

EDITORIAL

In den letzten Jahrzehnten haben sich Museen grundlegend gewandelt. Heute stehen sie vor der Herausforderung, ihre Rolle als Orte der Wissensvermittlung und gesellschaftlicher Teilhabe neu zu definieren. Sie sind schon lange nicht mehr nur Ausstellungsräume, sondern auch Orte der Erfahrung, des Austauschs, des Lernens und des gesellschaftlichen Dialogs (Nardi & Ravetto, 2023).

Diese Entwicklung hängt eng mit grundlegenden medialen, sozialen und kulturellen Wandelprozessen zusammen. Technische Neuerungen, insbesondere der Übergang ins Digitale, haben die Erwartungen und Bedürfnisse des Publikums maßgeblich verändert. Das Publikum möchte heute eingebunden, aktiv und mitgestaltend beteiligt werden (Gesser et al., 2012). Interaktive Anwendungen, narrative und partizipative Ansätze sowie multimediale bzw. multisensorische Kommunikationsstrategien eröffnen in diesem Zusammenhang neue Möglichkeiten, sich mit musealen Objekten auseinanderzusetzen und Inhalte anschaulicher und persönlicher zu vermitteln (Mergen, 2019).

Vor dem Hintergrund eines erweiterten Verständnisses von Inklusion, Partizipation und Zugänglichkeit, wie es den aktuellen Museumsdiskurs prägt, sind neue Formate der Museumskommunikation entstanden. Neben traditionellen Formaten wie Beschriftungstafeln, Audio-guides und Führungen gibt es nun auch virtuelle und immersive Touren, personalisierte Besichtigungsrouten, interaktive Displays und Gamification-Elemente. Das Ziel besteht darin, ein vielfältiges bzw. heterogenes Publikum, darunter auch Kinder (Carobbio & Lombardi, 2023), anzusprechen und ihm individuelle Zugänge zur kulturellen Tradition zu ermöglichen und Barrieren jeglicher Art abzubauen.

Neue Formate tragen somit dazu bei, Museen als offene, freie und lebendige Orte der Reflexion und des Lernens (Mangold, 2020²) zu positionieren, in denen Wissen nicht nur vermittelt, sondern auch gemeinsam mit den Museumsbesuchenden entdeckt, ausgehandelt und diskutiert wird.

Das vorliegende Themenheft von *Scripta Manent* befasst sich mit neuen Kommunikationsformaten im Museumsbereich. Ziel ist es, einen Überblick über ihre diachrone Entwicklung unter Berücksichtigung der jeweiligen historisch-politischen und sozialen Gegebenheiten zu geben und einen umfassenden Einblick in die Arten dieser Formate sowie deren Einsatz beim Erlernen des Deutschen als Fremdsprache zu vermitteln.



Im ersten Beitrag behandeln Patrizia Dragoni und Marta Vitullo das Thema der musealen Digitaltechnik. Kommunikation ist eine der grundlegenden Aufgaben eines Museums. In aktuellen museologischen Definitionen wird sie zunehmend als partizipativer Prozess verstanden, in dem Bedeutungen nicht einseitig vermittelt, sondern gemeinsam mit den Museumsgästen konstruiert und ausgehandelt werden. Dabei beschränkt sich die Museumskommunikation nicht auf die Weitergabe von Informationen, sondern umfasst vielfältige Formen der Interaktion, Interpretation und Teilhabe. Vor dem Hintergrund der wachsenden Vielfalt an Kommunikationsinstrumenten und medialen Formaten, mit denen Museen heute in den Dialog mit der Öffentlichkeit treten, untersucht der Beitrag der zwei Autorinnen digitale Ressourcen, die entweder bereits in musealen Kontexten implementiert wurden oder künftig integriert werden könnten. Die Analyse stützt sich auf eine systematische Literaturrecherche sowie auf ausgewählte Fallstudien und zielt darauf ab, das Potenzial neuer Kommunikationsformate für die Produktion und Vermittlung musealer Inhalte herauszuarbeiten.

