



**FF**

UNIVERZA V LJUBLJANI  
Filozofska fakulteta

Slovensko društvo  
učiteljev tujega  
strokovnega jezika



The Slovene  
Association of  
LSP Teachers

# SCRIPTA MANENT

**Revija Slovenskega društva učiteljev  
tujega strokovnega jezika**

**Journal of the Slovene Association  
of LSP Teachers**

**Letnik XX, številka 1  
Volume XX, Number 1**

**ISSN: 1854-2042**

**2025**

**Scripta Manent**

Revija Slovenskega društva učiteljev tujega strokovnega jezika  
Journal of the Slovene Association of LSP Teachers  
Letnik XX, številka 1/Volume XX, Number 1

**Založnik/Published by:**

Založba Univerze v Ljubljani/University of Ljubljana Press  
Slovensko društvo učiteljev tujega strokovnega jezika/The Slovene Association of LSP Teachers

**Za založnika/For the Publisher:**

Gregor Majdič, rektor Univerze v Ljubljani/the Rector of the University of Ljubljana &  
Mateja Dostal, predsednica Slovenskega društva učiteljev tujega strokovnega jezika/Chair of the Slovene  
Association of LSP Teachers

**Izdajatelj/Issued by:**

Znanstvena založba Filozofske fakultete UL/Ljubljana University Press, Faculty of Arts

**Za izdajatelja/For the Issuer:**

Mojca Schlamberger Brezar, dekanja Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani/Dean of the Faculty of Arts,  
University of Ljubljana, Slovenia

**Glavna in odgovorna urednica/Editor in Chief:**

Violeta Jurkovič, Fakulteta za pomorstvo in promet, Univerza v Ljubljani/Faculty of Maritime Studies and  
Transport, University of Ljubljana

**Urednici/Editors:**

Antonella Nardi, Univerza v Macerati, Italija/Università degli Studi di Macerata, Italia  
Gabiella Carobbio, Univerza v Bergamu, Italija/Università degli Studi di Bergamo, Italia

**Uredniški odbor/Advisory Editorial Board:**

Simon Borg, Western Norway University of Applied Sciences; Vesna Cigan, University of Zagreb, Croatia;  
Alejandro Blas Curado Fuentes, University of Extremadura, Spain; Danijela Djorović, University of Belgrade,  
Serbia; Jan Engberg, University of Aarhus, Denmark; Peter Franklin, Konstanz University of Applied Sciences,  
Germany; Pedro A. Fuertes Olivera, University of Valladolid, Spain; Nataša Gajšt, University of Maribor, Slovenia;  
Julio C. Gimenez, University of Westminster, United Kingdom; Ken Hyland, University of East Anglia, United  
Kingdom; Vita Kilar, University of Ljubljana, Slovenia; Melita Koletnik, University of Maribor, Slovenia;  
Jaroslaw Krajka, Maria Curie-Skłodowska University, Poland; Sara Laviosa, University of Bari "Aldo Moro", Italy;  
Rachel Lindner, TU Dortmund University, Germany; Saša Podgoršek, University of Ljubljana, Slovenia;  
Mary E. Risner, University of Florida, USA; Michele Sala, University of Bergamo, Italy

**Naslov uredništva/Editorial Office Address:**

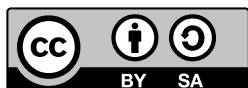
Scripta Manent  
Slovensko društvo učiteljev tujega strokovnega jezika (Slovene Association of LSP Teachers)  
Aškerčeva 2  
SI-1000 Ljubljana  
Slovenia

Publication is free of charge.

ISSN: 1854-2042

**Elektronska revija/Online**

<https://journals.uni-lj.si/scriptamanent>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (except photographs). / To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva-Deljenje pod enakimi pogoji 4.0 Mednarodna licenca (izjema so fotografije).

# VSEBINA/CONTENTS

## NUOVI FORMATI DELLA COMUNICAZIONE MUSEALE / NEUE FORMATE DER MUSEUMSKOMMUNIKATION

### EDITORIAL/EDITORIALE

*Antonella Nardi, Gabriella Carobbio*

1

### *Izvirni znanstveni članki/Research Papers*

#### MUSEI E DIGITALE: TRASFORMAZIONE DELLE IDEE E INTERFACCE NARRATIVE

*Patrizia Dragoni, Marta Vitullo*

12

#### MUSEALES STORYTELLING UND NEUE MEDIEN: INTERAKTIVE GRAPHIC NOVELS UND IHR DIDAKTISCHES POTENZIAL

*Miriam Morf*

26

#### ERNEUERUNG DER BEWÄHRTEN TRADITION: DEUTSCHE UNKONVENTIONELLE AUDIOGUIDES UND MÖGLICHKEITEN IHRER DIDAKTISCHEN VERWENDUNG

*Jan Engberg, Antonella Nardi*

46

#### SPRACHKONTRASTIVE LOKALISIERUNG IN AUDIOGUIDES

*Tiziana Roncoroni*

72

#### MEHRSPRACHIGKEIT UND DIGITALISIERUNG IN DER MUSEUMSKOMMUNIKATION AM BEISPIEL DES PROJEKTS „MUSEO POLIGLOTTA“

*Gabriella Carobbio, Alessandra Lombardi*

100

#### DER „GIARDINO POLIGLOTTA“ DES UNI-CAMPUS IN FORLÌ (BOLOGNA)

*Doris Höhmann*

117

*Strokovni članek/Teaching Report*

**L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E IL METAVERSO.  
ORIZZONTI DIDATTICI INNOVATIVI PER LA COMUNICAZIONE MUSEALE**

*Enzo Gentile*

131

*Recenzija knjige/Book Review*

**Brankica Bošnjak Terzić:  
TECHNICAL ENGLISH FOR MECHATRONICS AND ROBOTICS**

*Olinka Breka*

144

## 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, 2020<sup>2</sup>) 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 Museenskommunikation 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 Schnittfeld 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 Museenskommunikation. 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 Museenskommunikation, 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, 2020<sup>2</sup>), 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, 2020<sup>2</sup>), 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. (2020<sup>2</sup>). 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>

Patrizia Dragoni<sup>1</sup>  
Università degli Studi di Macerata, Italia  
patrizia.dragoni@unimc.it

Paper received: 11.08.2025  
Paper revised: 17.10.2025  
Paper accepted: 02.12.2025

Marta Vitullo<sup>1</sup>  
Università degli Studi di Macerata, Italia  
m.vitullo1@unimc.it

## MUSEI E DIGITALE: TRASFORMAZIONE DELLE IDEE E INTERFACCE NARRATIVE

### Abstract

La comunicazione rappresenta una funzione fondamentale del museo, soprattutto in riferimento alla costruzione partecipata di significati con le comunità, come emerge dalla sua attuale definizione (Praga, 2022). Considerata la varietà e l'eterogeneità degli strumenti e dei media impiegati a tale scopo, questo contributo analizza – mediante una revisione della letteratura di settore e di casi studio selezionati – alcune risorse digitali recentemente implementate o in fase di valutazione per l'integrazione futura nei musei. Difatti, seppure l'apertura dell'istituzione al mondo digitale si possa dire iniziata negli anni '90 del secolo scorso, è stata la recente sfida che ne ha provocato la chiusura a causa della pandemia da Covid 19 a fungere da spartiacque tra i musei che erano già avvezzi all'uso delle tecnologie e quelli che vi si sono approcciati per la prima volta in quella circostanza. A fronte di questo rapporto tra museo e digitale, in ottica di strategie valide per il contesto contemporaneo e di coinvolgimento verso pubblici differenti, l'indagine delinea i potenziali benefici derivanti dalla creazione e dalla disseminazione di contenuti mediante formati innovativi.

**Parole chiave:** comunicazione museale, strategie museali, tecnologie, musei virtuali

### Abstract

#### Museums and the Digital Environment: Transformation of Ideas and Narrative Interfaces

Communication represents a fundamental function of the museum, especially with regard to the participatory construction of meanings with communities, as emerges from its current definition (Prague, 2022). In light of the diverse and heterogeneous tools and media through which museum communication is expressed, this paper examines, through literature review and selected case studies, some of the digital resources that have recently been implemented or are under consideration for future integration within museums. In fact, although the opening of the institution to the digital can be said to have begun in the 1990s, it was the recent challenge that caused its closure due to the Covid 19 pandemic that acted as a watershed

1 Si attribuiscono a entrambe le autrici i paragrafi 1 e 4; il paragrafo 2 a Marta Vitullo; il paragrafo 3 a Patrizia Dragoni.



between museums that were already accustomed to the use of technology and those that approached it for the first time in that circumstance. Against the backdrop of this relationship between museum and digital, with a view to strategies valid for the contemporary context and engagement with different audiences, the study outlines the potential benefits of creating and disseminating content through innovative formats.

**Keywords:** museum communication, museum strategies, technologies, virtual museums

## 1 Introduzione

Il museo annovera la comunicazione tra le proprie funzioni fondamentali ponendo forte risalto sulla costruzione partecipata dei significati, come chiaramente espresso nella sua stessa definizione<sup>2</sup>, affinché il rapporto tra istituzione e comunità si configuri sempre più come scambio circolare e reciproco di informazioni – *peer to peer* – anziché uni-direzionale<sup>3</sup>.

Assodato che la comunicazione museale si esprime attraverso una quantità di strumenti e media che è infinitamente variegata e disomogenea, il contributo, sulla base della letteratura esistente e analizzando alcuni casi studio, prende in esame diverse risorse digitali già utilizzate recentemente o implementabili nel futuro nei musei, considerando come il processo di creazione e divulgazione di contenuti tramite nuovi formati possa costituire un effettivo vantaggio. Si riconosce, infatti, quanto spesso il ricorso alle tecnologie fornisca un supporto rilevante sia ad attività di studio e ricerca in campo storico-artistico (Sbrilli, 2023), sia ai fini della mediazione del patrimonio culturale nel contesto museale per i pubblici (Gensini, 2020)<sup>4</sup>. Si ritiene allo stesso tempo necessario che l'istituzione fornisca ai visitatori una esplicita dichiarazione degli intenti cui sono volti i canali e i mezzi impiegati a supporto della fruizione, preparandoli così alle finalità che tramite essi s'intende raggiungere.

## 2 Musei in tempo di crisi: rispondere alle sfide per costruire opportunità

Per usare la lucida ironia di George Bataille (1930), i musei, nell'accezione moderna del termine, sono nati con la ghigliottina, quando la rivoluzione modificò certi privilegi di casta legati anche alla fruizione del patrimonio e ne aprì le porte a tutti. Questo tema del museo come patrimonio di tutti tra gli anni Venti e Trenta del '900 fu ampiamente caldeggiato e introdusse a una nuova stagione che, con il costituirsi dell'*Office International des Musées* nel 1926, voleva allontanare la precedente concezione ottocentesca in nome di un'istituzione che fosse in grado di rivolgersi a tutti (Dragoni, 2015).

2 L'attuale definizione di museo è stata aggiornata lo scorso 24 agosto 2022 nell'ambito dell'Assemblea Generale Straordinaria di ICOM a Praga. Tuttavia, già dalle precedenti emergeva l'importanza della comunicazione quale elemento imprescindibile nel rapporto tra istituto e pubblici. <https://www.icom-italia.org/definizione-di-museo/>

3 Si pensi a progetti come SPICE volti alla costruzione condivisa e partecipata ai fini dell'interpretazione del patrimonio culturale <https://spice-h2020.eu/>

4 Tale ruolo della tecnologia per il coinvolgimento dei visitatori è stato recentemente esaminato nel secondo report (giugno 2025) redatto dalla Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali, consultabile al link [https://dicolab.it/wp-content/uploads/2025/06/Nuove-tecnologie-di-mediazione-del-patrimonio-culturale\\_Survey.pdf](https://dicolab.it/wp-content/uploads/2025/06/Nuove-tecnologie-di-mediazione-del-patrimonio-culturale_Survey.pdf)

Le vicende scaturite dal secondo conflitto mondiale rallentarono questa spinta a fare dei musei “luoghi vitali” (Cecchini 2014, p. 57), obbligati allora ad affrontare una serie di difficoltà legate alla protezione del patrimonio, almeno fino al convegno di museologia svoltosi a Perugia nel 1955 (18-20 marzo) la cui intenzione era recepire la lezione americana sulla funzione educativa del museo (Dragoni, 2017). L'argomento fu particolarmente caro a diversi intellettuali, compreso Giulio Carlo Argan (2021) che affronta la situazione dei musei italiani nel dopoguerra in un articolo per la rivista *Ulisse* del 1957. In quegli anni, l'attenzione mostrata per il ruolo sociale del museo e la tendenza, seppur incerta, a far uscire la nozione di cultura dai confini dell'estetica idealistica avevano rafforzato la consapevolezza che tali istituzioni “non hanno soltanto il compito di conservare nel miglior modo le proprie collezioni”, riconoscendo a esse un compito fondamentale per il diritto dei cittadini alla cultura, com'era ormai dichiarato anche dalla Costituzione (artt. 3 e 9). A fronte di tali principi teorici, l'analisi dello studioso fotografava un'evidente condizione negativa, al punto da congetturare che i musei italiani del futuro sarebbero versati in uno stato “molto più grave di quanto non sia ora, di quanto non fosse dieci o vent'anni fa”. Le motivazioni andavano ricercate nel fatto “che il male che mina i nostri musei è un male profondo, che fa progressi paurosi: tra dieci o vent'anni l'assetto dei nostri musei sarà anche più moderno, ma la loro struttura sarà molto più vecchia, le loro possibilità di sviluppo praticamente nulle”. Di conseguenza, continua Argan, “gli organismi che non possono svilupparsi sono ineluttabilmente condannati a decadere e a morire: e i nostri musei hanno uno sviluppo lentissimo perché la loro funzione ha un raggio limitatissimo, la loro ‘presa’ sulla società contemporanea italiana è minima”. La “colpa” di questo mancato sviluppo andava dunque ricercata in “una condizione di cultura che non ‘utilizza’ il museo” e pertanto in “una società che considera il museo come un'attrazione turistica e non come un potente, necessario mezzo di educazione collettiva” (Argan, 2021, pp. 377-379).

Nell'arco di un decennio, dal contesto internazionale partiva un nuovo momento di svolta che si registrò contestualmente alle contestazioni del '68, mentre una nuova barriera socio-culturale era stata denunciata da Pierre Bourdieu (Bourdieu & Darbel, 1966), tramite l'azione di trasformare il museo da dentro e creare sotto l'auspicio della Smithsonian Institution, a Washington, il primo museo partecipato dal basso, nel quartiere nero di Anacostia (Martin-Felton & Lowe, 1993). Un museo che il direttore John Kinard definiva, non a caso, “l'orecchio della società” (Kinard, 2005).

In quel periodo, in Italia, la volontà di formare nei cittadini una coscienza comune sulle questioni relative alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio culturale rimarcando il valore di testimonianza di civiltà insito in esso, al fine di preservarlo anche per le generazioni future, portò alla decisione di pubblicare i tre volumi *Per la salvezza dei beni culturali* (1967), risultato dei lavori della Commissione Franceschini (1964-1967), mentre il museo sarebbe dovuto diventare scenario per mettere in pratica una solida e costante relazione tra collezioni e visitatori. Negli anni a venire queste argomentazioni trovarono un momento di discussione in occasione del Convegno tenutosi a Roma dal 4 al 6 dicembre 1971 sul *Museo come esperienza sociale*, che vide partecipare diversi esperti a cominciare da Franco Russoli, promotore di un approccio al museo il più possibile interdisciplinare e aperto, laboratoriale nei confronti delle scuole, impegnato nel dibattito contemporaneo (Russoli, 2012). Principi che egli stesso rese concreti attraverso la mostra *Processo per il Museo* organizzata a Brera nel 1976, quando ricopriva il ruolo di direttore della pinacoteca (Bernardi, 2017). In seguito,

merita attenzione l'intervento di Corrado Maltese (1984) al II Convegno Internazionale di Museologia svoltosi a Firenze nel 1982 (26-30 maggio), incentrato sulla comunicazione e dal titolo *Museo come informazione sociale memorizzata*, volto a rimarcare sia la necessità di instaurare quel legame necessario tra museo e territorio, già indagato da Andrea Emiliani in diversi suoi studi (Emiliani, 1974) e che anche dal punto di vista legislativo trovava attuazione attraverso il trasferimento alle Regioni delle attività relative al funzionamento dei musei (D. Lgs. 616/1977), sia l'urgenza di uscire dalla concezione aulica di museo che ancora lo caratterizzava (Dragoni, 2010, pp. 98-98). Risalgono, tuttavia, alla fine degli anni Novanta e inizi del Duemila una serie di azioni, rafforzate da raccomandazioni e procedimenti normativi, volte a disciplinare e misurare le prestazioni dei musei anche in merito alla comunicazione, come riscontrabile nell'ambito VII, *Rapporti del museo con il pubblico e relativi servizi*, dell'Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei (D. M. 10 maggio 2001), attualmente confluito nel macroambito III *Comunicazione e rapporti con il territorio* dei livelli uniformi di qualità per i musei e i luoghi della cultura di appartenenza pubblica (D. M. 113 del 21 febbraio 2018).

L'ultimo arco temporale esaminato porta con sé una serie di innovazioni che ancora oggi – e sempre più nel futuro – pongono il museo di fronte a una nuova sfida, quella digitale. L'avvicinamento di queste istituzioni al web risale agli inizi degli anni '90, quando entravano in contatto con "un mezzo di comunicazione di massa accessibile da tutto il mondo 24 ore su 24, aggiornabile in tempo reale e a basso costo" (Gaia, 2024, p. 119). Da questo momento si registrano una serie di iniziative per la creazione di contenuti digitali nei contesti culturali, che si concretizzano inizialmente tramite la realizzazione di siti web. A riguardo lo studioso Giuliano Gaia riconosce "tre fasi principali", ovvero una prima "fase pionieristica" cui è seguita una successiva di "entusiasmo", che coinvolge i primi dieci anni del 2000, fino a giugnere a quella attuale, "di normalizzazione" (Ivi, p. 120), in cui i siti si configurano come mezzo di comunicazione che l'istituzione offre all'utente reale e potenziale, ormai ampiamente accompagnati da ulteriori strumenti che vanno dai social alle app, dai canali di mediazione digitale al mondo virtuale.

Nel quadro finora tracciato la storia del museo si è inevitabilmente interfacciata a quella politica, sociale e culturale, trovandosi a fronteggiare diversi periodi critici cui rispondere con nuovi stimoli. Tra i più recenti rientra la pandemia da Covid 19 e il conseguente confinamento forzato, che ha portato i musei a un nuovo stadio mettendoli, pur nelle difficoltà di operare a porte chiuse, finalmente in grado di agire pienamente nel rispetto non solo dei livelli uniformi di qualità ma dei livelli essenziali, come stabilito nel 2015 quando i musei sono stati ricompresi tra i servizi pubblici che devono essere garantiti alla cittadinanza<sup>5</sup>. Difatti, come scrive Anna Maria Marras "per i musei il 2020 è stato innegabilmente un anno di sondaggi, mirati principalmente ad analizzare gli effetti causati dalla pandemia, le sue ricadute sulle attività e sulle professionalità, e le strategie utilizzate" (Landi & Marras, 2021, p. 23). Da allora nuovi formati della comunicazione iniziano a diffondersi in maniera capillare, mettendo in luce una netta distinzione tra quelle istituzioni che già avevano avviato un piano di comunicazione digitale e quelle che vi si avvicinavano per la prima volta (Cipriano, 2023; Agostino, Arnaboldi & Lampis, 2020; Colombo & Mandarano, 2020).

---

5 Legge del 12 novembre 2015, n. 182.

### 3 Musei e digitale: buone pratiche e obiettivi di miglioramento

Volendo ripartire dai siti web come strumento di mediazione nel rapporto tra museo e pubblici, la letteratura scientifica ha già messo in luce come nel panorama attuale questi siano spesso pensati non solo come presentazione dell'istituzione, delle sue collezioni e dei servizi offerti, ma come estensione della frequentazione museale: un ampliamento virtuale fruibile in preparazione della visita, apprezzabile anche come esperienza di scoperta a distanza (Colombo, 2020, pp. 35-38, pp. 74-78)<sup>6</sup>. Trattando di questo tema non si può prescindere da considerare il sito web del museo che secondo i dati raccolti da *The Art Newspaper*<sup>7</sup> è al primo posto tra quelli più visitati al mondo, il Louvre<sup>8</sup>, in cui come fa notare Nicolette Mandarano "un'interfaccia semplificata permette di accedere a tutte le sezioni del sito" e che, data all'utente l'opportunità di selezionare la propria lingua e acquistare il biglietto da remoto, presenta "tre possibilità di scelta: *Visiter, Découvrir, Expositions et événements*", fornendo una serie di informazioni utili alla pianificazione della visita, a "scoprire" le collezioni, e a organizzare i percorsi (Mandarano, 2024, pp. 77-78)<sup>9</sup>. Non manca neanche la possibilità di venire in contatto con diverse attività e programmazioni che interessano il museo attraverso conferenze e incontri a tema musicale e cinematografico, a cominciare da una iniziativa molto discussa in cui il Louvre e le sue opere sono stati il set del video *Apeshit*, interpretato da Beyoncé e Jay-Z. Una prima riflessione sulle motivazioni della scelta del luogo da parte dei due cantanti porta a riconoscervi un tentativo di avvicinare il pubblico più giovane al museo<sup>10</sup>, seppure l'istituzione abbia maggiori difficoltà a gestire il problema del sovraffollamento anziché quello dell'affluenza. Tuttavia gli studi mettono in luce l'importanza di un'altra tematica che gode del sostegno delle due popstar, dimostrando come l'accostamento tra figuranti e scelta delle opere incluse nel video risponda alla volontà di affrontare la riflessione sull'inclusione e sul colonialismo in ambito museale (Mendes & Wacker, 2021), attestando così una precisa sensibilità su cui la letteratura di settore sta già discutendo da diversi anni (Guermandi, 2021). Il museo, dunque, attraverso questi canali di mediazione di ampia diffusione ("il video di 'Apeshit' [...] è stato cliccato più di 18 milioni di volte in soli tre giorni"<sup>11</sup> dopo la sua uscita il 16 giugno del 2018) si è fatto portavoce di tematiche sociali attuali che tengano conto delle esigenze dei diversi pubblici con cui entra in contatto. L'unico dubbio che resta è se l'istituzione abbia fornito tutti gli strumenti validi a un dibattito critico e storico sul legame che unisce il museo al patrimonio conservato quale espressione delle differenti culture che lo hanno prodotto.

Continuando sul tema della comunicazione online e del rapporto tra museo e visitatori reali e potenziali attraverso il digitale, si ricorda il progetto *Rijksstudio*, lanciato nel 2012 all'interno del programma di rinnovamento avviato nel 2003 dal Reijksmuseum di Amsterdam, in quanto costituisce un chiaro esempio di coinvolgimento dei pubblici attraverso le proprie

6 Si parla, in tal caso, di *visitor's journey*, ovvero della possibilità del visitatore di organizzare la propria esperienza in un momento precedente, continuando ad "accompagnarlo" sia durante il processo di conoscenza nel museo sia dopo, grazie agli strumenti messi a sua disposizione.

7 <https://www.theartnewspaper.com/2025/04/01/the-worlds-most-visited-museums-2024->

8 <https://www.louvre.fr/>

9 <https://www.louvre.fr/decouvrir/les-parcours-de-visite/sur-les-pas-de-beyonce-et-de-jay-z>

10 <https://www.theguardian.com/world/2019/jan/03/beyonce-jay-z-help-louvre-museum-break-visitor-record>

11 <https://www.ilgiornaledellarte.com/Articolo/Black-power-al-Louvre-non-ce-palcoscenico-migliore-del-museo>

collezioni. Difatti, sfruttando il processo di digitalizzazione delle opere conservate, il museo le ha rese fruibili già prima dell'eventuale visita in loco, connettendosi con persone e luoghi anche lontani. In aggiunta, l'iniziativa incoraggia, tramite concorsi e premi, a scaricare liberamente le immagini per produrre nuovi prodotti e contenuti creativi (Fallon 2018).

In anni più recenti anche la Commissione europea ha messo in luce una serie di vantaggi nell'ambito della digitalizzazione, in particolare dal 2018 con il *Quadro d'Azione europeo sul patrimonio culturale* che definisce un piano di lavoro per il periodo 2019-2027. Nel documento, infatti, enunciati i principi guida e i pilastri attorno ai quali le attività debbano svolgersi (A. Sustainability in cultural heritage B. Cohesion and well-being C. An ecosystem supporting artists, cultural and creative professionals and European content D. Gender equality E. International cultural relations), si riconosce alla digitalizzazione l'utilità di creare "new and innovative possibilities for art and culture in terms of access, expression, preservation, dissemination and consumption"<sup>12</sup>. A seguito della pandemia da Covid-19 si è assistito a un acceleramento di tale processo dovuto a un cambiamento della percezione stessa del digitale, portando a interrogarsi sia sul livello di competenze dei cittadini in questo settore sia sugli strumenti messi a disposizione centralmente. Da tali considerazioni sono derivate ulteriori azioni strategiche tra cui si citano la *Bussola per il digitale 2030* e, più strettamente rivolta al patrimonio, la raccomandazione UE 2021/1970, il cui scopo "è aprire la strada a uno spazio comune europeo di dati per il patrimonio culturale"<sup>13</sup>. Passando al contesto italiano, di nuovo alla trasformazione digitale si riferisce uno dei sei pilastri individuati dal Piano nazionale di ripresa e resilienza presentato al Consiglio d'Europa, rispondendo così agli obiettivi dell'*Agenda 2030* e al programma di interventi *Next Generation EU*. Rientrano, infatti, come argomenta Giovanni Iaccarino (2024), nei quattro macro-obiettivi riferiti al settore culturale "misure e investimenti per rendere accessibili e fruibili le opere d'arte e il patrimonio culturale in formato digitale" (Ivi, 90).

In attesa di considerare in maniera critica questi processi, ancora in itinere e che nel caso del PNRR dovrebbero giungere a produrre risultati entro il 2026, la familiarità d'uso e l'interazione con le collezioni delle istituzioni culturali hanno trovato nel frattempo un canale di sviluppo nel ricorso alle piattaforme social, tra cui rientrano Facebook, YouTube, Whatsapp, Instagram, Tiktok, Wechat, e così via, che – per natura – prevedono un'interazione attiva dell'utenza e si configurano come un mezzo per fare "comunità" (Schettino, 2024; Mandarano, 2019; Solima, 2022, pp. 173-177; Sánchez Laws & Ana, 2015; Smith Bautista, 2014). Al fine di raggiungere questo obiettivo, al museo spetta il compito più complesso, ovvero garantire costanza nella pubblicazione di contenuti, monitorare i risultati, e promuovere indagini che consentano di rispondere alle aspettative dei propri follower reali e potenziali. Di nuovo, la situazione vissuta con la pandemia da Covid-19 ha costituito uno spartiacque tra prima e dopo, collocandosi come momento di scambio e di partecipazione che avrebbe potuto portare a rapporti diretti e continuativi, soprattutto per le fasce di età più giovani, da garantire al momento delle riaperture. Tuttavia recenti indagini (per cui si rimanda ai dati raccolti in Bonacini 2024, pp. 221-237) hanno evidenziato come proprio questo cluster risulti il più deluso sia dalla mancanza di aggiornamento sia dalla scarsa interazione tra istituzione e pubblici, piuttosto caratterizzata da forme di comunicazione unidirezionale.

