 3 k.A.				
<i>Nur Einheimische:</i>				
16 Which events of the museum of archaeology do you know?				
<i>Nicht vorlesen! Alles Genannte ankreuzen</i>				
<input type="checkbox"/> 1 Back to the stone-age <input type="checkbox"/> 2 International Museum Day <input type="checkbox"/> 3 Long Night of Museums <input type="checkbox"/> 4 Culture Contact <input type="checkbox"/> 5 Other: _____				
17 Which kind of offers for families would you like?				
<i>Wünsche in Stichworten</i>				

Illustrazione 8: Questionario in inglese somministrato all'entrata del museo.

Questionario in inglese somministrato all'uscita di MysteryX

Questionnaire EXIT English		Stärke des ...																									
A Interview	Date: . . . 2013	Time: : : 24h-Format	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;"></th> <th style="width: 10%;"></th> <th style="width: 10%; text-align: center;">M</th> <th style="width: 10%; text-align: center;">W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="font-size: 8px;">Herkunft erkennen →</td> <td style="font-size: 8px;">18-64</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> BZ</td> <td style="font-size: 8px;">65+</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> I</td> <td style="font-size: 8px;">0-17</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> D,A,CH</td> <td style="font-size: 8px;">für jedes → Kl. ein Alter eintragen</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> andere</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			M	W	Herkunft erkennen →	18-64			<input type="checkbox"/> BZ	65+			<input type="checkbox"/> I	0-17			<input type="checkbox"/> D,A,CH	für jedes → Kl. ein Alter eintragen			<input type="checkbox"/> andere			
		M	W																								
Herkunft erkennen →	18-64																										
<input type="checkbox"/> BZ	65+																										
<input type="checkbox"/> I	0-17																										
<input type="checkbox"/> D,A,CH	für jedes → Kl. ein Alter eintragen																										
<input type="checkbox"/> andere																											
B Group	<i>Wie beim Zählbogen Herkunft, Geschlecht und Alter der Gruppenmitglieder erfassen</i>																										
1 At about what time did you enter the museum of archaeology?		: : Uhrzeit 24h-Format	<input type="checkbox"/> n.a.																								
2 And about how much time did you think to spend on the visit?		: : Stunden/Minuten	<input type="checkbox"/> n.a.																								
3 How did your visit to the museum proceed? What would be the best description?																											
<i>Nur die ersten drei Antworten vorlesen; insgesamt bis zu 2 Nennungen</i>																											
Vorlesen	<input type="checkbox"/> 1 You adapted to the children's interests and pace <input type="checkbox"/> 2 You guided the children and motivated them to visit the museum together <input type="checkbox"/> 3 You separated, so each of you could follow their own interests																										
Nicht Vorlesen	<input type="checkbox"/> 4 We stayed together and decided together what to do next <input type="checkbox"/> 5 The children were not interested/too young but we tried to make it somehow <input type="checkbox"/> 6 Other: _____																										
4 Which overall rating would you give to the museum of archaeology, on a scale from 0=very poor to 10=excellent?		Bewertung der Erwachsenen 18+ (0-10 eintragen) Bewertung der Kinder 0-17 (0-10 eintragen)																									
5 What did you like most?		And what less?																									
<i>Positive Dinge der Erwachsenen ab 18 Jahren</i>	<i>Positive Dinge der Kinder 0-17 Jahre</i>	<i>Negative Dinge der Erwachsenen ab 18 Jahren</i>	<i>Negative Dinge der Kinder 0-17 Jahre</i>																								
6 How much do you agree with the following statements?																											
<i>Nach dem Vorlesen der ersten Aussage Antwortskala erklären</i>																											
The museum of archaeology is particularly family-friendly	com- pletely	rather agree	rather not	not at all																							
Families are provided right away with all the information about facilities and proposals	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
The objects and showcases are well visible and accessible for children	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
For families with children there is enough space and possibility for resting	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
From the youngest to the oldest, there is something for every age group	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
The use of the interactive stations is easy and immediately comprehensible	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
Children and adults are stimulated to communicate and interact with each other	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
The labelling and the indications are well legible and comprehensible	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
With the information given in the museum you can distribute your tour very well	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
The entrance fee (the price) is absolutely adequate	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							
7 To improve the visit to the museum for a family, what would have been useful?																											
<i>Vorschläge in Stichworten</i>																											

Illustrazione 9: Questionario in inglese somministrato all'uscita di MysteryX (prima pagina).