Miriam Morf befasst sich mit musealem Storytelling und dem Einsatz neuer Medien am Beispiel interaktiver Graphic Novels. Vor dem Hintergrund einer zunehmend digitalisierten und medial geprägten Gesellschaft entwickeln Museen neue Vermittlungsansätze, um insbesondere junge Zielgruppen anzusprechen und sie zu einer aktiven Auseinandersetzung mit historischen Inhalten zu motivieren. Der Beitrag analysiert das didaktische Potenzial interaktiver Graphic Novels aus musealen und stiftungsbezogenen Kontexten für den Deutsch-als-Fremdsprache-Unterricht. Ausgehend von einer Übersicht ausgewählter Beispiele aus der Museumskommunikation wird aufgezeigt, inwiefern diese Formate zur Förderung sprachlicher, kultureller und medialer Kompetenzen beitragen können. Im Mittelpunkt steht dabei die Verknüpfung von narrativen, visuellen und interaktiven Elementen, welche die Motivation der Lernenden steigert und effektive Lernprozesse fördert. Abschließend werden Perspektiven für zukünftige Forschung skizziert, insbesondere hinsichtlich des Potenzials sozialer Medien im musealen Kontext und der Integration digitaler Kulturangebote in den Sprachunterricht.

Jan Engberg und Antonella Nardi analysieren alternative Audioführungen als besondere Form musealer Kommunikation. Im Mittelpunkt steht der Vergleich zweier Formate – eines thematischen und eines literarischen Audioguides – mit dem konventionellen Textsortenmuster. Grundlage der Analyse bildet ein wissens- und funktionalorientiertes Analyseinstrument das in einer früheren Studie entwickelt wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass der thematische Audioguide trotz seiner innovativen Gestaltung sowohl wissens- als auch funktionsbezogene Merkmale des konventionellen Musters aufweist, jedoch mit veränderter Gewichtung und mit unterschiedlicher inhaltlicher Ausgestaltung. Die literarische Audioführung unterscheidet sich hingegen funktional deutlich vom Standardmodell, weist jedoch eine partielle Übernahme wissensbezogener Elemente auf. Diese Befunde dienen im zweiten Teil des Beitrags als Ausgangspunkt für die Entwicklung von DaF-Unterrichtsaktivitäten, die sowohl die grundlegenden Eigenschaften von Audioguides als auch die spezifischen Merkmale alternativer Formate berücksichtigen.

Der Beitrag von Tiziana Roncoroni untersucht sprachkontrastiv Strategien zur räumlichen Orientierung in Audioguides für Gebäudekomplexe – ein bislang wenig erforschtes Themenfeld. Im Rahmen einer empirischen Fallstudie werden vier Audioführungen im Sprachenpaar Deutsch-Italienisch analysiert, darunter jeweils ein Original und eine Übersetzung in beiden Sprachrichtungen. Der Fokus liegt auf Aspekten der Makro- und Mikroorientierung, wodurch

deutliche sprachliche Tendenzen identifiziert werden können. Die Ergebnisse zeigen, dass deutsche Audioguides häufiger deiktische Ausdrücke sowie eine höhere Informationsdichte aufweisen, insbesondere durch die Anhäufung lokalisierender Satzglieder und sekundärer Lokalisierungen. Die italienischen Texte bevorzugen hingegen explizitere, weniger verdichtete Lokalisierungen sowie dynamische Verben. In allen Fällen dominieren die Raumlogik und der intrinsische Referenzrahmen. In den Original-Audioführungen treten die Hörenden häufiger als Figur im Raumschema auf, während Übersetzungen stärker objektzentriert sind. Abschließend werden Perspektiven für weiterführende Forschung skizziert.

Die Rolle der Mehrsprachigkeit in der digitalen Museumskommunikation steht im Mittelpunkt des Beitrags von Gabriella Carobbio und Alessandra Lombardi. Vor dem Hintergrund von Digitalisierung entwickeln Museen neue, partizipative und crossmediale Kommunikationsformate, bei denen sprachliche Zugänglichkeit eine zentrale Voraussetzung kultureller Teilhabe darstellt. In diesem Zusammenhang stellen die Autorinnen das Projekt „Museo poliglotta“ vor und zeigen, wie Mehrsprachigkeit strategisch in digitale Formate umgesetzt werden kann. Analysiert werden mehrsprachige Instagram-Reels und Google Arts & Culture-Stories in Italienisch, Deutsch und Englisch im Hinblick auf lexikalische, syntaktische und pragmatische Merkmale sowie Herausforderungen der Übersetzung bzw. Transkreation digitaler Kunst-inhalte. Die Analyse verdeutlicht, dass erfolgreiche digitale Kunstvermittlung kultursensible Sprachwahl, zielgruppengerechte Ansprache und medienadäquate Textgestaltung erfordert. Das Projekt fördert zugleich sprachliche, interkulturelle und digitale Kompetenzen und unterstreicht die Bedeutung professionellen Mehrsprachigkeitsmanagements für die internationale Positionierung von Museen.