12 <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-13948-2018-INIT/en/pdf>

13 <http://data.europa.eu/eli/reco/2021/1970/oj>; <https://www.dataspace-culturalheritage.eu/en>

Spostandosi da ‘fuori’ a dentro il museo, sono diversi gli strumenti che nello spazio espositivo possono fungere da supporto alla visita. Difatti, oltre a una serie di sussidi analogici (pannelli, schede mobili, cataloghi del museo) – che si ritiene utile garantire agli utenti per lasciar loro libera scelta – ci si trova di fronte a diversi formati tecnologici, a cominciare dalle app, che è bene ricordare possono suddividersi in app native, app web o app ibride (Ferrara & Cerquetti, 2025; Barbosa, Saboya & Bevilaqua, 2021). Esse comportano alcune variabili di cui tener conto, a cominciare dalla volontà o meno di scaricarle sul proprio *device* da parte del visitatore fino alla possibilità di quest’ultimo di accedervi attraverso un’adeguata rete wi-fi aperta. Una soluzione potrebbe innanzitutto risiedere nel ricorso ad app “già installate sugli smartphone e più usate dagli utenti”, che Giuliano Gaia ha classificato in “browser mobile” riferendosi ai QR code, “app dei social”, “Spotify e app musicali”, “Google maps”, “ChatGPT” (Gaia, 2024, pp. 251-252), mentre in termini di strategia comunicativa sarebbe opportuno mettere sempre in luce i vantaggi che queste annettono all’esperienza, sfruttando eventuali contenuti extra e relazioni con i visitatori. Si configurano come dotazioni fisse totem e tavoli multimediali, ormai ampiamente presenti all’interno di musei soprattutto per approfondimenti e ricostruzioni storiche. Di conseguenza, come sottolineato da Nicolette Mandarano, “prima di progettare il contenuto è importante [...] avere chiaro l’obiettivo che si vuole raggiungere e il punto esatto del percorso in cui devono essere installati”. Infatti, nel caso del totem, la lunghezza dei testi dovrà essere “contenuta, considerando anche la modalità di fruizione”, ovvero “in piedi” e “singola”, mentre i tavoli “possono essere anche di grandi dimensioni” e “multiutente” (Mandarano, 2024, pp. 144-145).

Tra ambiente fisico e virtuale del museo si pongono anche altre tipologie di esperienze che comprendono la realtà virtuale (VR), da intendersi come “un’esperienza simulata che può essere simile o completamente diversa dal mondo reale”, la realtà aumentata (AR), che “prevede di inserire nel contesto fisico elementi ulteriori in senso informativo e narrativo, in chiave testuale e visuale”, e le *mixed reality* (MR), ovvero “le formule che prevedono entrambe le possibilità” di VR e AR (Calveri, 2021, p. 66). Rientra nella categoria della realtà aumentata il videomapping o “spatial augmented reality, attraverso la quale è possibile aggiungere contenuti digitali a un contesto fisico, quale la facciata di un edificio, la parete di una stanza o la superficie di un’opera” (Solima, 2022, p. 201). Ne costituiscono alcuni esempi il progetto di realtà mista *L’Ara com’era* nel Museo dell’Ara Pacis di Roma<sup>14</sup>, e quello intitolato *Dove l’arte ricostruisce il tempo*, consistente in una rielaborazione in rete metallica delle parti mancanti della basilica di Santa Maria Maggiore di Siponto, ad opera di Edoardo Tresoldi (Tizzoni, 2020).

La realtà virtuale può essere immersiva e non immersiva. Nella seconda rientrano diversi videogiochi (Attademo, 2023; Lengua, De Bernardin & Magliocca, 2021) ai quali si riconosce, come sottolinea Fabio Viola, la capacità di trasformare il “ruolo di spettatore” in quello “di spettAttore e, finanche, spettAUTore”, identificando in tali forme di partecipazione attiva “le nuove necessità di pubblici”, specialmente più giovani, convertendo l’esperienza di visita “dalla terza alla prima persona nel racconto che si sta vivendo” (Viola, 2021, p. 128). La realtà virtuale immersiva, invece, prevede l’uso di strumenti come caschi, visori e così via, e ad essa si è ricorso, ad esempio, nel caso di un progetto che ha interessato il circolo funerario noto come *Tomba della Regina* di Sirolo-Numana. Il lavoro ha previsto diverse fasi, a partire

14 <https://www.arapacis.it/it/mostra-evento/lara-comera>

dalla digitalizzazione del patrimonio e dalla trasposizione in chiave narrativa dei contenuti e del contesto territoriale, calibrando le risorse acquisite con la ricerca al coinvolgimento emotivo. Il campione di visitatori cui esso intende rivolgersi riguarda la fascia di età tra i 14 e i 18 anni, per tale motivo a 20 partecipanti è stato somministrato un questionario al fine di svolgere un'indagine qualitativa sull'esperienza. I risultati raggiunti – che il team di specialisti coinvolti ha ritenuto essere soddisfacenti (Clini et al., 2024, pp. 485-486) – sono stati frutto di competenze interdisciplinari, rispondendo così ai principi espressi nella *Carta Internazionale di Archeologia Virtuale di Siviglia* (2011), che intende definire “linee guida mirate a fornire al pubblico una maggiore comprensione del patrimonio archeologico e l'individuazione di criteri per misurare la qualità dei progetti realizzati nel campo dell'archeologia virtuale” (Ivi, p. 474).

I riferimenti alla messa in campo di conoscenze diverse e al racconto narrativo come forma di comunicazione del patrimonio culturale da tempo interessano la museologia. Nel 2005 in occasione di un convegno organizzato da ICOM e ANMI si è avuto modo di riflettere sui pro e contro di questa pratica, evidenziando tra i possibili effetti negativi quello di distogliere il visitatore dal significato delle opere in collezione (Cataldo, 2011, p. 38). Dall'altra parte, tale rischio può essere evitato basando lo storytelling su dati scientifici e fonti storico-critiche e filtrando le informazioni attraverso forme di mediazione, non sottovalutando un altro problema che potrebbe interessare i musei, ovvero quello di essere contenitori muti e privi di qualsiasi forma di dialogo con le comunità. Al tempo stesso, secondo le neuroscienze nel visitatore che entra in contatto con l'arte figurativa si “genera una risposta” alla “ambiguità del messaggio dell'opera” che porta a una re-interpretazione e ri-narrazione “sulla base dei propri conflitti e della propria esperienza” (La Rosa, 2024, p. 265). Di conseguenza, la condivisione di tali processi tra più partecipanti ha portato ad affrontare la questione della costruzione del senso di comunità nei progetti che Maria Grazia Panigada, Silvia Mascheroni e Simona Bodo (2016; 2024) hanno avviato a partire già da alcuni anni e che utilizzano l'arte come mezzo per raccontare e raccontarsi<sup>15</sup>. Continuando ad esaminare altri casi che uniscono studio delle collezioni e analisi dei contesti sociali, si riportano due esempi messi in luce da Nicole Moolhuijsen, il primo dei quali riguarda la Laing Art Gallery di Newcastle, un piccolo museo in cui “la collezione permanente è stata oggetto di una revisione pressoché totale nell'interpretazione”, affiancando a pannelli con testi le testimonianze dei cittadini comunicate attraverso strumenti multimediali, affinché il significato delle opere passi direttamente per le parole di chi vive abitualmente quei territori. Il secondo ha sede all'Herbert Art Gallery & Museum di Coventry, di nuovo nel Regno Unito, dove per l'unico dipinto raffigurante la storia di Godiva, strettamente correlato alle tradizioni culturali del luogo, gli abitanti locali sono stati coinvolti nel progetto di interpretazione rispondendo alla domanda “Che cosa significa la storia di Godiva per me?”, con l'esito di calare i loro punti di vista “nell'allestimento attraverso lo storytelling digitale” (Moolhuijsen, 2017; sul tema cfr. Bonacini 2020).

L'arte della narrazione, che è alla base dell'umanità dai primordi (Smorti, 2022), ha vissuto – come sottolinea Christian Salmon (2008) riferendosi agli Stati Uniti e leggendo il fenomeno in chiave propagandistica e problematica – un vero e proprio *revival* a partire dagli anni Novanta del secolo scorso, interessando tutti i settori della società e delle relazioni umane. Il museo, alla luce della sua missione comunicativa, ha adottato queste strategie sia nelle forme

15 Si rinvia al sito <https://www.patrimonioidistorie.it/> per la consultazione dei progetti realizzati.

partecipate precedentemente analizzate sia per costruire un discorso il più possibile lineare tra le opere esposte (che possono essere tante e variegata) ricomprendendo nel racconto la storia dell'istituto e del rapporto con le sue collezioni, anche al fine di lasciare aperti scenari che interfaccino il patrimonio con la contemporaneità (Roman, 2022). Ne costituiscono alcuni esempi il progetto "Collezioni da ascoltare" al MAXXI, in cui testi scritti da una curatrice del museo e riferibili ad alcune opere iconiche in esso conservate sono stati letti da attori quali Luigi Lo Cascio, Luca Zingaretti e Neri Marcorè, e un altro alla Galleria Nazionale di Roma con alcuni pezzi della collezione narrati in maniera ironica, sempre con l'ausilio di attori, per l'iniziativa "ART IS OPEN"<sup>16</sup>. Infine, si sono affrontati temi più delicati, tra cui la violenza sulle donne, con "L'arte che consola" alla Galleria Borghese<sup>17</sup>.

Operano ancora sul fronte della narrazione sistemi artificiali finalizzati all'interazione nel contesto museale. Si pensi al caso dei chatbot (Mandarano, 2024, pp. 156-161; Solima, 2022, pp. 60-62; Paraventi, 2024), sul cui uso bisogna essere chiari nelle aspettative proprie e in quelle che vengono dichiarate. Difatti, il loro funzionamento sulla base di ontologie e sistemi probabilistici si adatta a operazioni già codificate, o di routine, o che coinvolgono lingue diverse, ma si potrebbero incontrare alcune difficoltà qualora si decidesse di demandare interamente i servizi di assistenza alla visita a questi ultimi, escludendo in maniera assoluta le competenze di personale specializzato che ha acquisito esperienza sulle preferenze dei vari target con cui lavora. In aggiunta, lasciano un po' perplessi i chatbot che provano a simulare un personaggio antico, in quanto prima o poi si rischia di fare una domanda a cui non hanno una risposta e che li porta o su stereotipi o a rompere la sospensione di incredulità. Ciò non toglie che grandi passi si stiano facendo in merito all'animazione in intelligenza artificiale, che se usata con volontà positiva consente di animare e far parlare una statua o il personaggio di una stampa. Seppure a volte il risultato sia ancora acerbo, e sicuramente molto al di sotto delle capacità di un gruppo di animazione e doppiaggio professionista, le cose stanno maturando molto velocemente. Si veda ad esempio *Nerone*, chatbot del parco del Colosseo, che fornisce notizie base ma anche relative alla storia dei monumenti e dei siti dell'area<sup>18</sup>.

Narrazioni e suoni costituiscono il centro di nuove forme di comunicazione anche attraverso i podcast, il cui ricorso in ambito museale è al centro del convegno *L'arte che parla. Radio e podcast per la valorizzazione del patrimonio culturale* – Macerata, 18 aprile 2023 – (Dal Maso & Dragoni, 2024), mettendo in luce la straordinaria capacità della voce di costituire una guida per raccontare opere e musei (Carlsson, 2024). Questo strumento, il cui successo deve intercettarsi in relazione ai podcast di giornalismo investigativo ampiamente ascoltati negli Stati Uniti e poi diffusi anche nel panorama italiano tra il 2014 e il 2017, è stato intercettato proprio nel contesto americano come canale valido verso pubblici diversi, compresi quelli degli istituti culturali e dei musei (Ivi, pp. 13-18; Bonacini 2024, pp. 215-221). Seguendo tale modello, dal 2022 anche il Ministero della Cultura ha incentivato la produzione di podcast affidati alla voce di professionisti del settore, come nel caso di "Paladine"<sup>19</sup>, una serie incentrata sulle donne e sul loro ruolo di promotrici dell'arte (Dal Maso & Dragoni, 2024, 83-88). Un altro progetto,

16 <https://www.youtube.com/watch?v=b4NoE-CCLmc>

17 <https://galleriaborghese.beniculturali.it/podcast/larte-che-consola/>

18 <https://colosseo.it/2023/02/parla-con-nerone-chatbot-parco-archeologico-colosseo/>

19 <https://cultura.gov.it/paladine>

dedicato più che a un museo a un evento temporaneo, che affida soprattutto alla musica il compito di riportare in vita quei prodigi seicenteschi che, tra natura e artificio, deliziavano gli ospiti dei Farnese nei loro Horti sul Palatino, è costituito da “Festa barocca”, messo in scena nell’ottobre 2023 nel Ninfeo della Pioggia: un vero e spettacolare viaggio nel tempo sviluppato come *art-based experience*, che ha fatto ricorso alle arti per godere e comprendere la cultura del passato. I numerosi stimoli che il visitatore riceve attraverso questo genere di *format* lo portano a immergersi completamente nel contesto simulato, raggiungendo esiti positivi dal punto di vista emozionale e dell’apprendimento (Ivi, pp. 209-222).

## 4 Conclusione

A fronte dei tanti formati citati è doveroso insistere sul fatto che la creazione di valore aggiunto deriva dal rapporto tra tecnologie e patrimonio culturale sia dentro che fuori il museo. Inoltre, tutti i formati – analogici e digitali – dovrebbero essere potenziati, in modo tale da poter lasciare al visitatore, seguendo i suoi interessi, la possibilità di avere a disposizione una serie di strumenti da usare *self service*, in quell’ottica di transmedialità che si ottiene, secondo la definizione che per primo ne diede Henry Jenkins (2006), quando una storia si sviluppa attraverso molteplici piattaforme mediali, “nuove” e “vecchie”, dove ogni testo fornisce un contributo distintivo e prezioso per l’intero sistema, creando un universo narrativo attorno al museo, che arriverà al suo pubblico tramite tutti i canali, dal metaverso (Lee, Park & Lee, 2022) e dalle tecnologie al più tradizionale dei cataloghi scientifici, che comunque resterà per sempre utile, magari senza *appeal* ma anche senza pericoli.

In conclusione, non ci si può esimere dal porsi alcune domande, che derivano proprio dall’introduzione del digitale e del virtuale all’interno del museo, dunque dalla convivenza di queste ipervisioni offerte ai nuovi utenti tecnologici con il patrimonio conservato nelle istituzioni, spesso composto da pezzi minuscoli, a volte frammentati, di storie più grandi o di cui si perde traccia, che richiedono un potente sforzo attivo per essere compresi, anche quando l’unica conclusione logica che lasciano è un punto di domanda. Così posta la questione, c’è da chiedersi: una volta che tali animazioni e visioni digitali vanno a costituire una sorta di replica autorizzata del manufatto antico, riusciamo a sapere se l’interesse degli utenti non rimarrà deluso dall’oggetto reale? E l’allestimento museale – che si compone di sussidi sia analogici sia digitali – consente al visitatore non solo di vedere ma anche di comprendere i significati che le collezioni intendono raccontare<sup>20</sup>? Su questi interrogativi intervengono le indicazioni fornite dal macroambito III del Decreto Ministeriale n.113 del 21 febbraio 2018, al fine della progettazione di un sistema comunicativo coordinato volto a costruire un rapporto tra pubblici – di cui vanno necessariamente intercettati preferenze e bisogni – e patrimonio.

Infine, si pone un altro tema legato alla quantità di dati da acquisire e impiegare nei processi: quali sono i limiti che riteniamo ragionevole teoricamente, prima ancora che economicamente, porre a questa potenziale bulimia tecnologica? C’è stato infatti un tempo in cui si facevano gli stereogrammi delle statue, poi si è passati a microfilmare intere collezioni di disegni e naturalistiche, poi ancora è stato il turno dei CD e i DVD, ormai in disuso e senza un dispositivo per leggerli e recuperarli. Di conseguenza, quali e quanti sono i dati che, come gruppi di

20 Per l’analisi di alcuni casi si rimanda a Trocchianesi 2022.

lavoro, come team museali, possiamo dire di poter ragionevolmente gestire nel medio termine senza che vengano immediatamente “fulminati” dall’obsolescenza tecnologica?

Si tratta certamente di questione alle quali è difficilissimo rispondere, e che anzi si potranno e dovranno affrontare solo caso per caso, ma è evidentemente necessario che siano poste al fine di stimolare riflessioni utili.

*The research data discussed in this article are included in this published article.*

## Bibliografia

- Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 35(5), 1-11
- Argan, G. C. (2021). La crisi dei musei italiani. *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, 24, 377-390. <https://doi.org/10.13138/2039-2362/2797>
- Attademo, G., (2023). *Lo spazio narrativo nei videogiochi. La rappresentazione dello spazio virtuale come nuova modalità narrativa negli Entertainment Games e nei Cultural Games*. FedOAPress
- Barbosa, M., Saboya, L., & Bevilaqua, D. (2021). A survey and evaluation of mobile apps in science centers and museums. *Journal of Science Communication*, 20(05), 1-20 <https://doi.org/10.22323/2.20050201>
- Bataille, G. (1930). Musée. *Documents*, 5, 300
- Bernardi, E., (a cura di). (2017). *Senza utopia non si fa la realtà. Scritti sul museo (1952-1977)*. Skira
- Bonacini, E. (2020). *I musei e le forme dello storytelling digitale*. Aracne
- Bonacini, E. (A cura di). (2024), *Musei digitali e generazione Z. Nuove sfide per nuovi pubblici*. Edipuglia
- Bourdieu, P., & Darbel, A. (1966). *L'amour de l'art. Les musées et leur public*. Les éditions de minuit
- Calveri, C. (2021). Realtà virtuale e cultura: comportamenti, sentiment e prospettive nell'Italia post pandemica. In *Next generation culture. Tecnologie digitali e linguaggi immersivi per nuovi pubblici della cultura*, (pp. 65-82). Marsilio
- Carlsson, R. (2024). *How the Creative Use of Museum Audio Tours is Attracting New Audiences*, 15 June, <https://www.museumnext.com/article/how-the-creative-use-of-audio-tours-is-attracting-a-new-museum-audience/>
- Cataldo, L. (2011), *Dal Museum Theatre al Digital Storytelling. Nuove forme della comunicazione museale fra teatro, multimedialità e narrazione*. Angeli
- Cecchini, S. (2014). Musei e mostre d'arte negli anni Trenta: l'Italia e la cooperazione intellettuale, in M. I. Catalano (a cura di), *Snodi di critica. Musei, mostre, restauro e diagnostica artistica in Italia 1930-1940*, (pp. 57-105). Gangemi
- Cipriano, S., (A cura di). (2023). *Ripensare i musei dopo la pandemia*. Atti della giornata di Studio (Borghetto, Museo della Centurazione Romana, 7 maggio 2022). Editreg
- Clini P. et al. (2024). Un Virtual Immersive movie per la fruizione del patrimonio archeologico: il viaggio nella “Tomba della Regina” di Sirolo-Numana. *Archeologia e Calcolatori*, 35.1, 473-490. doi: 10.19282/ac.35.1.2024.28
- Colombo, M. E., & Mandarano, N. (2020). Musei e digitale in lockdown: pubblici o non pubblici?. *Sociologia della comunicazione*, 60 2, 95-103
- Colombo, M. E. (2020). *Musei e cultura digitale. Fra narrativa, pratiche e testimonianze*. Editrice bibliografica

- Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio, (a cura di). (1967) *Per la salvezza dei beni culturali in Italia. Atti e documenti della Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio*. Colombo
- Dal Maso, C., & Dragoni, P. (a cura di). (2024), *L'arte che parla. Radio e podcast per la valorizzazione dei beni culturali*. Edipuglia.
- Dragoni, P. (2017). Storia dell'arte e museo: il confronto internazionale nel convegno di museologia del 1955 a Perugia. In Galassi C. (a cura di), *Critica d'arte e tutela in Italia: figure e protagonisti nel secondo dopoguerra*, (pp. 453-465). Aguaplano
- Dragoni, P. (2015). Accessible à tous: la rivista «Mouseion» per la promozione del ruolo sociale dei musei negli anni '30 del Novecento, *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, 11, 149-221. <https://doi.org/10.13138/2039-2362/1176>
- Dragoni, P. (2010). *Processo al museo. Sessant'anni di dibattito sulla valorizzazione museale in Italia*. Edifir
- Emiliani, A. (1974). *Dal museo al territorio: 1967-1974*. Alfa
- Fallon, J. (2018), *How the renovation of a world renowned art museum is inspiring a sector in digital transformation*, <https://pro.europeana.eu/post/how-the-renovation-of-a-world-renowned-art-museum-is-inspiring-a-sector-in-digital-transformation>
- Ferrara, C., Cerquetti, M. (2025). Towards user-centred and context-open museums: a review of mobile apps adopted by Italian National Museum with special autonomy status. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-11-2023-0195>
- Gaia, G. (2024). *Il museo immediato: digitale per la cultura. Da Arpanet all'intelligenza artificiale*. Editrice bibliografica
- Gensini, V., (A cura di). (2020) *Musei, Pubblici e Tecnologie*. Pisa University Press
- Guermandi, M. P. (2021). *Decolonizzare il patrimonio. L'Europa, l'Italia e un passato che non passa*. Castelvechi
- Iaccarino, G. (2024), I quattro macro-obiettivi del PNRR nei settori della cultura. *Economia della Cultura*, 1, 89-102
- Jenkins, H. (2006), *Convergence culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press
- Kinard, J. (2005) Intermediari tra il museo e la comunità. In C. Rinaldi (a cura di), *Il nuovo museo. Origini e percorsi*, (vol. 1, pp. 64-72). Il Saggiatore
- La Rosa, M. (2024). *Neuroscienze della narrazione. Lo storytelling nell'era delle neuroscienze e dell'intelligenza artificiale*. Hoepli
- Landi, B., & Marras, A. M. (2021). Musei e digitale. L'impatto della pandemia tra criticità e opportunità. In *Next generation culture. Tecnologie digitali e linguaggi immersivi per nuovi pubblici della cultura*, (pp. 23-49). Marsilio
- Lee, H. K., Park, S., & Lee, Y. (2022). A proposal of virtual museum metaverse content for the MZ generation. *Digital Creativity*, 33(2), 79-95. <https://doi.org/10.1080/14626268.2022.2063903>
- Lengua, M., De Bernardin, M., & Magliocca, T. (A cura di). (2019) *The Umbrian Chronicles: Un videogioco per il territorio di Spoleto e della Valnerina*. Licosia
- Maltese, C. (1984) Il museo come informazione sociale memorizzata. In *Museologia. Il museo nel mondo contemporaneo. Concezioni e proposte. Atti del 2. Convegno internazionale di museologia*, 11-14, (pp. 41-44). Edizioni scientifiche italiane
- Mandarano, N. (2019). *Musei e media digitali*. Carocci

- Mandarano, N. (2024). *Il digitale per i musei. Comunicazione, fruizione, valorizzazione*. Carocci
- Martin-Felton, Z., & Lowe, G. S. (1993). *A Different Drummer: John Kinard and the Anacostia Museum 1967-1989*. Smithsonian Institution
- Mendes, A. C., & Wacker, J. (2021). The Louvre going APESHIT: audiovisual re-curation and intellectual labour in The Carters' Afrosurrealist music video. *Postcolonial Studies*, 24(4), 484-497. <https://doi.org/10.1080/13688790.2021.1985245>
- Moolhuijsen, N. (2017). Comunicare nei musei d'arte: fra criticità e innovazione. *Che fare*, 21 giugno. <https://che-fare.com/articoli/comunicare-nei-musei-darte-fra-criticita-e-innovazione>
- Panigada, M. G., Mascheroni, S., Bodo, S. (a cura di). (2024) *Fare nuove le cose. Patrimonio culturale e narrazione, uno sguardo pluridisciplinare*. Mimesis
- Panigada, M. G., Mascheroni, S., Bodo, S. (a cura di). (2016) *Un patrimonio di storie. La narrazione nei musei, una risorsa per la cittadinanza culturale*. Mimesis
- Paraventi, M. (2024). Digitalizzazione: seconda inchiesta sui 43 musei statali autonomi. *Il Giornale dell'Arte*, 27 febbraio 2024. <https://www.ilgiornaledellarte.com/Articolo/Digitalizzazione:-seconda-inchiesta-sui-43-musei-statali-autonomi>
- Roman, S. (2022). Storytelling parallèle: les musées racontent leur histoire pour bâtir leur futur. In S. Costa, P. Cordera & D. Poulot (a cura di), *Storytelling. Esperienze e comunicazione del Cultural Heritage*, (pp. 251-260). Bologna University Press
- Russoli, F. (2012), Il museo come elemento attivo nella società. *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, (4), 219-224. <https://doi.org/10.13138/2039-2362/321>
- Salmon, C. (2008). *Storytelling. La fabbrica delle storie*. Fazi
- Sánchez Laws, L., & Ana, L. (2015). *Museum websites and social media. Issues of participation, sustainability, trust and diversity*. Berghahn books
- Sbrilli, A. (2023). La storia dell'arte e il digitale. In F. Ciotti (a cura di), *Digital humanities: metodi, strumenti, saperi*, (pp. 299-311). Carocci
- Schettino, P. (2024). I siti web e i social dei musei come parte dell'esperienza di visita. La prospettiva della user experience research appearance applicata ai Beni Culturali. In E. Bonacini (A cura di), *Musei digitali e generazione Z. Nuove sfide per nuovi pubblici*, (pp. 69-78). Edipuglia
- Smith Bautista, S. (2014). Museums in the digital age. Changing meanings of place, community, and culture. Altamira
- Smorti, A. (2022). *Storytelling. Perché non possiamo fare a meno delle storie*. Il mulino
- Solima, L. (2022). *Le parole del museo. Un percorso tra management, tecnologie digitali e sostenibilità*. Carocci
- Tizzoni, E. (2020), La basilica di Santa Maria Maggiore di Siponto: un'opera da Tresoldi, *Bollettino Telematico dell'Arte*, n. 893, 19 aprile [https://www.bta.it/txt/a0/08/BTA-Bollettino\\_Telematico\\_dell'Arte-Testi-bta00893.pdf](https://www.bta.it/txt/a0/08/BTA-Bollettino_Telematico_dell'Arte-Testi-bta00893.pdf)
- Trocchianesi, R. (2022). Narrazioni plurali intorno all'oggetto: modelli narrativi e paradigmi allestitivi. In S. Costa, P. Cordera & D. Poulot (a cura di), *Storytelling. Esperienze e comunicazione del Cultural Heritage*, (pp. 115-131). Bologna University Press
- Viola, F. (2021). I videogiochi sono cultura. La cultura dei videogiochi. In *Next generation culture. Tecnologie digitali e linguaggi immersivi per nuovi pubblici della cultura*, (pp. 127-132). Marsilio

\*\* L'ultimo accesso ai link presenti nel testo e in Bibliografia si riferisce al 07/07/2025.