8 Did you also visit the special exhibition MysteriX on the last floor?
 ₁ yes ₂ no (gleich zu Frage 16 bzw. Ende)

9 Can you remember about how much time you spent there? : Stunden/Minuten ₃ k.A.

10 Did you know of MysteriX before?
 ₁ yes ₂ no (gleich zu Frage 13)

11 Where did you know about it?
Nicht s vorlesen; bis zu 3 Buchstaben (A-L) aus der Liste eintragen
 A from a previous visit to the museum
 B museum on Facebook
 C museum's website
 D elsewhere on the internet
 E newspapers/journals
 F radio/TV
 G school/kindergarten
 H friends/relatives
 J tourist guide
 K accommodation
 L Sonstiges

12 Have you come mostly for this reason?
 ₁ yes, mostly ₂ no

13 Which overall rating would you give to the special exhibition MysteriX, on a scale from 0=very bad to 10=excellent?
 Bewertung der Erwachsenen 18+ (0-10 eintragen)
 Bewertung der Kinder 0-17 (0-10 eintragen)

14 What did you like most of MysteriX? What were the most joyful moments?
Highlights für die Erwachsenen ab 18 Jahren in Stichworten Highlights für die Kinder 0-17 Jahre in Stichworten

15 And what did you like less? Was there anything missing?
Kritikpunkte der Erwachsenen ab 18 Jahren in Stichworten Kritikpunkte der Kinder 0-17 Jahre in Stichworten

Nur Einheimische:

16 Which events of the museum of archaeology do you know?
Nicht vorlesen! Alles Gemanote ankreuzen
 ₁ Back to the stone-age ₂ International Museum Day
 ₃ Long Night of Museums ₄ Culture Contact
 ₅ Other:

17 Which kind of offers for families would you like?
Wünsche in Stichworten

Illustrazione 10: Questionario in inglese somministrato all'uscita di MysteriX (seconda pagina).

Indice delle illustrazioni

Illustrazione 1: La figura mostra la scheda usata per contare le famiglie.....	33
Illustrazione 1: Il grafico mostra la provenienza delle famiglie intervistate.....	46
Illustrazione 2: La figura mostra il numero di persone per ogni gruppo in visita.	47
Illustrazione 3: Il grafico mostra la percentuale di minori per ogni fascia d'età in funzione dell'origine. Origine indica la percentuale parziale delle famiglie provenienti da un dato paese sul totale delle famiglie intervistate.....	48
Illustrazione 4: La figura mostra la distribuzione del numero medio di minori per nucleo familiare, in base alla fascia d'età.....	48
Illustrazione 5: La figura mostra i minori divisi per sesso, in base alla loro provenienza e alla corrispondente fascia d'età. Non è stata calcolata l'unica famiglia di cui non si conosce il paese di origine.....	52
Illustrazione 6: La figura mostra le famiglie divise per numero di membri e per origine. Non è stata considerata l'unica famiglia della quale non si conosce la provenienza.....	52
Illustrazione 7: La figura mostra la composizione numerica delle famiglie intervistate.....	55
Illustrazione 8: La figura mostra il numero delle famiglie in funzione del numero di figli, di bambini e di adolescenti rispettivamente.....	56
Illustrazione 9: Momento della scelta di venire esattamente nel giorno del rilevamento al Museo Archeologico in funzione del numero di famiglie. Sono rappresentate le famiglie provenienti dall'Italia, comprese le uniche due altoatesine, quelle provenienti dalla Germania, dall'Austria e dalla Svizzera e tutte le altre famiglie del campione.....	57
Illustrazione 10: Momento della scelta di venire esattamente nel giorno del sondaggio al Museo Archeologico, in funzione del numero delle famiglie. I dati sono stati aggregati per ogni provenienza geografica, quindi il totale delle 42 famiglie che hanno risposto al questionario.....	58
Illustrazione 11: Numero delle famiglie che avevano o meno l'intenzione di visitare il Museo Archeologico divise per provenienza.....	59
Illustrazione 12: Nel grafico sono mostrate tutte le famiglie del campione divise per risposta affermativa (34 sul totale) e negativa (8 sul totale). Le percentuali corrispondenti sono l'81% e il 19%.....	59
Illustrazione 13: Nel grafico sono presentate il numero di preferenze accordate ai vari mezzi di comunicazione, secondo la provenienza geografica del campione.....	62
Illustrazione 14: La figura mostra i canali informativi migliori secondo l'opinione di tutte le famiglie del campione.....	63
Illustrazione 15: La figura mostra i canali informativi migliori secondo l'opinione di tutte le famiglie del campione, divise per paese d'origine.....	63
Illustrazione 16: Tabella che riassume le risposte raccolte alla domanda numero 5 del sondaggio in entrata. I dati sono stati divisi per provenienza geografica.....	65
Illustrazione 17: Questo grafico a torta mostra la percentuale di famiglie che conoscevano o meno la mostra temporanea MysteriX. Dati aggregati di tutto il campione.	66
Illustrazione 18: Questa tabella riassume i dati della domanda numero 7 del sondaggio in uscita, mirante a valutare quante famiglie sono venute in visita al Museo Archeologico esplicitamente per visitare la mostra temporanea MysteriX.....	66
Illustrazione 19: Questo grafico raggruppa per provenienza geografica le risposte della domanda numero 8 del sondaggio in entrata. Solo una frazione minoritaria delle famiglie era a conoscenza delle guide speciali a loro dedicate, e dai dati sembra, (ma non è numericamente possibile confermarlo) che più il gruppo veniva da lontano, meno ne era a conoscenza.....	67
Illustrazione 20: La tabella mostra le risposte del pubblico alla domanda "Vi interessano/potrebbero interessare le guide speciali per famiglie del fine settimana"? Il campione comprende solamente 41, poiché per una non era stata barrata la casella corrispondente. La categoria Altri comprende tutte le famiglie non italiane e non provenienti dai paesi D/A/CH.....	69