In ihrem Beitrag stellt Doris Höhmann das Projekt „Giardino poliglotta“ vor, eine kulturpolitische Initiative am Campus der Universität Bologna in Forlì. Dieses Vorhaben ist weniger als abgeschlossenes Projekt angelegt, sondern vielmehr als dynamischer, fortlaufender Prozess im Schnittpunkt kultur-, bildungs- und sozialpolitischer Fragestellungen. Als offenes Gefüge aus lose miteinander verbundenen Mikroprojekten konzipiert, verfolgt die Initiative das Ziel, Mehrsprachigkeit als gesellschaftliche Ressource sichtbar zu machen und gezielt zu stärken. Der Beitrag skizziert zunächst die zentralen Zielsetzungen der Initiative und beleuchtet anschließend die konzeptionellen Grundlagen sowie die leitenden Ideen, auf denen das Projekt basiert. In diesem Zusammenhang werden die theoretischen Bezugspunkte sowie die kultur- und sozialpolitischen Motivationen herausgearbeitet, die die Entwicklung des Projekts prägen. Darauf aufbauend werden exemplarisch ausgewählte, bereits realisierte Mikroprojekte vorgestellt, die unterschiedliche Formen sprachlicher und kultureller Auseinandersetzung im öffentlichen Raum ermöglichen.

In seinem Beitrag thematisiert Enzo Gentile die Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) und Metaversen in die Museumskommunikation. Er reflektiert, wie diese beiden innovativen Technologien die Kommunikation in Museen bereits jetzt grundlegend verändern. Die Analyse stützt sich auf einen integrativen methodischen Rahmen, der Forschung zur Museumskommunikation, zu VR- und AR-Anwendungen im Bereich des kulturellen Erbes sowie zu den Auswirkungen immersiver Technologien auf die kognitive, emotionale und philosophische Wahrnehmung der Museumsgäste zusammenführt. Im Mittelpunkt stehen zentrale Anwendungsfelder der KI im musealen Kontext, beispielsweise Katalogisierung, Personalisierung und Datenanalyse, sowie methodische Ansätze zur Gestaltung virtueller Vermittlungsformate.

Ergänzend wird ein auf der Open-Source-Plattform *Spatial* basierendes Workshop-Modell vorgestellt, das die Entwicklung virtueller Museen unterstützt. Anhand immersiver Rundgänge wird das didaktische Potenzial von KI und VR für einen inklusiven und partizipativen Zugang zum kulturellen Erbe aufgezeigt.

In ihrer Gesamtheit zeigen die Beiträge dieses Themenhefts, dass neue Kommunikationsformate nicht nur das Selbstverständnis von Museen nachhaltig verändern, sondern zugleich ein großes Potenzial für innovative, inklusive und zukunftsorientierte Formen kulturellen und sprachlichen Lernens eröffnen.

Antonella Nardi & Gabriella Carobbio
Herausgeberinnen

EDITORIALE

Negli ultimi decenni i musei hanno subito una trasformazione radicale. Oggi si trovano ad affrontare la sfida di ridefinire il proprio ruolo di luoghi di trasmissione del sapere e di partecipazione sociale. Da tempo non sono più solo spazi espositivi, ma anche luoghi di esperienza, scambio, apprendimento e dialogo sociale (Nardi & Ravetto, 2023).

Questo sviluppo è strettamente legato a importanti processi di cambiamento a livello mediatico, sociale e culturale. Le innovazioni tecniche, in particolare il passaggio al digitale, hanno modificato in modo significativo le aspettative e le esigenze del pubblico. Oggi il pubblico vuole essere coinvolto, partecipare e contribuire attivamente all'esperienza museale (Gesser et al., 2012). In questo contesto, le applicazioni interattive, gli approcci narrativi e partecipativi e le strategie di comunicazione multimediali e multisensoriali aprono nuove possibilità per interagire con gli oggetti museali e trasmettere i contenuti in modo più chiaro e personale (Mergen, 2019).