## **Izveček**

### **Muzeji in digitalno okolje: preoblikovanje idej in komunikacijski vmesniki**

Komuniciranje je eno od temeljnih muzejskih poslanstev, še zlasti – kakor izhaja iz najnovejše definicije muzeja (Praga, 2022) – ko gre za tvorjenje pomenov v sodelovanju s skupnostmi. Upoštevajoč raznolikost in heterogenost orodij in medijev, preko katerih se muzejska komunikacija uresničuje, avtorici v prispevku – na podlagi pregleda strokovne literature in izbranih študij primerov – analizirata nekaj pred kratkim vpeljanih digitalnih sredstev in nekatere digitalne medije, ki bodo morda v muzeje vključeni v prihodnosti. Čeprav lahko rečemo, da so se muzejske ustanove začele odpirati digitalnemu svetu že v 90. letih prejšnjega stoletja, se je ob nedavni preizkušnji – zaprtju zaradi pandemije covid-19 – jasno izrisala ločnica med institucijami, ki so bile uporabe različnih tehnologij že vajene, in tistimi, ki so se v teh okoliščinah z njimi srečale prvič. V luči odnosa med muzejskim in digitalnim okoljem ter s poudarkom na strategijah, primernih za uporabo v sodobnih kontekstih in za nagovarjanje različnih ciljnih skupin, avtorici orišeta potencialne prednosti inovativnih načinov ustvarjanja in posredovanja vsebin.

**Ključne besede:** muzejska komunikacija, muzejske strategije, tehnologije, virtualni muzeji

Miriam Morf  
Universität Macerata, Italien  
m.morf@unimc.it

Paper received: 31.07.2025  
Paper revised: 08.09.2025  
Paper accepted: 12.11.2025

## MUSEALES STORYTELLING UND NEUE MEDIEN: INTERAKTIVE GRAPHIC NOVELS UND IHR DIDAKTISCHES POTENZIAL

### Abstract

Museen reagieren auf einer zunehmend digitalisierten und von Medien beeinflussten Gesellschaft mit neuen Vermittlungsstrategien, um somit junge Menschen zu erreichen und sie zur aktiven Auseinandersetzung mit historischen Inhalten anzuregen. Dieser Beitrag untersucht das didaktische Potenzial interaktiver Graphic Novels, die von Museen und Stiftungen entwickelt wurden, für den Einsatz im Unterricht Deutsch als Fremdsprache. Zunächst erfolgt eine Beschreibung der aktuellen Graphic Novels im Bereich der Museumskommunikation. Anhand der vorgestellten Beispiele wird veranschaulicht, wie diese Formate die Entwicklung sprachlicher, kultureller und medialer Kompetenzen fördern können. Der Fokus liegt auf der Verbindung von authentischer Erzählung, visuellen Reizen und interaktiven Elementen, die nicht nur motivierend wirken, sondern auch einen nachhaltigen Lernprozess ermöglichen. Der Beitrag schließt mit einigen Überlegungen und einem Ausblick auf zukünftige Forschungsperspektiven. Diese umfassen das aufkommende Potenzial von sozialen Medien im musealen Kontext, die daraus resultierende Erweiterung des Ausstellungsraums und die Möglichkeit zur Integration digitaler Kulturangebote in den Sprachunterricht.

**Schlüsselwörter:** Museumskommunikation, digitales Storytelling, interaktive Graphic Novels, DaF-Unterricht

### Abstract

#### Museum Storytelling and New Media: Interactive Graphic Novels and Their Didactic Potential

In an era of increasing digitalisation and media influence, museums are developing innovative communication strategies to engage young audiences and foster active encounters with history. This paper explores the educational potential of interactive graphic novels created by museums and foundations and discusses their integration into teaching German as a foreign language. First, it outlines key features of contemporary graphic novels within museum communication. It then illustrates how these formats can be used to promote linguistic, cultural, and media competences in the classroom.



Particular attention is paid to the interplay of authentic storytelling, visual stimuli, and interactive elements, which not only enhance learners' motivation but also support sustainable learning processes. The paper concludes with reflections and an outlook on future research, including the role of social media in museum contexts, the expansion of exhibition spaces into digital environments, and the integration of digital cultural resources into language education.

**Keywords:** museum communication, digital storytelling, interactive graphic novels, lessons of German as a foreign language

## 1 Einleitung

Museen erfüllen heute eine Funktion, die weit über ihre klassische Rolle als reine Ausstellungsflächen hinausgeht. In der aktuellen museologischen Praxis lassen sich fünf zentrale Aufgabenbereiche unterscheiden: Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln (vgl. Thiemeyer, 2018, S. 7–16). Damit verstehen sich Museen als sogenannte ‚dritter Ort‘,<sup>1</sup> d.h. Räume von öffentlichem Interesse, in denen Forschung, Bildung und Unterhaltung eng miteinander verflochten sind (vgl. Bangert, 2020, S. 377). Vor diesem Hintergrund kommt der Museenskommunikation eine zunehmend zentrale Rolle zu, indem sie das Ziel verfolgt, Wissen über das Museum selbst, seine Sammlungen sowie über die Exponate einem möglichst breiten Publikum zugänglich zu machen (vgl. Nardi & Ravetto, 2023). Dafür bedient sich die Museenskommunikation zielorientiert einer Vielzahl unterschiedlicher Formate, die von klassischen Katalogen, Broschüren, Informationstafeln und Audioguides bis hin zu szenischen und multimedialen Darstellungen reichen (vgl. Cataldo, 2011), darunter fallen auch Formen von *Augmented Reality* (vgl. Asogwa, 2024; He et al., 2018). Viele dieser Vermittlungsformen beruhen auf narrativen Prinzipien, was die zunehmende Bedeutung des Erzählens im musealen Raum unterstreicht (vgl. Dal Maso, 2018; Thiemeyer, 2013).

Die Annahme, dass Museen als „Schauplätze narrativer Praxis“ (Woletz & Volkwein-Mogel, 2020, S. 77) fungieren, an denen Geschichten vermittelt werden, bildet die Grundlage für den vorliegenden Beitrag. Dieser widmet sich einem Format der narrativen Kultur- und Wissensvermittlung in Museen aus einer multimodalen und interaktiven Perspektive. Zu diesem Zweck werden das Genre der Graphic Novel und die Technik des interaktiven digitalen Storytellings (vgl. Petousi et al., 2022) eingesetzt.

Der Beitrag ist in zwei Hauptteile untergliedert. Im ersten Teil wird ein theoretischer Rahmen vorgestellt, der sich mit den Grundlagen des digitalen Storytellings sowie mit den Merkmalen der Graphic Novel als erzählerisches Format auseinandersetzt (Abschnitt 2). Aufbauend auf den vorangegangenen Ausführungen wird im darauffolgenden, praxisorientierten Abschnitt die Vorstellung ausgewählter Beispiele interaktiver Graphic Novels vorgenommen,

<sup>1</sup> Der Ausdruck ‚dritter Ort‘ wurde erstmalig von Ray Oldenburg (1999), einem US-amerikanischen Soziologen, geprägt. Er differenzierte zwischen dem ‚ersten Ort‘, dem Zuhause, dem ‚zweiten Ort‘, dem Arbeitsplatz, und dem ‚dritten Ort‘, der als Bezugspunkt des sozialen Lebens zu betrachten sei. Für eine detaillierte Erläuterung des zugrunde liegenden Konzepts sei an dieser Stelle auf die Veröffentlichung von Oldenburg (1999) verwiesen. Eine vertiefende Darstellung zu dritten Orten und Sozialkultur findet sich hingegen bei Bangert (2020).

deren Konzeption im Kontext musealer Vermittlungskonzepte von deutschen Museen erfolgte (Abschnitt 3). Die Vorstellung umfasst den Einsatz der erläuterten interaktiven Graphic Novels, sowohl im Rahmen spezifischer Ausstellungen als auch für die allgemeine institutionelle Kommunikation. Abschließend wird das didaktische Potenzial dieser Formate für den Einsatz im Unterricht Deutsch als Fremdsprache (DaF) erörtert und anhand konkreter Anwendungsmöglichkeiten reflektiert (Abschnitt 4). Der Beitrag schließt mit einigen Überlegungen und einem Ausblick.

## 2 Storytelling und Graphic Novels als Instrumente narrativer Wissensvermittlung

In einer von Digitalisierung geprägten Medienlandschaft gewinnen narrative Kommunikationsstrategien, insbesondere im Kontext kultureller und pädagogischer Vermittlungsprozesse, zunehmend an Bedeutung (vgl. Thiemeyer, 2013). Im Museumsbereich hat sich die Verbindung von Storytelling und dem Genre der Graphic Novel als eines der wirksamsten Formate erwiesen.

Storytelling wird in der Fachliteratur häufig als die Kunst beschrieben, sachliche Inhalte auf ansprechende und zugleich fesselnde Weise unterschiedlichen Zielgruppen zu vermitteln. In diesem Zusammenhang wird der Begriff Storytelling oftmals mit einer Technik oder Strategie gleichgesetzt (vgl. Fontana, 2018, S. 23), die gezielt, systematisch und über längere Zeiträume hinweg insbesondere im Rahmen der Kommunikationspolitik Anwendung findet (vgl. Herbst & Musiolik, 2022, S. 19). Storytelling umfasst eine Vielzahl narrativer Phänomene und findet in unterschiedlichen Bereichen wie Tourismus, Politik, Kultur oder Wirtschaft Anwendung, oft unterstützt durch neue Technologien (vgl. Bonacini, 2021, S. 23; Perissinotto, 2020, S. 6). Dieser Aspekt wird besonders im digitalen Storytelling deutlich (vgl. u. a. Lambert, 2013; Woletz & Volkwein-Mogel, 2020), das sich durch die Integration interaktiver Elemente wie Hyperlinks, Audiodateien, Videos und anderer digitaler Inhalte auszeichnet. Dadurch entsteht eine personalisierbare und immersive Erzählform, die sich in virtuellen Umgebungen verorten lässt (vgl. Ragone, 2016, S. 42) und dem Publikum die Möglichkeit bietet, mit dem Verlauf der Erzählung zu interagieren, wobei diese entsprechend der subjektiven Erfahrung angepasst werden kann (vgl. Cajelli & Toniolo, 2018, S. 18).

Digitales Storytelling findet zunehmend im musealen Kontext Anwendung und stellt ein wirkungsvolles Instrument zur Vermittlung von Inhalten dar (vgl. Dal Maso, 2018). Ausgehend von einer gezielten Auswahl an Sammlungsobjekten werden narrative Strukturen entwickelt, die darauf abzielen, das Kunsterlebnis der Besuchenden zu vertiefen und eine intensivere Auseinandersetzung mit den Exponaten sowie der räumlichen Umgebung des Museums anzuregen (vgl. Gebauer, 2021, S. 59). Dieses Vorgehen orientiert sich am Prinzip des *Edutainments* (vgl. Preuß & Hofmann, 2017, S. 75), das Bildung und Unterhaltung auf innovative Weise verbindet.

Ein wesentlicher Vorteil des digitalen Storytellings liegt in seiner Funktion, als strukturierendes Mittel zur Reduktion komplexer Inhalte beizutragen und dadurch eine verständliche sowie zielgruppengerechte Aufbereitung zu ermöglichen (vgl. Kramper, 2017, S. 43). Gerade in

Bezug auf Kinder und Jugendliche, die oftmals als Hauptzielgruppe musealer Bildungsangebote angesehen werden, hat sich diese Erzählmethode als besonders geeignet erwiesen (vgl. Franken-Wendelstorf et al., 2019, S. 124), insbesondere in Kombination mit interaktiven Formaten wie hier die Graphic Novel. Letztere stellt eine komplexe und multimodale Erzählform dar, die durch die enge Verknüpfung von Bild und Text neue Rezeptionswege eröffnet (vgl. Baetens & Frey, 2015; Calabrese & Zagaglia, 2017). Im Unterschied zum traditionellen Comic handelt es sich bei der Graphic Novel um ein in sich geschlossenes Erzählwerk, das zwar auf zeichnerischen und narrativen Comic-Techniken basiert, jedoch dessen serielles Format ablehnt und dessen grafische Parameter in zeitgemäßer Weise neu interpretiert (vgl. Forni, 2022, S. 251)<sup>2</sup>. Diese Gattung lässt sich somit als hybride Form zwischen Literatur und Comic charakterisieren, in der das Zusammenspiel von Bildsprache und Text ein hohes narratives sowie ein didaktisch-pädagogisches Potenzial entfaltet. Aus diesem Grund enthalten Graphic Novels oft Themen von gesellschaftlicher Relevanz wie Geschichte, Erinnerungskultur, Migration, Umwelt- oder Geschlechterfragen (vgl. Eder, 2016, S. 161–165).

Insbesondere im musealen und bildungspolitischen Bereich haben sich Graphic Novels als effektives Instrument zur breiten Vermittlung historischer und wissenschaftlicher Inhalte bewährt. Der zunehmende Einfluss der Digitalisierung hat darüber hinaus vielfältige Entwicklungen angestoßen, die sowohl das Medium der Graphic Novel als auch digitale Erzählformate nachhaltig geprägt haben. Dazu zählen verschiedene Ansätze der Gamifizierung, die sich im Bildungswesen zunehmend als vorteilhaft erweisen (vgl. Deeg, 2016; Moustafa, 2020). Diese interaktiven Methoden zielen darauf ab, das Verständnis für Kunst und Kultur zu vertiefen (vgl. Beale, 2011; Paliokas & Sylaiou, 2016), und kommen auch im Kulturtourismus zum Einsatz, etwa zur Vermittlung urbaner oder regionaler Kontexte (vgl. Skinner et al., 2018; Xu et al., 2017).

Die Verschmelzung von Storytelling und Graphic Novel hat zur Entstehung sogenannter *Serious Games* geführt, die sich durch einen hohen narrativen und visuellen Anspruch auszeichnen (vgl. Dörner et al., 2016, S. 2-4). Dabei handelt es sich um digitale oder analoge Spiele, die über den reinen Unterhaltungszweck hinausgehen und Lern-, Trainings- oder Kommunikationsziele verfolgen, indem sie Inhalte auf spielerische und interaktive Weise vermitteln. Im Bereich des touristischen Marketings etablieren sich solche Anwendungen zunehmend als wirksame Instrumente, da sie kulturelle Themen immersiv und zielgruppengerecht präsentieren können (vgl. Lampis, 2018; Solima, 2018). Zugleich bieten sie ein erhebliches didaktisches Potenzial (vgl. Radeta et al., 2017), denn durch die Verbindung von Interaktivität, multimedialen Elementen und narrativer Tiefe ermöglichen sie eine motivierende, handlungsorientierte Auseinandersetzung mit komplexen Themen und fördern zugleich die Medienkompetenz (vgl. Kerres, 2017 & 2024) sowie das kritische Denken der Lernenden. Im Folgenden werden einige digitale *Serious Games* vorgestellt, die interaktives Storytelling und das Genre der Graphic Novel nutzen und in Zusammenarbeit mit Museen und Stiftungen entwickelt wurden, um das kulturhistorische Erbe Deutschlands zu vermitteln.

---

2 Der Unterschied zwischen Comic und Graphic Novel ist demnach objektiv und betrifft nicht nur den Inhalt, wie in der Forschung häufig betont wurde, sondern auch die Struktur (vgl. Hausmanninger, 2013, S. 17). Dies hat auch die Frage aufgeworfen, ob die Bezeichnung Graphic Novel sinnvoll ist oder nicht. Eine Vertiefung dieser Thematik findet sich bei Blank (2014).

### 3 Interaktive Graphic Novels zur Förderung der Vermittlung des kulturhistorischen Erbes im Museumskontext

Kultur und Tourismus haben die Bedeutung von *Serious Games* als Instrument zur Verbreitung kultureller Inhalte für touristische Zwecke erst spät erkannt (vgl. Bonacini, 2021, S. 78). Diese Spiele, die häufig in Form von interaktiven Graphic Novels umgesetzt werden, nutzen die Technik des Storytellings als zentrales Element des spielerisch-kognitiven Parcours und folgen den Regeln des *game-based learning design* (vgl. Nesti, 2017). Aus diesem Grund sind sie für die Förderung von kulturellen Besichtigungen und Besuch historischer Stätten und Orte von entscheidender Bedeutung und haben in jüngster Zeit einen signifikanten Zuwachs in deutschen Museen oder Stiftungen verzeichnet (vgl. Franken-Wendelstorf et al., 2019, S. 138-141).

In diesem Abschnitt werden drei *Serious Games* vorgestellt, deren Ziel darin besteht, einerseits die deutschen Museen und Stiftungen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen und andererseits das Bewusstsein für die Relevanz historischer Ereignisse zu schärfen. Dies erfolgt durch die Verbindung von historischen und kulturellen Informationen mit aktiver Unterhaltung. Ein wesentliches Merkmal dieses Formats ist, dass der Verlauf der Erzählung durch die Beteiligung des Publikums beeinflusst werden kann, auch wenn der Interaktionsprozess in allen drei Fällen als passiv bezeichnet werden kann, da die narrativen Veränderungen, die den Spielenden zur Verfügung stehen, vorab festgelegt sind (vgl. Bonacini, 2021, S.76).

Das Spiel *Mission 1929 – Freiheit unter Druck*<sup>3</sup> stellt ein zentrales Instrument der digitalen Vermittlungsstrategie des Vereins Weimarer Republik e.V.<sup>4</sup> dar, das weit über die bloße Wissensweitergabe hinausgeht. Die Zielsetzung der Entwicklung dieses Formats bestand darin, Jugendliche für die komplexen politischen und gesellschaftlichen Umbrüche der späten Weimarer Republik zu sensibilisieren. Zu diesem Zweck wurden relevante Themen wie Pressefreiheit, politische Polarisierung und die Erosion demokratischer Institutionen in ein narratives, interaktives Format überführt. Die Spielenden schlüpfen in die Rolle der fiktiven Journalistin Eva Neumann (vgl. Abb. 1), deren Aufgabe darin besteht, durch Gespräche und das Drucken von Flugblättern gesellschaftliche Stimmungen zu erfassen, eine wachsende demokratiefeindliche Tendenz aufzudecken und die gesellschaftspolitischen Entwicklungen bis hin zur Machtübernahme der Nationalsozialistischen Deutschen Arbeiterpartei (NSDAP) aufzuzeigen.

---

3 Die Entwicklung des *Serious Game* erfolgte durch die Weimarer Republik e.V. in Zusammenarbeit mit der Agentur Pfeffermind im Rahmen des Programms für digitale Begegnungen der Kulturstiftung des Bundes, wobei die Förderung durch den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien erfolgte. Die Browserversion ist unter <https://www.mission1929.de/> erreichbar (letzter Zugriff am 7. Juli 2025).

4 Der Verein engagiert sich seit 2013 für den Erhalt der Erinnerung an die erste deutsche Republik (1918–1933) und die Stärkung der demokratischen Werte. Zu diesem Zweck werden Informationsveranstaltungen, Bildungsinitiativen und weitere Maßnahmen angeboten. Zudem betreibt der Verein das Haus der Weimarer Republik, das am 31. Juli 2019 in Weimar als ständiger Museumsraum eröffnet wurde und sich der Geschichte der Weimarer Republik sowie den aktuellen Herausforderungen der Demokratie widmet. Die offizielle Website, auf der alle geförderten Initiativen aufgeführt sind, kann unter folgendem Link eingesehen werden: [www.weimarer-republik.net](http://www.weimarer-republik.net) (letzter Zugriff am 7. Juli 2025). Auf dieser Plattform werden Ressourcen wie Online-Lernmodule, eine Wanderausstellung sowie Informationen zu Veranstaltungen, zum Studienzentrum und zur Bewerbung für das Haus der Demokratie bereitgestellt.

### Abbildung 1


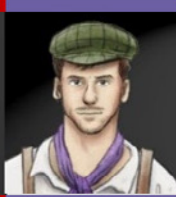



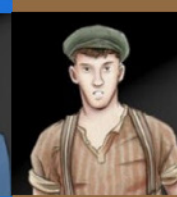
Startbildschirm des Spiels *Mission 1929 – Freiheit unter Druck* mit der Hauptfigur



Das Spiel, bei dem die Teilnehmenden dazu angehalten werden, Menschen aufzuklären und sie mit Flugblättern vor den wachsenden Gefahren des Demokratieverlusts zu warnen, kann sowohl einzeln als auch in der Gruppe gespielt werden. Wie bereits der Titel nahelegt, beginnt das Spiel im Jahr 1929, als die Weimarer Republik das zehnjährige Bestehen ihrer Existenz feierte. Nach den Unruhen der ersten Jahre scheint sich die Lage stabilisiert zu haben, auch wenn die Demokratie-Gegner:innen sich weiterhin gegen die Republik aktivieren und infolgedessen erste Risse und tiefe Konflikte auftauchen. Die junge Journalistin Eva Neumann beobachtet die Entwicklungen mit Sorge und sieht ihre Aufgabe darin, ihre Mitbürger:innen zu warnen. Mittels Flugblätter, die an Plakatflächen angebracht werden, will sie auf beunruhigende Entwicklungen aufmerksam machen und die Bürgerschaft zur Verteidigung der Demokratie aufrufen. Zu diesem Zweck bedient sie sich eines Netzwerks aus Personen (vgl. Abb. 2), von denen sie Informationen über Ereignisse aller Art erhält. Die Spielenden müssen demnach herausfinden, welche Ereignisse wirklich wichtig sind, und Eva dabei helfen, die Plakate zu drucken, da ihr nur eine begrenzte Menge Papier zur Veröffentlichung aller Informationen zur Verfügung steht.

Die fünf Nebenfiguren stammen aus verschiedenen sozialen Schichten, gehören unterschiedlichen Altersgruppen an und vertreten unterschiedliche politische Überzeugungen. Die Gesprächsthemen der Journalistin mit den anderen Figuren der Geschichte beziehen verschiedene Medien und Gegenstände, darunter Plakate, Briefe und Lautsprecherdurchsagen mit ein. Diese nehmen Bezug auf tatsächlich stattgefundenere Ereignisse und Begebenheiten. Damit erfüllt *Mission 1929* eine doppelte Funktion im Rahmen der musealen Kommunikation: Einerseits dient es als niedrigschwelliger Zugang zu historischen Inhalten und fördert durch spielerisches Lernen ein tieferes, kritisches Verständnis der Zeit zwischen 1929 und 1933. Andererseits weckt es dank seines immersiven Designs und der

**Abbildung 2**Die Hauptfigur Eva Neumann und die Nebenfiguren des Spiels mit einer kurzen Beschreibung<sup>5</sup>

						
Charakter	Eva Neumann	Adolph Nießen	Valentin Kreuzer	Martha Kleist	Jasper von Hagenow	Karl Seidel
Kürzel		AN	VK	MK	JvH	KS
Rolle	Die Journalistin	Der linke Arbeiter	Der rational-fröhliche Bankmitarbeiter	Die besorgte Hausfrau	Der alte Oberst	Der verführte Jugendliche
Alter 1929–33	25–29	34–38	41–45	24–28	70–74	17–21
Milieu	Unter-/ Mittelschicht	Arbeiter, Unterschicht	Mittelschicht	Mittel-/ Oberschicht	Oberschicht	Unterschicht
Szene	wechselnd	Pausenraum/ Buswerkstatt	Bankschalter	Küche	Schachbrett im Park	Hinterhof
Politische Entwicklung	stabil sozial-demokratisch	Drift zum linken Rand	stabil linksliberal	stabil katholisch-konservativ	stabil konservativ, revisionistisch	Drift zum rechten Rand

Möglichkeit, sich mit der Protagonistin zu identifizieren und dabei auch authentische Dokumente zu sichten, das Interesse, die Themen der Weimarer Republik zu vertiefen (vgl. Abb. 3). In Verbindung mit dem Haus der Weimarer Republik und dessen Ausstellungen fungiert das Spiel folglich als Brücke zwischen dem digitalen und dem physischen Lernraum in Weimar, in dem viele der im Spiel dargebotenen Dokumente dort aufbewahrt werden. Die interaktive Graphic Novel ermöglicht somit einen Zugang zu historischen Ereignissen und könnte das Interesse an einem Museumsbesuch des Hauses der Weimarer Republik steigern, insbesondere im Zusammenhang mit der multimedialen Dauerausstellung über die Geschichte der ersten deutschen Demokratie oder durch Wechselausstellungen wie *Stimmen der Demokratie*.

Über das Themenportal<sup>5</sup> können zudem Auszüge aus der Online-Ausstellung zur Weimarer Republik zu folgenden Themen eingesehen werden: Grundlagen der Demokratie, Aufbruch und Revolution, die Goldener Zwanziger und die verlorene Freiheit. Dies veranschaulicht, wie digitale Formate in der historischen Bildung nicht nur zur Wissensvermittlung, sondern auch zur Stärkung der kulturellen Teilhabe und museumspädagogischen Wirksamkeit beitragen können.

<sup>5</sup> Das Themenportal kann unter folgendem Link aufgerufen werden: <https://www.weimarer-republik.net/themenportal/> (letzter Zugriff am 7. Juli 2025).

### Abbildung 3

Screenshot des Spiels mit dem Plakat zum Volksbegehren gegen den Young-Plan-Entwurf 1929



Ein zweites Beispiel für eine interaktive Graphic Novel ist *Friedrich Ebert – Der Weg zur Demokratie*.<sup>6</sup> Das Spiel wurde von der Stiftung Reichspräsident-Friedrich-Ebert-Gedenkstätte<sup>7</sup> mit Sitz in Heidelberg in Zusammenarbeit mit der Firma Playing History<sup>8</sup> entwickelt und durch Sondermittel der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gefördert. Es konstituiert ein zentrales Element der modernen museumspädagogischen Strategie der Gedenkstätte, indem es den Teilnehmenden ermöglicht, die Perspektive Friedrich Eberts einzunehmen und durch das Abarbeiten historisch inspirierter Briefe eine Auseinandersetzung mit den Herausforderungen des frühen 20. Jahrhunderts (1900–1925) zu erfahren. Das Spiel findet am Schreibtisch des Präsidenten statt, der ebenso Teil der Dauerausstellung *Vom Arbeiterführer zum Reichspräsidenten* ist (vgl. Abb. 4).

6 Das Spiel, das für seine hohe pädagogische und kreative Qualität mit dem Deutschen Computerspielpreis 2024 in der Kategorie ‚Bestes Serious Game‘ ausgezeichnet wurde, ist unter folgendem Link frei zugänglich: <https://ebert-gedenkstaette.de/das-spiel/> (letzter Zugriff am 7. Juli 2025).

