



The banner features a row of six icons: a globe, a book, a network of nodes, a money bag with a Euro symbol, a scale of justice, and a bicycle. Below the icons, the text reads: "AIUCD 2021", "DH per la società: e-guaglianza, partecipazione, diritti e valori nell'era digitale", and "10° congresso annuale PISA 19-22 gennaio". On the right side, a list of topics is displayed in colored text: "DIGITAL PUBLIC HUMANITIES" (red), "OPEN CULTURE" (orange), "RETI SOCIALI" (yellow), "TECH ECONOMY" (green), "E-PARTICIPATION" (blue), and "TECNOLOGIE ASSISTIVE" (purple). The background includes binary code and a classical building.

AIUCD 2021

DH per la società: e-guaglianza, partecipazione, diritti e valori nell'era digitale

10° congresso annuale **PISA** 19-22 gennaio

DIGITAL PUBLIC HUMANITIES
OPEN CULTURE
RETI SOCIALI
TECH ECONOMY
E-PARTICIPATION
TECNOLOGIE ASSISTIVE

Versione PROVVISORIA del contributo presentato al Convegno Annuale

DISCLAIMER

Questa versione dell'abstract non è da considerarsi definitiva e viene pubblicata esclusivamente per facilitare la partecipazione del pubblico al convegno AIUCD 2021

Il Book of Abstract contenente le versioni definitive e dotato di ISBN sarà disponibile liberamente a partire dal 19 gennaio sul sito del convegno sotto licenza creative commons.

Musei e digitale durante la pandemia

Chiara Zuanni

ZIM-ACDH (University of Graz), Austria – chiara.zuanni@uni-graz.at

ABSTRACT

Questo poster presenterà i risultati di una ricerca volta ad analizzare l'impatto della pandemia sulla trasformazione digitale dei musei. Il poster si soffermerà in particolare su tre aspetti: 1) la mappatura dei dati concernenti le attività digitali dei musei durante la primavera ed estate del 2020; 2) l'analisi dei dati dai social media; 3) i primi risultati dell'analisi sull'impatto a medio-/lungo-termine volta ad osservare nuove strategie digitali, nuove forme di organizzazione del lavoro digitale, e nuove tecnologie e conoscenze digitali emerse durante la pandemia. Il poster presenta perciò i primi risultati di un lavoro ancora in corso, e si concentrerà su esempi provenienti dal mondo della gestione dei beni culturali in Italia.

PAROLE CHIAVE

Museologia digitale; social media analisi; beni culturali; COVID-19.

1. INTRODUZIONE

A partire dal tardo inverno 2020, con l'avanzare della pandemia COVID-19 e i lockdown in diversi paesi, anche i musei si sono ritrovati chiusi e senza la possibilità di continuare i propri programmi per il pubblico. Secondo un sondaggio ICOM (International Council of Museums) condotto durante la scorsa primavera e che ha ottenuto oltre 1600 risposte da 107 paesi, le attività digitali sono aumentate del 15% nei musei di tutto il mondo, sebbene in modo diseguale (ICOM 2020). Nei paesi in cui si è assistito ad un incremento delle attività digitali, queste hanno anche catturato l'attenzione della stampa e di diverse piattaforme online, che hanno compilato liste di risorse ed hanno discusso il successo di diverse iniziative digitali lanciate in questo periodo.

2. IL PROGETTO 'MAPPING MUSEUMS DIGITAL INITIATIVES DURING THE PANDEMIC'

A partire da marzo 2020, l'autrice ha iniziato a raccogliere dati sulle varie iniziative digitali proposte dai musei durante questo periodo; sulle attività sui social media; e sul dibattito nella comunità museale. Un primo passo verso l'analisi e la successiva presentazione di questo lavoro è costituito da una mappa interattiva che presenta queste iniziative e alcuni dei dati da Twitter. I dati raccolti dall'autrice sono stati compilati in un semplice foglio di calcolo di Google: Google Sheets è stato scelto anche perché lo strumento per collezionare dati da Twitter usato in questa ricerca usa anch'esso un foglio di calcolo Google per archiviare i dati, e perché vi era compatibilità pure con i dati che potevano venire raccolti tramite un questionario di Google (Google Forms).

Al momento attuale (fine novembre 2020), l'autrice ha raccolto circa 700 esempi, anche grazie a risorse rese disponibili da varie associazioni museali (Irish Museum Association; Austrian Museum Association; Museum Computer Network), mentre all'incirca altri 150 esempi sono stati aggiunti direttamente dai musei tramite un questionario su Google (che funge, in questo caso, da base per l'attività di crowdsourcing). In aggiunta, dati da Twitter sono stati raccolti per alcuni degli hashtag più popolari (#MuseumsFromHome; #MuseumsUnlocked; #GettyChallenge; #MuseumWeek e i rispettivi hashtags; etc.): questi dataset al momento contengono oltre un milione di Tweets, di cui soltanto poco più di un centinaio sono stati resi visibili sulla mappa (per evitare sovrappollamento di dati). Un semplice Google Script, che sfrutta l'API di GoogleMaps, ha permesso di geocodificare velocemente gli indirizzi dei musei e le città degli utenti di Twitter (come dichiarate sul loro profilo). Infine, i dati vengono trasformati in GeoJSON ed aggiunti ad una mappa Leaflet, con marcatori diversi a seconda del tipo di attività proposto dai musei (per esempio tour virtuali piuttosto che streaming sui social media; etc.) e con la possibilità di filtrare le varie categorie.



Figura 1. Mappa di progetti digitali promossi durante la pandemia.

1. ANALISI E FUTURI SVILUPPI

Questa mappa rappresenta il primo passaggio verso lo sviluppo di un'analisi più dettagliata delle attività digitali proposte dai musei durante la pandemia. Fino all'autunno 2020, l'attenzione si è concentrata sulla raccolta dati e lo sviluppo di una rete di partner culturali intorno al progetto. Nel frattempo, si è iniziato a trasferire i dati da documenti Google ad un archivio più duraturo, ed in questo caso si sta lavorando con metodi di web archiving e sulla modellazione dei dati (per garantire la possibilità di lavorare coi dati in future ricerche).

In parallelo, si è sviluppata una collaborazione con colleghi nel dipartimento di educazione nell'università di Graz, per osservare l'uso di risorse digitali prodotte dai musei nelle scuole, durante le attività di distance learning. Altre aree della ricerca, ancora in corso, si focalizzano da un lato su questioni di politiche culturali e sviluppo di strategie, teams, e competenze digitali nel settore museale; e dall'altro lato, sulle attività di collezione di memorie della pandemia iniziate da musei, archivi, ed altre istituzioni (e le conseguenze per la gestione di queste raccolte, che includono born-digital data).

2. CONCLUSIONE

Il poster presenterà questo insieme di progetti volti a contribuire alla discussione sulla trasformazione digitale dei musei, allo sviluppo di un archivio legato alla situazione dei beni culturali nella pandemia, e alla ricerca di standards per la conservazione di born-digital data testimoni della vita quotidiana nel 2020.

3. RINGRAZIAMENTI

Un ringraziamento particolare va a tutti i musei e le istituzioni che hanno creduto in questo progetto, contribuendo alla sua promozione ed alla raccolta dati.

BIBLIOGRAFIA

- [1] ICOM. 'Museums, Museum Professionals and COVID-19: ICOM and UNESCO Release Their Full Reports.', 2020. <https://icom.museum/en/news/museums-museum-professionals-and-covid-19-survey-results/>.
- [2] UNESCO. 'Museums around the World in the Face of COVID-19.', 2020. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>.