Sullo sfondo di una comprensione più ampia dei concetti di inclusione, partecipazione e accessibilità, che caratterizza l'attuale dibattito sui musei come luoghi di cultura, sono nati nuovi formati di comunicazione museale. Accanto a formati tradizionali come pannelli informativi, audioguide e visite guidate, ora esistono anche tour virtuali e immersivi, percorsi di visita personalizzati, display interattivi ed elementi di gamification. L'obiettivo è di rivolgersi a un pubblico eterogeneo, compresi i bambini (Carobbio & Lombardi, 2023), consentendo un accesso personalizzato alla tradizione culturale e abbattendo ogni tipo di barriera.

I nuovi formati contribuiscono così a posizionare i musei come luoghi aperti, liberi e vivaci di riflessione e apprendimento (Mangold, 2020²), in cui la conoscenza non solo viene trasmessa, ma anche scoperta, negoziata e discussa insieme ai visitatori del museo.

Il presente numero tematico di Scripta Manent si occupa dei nuovi formati di comunicazione nel settore museale. L'obiettivo è di fornire una panoramica del loro sviluppo diacronico, tenendo conto delle rispettive condizioni storico-politiche e sociali, e di offrire una visione completa dei tipi di questi formati e del loro utilizzo nell'apprendimento del tedesco come lingua straniera.

Nel primo contributo Patrizia Dragoni e Marta Vitullo affrontano il tema della tecnologia digitale nei musei. La comunicazione è uno dei compiti fondamentali di un museo. Nelle attuali definizioni museologiche viene sempre più intesa come un processo partecipativo, in cui i significati non vengono trasmessi in modo unilaterale, ma costruiti e negoziati insieme ai visitatori del museo. La comunicazione museale non si limita alla trasmissione di informazioni, ma comprende diverse forme di interazione, interpretazione e partecipazione. Alla luce della

crescente varietà di strumenti di comunicazione e formati mediatici con cui i musei dialogano oggi con il pubblico, il contributo delle due studiose esamina le risorse digitali che sono già state implementate in contesti museali o che potrebbero essere integrate in futuro. L'analisi si basa su una ricerca bibliografica sistematica e su casi di studio selezionati e mira a mettere in evidenza il potenziale dei nuovi formati di comunicazione per la produzione e la trasmissione dei contenuti museali.

Miriam Morf si occupa di storytelling museale e dell'uso dei nuovi media prendendo come esempio i romanzi grafici interattivi. In un contesto sociale sempre più digitalizzato e influenzato dai media, i musei stanno sviluppando nuovi approcci comunicativi per attirare in particolare i giovani e motivarli a confrontarsi attivamente con i contenuti storici. Il contributo analizza il potenziale didattico dei romanzi grafici interattivi provenienti da contesti museali e fondazioni per l'insegnamento del tedesco come lingua straniera. Partendo da una panoramica di esempi di comunicazione museale, viene illustrato in che misura questi formati possono contribuire alla promozione delle competenze linguistiche, culturali e mediatiche dei fruitori. L'attenzione si concentra sul collegamento tra elementi narrativi, visivi e interattivi, che aumenta la motivazione degli studenti e promuove processi di apprendimento efficaci. Infine, vengono delineate le prospettive per la ricerca futura, in particolare per quanto riguarda il potenziale dei social media nel contesto museale e l'integrazione delle offerte culturali digitali nell'insegnamento delle lingue.

Jan Engberg e Antonella Nardi analizzano audioguide alternative come forma particolare di comunicazione museale. Fulcro del contributo è il confronto tra due formati, un'audioguida tematica e una letteraria, rispetto al modello di testo convenzionale. L'analisi si basa su uno strumento di indagine, orientato al sapere e alla funzionalità, sviluppato in uno studio precedente. I risultati mostrano che, nonostante il suo design innovativo, l'audioguida tematica presenta caratteristiche funzionali e relative alle conoscenze proprie del modello tradizionale, ma con una rilevanza e un contenuto diversi. L'audioguida letteraria, invece, si differenzia nettamente dal modello standard dal punto di vista funzionale, ma presenta una parziale adozione di elementi legati alla conoscenza. Questi risultati costituiscono il punto di partenza per lo sviluppo di attività didattiche nel campo del tedesco come lingua straniera che tengano conto sia delle caratteristiche fondamentali delle audioguide convenzionali, sia delle peculiarità dei formati alternativi.