7 Es handelt sich um eine bundesunmittelbare Stiftung des öffentlichen Rechts mit Sitz in Heidelberg. Sie wurde 1986 ins Leben gerufen, um das Andenken an Friedrich Ebert zu bewahren und die historische Auseinandersetzung mit seiner Zeit zu fördern. Zentrales Anliegen der Stiftung ist es, historische Bildungsarbeit zu leisten und demokratische Werte in der Öffentlichkeit zu vermitteln. Dies geschieht in erster Linie durch die Betreuung des Friedrich-Ebert-Hauses, dem Geburtshaus Eberts, das heute ein moderner Erinnerungsort mit einer ständigen Ausstellung zur Geschichte der Weimarer Republik und zur Biografie Friedrich Eberts ist. Die Website der Stiftung kann unter folgendem Link frei eingesehen werden: <https://ebert-gedenkstaette.de/> (letzter Zugriff am 7. Juli 2025).

8 Playing History ist ein auf *Serious Games* und *Gamification* spezialisiertes Berliner Studio, das sich der didaktischen Vermittlung historischer, politischer und gesellschaftlicher Inhalte widmet. Informationen zu laufenden Projekten sind auf der Webseite <https://playinghistory.de/> (letzter Zugriff am 7. Juli 2025) zu finden.

#### Abbildung 4

Screenshots aus dem Spiel (links) und der Schreibtisch, der in der Dauerausstellung zu sehen ist (rechts)



Die Dauerausstellung ist in der 45 m<sup>2</sup> großen Dreizimmerwohnung untergebracht, in der Friedrich Ebert am 4. Februar 1871 geboren wurde, und ist dem Leben und der Zeit Friedrich Eberts gewidmet. Ausgehend von seiner Kindheit in Heidelberg bietet die Dauerausstellung einen detaillierten Einblick in die Geschichte der Arbeiterbewegung, des Deutschen Reiches, des Ersten Weltkriegs, der Revolution von 1918/19 und der Weimarer Republik. Das Spiel thematisiert die gleichen Inhalte, die in vier Kapiteln unterteilt sind. Diese können sowohl nacheinander als auch unabhängig voneinander gespielt werden. Das erste Kapitel, mit dem Titel *Demokratie anbahnen – Das Kaiserreich 1900 bis 1913*, hat die Funktion eines Tutorials. In diesem Kapitel erfolgt eine sukzessive Einführung der einzelnen Spielelemente sowie eine Vermittlung der Spielprinzipien. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, ein Tutorial auch in anderen Kapiteln über das Hauptmenü als Hilfestellung zu öffnen. Die Gesamtspielzeit beträgt etwa 90 Minuten, wobei für jedes Kapitel eine Spieldauer von 15 bis 20 Minuten vorgesehen ist.

Die interaktive Graphic Novel, in der auch Fotos und Archivadokumente zu sehen sind (vgl. Abb. 5), fördert nicht nur ein kritisches Verständnis demokratischer Prozesse, sondern ermöglicht auch eine emotionale Herangehensweise an historische – unter politischem Druck – getroffene Entscheidungen.

Neben der Vermittlung historischen Wissens verfolgt die Stiftung mit diesem Browsergame das Ziel, Interesse und Neugier für die Gedenkstätte und ihre Ausstellungen zu wecken. Digitale Spiele bieten eine niederschwellige Möglichkeit, kulturelle Themen auch Menschen näherzubringen, die nur wenig Kontakt zu musealen Einrichtungen haben (vgl. Deeg, 2016). Das

### Abbildung 5

Ereignisse und Fotos der Ausstellung, die im Spiel dargestellt sind



kostenfreie Format wird durch ein 95-seitiges Begleitmaterial<sup>9</sup> für Lehrkräfte ergänzt, das sowohl online als auch in gedruckter Form eingesetzt werden kann und gezielt zur Auseinandersetzung mit dem Ort anregt. Das Spiel veranschaulicht, wie Museen digitale Erzählformen nutzen können, um junge Zielgruppen interaktiv einzubinden, historisches Bewusstsein zu fördern und zur vertieften Reflexion über gesellschaftspolitische Themen zu ermutigen.

Ein weiteres Beispiel ist das Spiel *Herbst 89 – Auf den Straßen von Leipzig*,<sup>10</sup> das durch die Kooperation zwischen der Felix-Mendelssohn-Bartholdy-Stiftung, dem Deutschen Historischen Museum (DHM) und dem Game-Studio Playing History zustande kam und sowohl im Museum als auch bequem von zu Hause aus gespielt werden kann. Diese interaktive Graphic Novel zielt darauf ab, die historischen Ereignisse des 9. Oktober 1989 auf innovative Weise erfahrbar zu machen und gleichzeitig zur Vermittlung und Werbung der Ausstellung *Roads not Taken. Oder: Es hätte auch anders kommen können*<sup>11</sup> beizutragen. Letztere wurde im DHM präsentiert und thematisiert zentrale Wendepunkte der deutschen Geschichte, wobei insbesondere alternative Entwicklungsmöglichkeiten und historische Kontingenzen in den Fokus rücken. Die interaktive Graphic Novel greift diese konzeptionelle Leitidee auf, indem sie den Spielenden ermöglicht, selbst in Schlüsselmomente des Geschehens einzugreifen und somit verschiedene Handlungsverläufe zu erleben. Dabei wird deutlich, dass Geschichte kein

9 Das Material kann unter [https://ebert-gedenkstaette.de/wp-content/uploads/2023/07/Begleitheft\\_SeriousGame\\_29-06-2023\\_Version2\\_144Mid.pdf](https://ebert-gedenkstaette.de/wp-content/uploads/2023/07/Begleitheft_SeriousGame_29-06-2023_Version2_144Mid.pdf) (letzter Zugriff am 9. Juli 2025) kostenlos eingesehen und im PDF-Format heruntergeladen werden.

10 Der Link zur Browser-Version lautet: <https://www.dhm.de/ausstellungen/roads-not-taken-oder-es-haette-auch-anders-kommen-koennen/herbst-89-auf-den-strassen-von-leipzig/spiel/> (letzter Zugriff am 9. Juli 2025).

11 Aufgrund des signifikant hohen Besucherandrangs wurde die Ausstellung mehrfach verlängert. Weiterführende Informationen sind auf der Webseite <https://www.dhm.de/ausstellungen/roads-not-taken-oder-es-haette-auch-anders-kommen-koennen/> (zuletzt abgerufen am 12. Juli 2025) verfügbar.

linearer Prozess ist, sondern von individuellen Entscheidungen geprägt wird. Durch die Verknüpfung historischer und fiktionaler Figuren werden narrative Zugänge geschaffen, die insbesondere ein jüngeres Publikum ansprechen und eine niedrigschwellige, interaktive Auseinandersetzung mit der Friedlichen Revolution ermöglichen. Auf diese Weise verbindet sich die Erzählung mit dem Spiel und bietet eine einzigartige Gelegenheit, die Bedeutung der Geschichte zu erfahren (vgl. Brusa, 2018).

In einer speziell gestalteten Gamestation innerhalb der Ausstellung mit originalgetreuer Soundkulisse, Stadtansichten von Leipzig und intuitiver Tablet-Bedienung wird das Spiel zu einem immersiven Erlebnis, das traditionelle Formen der Wissensvermittlung sinnvoll ergänzt. Die Kombination aus narrativer Darstellung, Entscheidungsstruktur und interaktiven Elementen fördert nicht nur ein kritisches Geschichtsbewusstsein, sondern macht museale Inhalte für eine breite Öffentlichkeit emotional zugänglich und anschlussfähig. Der Mehrwert des Spiels besteht darin, dass es von Beginn an Archibilder (vgl. Abb. 6 links) vorstellt, die mittels einer Erzählstimme den Beginn der Erzählung einleiten (vgl. Abb. 6 rechts).

#### Abbildung 6

Archivbilder vom 9. Oktober 1989 in Leipzig (links) und ihre Darstellung im Spiel (rechts)



*Herbst89* kann somit als ein gelungenes Beispiel für die Integration digitaler Formate in der museumspädagogischen Kommunikation betrachtet werden. Das didaktische Potenzial des Werkes ist so groß, dass eine Browserversion entwickelt wurde, auf die im nächsten Abschnitt näher eingegangen wird.

## 4 Vorschlag zur Verwendung interaktiver Graphic Novels im DaF-Unterricht

Wie bereits dargelegt, existieren zahlreiche Beispiele für interaktive Graphic Novels, die sich nicht nur für die Kommunikation in Museen eignen, sondern auch als wirksame didaktische Instrumente betrachtet werden können. Die Existenz zweier praktischer Handreichungen für Lehrkräfte veranschaulicht die Implementierung von *Serious Games*, wie *Friedrich Ebert* und *Mission 1929*, in den Klassen 9 bis 13 für alle Schultypen und verschiedene Unterrichtsfächer im deutschen Bildungssystem, darunter Geschichte, Gesellschaftslehre, Gemeinschaftskunde, Sozialkunde und Wirtschaftspolitik. Im Gegensatz zu herkömmlichen Lehrmethoden, deren Fokus vorrangig auf der Informationsaufnahme liegt, betont diese Lernform die aktive

Auseinandersetzung mit narrativen Darstellungen. Durch diese aktive Einbindung werden die kritischen Urteilsfertigkeiten der Lernenden gefördert und der Lernprozess wird konstruktiv gestaltet (vgl. Schaller, 2011). Neben diesen Beispielen existieren jedoch auch weitere Spiele, die im Bereich der Museumskommunikation entwickelt wurden und auch im DaF-Unterricht, insbesondere in den Stunden zur Landeskunde, sinnvoll einsetzbar sind. Dies ist bei der interaktiven Graphic Novel *Herbst89* der Fall, auf deren Grundlage im Folgenden eine Reihe von didaktischen Vorschlägen gemacht werden.

Das Spiel wurde ursprünglich für ein deutschsprachiges Publikum entwickelt und erfordert daher keine besonderen sprachlichen Vorkenntnisse. Im Kontext des DaF-Unterrichts setzt der Einsatz jedoch sprachliche Vorkenntnisse mindestens auf Niveau A2 voraus, damit Lernende die narrativen und interaktiven Elemente verstehen und aktiv nutzen können. Gerade aufgrund seiner authentischen Sprache und glaubwürdigen Kontextualisierung eignet sich das Spiel für den fremdsprachendidaktischen Einsatz, da es reale Kommunikationssituationen simuliert und die Sprachverwendung in einem kulturell bedeutsamen Rahmen fördert. Darüber hinaus bietet das historische Thema einen didaktischen Mehrwert, da es zu den zentralen Inhalten der Landeskunde gehört und sich auch für eine transdisziplinäre Behandlung im Rahmen des Politik- und Gesellschaftsunterrichts bzw. der Bildung für Demokratie und Bürgerschaft eignet.

Um den Spielenden den Einstieg zu erleichtern, ist das Spiel so konzipiert, dass keine inhaltlichen Vorkenntnisse erforderlich sind. Dennoch ist anzumerken, dass das Spielerlebnis lehrreicher und spannender wird, wenn die historische und politische Epoche zumindest in ihren Grundzügen bekannt ist. Einige grundlegende Informationen werden im Einführungsfilm geboten, um den Spielenden zu helfen, sich zurechtzufinden und zu verstehen, worum es geht. Die Filmsequenz beginnt mit Aufnahmen vom Fall der Berliner Mauer und endet mit der Aussage, mit Bezug auf den Ausstellungstitel *Roads not Taken*, und zwar *Es hätte auch anders kommen können*. An dieser Stelle erfolgt eine Rhythmusänderung im Begleitlied und die Erzählstimme beginnt, die folgenden Archivbilder zu kommentieren: die gewaltsame Unterdrückung der demokratischen Unruhen in Peking am 3. Juni 1989, die von der DDR-Regierung bekämpften Unruhen vom 4. Oktober in Dresden, als ein Zug voller Flüchtlinge in Richtung Westen durch die Stadt fuhr und viele Einwohner versuchten, einzusteigen, um ebenfalls zu fliehen. Im Anschluss werden die Feierlichkeiten zum 40. Jahrestag der DDR am 7. Oktober 1989 in Berlin präsentiert, die in der Hauptstadt zu Protesten führten, die von der Polizei niedergeschlagen wurden. Das Einführungsvideo endet am 9. Oktober 1989 in Leipzig, als sich mehr als 70.000 Menschen versammelten, um Reformen zu fordern. Historische Filmaufnahmen werden durch visuelle Elemente aus der Graphic Novel ersetzt (vgl. Abb. 6), wodurch die Teilnehmenden in das Spiel eintauchen, das mit der Auswahl der Spielfigur beginnt.

Die sieben Hauptfiguren werden mit ihrem vollständigen Vornamen und nur dem Anfangsbuchstaben ihres Nachnamens vorgestellt (vgl. Abb. 7). Durch Anklicken der orangefarbenen Schaltfläche wird ein Datenblatt mit ergänzenden Informationen zur Figur angezeigt, anhand dessen sich die Spielenden ein Bild von den Figuren und ihrer politischen Ideologie machen können (vgl. Abb. 7 rechts).

Die Tatsache, dass sieben verschiedene Spielfiguren zur Auswahl stehen, erlaubt die Durchführung des Spiels in der Klasse während des Unterrichts als Gruppenspiel. Auf diese Weise eignet sich das Spiel auch für Klassen auf Niveau A2, da die Texte für Lerngruppen nicht zu

**Abbildung 7**

Screenshots der Bildschirme zur Auswahl der Spielfigu



schwer zu entschlüsseln sind. Wenn die Lernenden jedoch eigenständig und ohne Unterstützung spielen sollen, empfiehlt sich der Einsatz des Spiels ab dem Niveau B1 des GER (Europarat, 2020). Im Folgenden werden Übungsvorschläge präsentiert, die in einer Klasse mit Lernenden der Sprachstufe A2 in Dreiergruppen<sup>12</sup> durchgeführt werden können. Unter Berücksichtigung der erforderlichen grammatikalischen und syntaktischen Vorkenntnisse, des spezifischen Wortschatzes und der in der interaktiven Graphic Novel behandelten Themen sollte die Arbeit im Unterricht mindestens eine Woche dauern und je nach Lehrplan drei bis vier Unterrichtsstunden umfassen.

Vor Beginn des Spiels wird als erste Übung ein Arbeitsblatt eingesetzt, auf dem die Lernenden die Beschreibungen der Hauptfiguren den entsprechenden Charakteren zuordnen. Diese vorbereitende Aktivität dient dazu, die Spielenden mit den verschiedenen Persönlichkeiten und ihren politischen Ideen vertraut zu machen und gleichzeitig das thematische und lexikalische Vorwissen zu aktivieren. Bei Bedarf kann die Übung dahingehend modifiziert werden, dass der Text nicht nur schriftlich, sondern auch mündlich als Lückentext präsentiert wird. Dieser wird zunächst durch eine Hörübung vervollständigt und anschließend dem jeweiligen Protagonisten zugeordnet. Diese Vorgehensweise ermöglicht eine schnellere Selektion der Spielfiguren und erlaubt zudem die Durchführung von Gruppenspielen innerhalb der Klasse.

Eine weitere Übung, die bereits vor Beginn des Spiels durchgeführt werden kann, ist die Vorstellung oder Wiederholung der Abkürzungen, die in der Graphic Novel häufig vorkommen (DDR, SED, MfS, ZK, PDS usw.), um das Lesen während des Spiels zu erleichtern. Dies kann durch eine doppelte Übung erfolgen, wobei die Kombination aus Hörverständnis und Leseverständnis im Mittelpunkt steht. Im ersten Fall werden die Lernenden gebeten, einige Audioaufnahmen mit Akronymen anzuhören und diese auf ein Blatt Papier zu schreiben, um dann

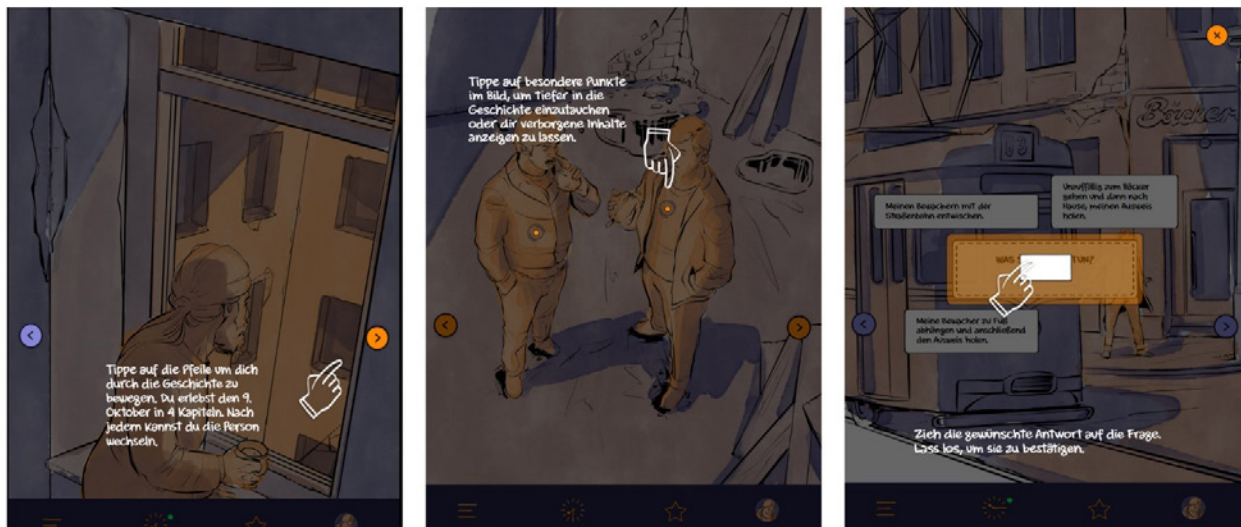
12 Die Entscheidung, Übungen für das Niveau A2 zu erstellen, geht auf die persönliche Erfahrung der Autorin zurück, die jahrzehntelang als DaF-Lehrerin an einer italienischen Schule tätig war, an der Deutsch als dritte Fremdsprache unterrichtet wird und daher das Niveau B1 als Abschlussniveau gilt. Bei der Gruppenzusammensetzung wurde zudem berücksichtigt, dass Deutsch in Italien eine Wahlsprache ist und die Klassen daher in der Regel nicht sehr groß sind, sodass es plausibel ist, dass sie aus 21 oder weniger Personen bestehen.

zu markieren, wo die Betonung<sup>13</sup> liegt. Die vorliegende Übung dient nicht nur der Erkennung der Buchstaben und Wiederholung des Alphabets, sondern auch der Vermittlung von Regeln der Wortbetonung. Im Anschluss werden den Lernenden verschiedene Beschreibungen der Akronyme vorgelegt, die den zuvor entschlüsselten Abkürzungen zugeordnet werden sollen. Eventuell kann auch eine zusätzliche Übung zur Festigung des Wortschatzes mit Karteikarten entworfen werden, die die Lernenden zu Hause üben können, wobei man sich dabei auch neuer Technologien wie z. B. *Quizlet*<sup>14</sup> bedienen kann.

Zur Erleichterung des Verständnisses der Spielregeln können Übungen zur Mediation (vgl. Europarat 2020: 112–113) sowie die Wiederholung der Verbformen im Imperativ durchgeführt werden. In diesem Fall ist es ausreichend, den verschiedenen Gruppen unterschiedliche Spielanweisungen (vgl. Abb. 8) auszuhändigen und ihnen den Vorschlag zu unterbreiten, die Sätze den anderen Gruppen pantomimisch darzustellen, damit diese zumindest in der Muttersprache ihre Bedeutung verstehen können. Jede Gruppe erhält einen Satz in deutscher Sprache, beispielsweise *Tippe auf die Pfeile, um dich durch die Geschichte zu bewegen*, den sie pantomimisch darstellen soll. Die Aufgabe der anderen Gruppen besteht darin, den pantomimisch dargestellten Satz so schnell wie möglich zu erraten.

### Abbildung 8

Spielanweisungen zum Üben der Grammatik sowie für Vermittlungsübungen



Nachdem die Spielanweisungen gesammelt wurden, werden die Lernenden gebeten, die Imperativformen in der zweiten Person Singular (*tippe, zieh, lass los* usw.) zu markieren und die Sätze in andere Imperativ-Formen umzuformulieren, beispielsweise in die Plural- oder Höflichkeitsform.

- 13 In den Abkürzungen findet sich ein Akzentuierungssystem, das dem der Syntagmen ähnelt (Missaglia, 2017, S. 178), wobei es immer einen Hauptakzent am Ende und in einigen Fällen einen Nebentakzent gibt. Die Abkürzung DDR (dE-de-ER) weist sowohl einen Nebentakzent am Anfang als auch einen Hauptakzent am Ende auf, die jeweils durch einen Großbuchstaben und eine Großsilbe in der Version in Klammern gekennzeichnet ist.
- 14 Die Anwendung ist unter <https://quizlet.com/> (letzter Zugriff am 15. Juli 2025) nach einer kostenlosen Registrierung verfügbar. Für die Verwendung im DaF-Hörunterricht wird auf Morf (2024, S. 133–134) verwiesen.

Im Anschluss an die Vorbereitungsübungen wird in einer zweiten Unterrichtsstunde das Spiel mit den sieben Figuren durch die verschiedenen Gruppen durchgeführt. Das Spiel ist in vier Kapitel unterteilt, und nach Abschluss jedes Kapitels können die Teilnehmenden abwechselnd andere Spielfiguren annehmen. Dennoch werden die Lernenden gebeten, ihre Spielfigur während der gesamten Dauer der vier Kapitel beizubehalten und zu versuchen, die Geschichte zu erleben. Auf diese Weise können sie die Handlung konsequent aus der Perspektive ihrer Spielfigur erleben, ihre Entscheidungen und deren Folgen nachvollziehen und eine tiefere Identifikation mit dem Charakter aufbauen. Das Spiel ist so konzipiert, dass jede Entscheidung Auswirkungen auf den weiteren Verlauf hat: Unüberlegte Handlungen können die Spannung erhöhen oder zu Unruhen führen. Die Kontinuität in der Rollenübernahme unterstützt daher nicht nur das Verständnis der narrativen Struktur, sondern fördert auch die Reflexion über Ursachen und Wirkungen individuellen Handelns. Nach Abschluss des Spiels, für das mindestens 45 Minuten (oder sogar die gesamte Unterrichtsstunde) vorgesehen sind, werden die Gruppen gebeten, ihre Ergebnisse vorzulesen und ihre Entscheidungen zu kommentieren. Im Rahmen der Hausaufgaben wird von jedem Lernenden eine Zusammenfassung des Tagesablaufs des Protagonisten angefertigt. Es besteht die Möglichkeit, die Lernenden zu bitten, das Spiel zu Hause noch einmal zu spielen, wobei die Spielfigur beibehalten oder geändert werden kann. Zudem können interessante Aussagen oder Redewendungen, wie z. B. *wir haben Schwein gehabt* oder *blöde Tauben, kacken überall hin*, notiert werden, die anschließend im Unterricht den Wortschatz implementieren oder die Wortschatzerweiterung unterstützen.

Die Unterrichtsstunde nach dem Spiel ist dem *Debriefing*, d. h. der Nachbesprechung gewidmet, die in der Praxis ein kommerzielles Spiel von einem didaktischen Spiel unterscheidet (vgl. Brusa, 2018, S. 148). In diesem Moment erfolgt eine gemeinsame Reflexion der Lehrkraft und der Lernenden über die wesentlichen Ereignisse des Spiels sowie die gewonnenen Erkenntnisse, die getroffenen Entscheidungen und die Faktoren, die zum Erfolg oder Misserfolg der Mission beigetragen haben. Diese Phase stellt einen entscheidenden Übergang von der Simulation zur Realität dar und dient der Festigung des erworbenen Wissens. Es handelt sich um eine besonders herausfordernde Phase, die, sofern sie als monoton oder zu schulisch empfunden wird, die Umsetzung ähnlicher Aktivitäten beeinträchtigen kann. Aus diesem Grund empfiehlt es sich, das *Debriefing* stets in einer kreativen oder spielerischen Form zu gestalten (vgl. Marcato et al., 2007). Um die Nachbesprechung zu einem kreativen Prozess zu gestalten, könnte man die Lernenden bitten, sich eine der entscheidenden Szenen der Graphic Novel vorzustellen und für diese Szene einen Eintrag in den sozialen Medien mit dem Namen ihrer Hauptfigur zu verfassen. Diese Vorgehensweise könnte auch einen Beitrag zur Einübung des kreativen Schreibens leisten.

In der Nachbesprechung können die ‚Fundstücke‘ (vgl. Abb. 9), die die Lernenden während des Spiels entdeckt haben, einer näheren Betrachtung unterzogen werden. Dies ermöglicht den Erwerb zusätzlicher Informationen über Personen und Organisationen, die in der historischen Epoche tatsächlich existiert haben. Ein Beispiel dafür stellt der Journalist Siegbert Schefke dar, der an der Demonstration am 9. Oktober 1989 in Leipzig teilnahm. Dabei gelang es ihm, einige Aufnahmen zu machen, die dann im westlichen Fernsehen ausgestrahlt wurden. Seine Erfahrung inspirierte die Schaffung einer der Spielfiguren, und zwar die des Kameramanns Hannes K.

## Abbildung 9

Die im Spiel vorgestellten Fundstücke durch das MfS und den Journalisten Siegfert Schefke



Das Spiel *Herbst89* kann eine Gelegenheit bieten, das Wissen der Lernenden über die Stadt Leipzig zu vertiefen. Da zahlreiche Szenen der Graphic Novel an strategischen Punkten der Stadt spielen, können einige Übungen dazu dienen, einen Stadtplan der Altstadt von Leipzig zu erstellen. Dies erfährt eine zusätzliche Relevanz bei Schulformen mit tourismusbezogener Orientierung, in denen das Spiel als Anregung dienen kann für die Organisation einer Reise nach Deutschland.

Die interaktive Graphic Novel kann auch als didaktisches Mittel zur Einführung in das Thema der Friedlichen Revolution dienen, das anschließend anhand von Fotos oder Kommentaren aus der Ausstellung *Roads not Taken. Oder: Es hätte auch anders kommen können* des DHM vertieft werden kann, wodurch eine Brücke zwischen Schule und Museum geschlagen wird. Das Museum hat nämlich eine digitale Führung<sup>15</sup> zur Verfügung gestellt, die von den Kurator:innen der Ausstellung erstellt wurde. Mithilfe dieser Führung ist es möglich, die Räumlichkeiten des DHM in Berlin anhand von Filmmaterial digital zu besuchen.

## 5 Schlussbemerkungen und Ausblick

Der Einsatz authentischer und interaktiver Graphic Novels im DaF-Unterricht birgt ein beträchtliches didaktisches Potenzial, da er nicht nur die Sprachkompetenzen fördert, sondern auch einen lebendigen und unkonventionellen Zugang zu kulturellen Inhalten ermöglicht. Materialien dieser Art werden kontinuierlich von Museen oder Stiftungen für ein breites Publikum konzipiert und zur Verfügung gestellt<sup>16</sup>. Solche Materialien zeichnen sich durch ihre Nähe zu realen historischen oder sozialen Kontexten aus und bieten somit eine doppelte

15 Die digitale Führung ist unter folgendem Link verfügbar: <https://www.dhm.de/ausstellungen/roads-not-taken-oder-es-haette-auch-anders-kommen-koennen/kuratorinnenfuehrung-digital/> (letzter Zugriff am 15. Juli 2025).