Illustrazione 21: Il grafico a torta sintetizza le risposte alla domanda numero 10 del sondaggio in uscita. Come per il grafico sopra, il campione totale si riferisce a sole 41 famiglie.....	69
Illustrazione 22: Mappa concettuale su Ötzi mettendo assieme le risposte di tutte le famiglie senza riguardo per la provenienza.....	70
Illustrazione 23: Mappa concettuale sul "museo" ottenuta dalle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine.....	71
Illustrazione 24: Mappa concettuale della "cultura", ricostruita in base alle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine.....	71
Illustrazione 25: Mappa concettuale sulla "scuola", ricostruita in base alle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine.....	72
Illustrazione 26: Mappa concettuale sulla famiglia ricostruita in base alle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine.....	72
Illustrazione 27: Mappa concettuale sui temi della tecnologia e dei media ricostruita in base alle risposte delle famiglie italiane, comprese quelle altoatesine. È stato inserito anche un concetto espresso da una famiglia straniera ("technology of the museum"), dal momento che calza a pennello al nucleo della mappa.....	74
Illustrazione 28: Mappa concettuale sul tema della vacanza, ricostruita in base alle risposte delle famiglie svizzere, austriache e tedesche.....	74
Illustrazione 29: Mappa concettuale sul tema della meteo, ricostruita in base alle risposte delle famiglie svizzere, austriache e tedesche.....	75
Illustrazione 30: Mappa concettuale sul tema bambini ricostruita in base alle risposte delle famiglie provenienti dagli altri paesi. La risposta "avvicinare i bambini alla storia" è stata raccolta in tedesco da una famiglia che non rientrava nel gruppo di paesi D/A/CH.....	75
Illustrazione 31: Mappa concettuale sul tema della storia ricostruita in base alle risposte delle famiglie provenienti dagli altri paesi.....	76
Illustrazione 32: La figura mostra la percentuale di persone (adulti e minorenni) che erano assolutamente entusiasti di visitare il museo.....	77
Illustrazione 33: Questa words cloud mostra le parole che compaiono più frequentemente nelle risposte degli adulti di tutte le famiglie. Le parole in tedesco sono state tradotte, cercando di essere il più possibile fedeli nell'adattamento, mentre quelle inglesi no.....	80
Illustrazione 34: Questa words cloud mostra le parole che compaiono più frequentemente nelle risposte dei minori di tutte le famiglie. Le parole in tedesco sono state tradotte, cercando di essere il più possibile fedeli nell'adattamento, mentre quelle inglesi no.....	80
Illustrazione 35: La figura mostra come le famiglia immaginano la loro visita al museo.....	81
Illustrazione 36: La figura mostra quanto tempo le famiglie di tutto il campione hanno preventivato di dedicare alla visita del museo. Le risposte sono state inserite in quattro intervalli di tempo, mostrati nella legenda.....	82
Illustrazione 37: Il grafico mostra la provenienza delle famiglie intervistate.....	84
Illustrazione 38: La figura mostra il numero di famiglie in funzione della loro consistenza numerica.....	86
Illustrazione 39: Il grafico mostra la durata stimata della visita secondo tutte le famiglie intervistate. I tempi calcolati sono stati divisi in intervalli da 30 minuti ciascuno di ampiezza.....	87
Illustrazione 40: La figura mostra la durata della visita ipotizzata da impiegare nella visita del museo. Un terzo delle famiglie non è stata in grado di rispondere alla domanda, mentre la maggior parte delle altre a risposto con tempi concentrati attorno ai 60,90 e 120 minuti.....	89
Illustrazione 41: Il grafico mostra il voto medio dato al museo archeologico nella sua interessa dato dagli adulti e dai minori. I dati sono disaggregati per provenienza geografica e viene presentato anche il voto medio delle famiglie.....	91
Illustrazione 42: Mappa concettuali degli adulti delle famiglie italiane attorno al tema di esposizione.....	92

