



Programma di Cooperazione Transfrontaliera IPA Adriatico

AdriaMuse

La COMUNICAZIONE MUSEALE
Opportunità dal Web semantico

Venezia, 25 giugno 2012

C

Premessa: comunicare

2

- Il Museo conserva un patrimonio di cultura con le conoscenze e le testimonianze storiche ed artistiche che compongono le sue collezioni.
- Contribuisce alla crescita culturale della società quanto più *comunica* questo suo patrimonio.
- Le tecnologie informatiche forniscono un fondamentale impulso alle attività di comunicazione anche per il Museo.

C

Comunicare e nuove tecnologie:

perché ci devono interessare

3

- Le tecnologie, in particolare quelle relative ai sistemi di gestione delle informazioni, si sviluppano tumultuosamente.
- Comprendere e padroneggiare questo sviluppo richiedono un impegno crescente.
- Questo sforzo è ripagato da molte nuove importanti opportunità.
- Chi si adegua per primo gode di un significativo vantaggio competitivo.

C

Comunicare:

verso l'esterno

- Oggi il Museo può comunicare molto facilmente fuori dai propri confini fisici attraverso il web.
- La comunicazione può anche essere dinamica e bidirezionale, interattiva con i visitatori.
- La **qualità** della comunicazione è sempre più un fattore determinante.

4

C

Comunicare:

al proprio interno

5

- La tecnologia consente nuovi modi di comunicare anche **all'interno** del Museo, direttamente durante il processo di fruizione da parte del visitatore.
- La comunicazione senza fili, abbinata alle tecnologie di prossimità e con le attuali capacità dell'informatica, mette a disposizione un intero nuovo spettro di possibilità - anche molto suggestive - per la fruizione dell'esperienza museale.

C

Comunicare:

al proprio interno

6

- Nuove opportunità nascono anche solo per la pervasività della presenza, presso i visitatori, di nuovi strumenti portatili in grado di comunicare velocemente e a bassissimo costo informazioni multimediali.

C

Comunicazione sul web:

con chi comunicare

- Altri Musei ed Istituzioni culturali.
- Esperti, ricercatori e appassionati che già dispongono di contatti e conoscenze specifiche.
- Il pubblico in generale, persone anche non necessariamente con precedenti interessi e conoscenze-esperienze nel settore.

7

C

Un punto importante

8

- Il turismo culturale veicola un gran numero di persone potenzialmente interessate al Museo.
- Il settore turistico, ed il turismo culturale in particolare, è oggi di fatto altamente condizionato dalle **informazioni prelevate online sul web**.
- Aprire un proprio spazio sul web è oggi molto semplice ed economico, ma proprio per questo il problema è diventato non *esserci e basta*, ma **essere davvero 'visibili'**.

C

Le informazioni

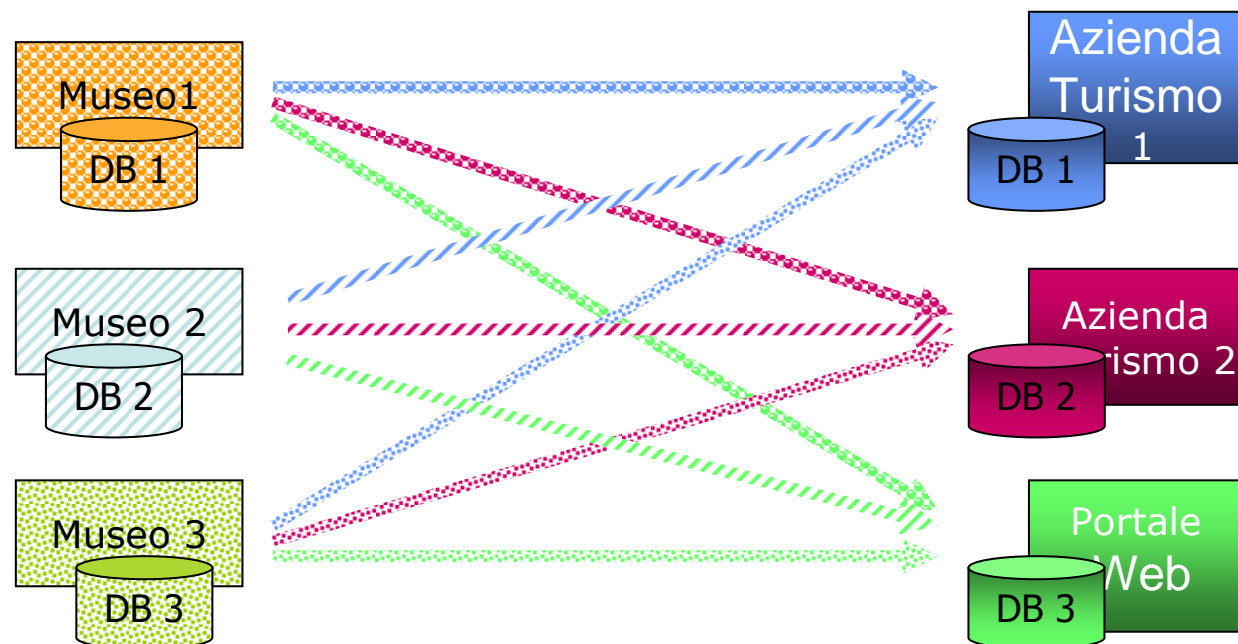
- **Essere visibili**, cioè farsi notare, richiede una '***massa critica***' adeguata, magari tale da provare ad 'imporre' dei propri standard di presentazione.
- Ciò richiede **mezzi rilevanti**, sia tecnici che economici.
- Le realtà medio/piccole, anche se di fatto raccolgono nel loro complesso la gran parte delle informazioni, *sono però frammentate* - sul territorio come sul web - dotate spesso di un proprio sito ma comunque differenti come organizzazione e, in ambito europeo, anche per la lingua.
- Il risultato sostanziale è che le **singole risorse sono spesso insufficienti** per imporsi all'attenzione.