16 Ein weiteres Beispiel stellt die interaktive Graphic Novel *Behind the Scenes: Nuremberg '34* dar, die in Kürze der breiten Öffentlichkeit zugänglich sein wird. Für detailliertere Informationen bezüglich des Projektes wird auf die Webseite der Nürnberger Museen verwiesen: <https://museen.nuernberg.de/dokuzentrum/aktuelles/behind-the-scenes/> (letzter Zugriff am 15. Juli 2025).

Lernchance, denn einerseits werden rezeptive und produktive Sprachkompetenzen durch multimodale Texte gefördert, andererseits erhalten die Lernenden einen authentischen Einblick in zentrale Themen der deutschen Geschichte, der Erinnerungskultur oder der Gegenwart. Insbesondere interaktive Formate regen zum aktiven Umgang mit Sprache und Inhalten an und ermöglichen ein handlungs- und entdeckungsorientiertes Lernen, das über den klassischen Unterrichtskontext hinausgeht. Darüber hinaus begünstigt die Kombination aus narrativer Tiefe, visuellem Design und digitaler Interaktivität die Motivation der Lernenden und eine nachhaltige Entwicklung der Sprachkompetenz. Da sie im Rahmen musealer Bildungsaktivitäten, beispielsweise von Gedenkstätten oder historischen Einrichtungen, entwickelt wurden, gewährleisten die meisten Graphic Novels zudem eine Vermittlung von fachlichem und kulturell relevantem Wissen, das den Fremdsprachenunterricht bereichert. Ein weiterer Vorteil der Nutzung dieser Art von authentischem Material besteht darin, dass die Lernenden an den musealen Kontext herangeführt werden, der von jungen Menschen nicht immer spontan aufgesucht wird, obwohl Museen als Lern- und Bildungseinrichtungen zu betrachten sind (vgl. Mangold, 2020).

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurden interaktive Graphic Novels analysiert, die von Museen oder Stiftungen konzipiert wurden und sich durch ihr didaktisches sowie kulturelles Potenzial für den Einsatz im DaF-Unterricht auszeichnen. Ein weiterer potenziell fruchtbarer Forschungsansatz könnte in der Untersuchung sozialer Medien als didaktischer Ressource liegen, da Museen in den letzten Jahren vermehrt Plattformen wie Instagram, TikTok oder Facebook nicht nur zur Öffentlichkeitsarbeit, sondern auch als Erweiterung des Ausstellungsraums nutzen. In einigen Fällen haben sich diese Kanäle sogar zu eigenständigen Ausstellungsorten entwickelt, die neue narrative Formen hervorbringen. Ein prominentes Beispiel für die didaktisch fundierte Nutzung von Social-Media-Plattformen für die historische Bildung stellt das Projekt *Eva.Stories*<sup>17</sup> dar. Auf Instagram wird die Geschichte der 13-jährigen Eva Heyman zum Zeitpunkt des Einmarsches der Wehrmacht in Ungarn bis zu ihrer Deportation nach Auschwitz erzählt. Die Geschichte fußt auf authentischen Tagebucheinträgen von Eva Heyman, die im Alter von 13 Jahren in Auschwitz verstorben ist. Ein weiteres innovatives Beispiel ist das Projekt *Facebook 1914*<sup>18</sup>, das vom Musée de la Grande Guerre du Pays de Meaux initiiert wurde. Die Erzählung thematisiert die Erlebnisse des fiktiven französischen Soldaten Léon Vivien während des Ersten Weltkriegs und wird auf einer eigens dafür eingerichteten Facebook-Seite präsentiert. Die Beiträge basieren auf authentischen Museumsobjekten und schaffen eine eindrucksvolle Verbindung zwischen realem Sammlungsgut und erfundenem Erzähler. Derartige Formate weisen ein signifikantes didaktisches Potenzial auf, um historisches Bewusstsein zu fördern, kritisches Denken zu stimulieren und Lernende auf kreative Weise mit authentischen Inhalten zu konfrontieren.

*Die in diesem Artikel besprochenen Forschungsdaten sind in diesem veröffentlichten Artikel enthalten.*

---

17 Die Seite, die zum aktuellen Zeitpunkt bereits mehr als eine Million Follower erreicht hat, ist unter der Adresse <https://www.instagram.com/eva.stories/> erreichbar (letzter Zugriff am 12. Juli 2025).

18 Die Seite ist unter folgendem Link verfügbar: <https://www.facebook.com/leon1914> (letzter Zugriff am 15. Juli 2025).

## Literaturverzeichnis

- Asogwa J. I. (2024). The Role of Augmented Reality in Museum Exhibitions: Enhancing Visitor Engagement and Learning. *Journal of Arts and Management* 3(2), 46-49.
- Baetens, J. & Frey, H. (2015). *The Graphic Novel. An Introduction*. Cambridge University Press.
- Bangert, A. (2020). Soziokultur und »Dritte Orte«. In N. Sievers, U. Blumenreich, S. Dengel & C. Wingert (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2019/20. Thema: Kultur. Macht. Heimaten. Heimat als kulturpolitische Herausforderung* (S. 373-378). Band 17. Transcript.
- Beale, K. (2011). *Museum at Play: Games, Interaction and Learning*. Museum.
- Blank, J. (2014). *Vom Sinn und Unsinn des Begriffs Graphic Novel*. Christian A. Bachmann.
- Bonacini, E. (2021). *Digital Storytelling nel marketing culturale e turistico*. Dario Flaccovio.
- Brusa, A. (2018). Raccontare, giocare, imparare storia. In C. Dal Maso (a cura di): *Racconti dal museo Storytelling d'autore per il museo 4.0* (S. 141-152). Edipuglia.
- Cajelli, D. & Toniolo, F. (2018). *Storytelling crossmediale. Dalla letteratura ai videogiochi*. Unicopli.
- Calabrese, S. & Zagaglia, E. (2017). *Che cos'è il graphic novel*. Carocci.
- Cataldo, L. (2011). *Dal Museum Theatre al Digital Storytelling. Nuove forme della comunicazione museale tra teatro, multimedialità e narrazione*. Franco Angeli.
- Dal Maso, C. (a cura di) (2018). *Racconti dal museo Storytelling d'autore per il museo 4.0*. Edipuglia.
- Deeg, C. (2016). Gaming als Blaupause für eine neue partizipative, digitale Kulturvermittlung. In B. Mendel (Hrsg.), *Teilhabeorientierte Kulturvermittlung* (S. 227-236). Transcript.
- Dörner, R.; Göbel, S.; Effelsberg, W. & Wiemeyer, J. (2016). Introduction. In R. Dörner; S. Göbel; W. Effelsberg & J. Wiemeyer (Hrsg.), *Serious Games: Foundations, Concepts and Practice* (S. 1-34). Springer.
- Eder, B. (2016). Graphic Novels. In J. Abel & C. Klein (Hrsg.), *Comics und Graphic Novels. Eine Einführung* (S. 156-168). J. B. Metzler.
- Europarat (2020). *Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprachen: lernen, lehren, beurteilen. Begleitband*. Klett.
- Fontana, A. (2018). *Storie che incantano*. Roi Edizioni.
- Forni, D. (2022). Dai classici della letteratura ai graphic novel. Adattare i Classici a fumetti per una nuova educazione letteraria e visuale. In E. Corbi & F. M. Sirignano (a cura di), *Sguardi sull'educazione* (S. 247-270). Pensa Multimedia.
- Franken-Wendelstorf, R.; Greisinger, S.; Gries, C. & Pellengahr, A. (Hrsg.) (2019). *Das erweiterte Museum. Medien, Technologien und Internet*. Deutscher Kunstverlag.
- Gebauer, A. M. (2021). *Die Dynamik digitaler Kunstvermittlung als Linse. Design, empirische Forschung und Theoriebildung in der Kunst- und Museumspädagogik*. Kopaed.
- Hausmanninger, T. (2013). Die Hochkultur-Spaltung. »Graphic Novels« aus sozial- und kulturwissenschaftlicher Perspektive. In: D. Grünewald (Hg.), *Der dokumentarische Comic. Reportage und Biografie* (S. 17-30). Bachmann.
- He, Z.; Wu, L. & Li Xiang R. (2018). When art meets tech: The role of augmented reality in enhancing museum experiences and purchase intentions. *Tourism Management* 68, 127-139.
- Herbst, D. G. & Musiolik, T. H. (2022). *Digital Storytelling: Spannende Geschichten für interne Kommunikation, Werbung und PR*. 2. Auflage. Herbert von Harlem.

- Kerres, M. (2017). Digitalisierung als Herausforderung für die Medienpädagogik: Bildung in einer digital geprägten Welt. In C. Fischer (Hrsg.), *Pädagogischer Mehrwert? Digitale Medien in Schule und Unterricht. Münstersche Gespräche zur Pädagogik* (S. 85-104). Waxmann.
- Kerres, M. (2024). *Mediendidaktik. Lernen in der digitalen Welt*. 6. Auflage. De Gruyter.
- Kramper, A. (2017). *Storytelling für Museen. Herausforderungen und Chancen*. Transkript.
- Lambert, J. (2013). *Digital Storytelling: Capturing lives, creating communities*. 4<sup>th</sup> Ed. Routledge.
- Lampis, A. (2018). I videogiochi per conoscere arte e cultura. In *Economia e Cultura* 3, 269-274.
- Mangold, M. (2020). Das Museum als Lern- und Bildungsinstitution. In M. Mangold; P. Weibel & J. Wolletz (Hrsg.), *Vom Betrachten zum Gestalten. Digitale Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektive für die Bildung* (S. 45-60). 2. Aufl. Nomos.
- Marcato, P.; Del Guasta, C. & Bernacchia, M. (2007). *Gioco e dopogioco. Con 48 giochi di simulazione e comunicazione e un'utile guida per il debriefing*. La Meridiana.
- Missaglia, F. (2017). Fonetica e prosodia. In M. Costa & M. Foschi Albert (a cura di), *Grammatica del tedesco parlato*, (S. 171-195). UPI.
- Morf, M. (2024). *Le competenze di ascolto nel tedesco come lingua straniera. Decodifica prosodica e nuove tecnologie per mediatori linguistici*. Carocci.
- Moustafa, R. H. E. (2020). The Role of Edutainment in Museums, Learn through Play. *International Journal of Multidisciplinary Studies in Heritage Research* 3(1), 15-19.
- Nardi A. & Ravetto M. (2023): Museumskommunikation als Dimension der Kunstkommunikation. Objekt- und adressatenorientierte Facetten. *Linguistik Online* 124, 3-11. <https://doi.org/10.13092/lo.124.10720>.
- Nesti, R. (2017). *Game-based Learning. Gioco e progettazione ludica in educazione*. ETS.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place. Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts at the Heart of a Community*. Marlowe.
- Paliokas, I. & Sylaiou, S. (2016). The use of Serious Games in Museum Visits and Exhibitions: A Systematic Mapping Study. In *8<sup>th</sup> International Conference on Games and Virtual Worlds for serious Applications, IEEE* (S. 1-8). Barcellona.
- Perissinotto, A. (2020): *Raccontare. Strategie e tecniche di storytelling*. Laterza.
- Petousi D.; Katifori A.; Servi K.; Roussou M. & Ioannidis Y. (2022). Interactive Digital Storytelling in Cultural Heritage: The Transformative Role of Agency. In M. Vosmeer & L. Holloway-Attaway (eds), *Interactive Storytelling. ICIDS 2022. Lecture Notes in Computer Science, vol. 13762* (S. 48–67). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-22298-6\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-031-22298-6_3).
- Preuß, K. & Hofmann, F. (Hrsg.) (2017). *Kunstvermittlung im Museum. Ein Erfahrungsraum*. Waxmann.
- Radeta, M.; Cesario, V.; Matos, S. & Nisi, V. (2017). Gaming Versus Storytelling: Understanding Children's Interactive Experiences in a Museum Setting. In N. Nunes, I. Oakley & V. Nisi (eds.), *Interactive Storytelling. International Conference on Interactive Digital Storytelling* (S. 163-178). Springer.
- Ragone, G. (2016). Storytelling, immaginari, heritage. In: S. Calabrese & G. Ragone (a cura di): *Transluggi. Storytelling, beni culturali, turismo esperienziale* (S. 41-60). Liguori.
- Schaller, D. (2011). From knowledge to narrative to systems? Games, rules and meaning-making. In J. Trant & D. Bearman (eds.), *Museums and the Web 2011: Proceedings*. Toronto: Archives & Museum Informatics [https://museumsandtheweb.com/mw2011/papers/from\\_knowledge\\_to\\_narrative\\_to\\_systems\\_games\\_r.html](https://museumsandtheweb.com/mw2011/papers/from_knowledge_to_narrative_to_systems_games_r.html) (letzter Zugriff am 11. Juli 2025).
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. MUSEUM.

- Skinner, H.; Sarpong, D. & White, G. R. T. (2018). Meeting the needs of the Millennials and Generation Z: gamification in tourism through geocaching. *Journal of Tourism Futures* 4(1), 93-104.
- Solima, L. (2018). Il gaming per i musei. L'esperienza del Mann. *Economia e Cultura* 3, 275-290.
- Thiemeyer, T. (2013). Simultane Narration – Erzählen im Museum. In A. Strohmaier (Hg.), *Kultur - Wissen - Narration: Perspektiven transdisziplinärer Erzählforschung für die Kulturwissenschaften* (S. 479-488). Transcript. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839416501.479>.
- Thiemeyer, T. (2018). *Geschichte im Museum. Theorie – Praxis – Berufsfelder*. Narr Franke Attempo.
- Woletz, J. & Volkwein-Mogel, J. (2020). Digital Storytelling als Technik zur Wissens- und Kulturvermittlung (nicht nur) in Museen. In M. Mangold; P. Weibel & J. Woletz (Hrsg.), *Vom Betrachten zum Gestalten. Digitale Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektive für die Bildung* (S. 77-91). 2. Aufl. Nomos.
- Xu, F.; Buhalis, D. & Weber, J. (2017). Serious games and the gamification of tourism. *Tourism Management* 60, 244-256.

## Webseiten der untersuchten interaktiven Graphic Novels<sup>19</sup>

*Friedrich Ebert – Der Weg zur Demokratie*: <https://ebert-gedenkstaette.de/das-spiel/>

*Herbst 89 – Auf den Straßen von Leipzig*: <https://www.dhm.de/ausstellungen/roads-not-taken-oder-es-haette-auch-anders-kommen-koennen/herbst-89-auf-den-strassen-von-leipzig/spiel/>

*Mission 1929 – Freiheit unter Druck*: <https://www.mission1929.de/>

## Izvešček

### Muzejsko zgodbarjenje in novi mediji: interaktivni stripovski romani in njihov didaktični potencial

V dobi vse večje digitalizacije in naraščajočega vpliva medijev muzeji razvijajo različne inovativne komunikacijske strategije, s katerimi želijo pritegniti mlade obiskovalce in jih spodbuditi k aktivnemu spoznavanju zgodovinskih vsebin. Avtorica v prispevku preučuje didaktični potencial interaktivnih stripovskih romanov, ki jih ustvarjajo muzeji in fundacije, za uporabo pri pouku nemščine kot tujega jezika. Najprej oriše ključne značilnosti sodobnih stripovskih romanov s področja muzejske komunikacije, nato pa prikaže, kako je te formate mogoče uporabiti za razvijanje jezikovnih, kulturnih in medijskih kompetenc v razredu. Posebno pozornost nameni povezovanju avtentičnega zgodbarjenja, vizualnih dražljajev in interaktivnih elementov, ki nimajo zgolj motivacijskega učinka, temveč tudi podpirajo trajnostne učne procese. Prispevek sklene z nekaterimi razmisleki in pogledom na prihodnje raziskovalne cilje, ki bodo osredotočeni na vlogo družbenih omrežij v muzejskem kontekstu, širitev razstavnih prostorov v digitalna okolja in vključevanje digitalne kulturne ponudbe v poučevanje jezika.

**Ključne besede:** muzejska komunikacija, digitalno zgodbarjenje, interaktivni stripovski romani, poučevanje nemščine kot tujega jezika

19 Der letzte Abruftermin für alle Webseiten war der 4. September 2025.

Jan Engberg<sup>1</sup>  
Universität Aarhus, Dänemark  
je@cc.au.dk

Paper received: 09.10.2025  
Paper revised: 26.11.2025  
Paper accepted: 02.12.2025

Antonella Nardi<sup>1</sup>  
Universität Macerata, Italien  
antonella.nardi@unimc.it

# ERNEUERUNG DER BEWÄHRTEN TRADITION: DEUTSCHE UNKONVENTIONELLE AUDIOGUIDES UND MÖGLICHKEITEN IHRER DIDAKTISCHEN VERWENDUNG

## Abstract

In diesem Beitrag wird zunächst untersucht, in welchem Maße zwei unkonventionelle Audioguides (ein thematisch ausgerichteter und ein literarischer Audioguide) dem konventionellen Textsortenmuster ähneln und in welchen Aspekten sie sich davon unterscheiden. Wir verwenden dabei ein in einer früheren Arbeit (Nardi & Engberg 2023) entwickeltes kombiniertes wissens- und funktionsbezogenes Analyseinstrument. Als Ergebnis ist festzuhalten, dass beim thematischen Audioguide trotz seiner Unkonventionalität sowohl wissens- als auch funktionsbezogene Elemente des konventionellen Textsortenmusters übernommen werden, aber in unterschiedlicher Verteilung und mit unterschiedlicher inhaltlicher Füllung. Beim literarischen Audioguide gibt es einen grundsätzlichen Unterschied zum konventionellen Textsortenmuster in Bezug auf seine Funktion, doch lässt sich eine gewisse Übernahme wissensbezogener Elemente feststellen. Diese Einsichten dienen im zweiten Teil der Arbeit als Grundlage für die Ausarbeitung von DaF-Aktivitäten auf dem Gebiet Deutsch als Fremdsprache, bei denen sowohl die Grundmerkmale von Audioguides (Verknüpfung von Text und Gemälde) als auch auf die Besonderheiten von unkonventionellen Audioguides abheben.

**Schlüsselwörter:** Audioguides, Konventionen, Wissensstrukturen, Sprechhandlungen, DaF-Didaktik

## Abstract

### Innovation within Tradition: Unconventional German Audio Guides and Their Didactic Potential

This paper first examines how two unconventional audio guides – one thematic and one literary – relate to and diverge from the conventional text type pattern. A combined knowledge- and function-related

1 Der vorliegende Beitrag ist das Ergebnis der gemeinsamen Diskussion. Generell sind beide Verfassenden für alle Abschnitte verantwortlich, aber die Abschnitte 2.3, 3.1.2, 3.2.1 und 4 sind hauptsächlich von Antonella Nardi und die Abschnitte 2.1, 2.2, 3.1.1 und 3.2.2 hauptsächlich von Jan Engberg verfasst.



analysis tool developed in an earlier study (Nardi & Engberg 2023) is applied. The analysis shows that the thematic audio guide, while unconventional, retains both knowledge- and function-related key features of the traditional text type model, although with a different distribution and different content. In the case of the literary audio guide, there is a fundamental difference from the conventional text type pattern in terms of function, while a certain adoption of knowledge-related elements can be observed. These insights form the basis for the development of German as a Foreign Language activities in the second part of the paper, highlighting both the core characteristics of audio guides (linking text and painting) and the distinctive features of unconventional audio guides.

**Keywords:** audio guides, text type conventions, knowledge-based structures, speech actions, German as a foreign language didactics

## 1 Einführung

Audioguides spielen eine zentrale Rolle in der Vermittlung von Wissen über Kunst. In einer früheren Arbeit haben wir die ersten Schritte in Richtung einer Beschreibung der konventionellen Textsortenmuster solcher Audioguides hinsichtlich ihrer funktionalen und inhaltlichen Bestandteile vorgelegt (Nardi & Engberg, 2023). Darin haben wir die intra- und interkulturellen Gemeinsamkeiten von Audioguides anhand eines kleinen mehrkulturellen Korpus untersucht. Dabei lag unser Hauptaugenmerk auf die Erfassung der Funktion, Besuchenden Merkmale von Kunstwerken in Museen inhaltlich zu vermitteln und auf die Art, wie dies im italienischen, deutschen und dänischen Museumskontext textuell realisiert wird. Im vorliegenden Beitrag werden einige Punkte aus dieser Untersuchung dargelegt, die für die hiesigen Analysen relevant sind.

Über die genannte unmittelbar auf der Hand liegende Funktion hinaus haben Audioguides auch die Funktion, das Besprochene als Kunstwerk zu deklarieren und dadurch potenziell zu konstruieren. Diese Funktion kann so umschrieben werden, dass ein besprochener Gegenstand dadurch als Kunst markiert und somit jedenfalls potenziell zu Kunst gemacht wird, dass über ihn mit den Mitteln der Kunstkommunikation gesprochen wird. Dieser Ansatz geht auf Hausendorf (2011, S. 511) zurück, der die von ihm entwickelte Position wie folgt beschreibt: „Im Mittelpunkt [...] steht [...] ein Beschreibungsmodell, das nachzeichnen soll, wie etwas sinnlich Wahrnehmbares (Sichtbares, Hörbares, Greifbares, ...) durch Sprechen und Zuhören bzw. durch Schreiben und Lesen *als Kunstwerk* in die Welt kommt.“ Interessant ist für ihn somit, „wie in der Kommunikation *über* Kunst Kommunikation *durch* Kunst ermöglicht und wahrscheinlich gemacht wird.“ (Hausendorf, 2011, S. 511) Diese konstruktive Funktion basiert traditionell auf der Fachexpertise der das Wissen vermittelnden Person, weshalb diese Fachkompetenz auch in vielen Fällen ausdrücklich vermerkt wird. Sie kann aber auch darin zum Ausdruck kommen, dass genau das Wissen in den Vordergrund gerückt wird, das aus der Sicht der Kunstgeschichte zum Fachwissen gehört und folglich auch in kunstgeschichtlichen Kategorien eingeteilt wird. Diese Merkmale lassen sich als Bestandteile eines Textsortenmusters auffassen, in diesem Falle des Musters der Textsorte der musealen Audioguides. Folglich kann die mehr oder weniger umfassende Übernahme des prototypischen Textsortenmusters zum Audioguide als eines der Mittel aufgefasst werden, mit denen dieser Konstruktionsprozess erfolgen kann.

Wie der Blick auf Museumswebseiten wie die des Kunsthistorischen Museums Wiens zeigt, ist heutzutage neben den klassischen, sozusagen ‚mustergetreuen‘ Audioguides hinaus eine zunehmende Vielfalt an Formen und Ansätzen zu beobachten. Unkonventionelle Audioguides experimentieren mit innovativen Vermittlungsstrategien, sowohl formal wie inhaltlich, behalten aber die Bezeichnung ‚Audioguide‘ bei. Uns interessiert hier zentral, worin die Unterschiede und wo die Überlappungen zwischen dem klassischen Textsortenmuster und den unkonventionellen Audioguides bestehen. Man kann sagen, dass wir hier eher die peripheren als die prototypischen Vertreter der Textsorte ins Visier nehmen möchten, was nebenbei angemerkt ebenfalls eine unkonventionelle Herangehensweise bei Textsortenuntersuchungen darstellt. Die Peripherie interessiert uns erstens im Hinblick auf die Museumskommunikation an sich, da sich in ihnen künftige Entwicklungen der Textsorte abzeichnen können. Wir arbeiten dabei nach einer Annahme, nach der museale Agierende bei aller Experimentierfreude auch bei unkonventionellen Kommunikaten die Zugehörigkeit zum System der Kunstkommunikation und insbesondere zur konstruktiven Funktion ihrer Kommunikation nicht verlieren möchten. Diese Annahme wird zwar hier nicht zentral untersucht (dazu müsste man die musealen Agierenden befragen). Unsere Untersuchung von Unterschieden und Überlappungen zum klassischen Textsortenmuster kann aber dazu beitragen, die Annahme zu bestärken. Zweitens möchten wir als unser zentrales Anliegen mit dem Beitrag untersuchen, inwieweit die Merkmale der randständigen Audioguides besondere didaktische Möglichkeiten geben, um mit dem generellen Merkmal der Verknüpfung von Text und Gemälden bei Audioguides in besonderer Weise zu arbeiten. Im ersten Teil unseres Beitrags werden wir die Merkmale zweier zufällig ausgewählter Randfälle ermitteln (Abs. 2-3), um uns im zweiten Teil (Abs. 4) mit den didaktischen Aspekten zu befassen.

## **2 Theoretische Grundlagen und Methode**

Die Grundlage des vorliegenden Beitrags ist eine früher von uns verfasste Arbeit zu Audioguides (Nardi & Engberg, 2023). Primäres Ziel war es in der früheren Arbeit, ein komplexes Analyseraster zu entwickeln, das sowohl Fachwissen als auch fachkundiges Handeln im Bereich der Kunstvermittlung im Museum erfassen konnte. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir induktiv vorgehend erstens die vorkommenden Sprechhandlungen ermittelt und zweitens erfasst, welche Wissens Elemente zu ‚Gemälden als Kunstgegenständen‘ in den Texten vorgefunden werden konnten. Auf dieser Grundlage ist ein erster heuristischer Vorschlag zu einem entsprechenden Muster der Textsorte aus funktionalen und wissensbezogenen Komponenten aufgestellt worden. Die Prinzipien der Musteraufstellung sollen im Folgenden beschrieben werden und dann auf die Analyse zweier unkonventioneller Audioguides angewandt werden.

### **2.1 Wissens Elemente als Analysegegenstand**

Audioguides werden in diesem Zusammenhang als Kommunikate untersucht, deren Zielsetzung in der Vermittlung von Fachwissen besteht, auch um die Funktion der Konstruktion des Besprochenen als Kunst zu erreichen. Dadurch dass in ihnen Fachleute Fachgegenstände besprechen, stellen sie Beispiele von Kommunikaten dar, die aus der Perspektive

der Wissenskommunikation untersucht werden können. In dieser Perspektive liegt der Fokus auf dem Wissen, das von den Verwendenden auf der Grundlage der Kommunikation aufgebaut werden kann. Weil es sich hier um eine Kommunikationssituation handelt, bei der Fachleute über ihren Fachgegenstand mit Laien kommunizieren, gilt unser besonderes Interesse der Frage, welche Teile des potenziell relevanten Wissens, über die die musealen Agierenden als Fachkundige verfügen, von ihnen in konkreten Texten ausgewählt werden.

Als Beschreibungsmodell haben wir dabei für das von uns entwickelte Analyseraster den Begriff des Frames gewählt (vgl. Busse 2012). Damit sollen Modelle des Grundwissens aufgebaut werden, das im Langzeitgedächtnis der erfahrenen Kommunizierenden angelegt ist, strukturiert in *Slots* und *Fillers*:

„Aus der Sicht des Inhalts ist der Frame also eine Organisationseinheit für Wissen, die lexikalische Einheiten koppelt, die durch Erfahrung oder durch ihre Zugehörigkeit zum selben Teil z. B. des juristischen Fachwissens oder des fachkundigen Handelns miteinander verbunden sind [...]. Strukturell wird das im allgemeinen Frame-Ansatz in der Form von *Slots* umgesetzt, die mit *Fillers* befüllt werden [...]. *Slots* sind die [...] Dimensionen, nach denen die Bedeutung eines Begriffs organisiert ist, d.h. die Bausteine der Struktur des Wissens, das ein Wort hervorruft.“ (Engberg, 2023, S. 3)

Dieses Beschreibungsinstrument haben wir für die Analyse von Gemälde-Audioguides verwendet, wie im folgenden Abschnitt dargestellt werden soll.