Il contributo di Tiziana Roncoroni esamina in prospettiva contrastiva le strategie di orientamento spaziale nelle audioguide per strutture architettoniche, un campo di ricerca finora poco esplorato. Nell'ambito di uno studio empirico vengono analizzate quattro audioguide nelle lingue tedesco-italiano, che comprendono un originale e una traduzione in entrambe le direzioni linguistiche. L'attenzione si concentra su aspetti macro e micro dell'orientamento, che consentono di identificare chiare tendenze interlinguistiche. I risultati mostrano che le audioguide in tedesco utilizzano più spesso espressioni deittiche e presentano una maggiore densità informativa, in particolare attraverso l'utilizzo ricorrente di elementi sintattici localizzanti e localizzazioni secondarie. I testi italiani, invece, prediligono localizzazioni più esplicite e meno dense, nonché verbi dinamici. In tutti i casi predominano la logica spaziale e riferimenti di tipo intrinseco. Nelle audioguide originali, gli ascoltatori vengono più spesso nominati nello schema spaziale, mentre le traduzioni sono più incentrate sugli oggetti. Al termine del contributo vengono delineate prospettive per ulteriori ricerche.

Il ruolo del multilinguismo nella comunicazione digitale dei musei è al centro del contributo di Gabriella Carobbio e Alessandra Lombardi. Nel contesto della digitalizzazione, i musei stanno sviluppando nuovi formati di comunicazione partecipativi e crossmediali, in cui l'accessibilità linguistica è un requisito fondamentale per la partecipazione culturale. In questo contesto, le autrici presentano il progetto "Museo poliglotta" e mostrano come il multilinguismo possa essere strategicamente implementato nei formati digitali. Vengono analizzati *reel* di Instagram e *stories* di Google Arts & Culture in italiano, tedesco e inglese dal punto di vista delle loro caratteristiche lessicali, sintattiche e pragmatiche, nonché delle sfide della traduzione e della transcreazione di contenuti digitali. L'analisi evidenzia come una comunicazione museale digitale di successo richieda scelte linguistiche specifiche in base alla cultura di riferimento, un approccio adeguato al gruppo target e una struttura del testo consona al mezzo di comunicazione. Il progetto promuove lo sviluppo di competenze linguistiche, interculturali e digitali e sottolinea l'importanza di una gestione professionale del multilinguismo per il posizionamento internazionale dei musei.

Nel suo contributo Doris Höhmann presenta il progetto "Giardino poliglotta", un'iniziativa di politica culturale realizzata nel campus dell'Università di Bologna a Forlì. Questo progetto si configura come un processo dinamico e continuativo che si colloca all'incrocio tra questioni di politica culturale, educativa e sociale. Concepita come una struttura aperta composta da microprogetti connessi tra loro in modo flessibile, l'iniziativa persegue l'obiettivo di rendere visibile il multilinguismo come risorsa sociale e di rafforzarlo in modo mirato. Il contributo delinea innanzitutto gli obiettivi centrali dell'iniziativa e illustra poi i concetti fondamentali e le idee guida su cui si basa il progetto. In questo contesto vengono elaborati i punti di riferimento teorici e le motivazioni culturali e socio-politiche che caratterizzano lo sviluppo del progetto. Vengono poi presentati alcuni microprogetti già realizzati, selezionati a titolo esemplificativo, che consentono diverse forme di confronto linguistico e culturale nello spazio pubblico.

Infine, nel suo contributo Enzo Gentile affronta il tema dell'integrazione dell'intelligenza artificiale (IA) e dei metaversi nella comunicazione museale, riflettendo su come queste due tecnologie innovative la stiano già cambiando radicalmente. L'analisi si basa su un quadro metodologico integrato che riunisce la ricerca sulla comunicazione museale, sulle applicazioni VR e AR nel campo del patrimonio culturale e sull'impatto delle tecnologie immersive sulla percezione cognitiva, emotiva e filosofica dei visitatori dei musei. L'attenzione si concentra sui principali campi di applicazione dell'IA nel contesto museale, come la catalogazione, la personalizzazione e l'analisi dei dati, nonché sugli approcci metodologici per la progettazione di formati di mediazione virtuali. A completamento, viene presentato un modello di workshop basato sulla piattaforma open source "Spatial", che supporta lo sviluppo di musei virtuali. Attraverso tour immersivi viene illustrato il potenziale didattico dell'IA e della VR per un accesso inclusivo e partecipativo al patrimonio culturale.