Illustrazione 43: Mappa concettuale degli adulti delle famiglie italiane attorno al tema dei reperti.	93
Illustrazione 44: Mappa concettuale degli adulti delle famiglie italiane attorno al tema MysteriX.	93
Illustrazione 45: Parole apparse con maggior frequenza durante l'intervista alla domanda "Cosa vi è piaciuto in modo particolare?". Compaiono le risposte degli adulti e dei minori, di ogni provenienza. Le risposte in tedesco sono state tradotte cercando di mantenere massima la fedeltà, quelle in inglese sono state lasciate tal quali.	97
Illustrazione 46: Parole apparse con maggior frequenza durante l'intervista alla domanda "Cosa vi è piaciuto meno del museo?". Compaiono le risposte degli adulti e dei minori, di ogni provenienza. Le risposte in tedesco sono state tradotte cercando di mantenere massima la fedeltà, quelle in inglese sono state lasciate tal quali.	97
Illustrazione 47: La figura mostra i risultati della domanda numero 6. Si tratta delle risposte aggregate di tutte le famiglie del campione. Le risposte sono normalizzate a 100.	98
Illustrazione 48: La figura mostra le risposte date dalle famiglie su quanto concordassero con l'affermazione "Alle famiglie vengono fornite subito tutte le informazioni sulle strutture e le offerte?"	99
Illustrazione 49: Questa words cloud contiene le risposte di tutte le famiglie. I termini tedeschi sono stati tradotti in italiano, quelli inglesi no.	102
Illustrazione 50: La figura mostra le famiglie che hanno visitato MysteriX, divise per provenienza.	103
Illustrazione 51: La tabella confronta i tempi impiegati dalle famiglie per visitare la mostra MysteriX. Le somme delle risposte sono normalizzate a 100.	104
Illustrazione 52: Il grafico sintetizza le risposte date dalle 36 famiglie intervistate.	105
Illustrazione 53: La tabella mostra i voti dati a MysteriX dalle famiglie italiane.	107
Illustrazione 54: La tabella mostra i voti dati a MysteriX dalle famiglie provenienti da altri paesi.	107
Illustrazione 55: La tabella mostra i voti dati a MysteriX dalle famiglie di altri paesi.	108
Illustrazione 56: La tabella mostra i voti dati a MysteriX da tutte le famiglie intervistate.	108
Illustrazione 57: La words cloud mostra le parole più utilizzate dagli adulti, nelle risposte sugli aspetti più apprezzati della mostra MysteriX. Le risposte in tedesco sono state tradotte.	110
Illustrazione 58: La words cloud mostra le parole più utilizzate dai minori, nelle risposte sugli aspetti più apprezzati della mostra MysteriX. Le risposte in tedesco sono state tradotte.	112
Illustrazione 59: La figura mostra le parole più frequente nelle risposte degli adulti su cosa non hanno apprezzato di MysteriX. Le risposte tedesche sono state tradotte, quelle inglesi no.	114
Illustrazione 1: Il foglio usato per conteggiare le famiglie.	122
Illustrazione 2: Questionario in italiano somministrato all'ingresso del museo.	123
Illustrazione 3: Questionario in italiano somministrato all'uscita di MysteriX (prima pagina).	124
Illustrazione 4: Questionario in italiano somministrato all'uscita di MysteriX (seconda pagina).	125
Illustrazione 5: Questionario in tedesco somministrato all'entrata del museo.	126
Illustrazione 6: Questionario in tedesco somministrato all'uscita di MysteriX (prima pagina).	127
Illustrazione 7: Questionario in tedesco somministrato all'uscita di MysteriX (seconda pagina).	128
Illustrazione 8: Questionario in inglese somministrato all'entrata del museo.	129
Illustrazione 9: Questionario in inglese somministrato all'uscita di MysteriX (prima pagina).	130
Illustrazione 10: Questionario in inglese somministrato all'uscita di MysteriX (seconda pagina).	131