## 2.2 Etablierte Wissensstruktur-Muster

In unserer früheren Arbeit (Nardi & Engberg, 2023) haben wir eine kleine Auswahl an deutschen, italienischen und dänischen Museum-Audioguides zu Gemälden analysiert und verglichen. Aus der Sicht der Wissensperspektive war das primäre Ziel dabei, das umfassende verstehensrelevante Wissen der Textsorte zu erfassen und in *Slots* zu strukturieren. In diesem Prozess wollten wir ein komplexes Analyseraster entwickeln, das sowohl Fachwissen als auch fachkundiges Handeln im Fachbereich der Kunstvermittlung im Museum erfassen kann.

Darüber hinaus wollten wir Hypothesen zu etwaigen kulturellen Unterschieden entwickeln, was im vorliegenden Beitrag aber keine zentrale Rolle spielen soll.

Das Ergebnis der induktiven Analyse von Audioguides aus den drei sprachlichen Kontexten waren die folgenden 12 *Slots* des Wissensrahmens „Gemälde als Kunstgegenstand“ (Nardi & Engberg, 2023, S. 132). Sie indizieren alle inhaltlichen Arten des Wissens, zu dessen Aufbau die Texte durch ihre Wort- und Themenwahl anregen:

**Tabelle 1**

Vereinfachter Vorschlag einer Struktur für Slots des Frames „Gemälde als Kunstgegenstand“

1. Name des Bildes
2. Lokal/Aufenthaltsraum
3. Ausstellungsgeschichte
4. Zuschreibungsgeschichte
5. Entstehungszeit(raum)
6. Entstehungskontext
7. Material und Beschaffenheit des Bildes
8. Bildmotiv
9. Bildaufbau/Komposition
10. Malweise
11. Technik
12. Wirkungen auf Erlebnis des Zuschauers

Von diesen potenziell in Audioguides vorkommenden Dimensionen (Slots) sind nicht alle in den jeweiligen Sprachkontexten vorhanden. In allen drei Sprachen haben wir die Audioguides daraufhin untersucht, welche Slots jeweils gehäuft vorkommen. Dabei waren wir daran interessiert, ob sich die jeweiligen Sprachkontexte unterscheiden. Da dieser vergleichende Aspekt hier keine Rolle spielt, wollen wir uns auf die in Tabelle 2 erfassten häufigen *Slots* in den deutschen Audioguides konzentrieren (Nardi & Engberg, 2023, S. 132–133).

**Tabelle 2**

Gehäuft vorkommende Slots des Frames „Gemälde als Kunstgegenstand“ in untersuchten deutschen Audioguides

1. Name des Bildes
6. Entstehungskontext
8. Bildmotiv
9. Bildaufbau/Komposition
12. Wirkungen auf Erlebnis des Zuschauers

Auf dieser Grundlage nehmen wir an, dass diese Dimensionen Teil des prototypischen deutschsprachigen Textsortenmusters sind, das zum Fachwissen von kunstgeschichtlichen Vermittelnden an Museen gehört und als Grundlage für den Vergleich mit den unkonventionellen Audioguides benutzt werden können.

## 2.3 Sprechhandlungen als Analysegegenstand und ihre Verteilung in deutschen Audioguides

Wie schon in Nardi & Engberg (2023, S. 120-123) illustriert, dienen Audioguides aus funktional-pragmatischer Perspektive der Versprachlichung von Sprechhandlungsverkettungen mit dem Zweck, Wissensdefizite seitens der Hörenden bezüglich bestimmter Kunstobjekte auszugleichen. Um relevante Inhalte zugänglich zu machen und den Hörenden eine adäquate Verarbeitung des zu vermittelnden Wissens über das fokussierte Kunstobjekt (vgl. 2.2) zu ermöglichen bzw. zu erleichtern, bedienen sich Produzierende von Audioführungen einer Kombination von Sprechhandlungen. Diesbezüglich hat sich ergeben (Nardi, 2013; 2018), dass Schreibende klassischer Audioguides auf drei Hauptsprechhandlungen zurückgreifen: das BESCHREIBEN, das ERKLÄREN, das ERLÄUTERN.

Im Folgenden wird kurz auf die oben genannten Sprechhandlungen mit Bezug auf die museale Kommunikation eingegangen<sup>2</sup>:

Das BESCHREIBEN (vgl. Rehbein, 1984, S. 74–89) betrifft das, was gesehen wird und dient der Orientierung der Hörenden im Raum, hier im Gemälde- und Bildraum, durch die gezielte Strukturierung der Bildwahrnehmung. Bei dieser Sprechhandlung sind bestimmte Schritte zu erkennen: (1) Einen Überblick über das Kunstobjekt geben; (2) relevante Elemente auswählen, (3) sie organisieren und (4) ihnen eine Richtung geben.

Das ERKLÄREN (vgl. Rehbein, 1984, S. 86–89; Hohenstein, 2006) dient dem Deutlichmachen des funktionalen Zusammenhangs der beschriebenen Elemente. Dadurch wird klar, wie das (Kunst-)Objekt „funktioniert“, d.h. wie es sich auf die Hörenden auswirkt.

Beim ERLÄUTERN (vgl. Bührig, 1996) geht es um die Hinzufügung von neuem Wissen, meistens von fachlichem Wissen, um eventuelle Lücken im Vorwissen der Rezipierenden zu schließen. In Audioführungen dient diese Sprechhandlung meist der Einfügung kunsthistorischen Fachwissens, um das Bildverständnis zu vollziehen.

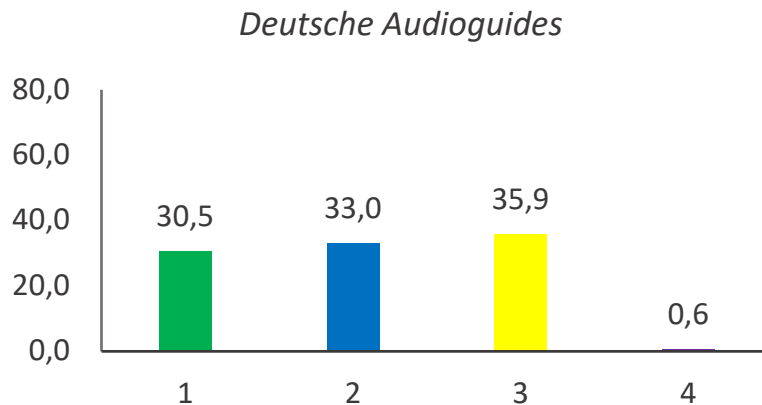
Aus unserer früheren Studie (Nardi & Engberg, 2023, S. 125-131) hat sich ergeben, dass in der ganzen Textgrundlage dänischer, deutscher und italienischer Audioguides die maßgebende Sprechhandlung ERLÄUTERN war, obwohl sich kulturspezifische Unterschiede ermitteln ließen.

Bei deutschen Texten hat sich folgende Gesamtgewichtung der untersuchten Sprechhandlungen (1. Das BESCHREIBEN (grün), 2. Das ERKLÄREN (blau), 3. Das ERLÄUTERN (gelb)) gezeigt:

2 Die erwähnten Sprechhandlungen wurden von den genannten Autoren und Autorinnen (Rehbein, 1984 – für das BESCHREIBEN; Bührig, 1996 – für das ERLÄUTERN; Hohenstein, 2006 – für das ERKLÄREN) im Hinblick auf andere Diskursarten der mündlichen Kommunikation funktional-pragmatisch behandelt. Sie sind aber u.E. auch für die Analyse von Audioguidetexten geeignet, da AG-Schreibende beim Verfassen der Texte auf die Abwesenheit der Rezipierenden Rücksicht nehmen und ihr sprachliches Handeln nach einem Bild der Hörenden organisieren, das sie im Kopf haben (Modellierung der Hörenden, vgl. Nardi & Engberg 2023, S. 120-121). Insofern versuchen sie, etwaige hörerseitige Wissenslücken zu antizipieren und zu schließen.

### Grafik 1

Prozentuale Gesamtgewichtung von Sprechhandlungen in den untersuchten deutschen Audioguides (Nardi & Engberg, 2023, S. 125)



Auf der Grundlage der Analyse deutscher Audioguides erweisen sich folgende Merkmale im Vergleich mit den italienischen und dänischen Texten (Nardi & Engberg, 2023, S. 135-137) als wesentlich:

- ein ausgewogeneres Verhältnis zwischen den drei Sprechhandlungen;
- eine stärkere prozentuale Konsistenz an der miteinander verflochtenen Sprechhandlungen BESCHREIBEN und ERKLÄREN, wobei das ERLÄUTERN funktional an sie angekoppelt ist;
- das Vollziehen von kommunikativen Praktiken, die kanonisiertes Wissen (das ERLÄUTERN) aber auch prozedurales Wissen (das BESCHREIBEN und das ERKLÄREN) als verstehensrelevant vermitteln;
- das Erfolgen des Wissenstransfers primär *durch* das Gemälde. Ziel ist die Förderung eines dynamischen, handlungsorientierten Kunsterlebnisses, das den Entstehungskontext des Kunstwerks (das ERLÄUTERN), die Schulung der visuellen Wahrnehmung im Hinblick auf Bildaufbau, -komposition und -motiv (das BESCHREIBEN) sowie die ästhetische Wirkung auf die Betrachtenden (das ERKLÄREN) in den Mittelpunkt stellt.

Die Einordnung des Gemäldes als Kunstwerk beruht also in dem gefundenen Textsortenmuster vorwiegend auf dem ästhetischen Erlebnis eher denn auf kunsthistorischem Wissen, wenn auch die Grunddimensionen kunstgeschichtlicher Erfassung (z.B. Entstehungskontext, Motivbeschreibung, Komposition) als Struktur grundlegend bleiben.

## 3 Analyse

Ziel der folgenden Analyse ist es zu untersuchen, wie die Wissensprofile von zwei zufällig ausgewählten unkonventionellen deutschsprachigen musealen Audioguides zu Gemälden beschaffen sind und welche Sprechhandlungen bei der Wissensvermittlung vollzogen werden. Dabei interessiert insbesondere, welche Übereinstimmungen und Unterschiede es zwischen den beiden Audioguides und dem von uns in der früheren Arbeit (Nardi & Engberg, 2023) ermittelten Textsortenmuster musealer Audioguides ersichtlich sind.

### 3.1 Beispiel 1: Turning the Page

Beim ersten Beispiel handelt es sich um einen Beitrag aus einem Audioguide zur Themen-Tour „Turning the Page. Darstellungen schwarzer Menschen in der Kunst“ des Museums Belvedere in Wien,<sup>3</sup> in der insgesamt zehn Gemälde besprochen werden. Die Autorin des Audioguides, Tayla Myree, eine in Wien lebende schwarze Historikerin aus den USA, stellt die zehn ausgewählten Gemälde aus einer sehr persönlichen Perspektive vor. Sie tritt im Beitrag als ‚ich‘ in Erscheinung, wodurch markiert wird, dass die Darstellung ihre eigenen Haltungen und Erlebnisse widerspiegelt. Wir untersuchen hier die deutsche Version, die von einer Österreicherin vorgetragen wird, jedoch mit einer einleitenden Erläuterung der Themen-Tour sowie einer Aufnahme der Autorin versehen ist, in der sie selbst in ihrem eigenen Deutsch mit amerikanischem Akzent, dem Inhalt des Vorspanns ausdrücklich zustimmt. Neben den Besprechungen der Gemälde enthält der Audioguide drei tiefergehende Interviews mit Fachleuten zu Leben von Schwarzen aus geschichtlicher Perspektive, die mit eigenen Redebeiträgen in die Kommentierung der Bilder mit einbezogen werden.

Der Audioguide ist die Verlagerung in ein neues Medium von einer thematischen Führung, die die Autorin im Museum Belvedere durchführt.

#### 3.1.1 Die Slot-Analyse

Bei der Analyse haben wir einen der 10 Beiträge zu den Bildern zufällig ausgewählt. („Der Page“).<sup>4</sup> Nach Anhörung des Beitrags wurden in einem qualitativen Verfahren die Inhaltselemente, mit denen das Bild beschrieben wird, den Slots des ermittelten Textsortenmusters zugeschrieben, wo dies möglich war.

Wenn wir die Slots mit dem Muster der in unserem Kleinkorpus untersuchten deutschen Audioguide-Beiträgen vergleichen, finden wir eine fast vollständige Überlappung. Erwähnenswert ist, dass zwei im Kleinkorpus nicht häufig vorkommende Slots kurz bedient werden. Der *Entstehungszeitraum* wird angeführt (*um 1730*) und zur *Malweise* wird gesagt, dass das Material der Kleidung des Pagen sehr stofflich gemacht und der Page als Figur aus einem anderen Gemälde kopiert worden ist. Dabei werden die Angaben jeweils direkt an den *Entstehungskontext* gekoppelt (*Kolonialismus, Accessoire, keine ‚wirkliche‘ Person*).

Das Hauptgewicht im Wissensprofil des Audioguide-Beitrags (vgl. Tabelle 3) trägt der Slot des *Entstehungskontextes*. Alle anderen Slots werden auf die Aussagen zu diesem Slot bezogen. So gibt der *Name des Bildes* Anlass zu der Überlegung, warum in einem Bild aus dieser Zeit ein schwarzer Page in Verbindung mit einem Feldherrn auftritt. Der *Bildaufbau* wird als Anlass genommen, um die Platzierung des Pagen hinter dem Feldherrn zu betonen. Die Angaben zum *Bildmotiv* fokussieren weder auf den zentralen Feldherrn noch auf das Bild als Ganzes, sondern ausschließlich auf den schwarzen Pagen, seiner Kleidung und seiner Erscheinung. Die Angaben zur *Wirkung auf das Erlebnis des Zuschauers* schätzen die von den musealen Agierenden angenommene Wirkung des Gemäldes auf den Zuschauer als negativ ein. Es werden somit Slots aus dem kunstgeschichtlichen Wissensreservoir verwendet, aber nie als

3 <https://www.immuseum.at/turning-the-page/>

4 <https://app.smartify.org/en-GB/tours/turning-the-page-representations-of-blackness?tourLanguage=de-DE>

**Tabelle 3**

Wissensprofil des thematischen Audioguides

<b>Slots</b> (Dimensionen des Wissens)	<b>Fillers</b> (Informationseinheiten)
1 Name des Bildes	• „Prinz Eugen von Savoyen als Feldherr“
5 Entstehungszeitraum	• Um 1730
6 Entstehungskontext	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeit des Kolonialismus, Sklavenhandel, gesellschaftlicher Rassismus;</li> <li>• Page als Eigentum einer Adelsfamilie</li> <li>• Generelle Hintergrundinformationen zur damaligen Sklavensituation [Quelle: eine Expertin, von ihr selber gesprochen]: Menschen als Objekte, Wilde die gezähmt werden sollten</li> <li>• Schwarze Menschen als Accessoires, schön gekleidet um das Ansehen ihrer Eigentümer zu verstärken;</li> <li>• Figur kopiert aus einem anderen Gemälde, insofern nicht Intention des Künstlers, eine ‚wirkliche‘ Person darzustellen, sondern einen unkonkreten Diener</li> <li>• Unfreies Leben solcher Menschen, wenn auch materiell versorgt</li> <li>• Keine Berichte aus Österreich aus der Sicht solcher Pagen und Diener, aber Wissen darum, dass sie als Eigentum häufig jung starben</li> </ul>
8 Bildmotiv	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kleidung und ihre Darstellung; Figur (Teenager, trägt Schwert)</li> <li>• Blaues Halsband (als Zeichen der Versklavung)</li> </ul>
9 Bildaufbau	• Schwarze Figur hinter einem Feldherrn;
10 Malweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Man kann den Stoff fast spüren“</li> <li>• Figur, die aus einem anderen Gemälde kopiert wurde</li> </ul>
12 Wirkung auf Erlebnis des Zuschauers	• Kritik daran, dass die Darstellung den Eindruck eines besseren Lebens vermittelt, als dies der Fall war, dass sie den Blick auf die tatsächliche Lebenswelt versklavter schwarze Menschen in Österreich im 18. Jahrhundert versperrt und dass sie diese nicht als konkrete Individuen anerkennt.

Eigenzweck, sondern um bestimmte Elemente im Entstehungskontext zu betonen. Damit wird hier weniger als in den in unserer früheren Arbeit untersuchten deutschen Audioguides eine Intention der versteckten Schulung in kunstgeschichtliche Denkweisen sichtbar.

Beim dominierenden Slot *Entstehungskontext* erfolgt eine Verengung auf einen bestimmten Aspekt des gesellschaftlichen Kontexts, wohingegen bei den von uns untersuchten klassischen deutschen Audioguides auch Elemente aus der Kunstgeschichte eingeführt werden, etwa die Kunstrichtung, zu der das Gemälde bzw. der Künstler oder die Künstlerin gehören, oder auch das Leben und Schaffen des Künstlers oder der Künstlerin (Nardi & Engberg, 2023, S. 133). Es zeigt sich auch hier im Vergleich zu unserem früheren Analyseergebnis eine Abwesenheit der Intention der versteckten kunstgeschichtlichen Schulung.

### 3.1.2 Die funktionale Textanalyse

Wie schon oben in der Slot-Analyse festgestellt, spielt die Darstellung des gesellschaftspolitischen Entstehungskontextes in diesem AG die Hauptrolle. Dieses Wissen (*Was?*) wird in erster Linie durch die Sprechhandlung ERLÄUTERN vermittelt (*Wie?*), die den ganzen Text dominiert, sowohl bei den Einleitungen und Kommentaren der Autorin als auch bei den gesellschaftshistorischen Einschüben der Journalistin Vanessa Spanbauer.

Die Sprechhandlung BESCHREIBEN wird ebenfalls vollzogen z.B. am Textanfang:

*Was man darauf sieht, ist Folgendes: Eine schwarze Figur steht direkt hinter einem Feldherrn. Sie trägt goldene Schuhe und einen goldenen Umhang, der im Licht glänzt. Die Kleidung ist aus tiefblauem Samt, man kann den Stoff fast spüren. Ebenso den weißen Turban, der, wie ich vermute, aus Seide ist. Die Figur wirkt jung, fast wie ein Teenager, und sie trägt ein Schwert.*

Gleich danach wird das Gemälde sozial-historisch, u.a. in die Zeit des Sklavenhandels, eingeordnet. Es folgt eine rhetorische Frage: *Wie kann es also sein, dass eine schwarze Person zu dieser Zeit ein Schwert und feine Kleidung trägt?* Sie zeigt, wie das vorangehende BESCHREIBEN den Zweck hatte, in das Thema und dessen erste erläuternde Ausführung einzuleiten:

*Nun, die Realität ist leider nicht so schön wie die Kleidung der Figur. Denn auch dieser edel gekleidete schwarze junge Mann war kein freier Mensch. Sehr wahrscheinlich führte er ein Leben, das dem vieler schwarzer Menschen in Österreich zu jener Zeit ähnelte. Er war Eigentum einer Adelsfamilie. In diesem Fall war er ein Page von Prinz Eugen.*

Auf das BESCHREIBEN (im folgenden Beispiel unterstrichen), diesmal in Kombination mit dem ERKLÄREN (im Beispiel fett gedruckt), wird anschließend nach einer zweiten direkten Ansprache der Rezipierenden, wieder in Form einer rhetorischen Frage, zurückgegriffen:

*(Warum wir das wissen?) Wenn man auf seinen Hals blickt, sieht man ein Band. Ein Zeichen dafür, dass er im Besitz eines anderen Menschen war. Er war ein versklavter Mensch.*

Die Verknüpfung der zwei Sprechhandlungen dient dazu, das Thema (schwarzer) Sklaven ohne Identität und als Objekte im Dienst von Adelsfamilien einzuführen und zu entfalten. Ab dieser Stelle wird auf das Gemälde an sich nicht mehr Bezug genommen, abgesehen von der Information, dass die dargestellte Figur aus einem anderen Kunstwerk kopiert wurde.

Zusammenfassend lässt sich für die beiden Teilanalysen festhalten, dass das funktionale Profil dieser Audioführung nur zum Teil dem der klassischen deutschen Audioguides entspricht, die in Nardi & Engberg (2023) untersucht wurden: Anders als in den klassischen deutschen Audioführungen (vgl. 2.3) werden das BESCHREIBEN und das ERKLÄREN in diesem Text nicht zum Zweck der Blickführung und des Deutungsvorgangs zum Bild vollzogen, sondern sie kommen nur sporadisch vor und weisen eine funktionale Rolle zur Vermittlung sozial-historischen Wissens (ERLÄUTERN) auf. Die Wissensslots und die Sprechhandlungen, die in Nardi & Engberg (2023) aus der Analyse klassischer deutscher Audioguides fokussiert wurden, werden auch in dieser unkonventionellen Audioführung übernommen, aber

mit einem unterschiedlichen Schwerpunkt, der von der *Senderintention* und vom *Anlass*<sup>5</sup> des Textes abhängen. *Anlass* von dieser unkonventionellen Audioführung ist eine Themen-Tour mit dem Titel: „Turning the Page. Darstellungen schwarzer Menschen in der Kunst“, die nähere Hinweise auf die entsprechende *Senderintention* gibt. Funktional gesehen ist diese auf den Appell gerichtet,<sup>6</sup> und zwar auf das Erwecken von Interesse der Hörenden für ein bestimmtes Thema, hier die Versklavung schwarzer Menschen im 18. Jahrhundert in Österreich, und auf die Vermittlung von entsprechendem Wissen. Aus dem funktionalen Profil folgt bezüglich des Wissensprofils eine erhebliche Dominanz des Slots *Entstehungskontext*. Sowohl in diesem als auch in anderen Slots wird recht wenig kunsthistorisches Wissen vermittelt. Eine versteckte Schulungsintention im Bereich der Kunstgeschichte ist also anders als in den klassischen Audioguides nicht vorhanden. Durch die Einhaltung der klassischen Slotstruktur und durch die Anwendung der klassischen Sprechhandlungen (wenn auch in ungewöhnlicher Gewichtung) wird das Bild aber als Kunstgegenstand eingeführt und kommunikativ konstruiert. Die kunstkonstituierende Funktion des Audioguides wird also trotz der unkonventionellen Realisierung bewahrt, die Kunst aber in ihrer gesellschaftsrelevanten eher denn in ihrer ästhetischen oder kunstgeschichtlichen Funktion fokussiert.

### 3.2 Beispiel 2: Literarischer Audioguide über „Die Jäger im Schnee“

Beim zweiten Beispiel eines unkonventionellen Audioguide-Beitrags handelt es sich um einen sogenannten literarischen Audioguide. Der Beitrag gehört zu einer größeren Website des Kunsthistorischen Museums Wien über eine 2018 veranstaltete Sonderausstellung mit dem Namen „Pieter Bruegel der Ältere – Once in a Lifetime“.<sup>7</sup> Die Ausstellung fand aus Anlass des 450. Todestages von Pieter Bruegel statt und war laut Website „die weltweit erste große monographische Ausstellung über Pieter Bruegel den Älteren und sein Werk.“ Auf der Website gibt es viele unterschiedliche Informationen kunstgeschichtlicher Art zu Leben und Werken und zu Pieter Bruegel d. Ä., sowie praktische Informationen zur Ausstellung, Links zu sozialen Medien, u.v.m.

Der Teil der Website, auf den wir uns hier konzentrieren möchten, besteht aus insgesamt drei Kunstwerken (= zwei Novellen und ein Musikstück). Die beiden Novellen werden „literarische Audioguides“ genannt und werden von Schauspielerinnen gesprochen. Alle drei Kunstwerke sind Teil von unterschiedlichen Performances der Gruppe „wenn es soweit ist“, bei denen aktuelle Kunstwerke in Bezug zu alten Kunstwerken durch Vorführungen gesetzt wurden. Im Programm zur ersten dieser Performances heißt es: „wenn es soweit ist lädt 16 zeitgenössische AutorInnen ein, Texte über Meisterwerke der Gemäldegalerie zu schreiben. Jacqueline Kornmüller und Peter Wolf inszenieren diese Texte mit 16 SchauspielerInnen [sic!] und erwecken dadurch Bild und Betrachtung zum Leben.“<sup>8</sup> Wie

5 Nach dem Modell der übersetzungsrelevanten Textanalyse von Christiane Nord (2009<sup>4</sup>) gehören die *Senderintention* und der *Anlass* (so wie *Sender*, *Empfänger*, *Medium/Kanal*, *Ort/Zeit*, *Textfunktion*) zu den textexternen „Faktoren der konkreten Situation, in welcher der Text als Kommunikationsinstrument fungiert“ (Nord, 2009<sup>4</sup>, S. 43). Textexterne Faktoren bedingen die textinternen Faktoren (*Thematik*, *Textinhalt*, *Präsuppositionen*, *Textaufbau*, *nonverbale Elemente*, *Lexik*, *Syntax*, *suprasegmentale Elemente*).

6 Siehe Nord, 2009<sup>4</sup>, S. 53 und Bühlers Organon Modell (1934/1999, S. 28-29).

7 <https://www.bruegel2018.at/>

8 <https://www.ganymedarchiv.at/ganymed-boarding>

bei dem Audioguide in Beispiel 1, der eine Versionierung einer auch live durchgeführten thematischen Führung mit der Verfasserin darstellt, handelt es sich auch hier um drei Kommunikate, die im Online-Kontext festgehaltene Versionen von live gespielten Vorführungen darstellen.

Als Gegenstand unserer Analyse haben wir per Zufallsprinzip die von der Schauspielerin Mercedes Echerer vorgelesene Kurznovelle „Die Saalaufsicht“ ausgewählt.<sup>9</sup> Diese gehört zu der Performance „Ganymed goes Europe“.<sup>10</sup> Bei der ursprünglichen Performance hat die Schauspielerin die Novelle vor dem Gemälde vorgetragen. Auf der Webseite, wo der literarische Audioguide hinterlegt ist, sind das Gemälde und der Autor abgebildet, zusammen mit dem folgenden Text:

Der ungarische Autor Lajos Parti Nagy lässt eine Saalaufseherin des Kunsthistorischen Museums über Jahre hinweg *Die Jäger im Schnee* von Pieter Bruegel betrachten. Sie sieht, wie merkwürdige Veränderungen an dem Bild vor sich gehen. Es spricht Mercedes Echerer.