Nel loro insieme, i contributi di questo numero tematico dimostrano come i nuovi formati di comunicazione museale stiano non solo profondamente cambiando la concezione stessa di museo, ma anche aprendo nuovi scenari verso forme di apprendimento culturale e linguistico innovative e inclusive.

Antonella Nardi & Gabriella Carobbio
Curatrici

EDITORIAL

Museums have undergone fundamental changes in recent decades. Today, they face the challenge of redefining their role as places of knowledge transfer and social participation. They have long since ceased to be mere exhibition spaces and have become places of experience, exchange, learning, and social dialogue (Nardi & Ravetto, 2023).

This development is closely linked to fundamental media, social, and cultural processes of change. Technical innovations, especially the transition to digital, have significantly changed the expectations and needs of the public. Today's audiences want to be involved, active, and participate in shaping the museum experience (Gesser et al., 2012). Interactive applications, narrative and participatory approaches, and multimedia/multisensory communication strategies open up new possibilities for engaging with museum objects and conveying content in a more vivid and personal way (Mergen, 2019).

Against the backdrop of an expanded understanding of inclusion, participation, and accessibility, which characterizes the current museum discourse, new formats of museum communication have emerged. In addition to traditional formats such as label panels, audio guides, and guided tours, there are now also virtual and immersive tours, personalized viewing routes, interactive displays, and gamification elements. The aim is to appeal to a diverse, heterogeneous audience, including children (Carobbio & Lombardi, 2023), and to give them individual access to cultural tradition and break down barriers of all kinds.

New formats thus contribute to positioning museums as open, free, and lively places of reflection and learning (Mangold, 2020²), where knowledge is not only imparted but also discovered, negotiated, and discussed together with museum visitors.

This special issue of *Scripta Manent* deals with new communication formats in the museum sector. The aim is to provide an overview of their diachronic development, taking into account the respective historical, political, and social circumstances, and to provide a comprehensive insight into the features of these formats and their use in learning German as a foreign language.

In the first article, Patrizia Dragoni and Marta Vitullo address the topic of digital technology in museums. Communication is one of the fundamental tasks of a museum. In current museology studies, museums are defined as participatory processes in which meanings are not conveyed unilaterally, but are constructed and negotiated together with museum visitors. Museum communication is not limited to the transfer of information, but encompasses diverse forms of interaction, interpretation, and participation. Moving from an analysis of new communication tools and media formats with which museums engage in dialogue with the

public today, this article examines digital resources that have either already been implemented in museum contexts or could be integrated in the future. The analysis is based on a systematic literature review as well as selected case studies and aims to highlight the potential of new communication formats for the production and communication of museum content.

Miriam Morf examines museum storytelling and the use of new media using the example of interactive graphic novels. Against the backdrop of an increasingly digitized and media-driven society, museums are developing new educational approaches to appeal to young target groups in particular and motivate them to actively engage with historical content. This article analyses the didactic potential of interactive graphic novels from museum and foundation contexts for teaching German as a foreign language. Based on an overview of selected examples from museum communication, it shows the extent to which these formats can contribute to the promotion of linguistic, cultural, and media skills. The focus is on the combination of narrative, visual, and interactive elements, which increases learner motivation and promotes effective learning processes. Finally, perspectives for future research are outlined, particularly with regard to the potential of social media in a museum context and the integration of digital cultural offerings into language teaching.

Jan Engberg and Antonella Nardi analyse alternative audio guides as a special form of museum communication. The focus is on comparing two formats — a thematic and a literary audio guide — with the conventional text type pattern. The analysis is based on a knowledge- and function-oriented analysis tool developed in an earlier study. The results show that, despite its innovative design, the thematic audio guide exhibits both knowledge- and function-related features of the conventional model, but with a different weighting and different content. The literary audio guide, on the other hand, differs significantly from the standard model in terms of function, but incorporates some knowledge-related elements. In the second part of the article, these findings serve as a starting point for the development of German as a foreign language teaching activities that take into account both the basic characteristics of audio guides and the specific features of alternative formats.