9

C

La frammentazione complica

la ricerca delle informazioni



10

Chi desidera raccogliere informazioni, semplice interessato o operatore professionista, deve affrontare **un complicato lavoro di ricerca**, traduzione ed organizzazione di informazioni prelevate da molte fonti diverse e di **affidabilità** difficile da verificare.

C

Conseguenze

della frammentazione

- I risultati di una ricerca sono *dati non strutturati*, quasi sempre *ridondanti*, 'sporcati' da elementi non pertinenti e infine di completezza e qualità difficilmente verificabili.
- La ricerca implica un successivo lavoro di 'validazione' e 'ripulitura' degli elementi indesiderati.
- Informazioni pertinenti, ma di cui non si conosca a priori l'esistenza, sfuggono facilmente alla ricerca.
- I risultati vanno comunque rimodellati per adattarli alla struttura in cui si vogliono inserire.

11

C

Una soluzione 'dall'alto'

- Si potrebbe in teoria pensare alla generale 'imposizione' di ***un unico standard*** di presentazione delle informazioni cui tutti si adeguino.

12

- Di fatto questa via ***non è realistica***: troppe e troppo complesse le differenze esistenti, e di conseguenza gli ostacoli e gli investimenti necessari.

C

La soluzione può essere 'semantica'!

13

- Una soluzione elegante ci viene proposta da quello che, con un linguaggio di forte impatto che mutua definizioni proprie della filosofia, viene definito ***Web semantico***: terminologia che è nata con gli studi sui processi cognitivi per *l'intelligenza artificiale*.
- Il Web viene definito *semantico*, quando le risorse presenti (documenti, immagini etc..) sono strutturate in modo da risultare ***'comprensibili' anche ad una macchina***, oltre che all'uomo.

C

La soluzione 'semantica':

Come si procede

- Semplificando, in *un'impostazione semantica* i dati vanno opportunamente strutturati come: **'soggetto' - 'predicato' - 'oggetto'**
- In ambito informatico il *'predicato'* esprime di fatto una relazione che intercorre tra soggetto ed oggetto, consentendo di *'comprendere'* il **significato** della frase che include soggetto ed oggetto.

14

C

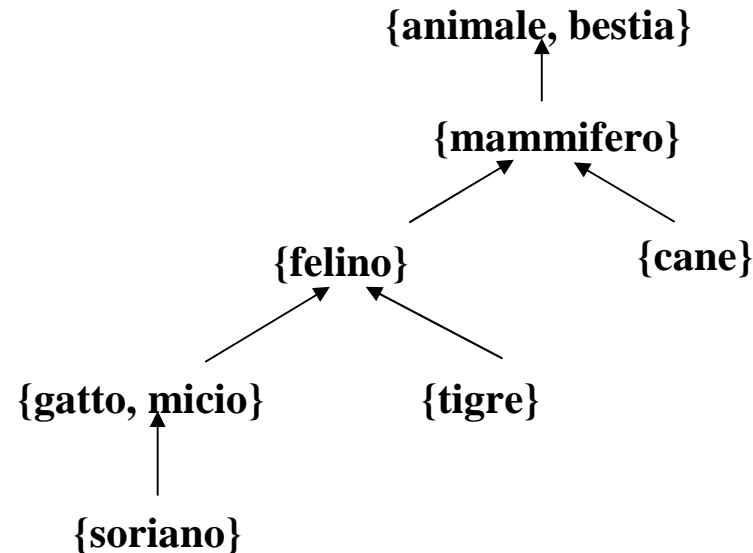
La soluzione 'semantica':

esempio

Da un semplice elenco di parole:

<tigre, cane, animale, mammifero, bestia, micio, soriano, gatto, felino...>

passiamo ad un dizionario strutturato:



dove le **frecce** indicano un rapporto di relazione, ad esempio di gerarchia.

15

C

La soluzione 'semantica':

termini e relazioni

- Da un'accurata ***analisi*** del contesto che interessa, viene sintetizzato l'insieme dei **termini rilevanti** e delle loro reciproche **relazioni**.
- Questi dati vengono raccolti e **strutturati** in uno **speciale dizionario** concepito per tener conto anche delle relazioni (i '*predicati*') intercorrenti tra i termini: ci si propone cioè di definire, organizzare e descrivere **i concetti** espressi dai **vocaboli**.

16

C

La soluzione 'semantica':

l'ontologia

- Questo speciale dizionario viene definito "***ontologia***".
- Per ogni argomento di interesse, possono essere costruite anche *più ontologie differenti*, ciascuna costruita per il tema specifico che si vuole trattare.

17

C

La soluzione 'semantica'

vantaggi

18

- Su questa rappresentazione, 'standardizzata' per tramite dell'ontologia, possono essere compiute operazioni più *precise* ed '*intelligenti*'.
- Il risultato primo è la possibilità di offrire un motore per *ricerche mirate*, con *alta qualità* delle risposte alle nostre indagini.
- Inoltre si possono offrire *altri servizi* di valore che permettono, ad esempio, di esportare in automatico le informazioni verso altri portali, aumentandone la diffusione nel web.