Sowohl durch visuelle Mittel als auch explizit-verbal wird angeführt, dass sich die Novelle auf das Gemälde von Pieter Bruegel d. Ä. bezieht und von einer anderen Person als dem Autor gesprochen wird. Das Vorlesen der Novelle dauert 12:50 Minuten. Hauptperson ist eine Saalaufseherin im Kunsthistorischen Museum, die durch langjährige Interaktion mit Gemälden (insbesondere Bruegels ‚Jäger im Schnee‘) 1995 entdeckt, dass sie Zugang zu der auf dem Gemälde abgebildeten Welt und den für sie lebendigen Figuren hat. 1999 adoptiert sie eines der abgebildeten Kinder, holt es in die heutige Zeit und lässt ein anderes Kind seinen Platz auf dem Gemälde einnehmen. Im Rahmen einer Sparmaßnahme wird sie entlassen und erzählt in dem Zusammenhang ihrer Direktorin, was zwischen 1995 und 1999 vorgefallen ist. Als Konsequenz aus dieser Offenlegung ihrer Relation zum Gemälde wird sie für wahnsinnig erklärt und erhält ein Saalverbot.

### 3.2.1 Die funktionale Textanalyse

Aus der Sicht der vollzogenen Sprechhandlungen zeigen sich in diesem Text Unterschiede zu den in Nardi & Engberg (2013) analysierten klassischen deutschen Audioführungen und auch zu dem in Beispiel 1 behandelten Audioguide. Solche Unterschiede basieren auf der verschiedenen Art der *Senderintention*: Während die klassischen Audioguides und der Text in Beispiel 1 auf eine Darstellungs- bzw. Appellintention vom *Sender* aufbauen, liegt im zweiten Beispiel der Schwerpunkt auf der Ausdrucksfunktion (Nord, 2009<sup>4</sup>, S. 53). Durch die Verschiebung der *Senderintention* auf den Ausdruck ändert sich auch die kommunikative Funktion des Textes und dessen Wirkung: Der Fokus liegt nicht mehr vorrangig auf der Modellierung der Hörenden (vgl. Nardi & Engberg, 2023 und Fußnote 2 in diesem Beitrag), sondern auf der Vermittlung der Erfahrung der Hauptfigur bzw. ihrer Emotionen, Empfindungen und Einstellungen.

Im Text treten drei Handlungsstränge auf, die miteinander verflochten sind:

9 <https://www.khm.at/digital/podcasts/museum-der-traeume-episode-12-die-saalaufsicht>

10 <https://www.ganymedarchiv.at/ganymed-goes-europe/>

- eine institutionsgebundene Geschichte, die sich im Museum mit der Erzählerin, der Museumsdirektorin, dem Kriminalbeamten und dem Arzt als Beteiligten abspielt;
- eine private Geschichte über die Familie der Erzählerin;
- eine private Erfahrung im institutionellen Rahmen, die aus dem Erlebnis der Erzählerin mit den Figuren in Bruegels Gemälde besteht.

Was uns in diesem Kontext interessiert, ist die dritte Geschichte, in der eine persönliche Erfahrung mit dem Kunstobjekt erzählt wird. Funktional geschieht die Wissensvermittlung narrativ und zwar durch die Sprechhandlung ERZÄHLEN. Handlungsanalytisch schlägt Hoffmann (2016<sup>3</sup>, S. 531)<sup>11</sup> dafür folgendes Handlungsschema vor:

1. Konstellation (Zeit, Ort, Ausgangssituation, beteiligte Handelnde)
2. Handlungsfolge
3. Relevanzpunkt
4. Abschluss
5. Bewertungsaspekte

Nach Hoffmann (2016<sup>3</sup>, S. 531) wählen Erzählende ein Ereignis aus, das für sie erzählenswert ist, das sie selbst erlebt haben oder in dem sie involviert waren (partikulares Erlebniswissen); die Konstellation wird in einem mit den Hörenden gemeinsam geteilten Bezugsraum entwickelt, der in unserem Fall dem Gemälde entspricht. Die Handlungsschritte werden nach einer bestimmten Erzählperspektive erzählt, die die Hörenden gut nachvollziehen können. Das zum Verständnis benötigte Wissen wird hörererorientiert vermittelt. Der zentrale Relevanzpunkt – bestehend aus Komplikation, Spannungsbogen und Auflösung – erfährt eine progressive Entfaltung. Schließlich endet die Darstellung der Geschichte mit der Angabe eines Resultats (bzw. von Handlungsfolgen oder Konsequenzen) und mit einer möglichen Bewertung.

In Beispiel 2 beginnt die Erfahrung der Saalaufseherin mit Bruegels Gemälde 1995 mit dem BESCHREIBEN eines Teils des Kunstwerks: *Sie stand genauso krumm neben der fauchenden Sau wie ihre kleine Stiefschwester*. Die Sprechhandlung BESCHREIBEN dient hier zur Orientierung der Hörenden im Bild als geteiltem Wahrnehmungsraum und zur Fokussierung der beteiligten Aktantin der Geschichte: der von der Erzählerin vermeintlich adoptierten Tochter. Das Kind wird im Laufe der Geschichte weiter beschrieben: mal der Realität (*das Kind hinter den heimkehrenden Jägern*), mal der Phantasie der Erzählerin entsprechend (*Mir schien, als habe das Kind [...] den Kopf bewegt*). Der Relevanzpunkt wird folgendermaßen aufgebaut: Nach einer ersten Kontaktaufnahme zwischen dem Kind und der Erzählerin, geschieht eine Weile nichts (Komplikation, Erwartungsabweichung), gegen Weihnachten schaut das Kind die Erzählerin an und sagt etwas zu ihr (Aufbau eines Spannungsbogens), daraufhin entscheidet die Saalaufseherin ein anderes Kind aus dem Gemälde zu wählen und es mit dem von ihr angenommenen Kind im Bild auszutauschen. In dieser Phase tritt das BESCHREIBEN erneut auf:

11 Hoffmann (2016<sup>3</sup>) bezieht das von ihm vorgeschlagene Handlungsschema für das ERZÄHLEN auf die mündliche spontane Interaktion, wobei sich die sprechende Person einen Rederaum verschaffen muss, d.h. sie „bemüht sich im Gespräch um eine Erzähllizenz [ ] für eine längere Darstellung“ (Hoffmann 2016, S. 531). Das von Hoffmann illustrierte Handlungsschema für das ERZÄHLEN eignet sich u.E. auch zur Analyse des Monologs in Beispiel 2, obwohl es sich um einen literarischen schriftlich konzipierten Text handelt. Siehe auch Fußnote 2.

*Auf dem hinteren Teich ist ein Paar zu sehen. Der Mann redet auf die Frau ein. Sie scheinen einander herumzuzerren, als tanzten sie. Und sie wurden von zwei kleinen Bündeln beobachtet, die einander aufs Haar glichen.*

Wie schon oben angemerkt, dient die Sprechhandlung BESCHREIBEN auch in diesem Fall dazu, Anhaltspunkte im Gemälde zu schaffen, um das ERZÄHLEN räumlich neu zu situieren und dann weiterzuführen. Man kann also sagen, dass das BESCHREIBEN für das ERZÄHLEN eine wesentliche Funktion erfüllt.

Der Relevanzpunkt wird durch eine Wende erreicht, als das adoptierte Kind am 18.1.1999 nicht mehr auf dem Bild zu sehen ist; der Spannungsbogen wird durch den Besuch der Museumsdirektorin mit Gästen weiter gespannt, denn alle könnten die Abwesenheit der kleinen Figur bemerken. Der Abschluss besteht aus dem Erscheinen des zweiten Kindes, das das erste ersetzt, an der Umrisslinie der Hügel, ohne dass es von seiner Mutter erkannt wird. Die Bewertung (Hoffmann, 2016<sup>3</sup>, S. 531) erfolgt vorwiegend durch intonatorische Mittel (Tonhöhe, Lautstärke und Sprechtempo), Pausen und Gewichtung durch Akzente, oder auch durch Kommentare der Erzählerin (*Wenn ... wenn sie sie jetzt ins Haus schicken, das überlebe ich nicht; Ich dachte, ich würde ohnmächtig werden. Ich schwitzte, zitterte am ganzen Körper*).

### 3.2.2 Die Slot-Analyse

Das Sprechhandlungsprofil des literarischen Audioguides entspricht also nicht dem von uns ermittelten klassischen Profil. Einzig BESCHREIBEN kommt vor, aber in funktionaler Relation zum dominanten ERZÄHLEN. Aus der Sicht des Wissensprofils ist zentral, dass die Handlung der Novelle mit dem Gemälde, seiner Geschichte und der darin abgebildeten Thematik nichts direkt zu tun hat. Es wird in unterschiedlicher Weise angedeutet, dass die Saalaufseherin einsam und allein ist, und die Hauptthematik der Erzählung ist eher die Beschreibung ihrer sich daraus entwickelnden Interpretation der Gemälde und ihres Verhaltens im Museum. Zentrales Element in der Geschichte und tragend für unser Verständnis ihrer Einsamkeit sind aber der Einsatz von BESCHREIBEN in Verbindung mit dem Motiv des Gemäldes (Slot *Bildmotiv*) und seiner Komposition (Slot *Bildaufbau*). Dabei wird nicht (nur) Wissen über das Gemälde als Kunstgegenstand, sondern (auch) über die lebendige Szene angeboten, die im Gemälde abgebildet wird: In Verbindung mit der Abbildung der Zubereitung eines Schweins wird der Geruch des gesengten Tiers angeführt, im Gemälde abgebildete Kinder werden gehohlet oder drehen sich um, obwohl dies nicht abgebildet ist, etc. Der Slot *Entstehungszeitraum* wird durch die Erwähnung der Geburtszeit des adoptierten Kindes bedient, und in ähnlicher Weise wird der Slot *Entstehungskontext* durch die Nennung des Namens des Malers, als Vater des Kindes, aktualisiert. Die Hauptkomponente der Erzählung, und zwar dass die Saalaufseherin die Landschaft auf dem Gemälde als lebendig erlebt, kann als eine indirekte Angabe von Wissen zum Slot *Wirkung auf Erlebnis des Zuschauers* gesehen werden: Das Gemälde ist so konzipiert, dass bei Zuschauern der Eindruck einer lebendigen Darstellung entsteht.

Zusammenfassend für die funktionale und die wissensbezogene Analyse kann angeführt werden, dass anders als bei Beispiel 1 das Ergebnis der funktionalen Analyse vom klassischen Textsortenmuster abweicht, wogegen das Wissensprofil eher dem klassischen Muster folgt. Im Gegensatz zu Beispiel 1 (*Entstehungskontext* im Mittelpunkt) liegt beim Wissensprofil zu

Beispiel 2 das Hauptaugenmerk auf den Angaben zum Slot *Bildmotiv*. Dadurch wird das Gemälde an sich stärker in den Mittelpunkt gestellt, obwohl es auch hier lediglich als Anlass verwendet wird, um die Geschichte einer einsamen Saalaufseherin zu erzählen. Das Bildmotiv, das jedem Zuhörenden des literarischen Audioguides zugänglich ist, wird in seinen Details beschrieben, was dem klassischen kunstgeschichtlichen Zugang entspricht. Weiter werden Informationen geboten zur Platzierung des Bildes im Museum sowie zur Art, wie sich die Direktorin als Kunsthistorikerin körperlich dem Bild nähert, die dem Slot *Lokal/Aufenthaltsraum* zugeschrieben werden können. Obwohl der literarische Audioguide somit nicht zentral vom Bild als Kunstwerk handelt und obwohl das funktionale Profil nicht eingehalten wird, wird die konstruktive, „kunstschaffende“ Funktion der Textsorte durch sowohl die Fokussierung des Motivs und seiner Beschreibung als auch durch die Betonung des Museums-Kontexts realisiert. Auch dieser Audioguide-Beitrag bewahrt somit trotz der erheblichen Variationen zentrale, die Textsorte kennzeichnende Merkmale.

## 4 Didaktische Überlegungen

Das Museum zeichnet sich als Bildungs- und Lernort in besonderer Weise durch seine inhaltliche und gestalterische Offenheit aus. Gleichzeitig genießt es als eine der öffentlich geförderten Kultureinrichtungen eine hohe gesellschaftliche Anerkennung. Gerade in dieser Verbindung von kreativem Freiraum und institutionellem Ansehen liegt die spezifische Anziehungskraft dieser Institution für heterogene Formen der Wissensvermittlung (Mangold, 2020<sup>2</sup>, S. 47): Das Museum gilt also als Bildungsort mit einem außergewöhnlichen didaktischen Potenzial.

Unter den von der musealen Kommunikation zur Verfügung gestellten Materialien sind Audioguides als Texte zu nennen, die grundsätzlich eine didaktische Absicht verfolgen (Fandrych/Thurmair, 2011, S. 76; 2016, S. 382). Sie vermitteln Wissen über ein bestimmtes Kunstobjekt und unterstützen bzw. steuern dessen Rezeption, indem sie der Beschreibung, Analyse und Interpretation von Kunstwerken sowie ihrer Verortung im jeweiligen kulturellen Kontext dienen. Aus kommunikativer Sicht stellen Audioguide-Texte zudem authentische Beispiele der Fremdsprache dar (Chudak/Nardi, 2016, S. 44–49). Für DaF-Lernende können deutsche Audioguides aus unterschiedlichen Blickwinkeln eine anregende und bereichernde Erfahrung darstellen (Nardi 2024).

Die zwei oben analysierten Audioführungen bieten sich gut für eine Didaktisierung an: Sowohl die entsprechenden Kunstwerke als auch beide Audioguides sind online frei zugänglich. Das Material eignet sich zum Lernen des Deutschen als Fremdsprache: Es kann sowohl für den allgemeinen als auch für den fachsprachlichen DaF-Unterricht – z.B. im kunstbezogenen oder auch im touristischen Bereich – didaktisch umgesetzt werden. Im Folgenden werden zwei didaktische Vorschläge zum Einsatz beider Audioführungen illustriert. Beide Einheiten eignen sich für ein Zielpublikum von Hochschulstudierenden mit einem Mindest-DaF-Sprachniveau von B1. Ihre jeweiligen Abweichungen von einem klassischen Modell eröffnen besondere Möglichkeiten: Bei dem thematischen Audioguide (vgl. 3.1) kann die besondere sozialhistorische Perspektive ausgenutzt werden, beim literarischen Audioguide (vgl. 3.2) lassen sich anhand der Inszenierung der mit dem Gemälde verknüpften Erzählung mündlichsprachliche Merkmale fokussieren.

## 4.1 Didaktische Umsetzung von Beispiel 1

Das Ziel folgender didaktischer Aktivitäten zu Beispiel 1 besteht darin, ein inhaltliches sowie ein funktionales Verstehen der Texte zu fördern: Welches Wissen wird vermittelt? Wie wird es vermittelt? Der didaktische Schwerpunkt liegt auf den rezeptiven Fertigkeiten: Seh-, Lese- und Hörverstehen. Als Vorentlastung kann zunächst ein klassischer Einführungstext zum Gemälde behandelt werden.

In der Orientierungsphase bietet sich das auf der Museumswebseite zugängliche<sup>12</sup> Gemälde „Prinz Eugen von Savoyen als Feldherr“ als Ausgangspunkt an, um die Aufmerksamkeit der Lernenden auf die Strukturierung des Bildraums in Vorder- und Hintergrundebene zu lenken.

Dazu können Ideen zum Bildmotiv gesammelt und in einem Assoziogramm an der Tafel festgehalten werden, um eine erste Wortschatzarbeit zu leisten. Anschließend kann man die Bildbeschreibung heranziehen, um ein Beispiel für einen klassischen Text zu einem Kunstobjekt vorzustellen. Der Text kann von der Lehrperson vorgelesen werden, während die Lernenden das Gemälde anschauen. Durch diese multimodale Erfahrung – Text hören und Bild anschauen – können sich die Lernenden dem Kunstwerk und seiner Beschreibung zunächst intuitiv annähern.

*Leicht erhöht steht Prinz Eugen von Savoyen (1663–1736) mit dem Marschallstab in sicherem Abstand zum Kampfgeschehen im Hintergrund. Das Vorbild für die Haltung des Prinzen lieferte Hyacinthe Rigauds berühmtes Staatsporträt Ludwigs XIV. von Frankreich. Dieser hatte Eugen einst die Aufnahme in sein Heer verweigert. Der klare Verweis auf den Sonnenkönig offenbart, wie sehr es in barocken Porträts um Inszenierung geht, denn die luxuriöse Kleidung samt Prunkharnisch ist kaum für den Einsatz im Feld geeignet. Das Gemälde entstand in Friedenszeiten, weshalb die Schlacht in der Ferne auf keine konkrete Kampfhandlung anspielt, sondern sich zum beliebigen Ereignis wandelt.*

Nach dem Vorlesen wird der schriftliche Text zum individuellen Lesen verteilt. Den Lernenden werden anschließend folgende Fragen in Hinblick auf ein globales Leseverständnis gestellt, die auf die durch den Text vermittelten Wissens Elemente (*Was?*) abzielen.<sup>13</sup>

- Was ist im Vordergrund und im Hintergrund des Gemäldes zu sehen?
- Wie kann man den Text in verschiedenen Teilen gliedern?
- Welche Art von Informationen enthalten die verschiedenen Textteile?

Mit Bezug auf die in 2.1 und 2.2 besprochene Strukturierung verstehensrelevanten Wissens können die Begriffe „Slot“ und „Filler“ eingeführt werden. Anhand von Tabelle 4, die Informationen aus der gelesenen Beschreibung enthält, können die Lernenden mit ihnen vertraut gemacht werden.

12 Die Abbildung des Gemäldes steht auf der Webseite „Sammlung online“ vom Belvedere Museum: <https://sammlung.belvedere.at/objects/67618/prinz-eugen-von-savoyen-als-feldherr>. Unter dem gleichen Link steht auch die danach zitierte Bildbeschreibung.

13 Eventuell kann man vorher einige Wörter (z.B. *Marschallstab*, *Prunkharnisch*) erklären.

**Tabelle 4**

Wissensstruktur des klassischen Audioguides zu „Prinz Eugen von Savoyen als Feldherr“

Slots (Dimensionen des Wissens)	Fillers (Informationseinheiten)
Bildmotiv (das, was man sieht und Interpretation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prinz Eugen von Savoyen steht leicht erhöht mit dem Marschallstab in der Hand</li> <li>• Die edle Kleidung des Prinzen und seine Festrüstung sind für den Krieg ungeeignet</li> <li>• Die dargestellte Schlacht steht nicht für ein konkretes Kriegereignis, sondern allgemein für Kriege</li> </ul>
Bildaufbau/Komposition	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prinz Eugen ist leicht erhöht (im Vordergrund) aus sicherer Distanz vom Kampfgeschehen dargestellt</li> <li>• Der Kampf findet im Hintergrund statt</li> </ul>
Entstehungskontext	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Vorbild für die Haltung des Prinzen erinnert auf ein Staatsporträt Ludwigs XIV. von Frankreich.</li> <li>• Das Porträt Ludwigs XIV. wurde von Hyacinthe Rigaud gemalt</li> <li>• Ludwig XIV. von Frankreich wollte den Prinzen nicht in sein Heer aufnehmen</li> </ul>
Entstehungszeit(raum)	Das Gemälde ist in Friedenszeiten entstanden

In einem zweiten Schritt ist zu ergründen, *wie* die gesammelten Informationen vermittelt werden. An dieser Stelle kann man die Funktion der Sprechhandlungen BESCHREIBEN, ERKLÄREN und ERLÄUTERN (vgl. 2.3) einführen, sie anhand des Textes erkennen lassen und die entsprechenden sprachlichen Mittel besprechen. Tabelle 5, die am Ende der Besprechung verteilt werden kann, illustriert die Sprechhandlungen mit Beispielen aus dem Text und führt die entsprechenden Sprachmitteln an:

**Tabelle 5**

Funktionale Struktur des klassischen Audioguides zu „Prinz Eugen von Savoyen als Feldherr“

Sprechhandlung	Beispiele aus dem Text	Funktion	sprachliche Mittel
BESCHREIBEN	<i>Leicht erhöht steht Prinz Eugen von Savoyen mit dem Marschallstab in sicherem Abstand zum Kampfgeschehen im Hintergrund.</i>	Räumliche Orientierung im Bild Auswahl relevanter Elemente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebrauch vom Präsens</li> <li>• räumliche Situierung durch Adverb bzw. Präpositionalphrase (leicht <i>erhöht</i> steht; Kampfgeschehen <i>im Hintergrund</i>)</li> <li>• <i>mit</i> dem Marschallstab (Präpositionalphrase, die der Figur das Attribut militärischer Macht verleiht)</li> </ul>

Sprechhandlung	Beispiele aus dem Text	Funktion	sprachliche Mittel
ERLÄUTERN	<i>Das Vorbild für die Haltung des Prinzen lieferte Hyacinthe Rigauds berühmtes Staatsporträt Ludwigs XIV. von Frankreich. Dieser hatte Eugen einst die Aufnahme in sein Heer verweigert.</i>	Hinzufügung kunsthistorischen Wissens zur Erleichterung des Bildverständnisses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempuswechsel (vom Präsens zum Präteritum)<sup>14</sup></li> <li>• Namen von bedeutenden Figuren der (Kunst-)Geschichte (Ludwig XIV. von Frankreich, Hyacinthe Rigaud)</li> </ul>
ERKLÄREN	<i>Der klare Verweis auf den Sonnenkönig offenbart, wie sehr es in barocken Porträts um Inszenierung geht, denn die luxuriöse Kleidung samt Prunkharnisch ist kaum für den Einsatz im Feld geeignet.</i>	Hinweis auf den inneren Zusammenhang der genannten Elemente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempuswechsel (vom Präteritum zum Präsens)</li> <li>• Gebrauch des Verbs <i>offenbaren</i></li> <li>• Gebrauch der kausalen Konjunktion <i>denn</i></li> </ul>
ERLÄUTERN	<i>Das Gemälde entstand in Friedenszeiten,</i>	Hinzufügung kunsthistorischen Wissens zur Erleichterung des Bildverständnisses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempuswechsel (vom Präsens zum Präteritum)</li> </ul>
ERKLÄREN	<i>weshalb die Schlacht in der Ferne auf keine konkrete Kampfhandlung anspielt, sondern sich zum beliebigen Ereignis wandelt.</i>	Hinweis auf den Zusammenhang zwischen kunsthistorischem Wissen und Deutung des Gemäldes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempuswechsel (vom Präteritum zum Präsens)</li> <li>• Gebrauch des konsekutiven Konnektors (Relativadverb) <i>weshalb</i></li> </ul>

Während der Übung dürfte es den Lernenden auffallen, dass es im Text zur Gemäldebeschreibung nur um eine der beiden dargestellten Figuren geht, um den Prinzen Eugen, während der neben ihm stehende Page nicht genannt wird. Das kann Anlass zur Frage geben, warum Letzterer nicht erwähnt wird. Nachdem die Annahmen der Lernenden darüber an der Tafel gesammelt werden, kann anhand des Bildes die zweite Figur beschrieben werden: ihre räumliche Positionierung (*hinter dem Prinzen*), ihre Gestalt (*schwarz, jung*), Kleidung und Accessoires (*elegante blaue Pagenuniform mit Stiefeln und Umhang in einem Goldton und weißem Turban* usw.). Anschließend können die Lernenden gefragt werden, was für eine Funktion der junge Mann im Gemälde spielen könnte.

Nach der Orientierungsphase und bevor man die Audioführung<sup>15</sup> abspielt, kann man die drei Bildausschnitte, die ebenfalls auf der Webseite zu finden sind, zeigen, insbesondere das erste und das dritte, mit den fokussierten Details von Gesicht und Körper des Pagen. Der Titel des Audioguides („Der Page“) und die Bilder antizipieren, dass es im Hörtext um den jungen Mann geht.

14 Der Tempuswechsel signalisiert den Wechsel zwischen sprachlichen Handlungen, die eng mit dem Transfer von prozeduralem Wissen verbunden sind (das BESCHREIBEN und das ERKLÄREN), und dem ERLÄUTERN, das kunsthistorische Informationen aus der Vergangenheit vermittelt.

15 <https://app.smartify.org/en-GB/tours/turning-the-page-representations-of-blackness?tourLanguage=de-DE>

Von dem ca. 7-minütigen Audioguide werden zunächst die ersten zwei Minuten abgespielt (Einführung von Liana Grünberg). Anhand folgender Leitfragen sollen die Lernenden den ersten Teil der Audioführung kommentieren:

- Welche allgemeinen Informationen werden über das Gemälde vermittelt?
- Wie wird der Page dargestellt?
- Wie wird die Figur des Pagen kommentiert?

Anschließend werden die Ergebnisse der Diskussion in einer Tabelle zusammengefasst, die wie die folgende aussehen könnte (Tabelle 6):

**Tabelle 6**

Beispiellösung 1 (vgl. Tabelle 3 in 3.1.1)

Slots (Dimensionen des Wissens)	Fillers (Informationseinheiten)
1 Name des Bildes	• „Prinz Eugen von Savoyen als Feldherr“
5 Entstehungszeitraum	• Um 1730
6 Entstehungskontext	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeit des Kolonialismus, Sklavenhandel, gesellschaftlicher Rassismus</li> <li>• Page als Eigentum einer Adelsfamilie</li> <li>• Kein Wissen über die konkrete Person, aber von anderen aus historischen Berichten</li> </ul>
8 Bildmotiv	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschreibung der Kleidung und ihrer Darstellung;</li> <li>• Beschreibung der Figur (jung, Teenager, trägt Schwert)</li> <li>• Blaues Halsband (als Zeichen der Versklavung)</li> </ul>
9 Bildaufbau	• Schwarze Figur hinter einem Feldherrn
10 Malweise	• „Man kann den Stoff fast spüren“

Der Tabelle kann schon entnommen werden, dass die Informationen über den Entstehungskontext stärker vertreten als die der anderen Slots sind, besonders wenn man sie mit denen vom ersten Text zur Gemäldebeschreibung vergleicht. Zur Bestätigung kann man den zweiten Teil der Audioführung abspielen (Beitrag der Expertin Vanessa Spanbauer, Hördauer: 2:00-2:54) über die Sklavensituation im historischen Kontext der Zeit. Wenn man Tabelle 6 dann weiter ausfüllen ließe, wären weitere Inhalte über den Entstehungskontext zu ergänzen (Tabelle 7):

**Tabelle 7**

Beispiellösung 2

6 Entstehungskontext	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwarze Menschen, die nach damaliger Auffassung als Objekte galten, als Wilde, die gezähmt werden mussten</li> <li>• Schwarze Menschen als Accessoires, die schön gekleidet das Ansehen ihrer Besitzer vergrößern sollten; (Hintergrundinformationen zur damaligen Sklavensituation, die von einer Expertin vermittelt werden)</li> </ul>
----------------------	---

Jetzt können die zu Beginn gesammelten Annahmen der Lernenden zur Frage, warum der schwarze Junge im ersten Text nicht erwähnt wurde, mit den im Audioguide enthaltenen Informationen verglichen werden.