Indice delle tabelle

Tabella 1: Lista delle sedi dove è stata esposta la mostra itinerante "The Iceman".....	19
Tabella 1: Lista delle varie aree espositive della mostra temporanea MysteryX per tipo di reperto, per epoca del reperto, per località di ritrovamento dello stesso, per colore dell'area e per slogan. ...	25
Tabella 1: Valori medi del numero di visitatori in rapporto alla superficie interna calpestabile e aperta al pubblico. Con un valore a 200 persone per metro quadro il Museo Archeologico presenta un valore quadruplo rispetto alla media dei musei scientifici e dei science center statunitensi. I dati per questi musei sono stati presi dal sito dell'ASTC - Association of Science and Technology Centers – 2001.....	43
Tabella 1 La tabella mostra la composizione delle famiglie divisa per origine e fascia d'età. La colonna Adulti si riferisce alle persone maggiorenni, ma che non hanno compiuto il 65 anno d'età. Ogni riga fornisce il numero medio di membri per ogni provenienza.....	46
Tabella 2 La tabella mostra il numero medio di persone per famiglia in base all'origine. La colonna Adulti si riferisce alle persone maggiorenni, ma che non hanno compiuto il 65 anno d'età. Ogni riga fornisce il numero medio di membri per ogni provenienza.....	46
Tabella 3 La tabella mostra il numero di famiglie, divise per provenienza e giorno della visita.....	47
Tabella 4 La tabella mostra quante famiglie e la loro percentuale sono state contate alla cassa e a MysteryX. È stata esclusa l'unica famiglia di cui non si conosceva l'origine.....	49
Tabella 5 La tabella mostra la percentuale di famiglie che ha visitato MysteryX al mattino e al pomeriggio. È stata esclusa l'unica famiglia di cui non si conosceva l'origine.....	50
Tabella 6 La tabella mostra il numero di persone per sesso, divise in tre fasce d'età.....	50
Tabella 7 La tabella mostra il numero di adulti per sesso, divisi per provenienza geografica.....	51
Tabella 8 La tabella mostra i minori divisi per sesso in base alle fasce d'età e alla loro provenienza.....	51
Tabella 9: La tabella riassume i dati anagrafici delle 42 famiglie intervistate divisi per paese d'origine. Le percentuali tra parentesi si riferiscono al totale delle persone nell'ultima colonna.....	54
Tabella 10: Composizione ed età dei minori intercettati in entrata.....	55
Tabella 11: Nella tabella sono scritte le famiglie, divise per tre diversi gruppi di paesi di provenienza, le cui decisioni di venire al Museo Archeologico sono state ponderate meno di due giorni prima della visita e oltre questo lasso di tempo.....	57
Tabella 12: Risultati complessivi della domanda divisi per tre gruppi di provenienza e dati totali. L'ultima colonna tiene in considerazione anche le due famiglie di cui non si conosce la provenienza geografica.....	58
Tabella 13: Tabella riepilogativa dei canali preferenziali con cui tutte le famiglie del campione hanno conosciuto il Museo Archeologico.....	60
Tabella 14: La tabella riassume le risposte alla domanda su quale fosse stato il canale informativo migliore per conoscere il Museo Archeologico. Sono presentati i dati delle famiglie italiane, dei paesi D/A/CH e del resto del mondo. Tra parentesi sono segnalati le percentuali di ogni singolo canale di comunicazione. Nelle prime tre colonne le percentuali si riferiscono solamente al campione con provenienza geografica omogenea. L'ultima colonna presenta invece le percentuali delle preferenze calcolate sul numero totale, pari a 47.....	64
Tabella 15: La tabella mostra quante famiglie conoscevano o meno la mostra temporanea MysteryX. Per ogni risposta sono date le percentuali in relazione al numero totale di risposte date per ogni paese, e nell'ultima colonna per tutte le famiglie.....	64
Tabella 16: Questa tabella mostra i risultati della domanda numero 6 del sondaggio in entrata. Si tratta dei canali di informazione, attraverso cui la famiglia è venuta a conoscenza della mostra MysteryX.....	65
Tabella 17: La tabella mostra le risposte fornite alla domanda (estesa) "Vi interessano/potrebbero interessare le guide speciali per famiglie dei fine settimana?" Alla domanda hanno risposto solamente 41 famiglie su 42. I dati mostrano che circa la metà del campione ha risposto	