Tiziana Roncoroni's article examines contrastive language strategies for spatial orientation in audio guides for building complexes – a topic that has received little attention to date. As part of an empirical case study, four audio tours in German and Italian are analysed, including one original and one translation in each language direction. The focus is on aspects of macro- and micro-orientation, which allows clear linguistic tendencies to be identified in interlingual comparison. The results show that German audio guides more frequently use deictic expressions and have a higher density of information, particularly through the accumulation of localizing sentence elements and secondary localizations. The Italian texts, on the other hand, prefer more explicit, less condensed localizations and dynamic verbs. In all cases, spatial logic and the intrinsic references dominate. In the original audio guides, listeners appear more frequently as figures in the spatial scheme, while translations are more object-centered. Finally, perspectives for further research are outlined.

The role of multilingualism in digital museum communication is the focus of the article by Gabriella Carobbio and Alessandra Lombardi. Museums are developing new, participatory, and cross-media communication formats in which linguistic accessibility is a central prerequisite for cultural participation. In this context, the authors present the “Museo poliglotta” project

and show how multilingualism can be strategically implemented in digital formats. They analyse multilingual Instagram reels and Google Arts & Culture stories in Italian, German, and English with regard to lexical, syntactic, and pragmatic features as well as the challenges of translating and transcreating digital art content. The analysis illustrates that successful digital art education requires culturally sensitive language choices, target group-oriented communication, and media-appropriate text design. The project promotes linguistic, intercultural, and digital skills and underscores the importance of professional multilingualism management for the international positioning of museums.

In her article, Doris Höhmann introduces the “Giardino poliglotta” project, a cultural policy initiative on the campus of the University of Bologna in Forlì. This project is designed as a dynamic, ongoing process at the intersection of cultural, educational, and social policy issues. Conceived as an open structure of loosely connected micro-projects, the initiative aims to highlight multilingualism as a social resource and to strengthen it in a targeted manner. The article first outlines the central objectives of the initiative and then highlights the conceptual foundations and guiding ideas on which the project is based. In this context, the theoretical reference points and the cultural and socio-political motivations that shape the development of the project are elaborated. Subsequently, selected micro-projects that have already been implemented are presented as examples of how different forms of linguistic and cultural engagement can be facilitated in public spaces.

In his article, Enzo Gentile discusses the integration of artificial intelligence (AI) and metaverses into museum communication. He reflects on how these two innovative technologies are already fundamentally changing communication in museums. The analysis is based on an integrative methodological framework that brings together research on museum communication, VR and AR applications in the field of cultural heritage, and the effects of immersive technologies on the cognitive, emotional, and philosophical perception of museum visitors. The focus is on key areas of application for AI in a museum context, such as cataloging, personalization, and data analysis, as well as methodological approaches to designing virtual communication formats. In addition, a workshop model based on the open-source platform “Spatial” is presented, which supports the development of virtual museums. Immersive tours demonstrate the didactic potential of AI and VR for inclusive and participatory access to cultural heritage.

Taken together, the articles in this special issue show that new communication formats are not only bringing about lasting change in how museums are conceived, but also opening up great potential for innovative, inclusive, and future-oriented forms of cultural and linguistic learning.

Antonella Nardi & Gabriella Carobbio
Editors

Literatur/Bibliografia/References

- Carobbio, G., & Lombardi, A. (2023). Kunst kindgerecht erklärt – eine Fallstudie zu museumspädagogischen Erklärvideos. *Linguistik Online*, 124(6), S. 85-111. <https://doi.org/10.13092/lo.124.10716>
- Gesser, S.; Handschin, M.; Jannelli, A. & Lichtensteiger, S. (Eds.) (2012). *Das partizipative Museum: Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen*. Transkript Verlag.
- Mangold, M. (2020²). Das Museum als Lern- und Bildungsort. In M. Mangold; P. Weibel & J. Woletz (eds.) *Vom Betrachten zum Gestalten. Digitale Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung* (S. 45–60). Nomos Verlagsgesellschaft.
- Mergen, S. (2019). Digitale Medien in der Kulturvermittlung. In R. Franken-Wendelstorf et al. (Eds.), *Das erweiterte Museum. Medien, Technologien und Internet* (S. 17-28). Deutscher Kunstverlag.
- Nardi, A., & Ravetto, M. (2023). Museumskommunikation als Dimension der Kunstkommunikation.: Objekt- und adressatenorientierte Facetten. *Linguistik Online*, 124(6), S. 3-11. <https://doi.org/10.13092/lo.124.10720>