affermativamente, sintomo probabile di una formulazione errata della stessa. Il piccolo numero del campione e l'estrema somiglianza delle risposte per famiglie provenienti da diversi stati, sembra non discriminare l'effettivo pensiero dei visitatori sulle guide speciali.	68
Tabella 18 La tabella mostra il numero di adulti e minori entusiasti di visitare il museo, in rapporto al loro numero totale. Il campione è suddiviso anche per provenienza geografica.	77
Tabella 19 La tabella mostra come le famiglie di vari paesi intendano affrontare la visita al museo con i loro figli.	81
Tabella 20 La tabella riassume i dati anagrafici delle 38 famiglie intervistate divisi per paese d'origine. Le percentuali tra parentesi si riferiscono al totale delle persone nell'ultima colonna.	85
Tabella 21 Consistenza ed età media dei minori.	86
Tabella 22: La tabella mostra la stima da parte delle famiglie sulla durata della visita. Per ogni paese è stata calcolata la media e la deviazione standard. Quest'ultima non è stata calcolata per le famiglie provenienti dagli altri paesi a causa dell'esiguità del campione. I minuti stimati per le famiglie italiane, segnati tra parentesi, sono quelli calcolati escludendo la famiglia che ha impiegato 215 minuti per visitare il museo.	87
Tabella 23: La tabella sintetizza le risposte delle famiglie alla domanda su quanto tempo avessero preventivato di dedicare alla visita.	88
Tabella 24 La tabella mostra come le famiglie hanno condotto la visita al museo.	89
Tabella 25 La tabella mostra i voti medi degli adulti, dei minori e delle famiglie complessivamente distinti per provenienza geografica.	91
Tabella 26 La tabella mostra le risposte alla domanda numero 6. I dati sono aggregati per tutte le famiglie, senza distinzione di origine.	98
Tabella 27 La tabella mostra i voti medie e le deviazioni standard per ogni affermazione.	100
Tabella 28 La tabella mostra le risposte fornite dalle famiglie.	103
Tabella 29 La tabella mostra la durata media stimata della visita a MysteriX e la deviazione standard, calcolate a partire dalle risposte di 36 famiglie.	104
Tabella 30 La tabella mostra quante famiglie conoscevano già da prima la mostra temporanea MysteriX, divise per provenienza geografica.	105
Tabella 31 La tabella mostra le risposte fornite dalle 6 famiglie interpellate.	106
Tabella 32 La tabella mostra il numero di voti espressi dalle famiglie, divisi tra adulti e minori e per provenienza geografica.	106
Tabella 33 La tabella mostra i voti complessivi dati dagli adulti (36 voti) e dai minori (altri 36 voti). Sono date anche le medie e le deviazioni standard.	106
Tabella 34 Tabella con i voti dati a MysteriX divisi per soglia, ovvero sotto il sette e sopra.	109
Tabella 35 La tabella confronta i voti dati al museo con quelli dati alla mostra temporanea MysteriX. Le percentuali indicano la differenza tra il voto del museo nella sua interezza e quello dato alla sola mostra temporanea.	109
Tabella 36 La tabella mostra quante volte i reperti della mostra MysteriX sono stati citati dagli adulti. Ogni singola citazione (anche nella stessa frase) è stata poi suddivisa in base al luogo dove si trova l'oggetto citato.	111
Tabella 37 La tabella mostra quante volte i reperti della mostra MysteriX sono stati citati dai minori. Ogni singola citazione (anche nella stessa frase) è stata poi suddivisa in base al luogo dove si trova l'oggetto citato.	113

Ringraziamenti

Desidero ringraziare Paola Rodari e Matteo Merzagora per aver aperto la mia mente sul mondo dei musei, e Donato Ramani soprattutto per i suoi utili suggerimenti in fase di revisione.

Inoltre desidero ringraziare la direttrice del Museo Archeologico dell'Alto Adige, dott.ssa Angelika Fleckinger che mi ha supportato costantemente, così come la dott.ssa Paola Claut per le preziose informazioni. Un sentito grazie anche a dott.ssa Margit Tumler, per i suoi suggerimenti sulla storia di MysteriX e a Lara Paltrinieri per la sua impeccabile professionalità.

Infine un ringraziamento va al dott. Ulrich Becker dell'Apollis per i suoi numerosi consigli sull'analisi statistica dei dati.