Anschließend wird das Audioguide-Transkript verteilt und die funktionale Perspektive mit folgender Aufgabe angegangen:

- Welche Sprechhandlung überwiegt im Text?
  - BESCHREIBEN
  - ERKLÄREN
  - ERLÄUTERN
- Sammeln Sie bitte Beispiele für jede Sprechhandlung im Text und fügen Sie sie in folgende Tabelle 8 ein:

**Tabelle 8**

Leere Tabelle für didaktische Zwecke

Sprechhandlung	Beispiele aus dem Text	Funktion	sprachliche Mittel

Wie schon in 3.1.2 illustriert, werden die Ergebnisse aus der Tabelle zeigen, dass in der Audioführung die dominierende Sprechhandlung ERLÄUTERN ist und dass BESCHREIBEN und ERKLÄREN eine Nebenrolle spielen.

Dazu kann man einen Vergleich zwischen den zwei Dokumenten (Gemäldebeschreibung und Audioführung) umreißen: Es sieht so aus, dass die Inhalte sich mehr oder weniger entsprechen (vgl. 3.1.1), während sich die Modalitäten der Wissensvermittlung voneinander unterscheiden (vgl. 3.1.2). Zur Unterstützung können die Lernenden die Website der Ausstellung vom Museum Belvedere Wien<sup>16</sup> besuchen und sich über die Ziele der Exposition informieren.

Als Schlussschritt kann die Lehrperson Überlegungen zur Intention der *Sender* beider Texte angehen und auf einige Merkmale hinweisen, die die Appellfunktion der Audioführung sichtbar machen (direkte Ansprache der Hörenden, Gebrauch der Personaldeixis *wir*, Einsatz von rhetorischen Fragen).

## 4.2 Didaktische Umsetzung von Beispiel 2

Die zweite Audioführung ist ein inszenierter Text. Wie schon oben erwähnt, geht es um eine Kurznovelle, die von einer Schauspielerin vorgelesen wird und als literarischer Audioguide Teil einer Sonderausstellung über Pieter Bruegel den Älteren und sein Werk war. Ein wesentliches Merkmal der Audioführung besteht im intensiven Gebrauch seitens der Sprecherin

<sup>16</sup> [https://app.smartify.org/de-DE/tours/turning-the-page-representations-of-blackness?tourLanguage=de-DE&trk=public\\_post\\_comment-text](https://app.smartify.org/de-DE/tours/turning-the-page-representations-of-blackness?tourLanguage=de-DE&trk=public_post_comment-text)

von expressiven Prozeduren (Ehlich 1998/2007, S. 36; Redder 1994, S. 240-241)<sup>17</sup> zum Ausdruck von Stimmungen und Emotionen, die vom Geschehen ausgelöst werden. Expressive Prozeduren (Intonation, Gewichtung durch Akzent, Sprechgeschwindigkeit, Lautstärke und Pausen) werden im Wesentlichen in der mündlichen Kommunikation vollzogen, um bei den Hörenden eine ähnliche Befindlichkeit hervorzurufen. Im Hörtext zu Bruegels Gemälde werden expressive Prozeduren in einer Art Theatralisierung strategisch, fast überspitzt eingesetzt und sind daher akustisch gut wahrnehmbar. Diese Eigenschaften eignen sich für eine didaktische Umsetzung des Audioguides, bei der der Schwerpunkt auf (Re-)Produktion von Texten liegt (vgl. auch 5).

Um die Lernenden in die narrative Gestaltung des Audioguides und in die Ich-Erzählperspektive einzuführen, wird ein multimodaler Ansatz gewählt: Der Titel der Audioführung ist an der Tafel zu lesen, das Gemälde wird gezeigt und das Incipit (*Meine Geschichte ist simpel*) wird vorgespielt. Die Lernenden können nun Hypothesen über den weiteren Inhalt des Hörtextes formulieren.

Anschließend wird der Audioguide ganz abgespielt und dann stellt die Lehrperson folgende Frage: *Welche Gefühle und Emotionen drückt die Saalaufseherin aus?* Ideal wäre, dass die Lernenden mit Kopfhörern den Hörtext individuell abspielen, um konzentriert zu arbeiten. In einem weiteren Arbeitsschritt werden die Ergebnisse im Plenum besprochen.

Um das Globalverständnis zu erleichtern, kann eine Liste von Sätzen, die eine einfachere Parallelgeschichte zum Hörtext bilden, als Hilfe verteilt werden.

Die Lernenden sollen die Sätze den drei Handlungssträngen (vgl. 3.2.1) zuordnen:

1. Nebenhandlung, in der die Saalaufseherin, die Museumsdirektorin, der Kriminalbeamte und der Arzt als Figuren spielen;
2. Nebenhandlung, die die Familie der Erzählerin betrifft;
3. Haupthandlung, in der das Erlebnis der Saalaufseherin mit den Figuren in Bruegels Gemälde erzählt wird.

Die Sätze aus der Parallelgeschichte zum Erlebnis der Erzählerin mit Bruegels Gemälde können zum Beispiel so lauten:

1. Die Erzählerin arbeitet im Museum vor Pieter Bruegels Gemälde „Die Jäger im Schnee“
2. Eines Tages riecht sie plötzlich einen seltsamen Geruch
3. Eine Weile passiert nichts, dann riecht sie wieder was und glaubt zu sehen, wie ein Kind im Gemälde den Kopf bewegt
4. Nach einiger Zeit sieht das Kind die Erzählerin direkt an und die Frau spricht zu ihm
5. Es vergehen weitere zwei Jahre und das Kind verschwindet plötzlich vom Gemälde
6. Später erscheint an seiner Stelle ein anderes Kind
7. Die Erzählerin denkt, dass das verschwundene Kind die eigene Tochter ist.

17 Ehlich (1998/2007) und Redder (1994) beziehen sich in der Beschreibung expressiver Prozeduren auf die spontane mündliche Kommunikation. Wir wenden den Begriff auch im Falle eines vorgetragenen Literaturtextes an, denn der Zweck der angewandten Prozedur (Gefühle und Stimmungslage zu teilen) wird hier, wenn auch künstlich, erfüllt.

Nach erfolgter Behandlung der grundlegenden Aspekte der Erzählung können spezifische Übungen durchgeführt werden, die darauf abzielen, die Wahrnehmung suprasegmentaler Merkmale zu schärfen und deren Funktion zu verstehen.<sup>18</sup> Die folgenden Sätze markieren Relevanzpunkte in der Erzählung und entsprechen den Sätzen 3, 5 und 6 in der oben angegebenen Parallelgeschichte:

**Auszug 1**

(03:36-04:03)<sup>19</sup>

{03:36} 0001 **E** dann auf einmal (0.42) wie ein SIGnal-  
 {03:39} 0002 stach mir wieder der Geruch von schwEIneborsten in  
 die NAsE;  
 {03:42} 0003 (1.19)  
 {03:43} 0004 **E** ich SCHRITT-  
 {03:44} 0005 (0.44)  
 {03:45} 0006 gAnz (.) la:ngsa:m °hh hierhEr;  
 {03:47} 0007 (1.07)  
 {03:49} 0008 mir schien (0.28) als habe das KIND-  
 {03:52} 0009 hinter den heimkehrenden JÄgern-  
 {03:55} 0010 (0.5)  
 {03:55} 0011 den kOpf beWEGT;  
 {03:57} 0012 (0.52)  
 {03:57} 0013 **E** sie schielte auf die HU:Nde:-  
 {03:59} 0014 (0.82)  
 {04:00} 0015 und erKANNTe-  
 {04:01} 0016 (0.52)  
 {04:02} 0017 dass I:CH-  
 {04:02} 0018 SIE:;  
 {04:03} 0019 (0.46)  
 {04:03} 0020 SAH:.

Es geht um die Passage, in der die Erzählerin das zweite Mal den seltsamen Geruch von Schweineborsten wahrnimmt. Die Relevanz der Passage wird durch das Sprechtempo hervorgehoben: Die Segmente 1, 2 und auch 9 werden schneller gesprochen, der Rest der Passage hingegen langsamer. Die Verlangsamung wird durch bewusst eingesetzte Pausen – und zwar durch längere Pausen (S. 3, 5, 7, 8, 10, 12, 14, 16, 19) und durch eine Mikropause (.) (S. 6) – vollzogen, aber auch durch die strategisch realisierten Dehnungen (:), die deutlich zu hören sind, wie in la:ngsa:m (S. 6), HU:Nde: (S. 13), besonders am Ende der Passage (S. 17, 18, 20).

18 Laut Museumwebsite (<https://www.khm.at/museum/rechte-reproduktion>) ist das Material urheberrechtlich geschützt: Man kann die Nutzung der Tonaufnahmen für didaktische Zwecke beantragen und den Hörtext mit der Software *Audacity* bearbeiten, oder das Material online nutzen. Anfang und Ende der ausgewählten Segmente bzw. die jeweiligen Zeitangaben sind in den Transkripten angegeben.

19 Die Beispiele wurden nach GAT2-Konventionen (Selting et al., 2009, S. 391-393) in Form von Basistranskripte transkribiert, um die suprasegmentalen Merkmale gut sichtbar zu machen. Für die Transkriptionen danken wir uns sehr herzlich bei Miriam Morf.

Hier verleihen die Dehnungen den Wörtern I:CH, SIE: und SAH: eine besondere Emphase, die einen Stakkato-Effekt erzeugt und eine Wende in der Geschichte signalisiert. Die Pause in 1 dient dagegen dazu, eine Spannungskurve zum Wort *Signal* zu eröffnen. Die Funktion des beschleunigten Sprechtempos besteht darin, den thematischen Teil der Aussage (was schon passiert war) zu aktualisieren; durch die Verlangsamung wird dagegen eine Erwartungshaltung bei den Hörenden erzeugt, und die oben genannte Wende in der Geschichte (das Kind bewegt den Kopf und merkt, dass die Erzählerin es sieht: Segmente 4 bis 8 und 10 bis 20) einleitet.

### Auszug 2

(08:12-08:19)

{08:12} 0001 E am mOrgen des Achzehnten jänner  
NEUNzehnneunundneunzig-

{08:15} 0002 °hhh war (.) mein (.) kInd nicht (.) auf dem BILD;

In Auszug 2 merkt die Erzählerin, dass „ihr“ Kind nicht mehr auf dem Gemälde zu sehen ist und drückt ihre Hilflosigkeit durch prosodische Mittel aus. Auch diese Passage zeigt eine Verlangsamung des Sprechtempos in Segment 2 durch gezielt verwendete Mikropausen, aber auch eine Variation in der Lautstärke: Die Stimme wird leiser. Damit wird ein Gefühl der Ratlosigkeit stärker vermittelt.

### Auszug 3

(09:17-09:23)

{09:17} 0001 E und das kInd war DA;

{09:18} 0002 (0.74)

{09:19} 0003 es war nIcht (.) JEnes (.) kind;

{09:21} 0004 (0.29)

{09:21} 0005 aber (.) Es (.) wAr (.) !DA!.

In Auszug 3 kommen wieder rhetorisch platzierte lange Pausen (S. 2 und 4) und Mikropausen (S. 3 und 5) vor, die die drei Aussagen dramatisch aber auch sehr deutlich klingen lassen. In S. 5 ist der bewusste Einsatz von Mikropausen besonders gut hörbar, durch die eine Stakkato-Wirkung erzielt wird, wie sie schon für Auszug 1 besprochen wurde. In Auszug 3 ist auch das Sich-Abwechseln von höherer (S. 3) und niedrigerer Lautstärke (S. 1 und 5) zu beobachten, die den Aussagen eine unterschiedlich starke Kraft verleiht. Interessant ist hier der besondere Einsatz von Akzenten: In S. 3 wird das Wort JEnes mit Hauptakzent betont und das Wort nIcht wird nebenbetont, um das Erstaunen und die positive Aufregung der Erzählerin auszudrücken, als sie feststellt, dass auf dem Gemälde ein anderes Kind zu sehen ist. In S. 5 wird das Endwort !DA! emphatisch akzentuiert und damit als besonders wichtig gekennzeichnet. Es signalisiert die Erlösung der Erzählerin, die begreift, dass niemand das Fehlen „ihres“ Kindes auf dem Gemälde merken wird.

Die Übung kann individuell durchgeführt werden: Die Lernenden hören die Beispielsätze mit Kopfhörer an und versuchen, die prosodischen Merkmale intuitiv zu erkennen. Als Hilfestellung wird auf die Pausen, auf die Akzente und auf den Wechsel im Sprachtempo *schnell/langsam*, sowie auf das Laut-Leise-Gefälle in der Stimmgestaltung hingewiesen. Die gewonnenen Beobachtungen werden im Plenum zusammengefasst, wobei das Augenmerk auf den Ausdruck von Bewertung durch die intonatorischen Mittel gelenkt wird. Die Übung schließt dann mit dem Nachsprechen der Beispielsätze seitens der Lernenden, die sich dabei selbst aufnehmen.

## 5 Fazit und didaktischer Ausblick

In diesem Beitrag haben wir zwei Ziele verfolgt: Erstens wollten wir untersuchen, welche Merkmale von klassischen Gemälde-Audioguides bei solchen Texten wiederauffindbar sind, die durch ihren Titel als Audioguides deklariert werden, aus unterschiedlichen Gründen aber vom Prototyp abweichen bzw. sich an den Rändern der prototypischen Realisierung dieser Textsorte befinden. Im ersten Fall handelt es sich um einen Audioguide, der ein gesellschaftliches eher als ein kunstgeschichtliches Thema beschreiben möchte, im zweiten Fall um einen Audioguide, der aus einem gesprochenen literarischen Text besteht, der ein Gemälde als seinen kreativen Ausgangspunkt verwendet. Darüber hinaus und zentral für die Anwendung der Einsichten aus der Analyse, wollten wir ausloten – und anhand der skizzierten Unterrichtseinheiten aufzeigen – wie diese Textsorte im DaF-Unterricht eingesetzt werden kann.

Eine direkte didaktische Anwendung könnte darin bestehen, diese peripher zum prototypischen Textsortenmuster verorteten Beispiele als neue Gestaltungsmöglichkeiten bei der Verfassung von Audioguides zu behandeln, wenn das Verfassen solcher Texte im Mittelpunkt des Unterrichts steht. Darüber hinaus bieten sich im DaF-Bereich einige generellere Anwendungsmöglichkeiten an. Wegen ihrer Verknüpfung mit Gemälden können Audioguides als Beschreibungs-, Erklärungs- und Erörterungsgrundlage bei komplexen bildbezogenen Analyse- und Produktionsaufgaben verwendet werden. In diesem Zusammenhang erlauben die Besonderheiten beim thematischen Audioguide ein spezifisches Arbeiten mit sowohl den klassischen als auch den thematischen Perspektiven beim selben Gemälde. Die Besonderheiten des inszenierten literarischen Audioguides ermöglichen ein spezifisches Arbeiten mit mündlichen Sprach- und Handlungsmerkmalen.

Darüber hinaus sind weitere, hier nur im Ansatz zu beschreibende Aktivitäten möglich. Zur produktiven Weiterführung der didaktischen Arbeit mit Beispiel 1 würde sich eine thematische Ausstellung als Projekt anbieten, z.B. zum Thema „Arbeitende Kinder“. Dazu kann die Aufgabe gestellt werden, eine Suche auf der Website vom Museum Belvedere durchzuführen und Kunstwerke zum Thema auszuwählen, z.B. *Holzammelnde Kinder* (1925)<sup>20</sup> von Anton Filkuka, *Kinder auf dem Weg zum Erntefeld* (undatiert)<sup>21</sup> von Bernhard Reinhold (1824-1892) oder *Der Weinbau* (1870/1880)<sup>22</sup> von Friedrich Sturm. Im Internet können anschließend Informationen über Kinderarbeit gesammelt werden: z.B. Formen der Kinderarbeit, auch der verdeckten Kinderarbeit bzw. Schwarzarbeit, übliche wirtschaftliche Sektoren, in denen Kinder arbeiten,

20 <https://sammlung.belvedere.at/objects/1682/holzammelnde-kinder>

21 <https://sammlung.belvedere.at/objects/4324/kinder-auf-dem-weg-zum-erntefeld>

22 <https://sammlung.belvedere.at/objects/55748/der-weinbau>

Statistiken hierzu, Situation in verschiedenen Ländern usw. Die Informationen könnten in einem weiteren Schritt in eine thematische Audioführung einfließen, die auch Interviews oder Meinungen von Fachleuten enthalten kann. Der Audioguide kann dann aufgenommen und im Plenum abgespielt werden.

Beispiel 2 kann z.B. weiterbearbeitet werden, indem die Lernenden zusätzliche suprasegmentale Merkmale im Hörtext wie beispielsweise die melodischen Konturen durchnehmen und erkennen und anschließend eine Gruppeninszenierung der Audioführung organisieren. Diese kann je nach Handlungsstrang und Konstellation (z.B. an den Passagen in der direkten Rede) mit mehreren Stimmen gespielt werden. Als kreative Aufgabe können die Lernenden in Gruppen Geschichten zu bestimmten Gemälden, z.B. zum *Brustbild einer jungen Venezianerin* (1505)<sup>23</sup> von Albrecht Dürer, oder zur *Bauernhochzeit* (um 1567)<sup>24</sup> von Pieter Bruegel d. Ä. erfinden, aufschreiben und nachspielen, etwa aus der Erzählperspektive einer der dargestellten Figuren.

*Die in diesem Artikel besprochenen Forschungsdaten sind in diesem veröffentlichten Artikel enthalten.*

## Literatur

- Bühler, K. (1934/1999). *Sprachtheorie*. UTB.
- Bühlig, K. (1996). *Reformulierende Handlungen. Zur Analyse sprachlicher Adaptierungsprozesse in institutioneller Kommunikation*. Narr.
- Busse, D. (2012). *Frame-Semantik. Ein Kompendium*. de Gruyter.
- Chudak, S. & Nardi, A. (2016). Dimensionen der Authentizität im DaF- und Daz-Unterricht. In S. Chudak, H. Drumbl, A. Nardi & R. Zanin (Eds.) *IDT 2013 - Medien in Kommunikation und Unterricht. Band 6 - Sektionen F2, F3, F4* (S. 39-53). BuPress.
- Ehlich, K. (1998/2007). Funktionale Pragmatik – Terme, Themen und Methoden In: K. Ehlich (Ed.), *Sprache und sprachliches Handeln* (S. 29–46). de Gruyter.
- Engberg, J. (2023). Kognitive Aspekte juristischer Terminologie und ihre Auswirkungen auf die Konzeptualisierung des Übersetzens. *Intralinea*. S. 1-10.
- Fandrych, C., & Thurmair, M. (2011). *Textsorten im Deutschen: linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht*. Stauffenburg.
- Fandrych, C., & Thurmair, M. (2016). Audioguides: Die Inszenierung von Kunst im Hörtext. In H. Hausendorf & M. Müller, (Ed.), *Handbuch Sprache in der Kunstkommunikation* (S. 380-400). de Gruyter.
- Hausendorf, H. (2011). Kunstkommunikation. In S. Habscheid (Ed.), *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation* (S. 509–535). de Gruyter.
- Hoffmann, L. (2016<sup>3</sup>) *Deutsche Grammatik*. Erich Schmidt.
- Hohenstein, C. (2006). *Erklärendes Handeln im Wissenschaftlichen Vortrag. Ein Vergleich des Deutschen mit dem Japanischen*. Iudicium.
- Mangold, M. (2020<sup>2</sup>). 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.

23 <https://www.khm.at/kunstwerke/brustbild-einer-jungen-venezianerin-613>

24 <https://www.khm.at/kunstwerke/bauernhochzeit-330>

- Nardi, A. (2013). Sprachliche Handlungen in Audioguide-Texten zur bildenden Kunst. In Höhmann, D. (ed.) *Tourismuskommunikation. Im Spannungsfeld von Sprach- und Kulturkontakt* (S. 141-160). Lang.
- Nardi, A. (2018). Modalità di trasmissione e strutturazione del sapere in audioguide per opere pittoriche. Analisi funzionale di esempi in lingua tedesca. In G. Carobbio & A. Lombardi (eds.): *La comunicazione orale nel turismo. Analisi di generi comunicativi in lingua tedesca* (S. 37-60). CERLIS Series.
- Nardi, A. (2024). Gemälde und Audioführungen im DaF-Unterricht – Funktionale Analyse und didaktische Anregungen. In M. Pieklarz-Thien & S. Chudak (eds.) *Forschungsgegenstände und ihre Verwendungsfelder* (S. 171-190). Vandenhoeck & Ruprecht.
- Nardi, A., & Engberg, J. (2023). Museumskommunikation: Kulturspezifischer Wissenstransfer durch Audioguides. *Linguistik online*, 124(6), S. 113-141. <https://doi.org/https://doi.org/10.13092/lo.124.10717>
- Nord, C. (2009<sup>4</sup>). *Textanalyse und Übersetzen. Theworetische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse*. Julius Groos.
- Redder, A. (1994). "Bergungsunternehmen" - Prozeduren des Malfeldes beim Erzählen. In G. Brünner & G. Graefen (Eds.): *Texte und Diskurse. Methoden und Forschungsergebnisse der funktionalen Pragmatik* (S. 238-264). Westdeutscher Verlag.
- Rehbein, J. (1984). Beschreiben, Berichten und Erzählen. In Ehlich, K. (ed.) *Erzählen in der Schule* (S. 67-124). Narr.
- Selting, M., Auer, P., Barth-Weingarten, D., Bergmann, J., Bergmann, P., Birkner, K., Couper-Kuhlen, E., Deppermann, A., Gilles, P., Günthner, S., Hartung, M., Kern, F., Mertzluft, C., Meyer, C., Morek, M., Oberzaucher, F., Peters, J., Quasthoff, U., Schütte, W., Stukenbrock, A. & Uhmann, S. (2009). Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). *Gesprächforschung – Online Zeitschrift zur verbalen Interaktion*, 10, SS. 353-402. <http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf>.

## Izveček

### Inovativnost v tradiciji: nekonvencionalna avdiovodnika v nemščini in njun didaktični potencial

Avtorja v prispevku najprej preučujeta, v kolikšni meri dva nekonvencionalna avdiovodnika – en tematsko zasnovan in en literarni – ustrezata konvencionalnemu vzorcu te besedilne zvrsti in v katerih vidikih se od njega razlikujeta. Pri tem uporabljata kombinirano analitično orodje, razvito v eni od predhodnih raziskav (Nardi & Engberg 2023), ki obravnava tako vednostne kot funkcijske elemente. Analiza je pokazala, da se v tematskem avdiovodniku kljub njegovi nekonvencionalnosti ključni elementi standardnega modela te besedilne zvrsti ohranjajo, tako z vidika vednosti kot funkcije, le da so drugače razporejeni in imajo drugačno vsebinsko zasnovu. Po drugi strani se literarni avdiovodnik s funkcijskega vidika bistveno razlikuje od standardnega vzorca te besedilne zvrsti, je pa pri njem mogoče opaziti določeno ohranjanje z vednostjo povezanih elementov. Te ugotovitve so podlaga za oblikovanje dejavnosti za poučevanje nemščine kot tujega jezika, predstavljenih v drugem delu prispevka, pri katerih se izpostavljajo tako temeljne značilnosti avdiovodnikov na splošno (povezava med besedilom in sliko) kot tudi posebnosti obeh obravnavanih nekonvencionalnih avdiovodnikov.

**Ključne besede:** avdiovodniki, pravila besedilne zvrsti, na vedenju temelječe strukture, govorna dejanja, didaktika nemščine kot tujega jezika

Tiziana Roncoroni  
Universität Bergamo, Italien  
tiziana.roncoroni@unibg.it

Paper received: 05.08.2025  
Paper revised: 23.10.2025  
Paper accepted: 12.11.2025

## SPRACHKONTRASTIVE LOKALISIERUNG IN AUDIOGUIDES

### Abstract

Die vorliegende Arbeit untersucht sprachkontrastiv Strategien zur räumlichen Orientierung von Audioguide-Hörenden in Gebäudekomplexen, ein bisher nur sporadisch behandeltes Forschungsfeld. Die empirische Fallstudie an vier Audioguides im Sprachenpaar Deutsch-Italienisch (zwei Originale, zwei Übersetzungen) fokussiert Makro- und Mikro-Orientierung und zeigt klare Tendenzen: Die deutschen Audioguides verwenden häufiger deiktische Ausdrücke und weisen eine höhere Informationsdichte bei lokalisierenden Satzgliedern und sekundären Lokalisierungen auf, während die italienischen Audioguides explizitere, weniger dichte Lokalisierungen und dynamische Verben bevorzugen. Raumlogik und intrinsischer Referenzrahmen überwiegen in allen vier Audioguides, wobei absolute und relative Referenzen ebenfalls bedeutsam sind. Die Hörenden fungieren in den zwei Original-Audioguides häufiger als Figur im Raumschema, während sich die Übersetzungen stärker auf das Exponat beziehen. Die Orientierung über die imaginäre Wanderung ist vor allem im italienischen Original nachweisbar. Zukünftige Forschung sollte diese Befunde auf breiterer Textgrundlage verifizieren, sprachspezifische Mittel detaillierter analysieren und die tatsächliche Rezeption untersuchen.

**Schlüsselwörter:** Audioguides, Sprachenpaar Deutsch-Italienisch, Makro-Synchronisation, Mikro-Synchronisation, statische Lokalisierung, dynamische Lokalisierung

### Abstract

#### Contrastive Analysis of Localization in Audio Guides

This study conducts a contrastive linguistic analysis of strategies for the spatial orientation of audioguide users in building complexes. The empirical case study, examining four audioguides in the German-Italian language pair (two originals and two translations), focuses on macro- and micro-orientation, revealing clear tendencies. The two German audioguides more frequently exhibit deictic expressions and a higher information density concerning accumulations of localising elements and secondary localisation. Conversely, the two Italian audioguides prefer more explicit, less dense localisations and dynamic verbs. Spatial logic (*Raumlogik*) and the intrinsic reference frame predominate across all four audioguides, with the absolute and relative reference frames also playing a significant role. Listeners more frequently function as the figure in the spatial schema in the two original audioguides.



Orientation by means of imaginary wandering is primarily evidenced in the Italian original audioguide. Future research should, among other aspects, analyse language-specific means, and investigate actual listener reception.

**Keywords:** audioguides, German–Italian language pair, macro-synchronisation, micro-synchronisation, static localisation, dynamic localisation

## 1 Fragestellung und Verortung im Forschungsstand

Seit ihrem ersten Einsatz 1957 (vgl. Eggert, 2009, S. 215) gehören Audioguides zu den Formen der kulturell verfestigten Praxis vom Museums- und Ausstellungsbesuchen, die wiederum als ein spezifischer Bereich der Kunstvermittlung aufzufassen ist (vgl. Hausendorf, 2005 & 2006). In diesem Bereich hat sich in den letzten Jahren der Blick verstärkt auf die Mündlichkeit gerichtet (vgl. Carobbio & Lombardi, 2018). Erwähnt seien exemplarisch Studien zur Interaktion zwischen Muttersprachler:innen und Nicht-Muttersprachler:innen (vgl. Costa, 2013 & 2016), zur Erweckung von Emotionen (vgl. Carobbio, 2023) und zu Audioguides für bestimmte Targetgruppen, etwa hypo- und sehbehinderte Tourist:innen (vgl. Magris, 2018) sowie Kinder und Jugendliche (vgl. Carobbio & Lombardi, 2023). Ein neuer Forschungszweig analysiert die Entwicklung der kommunikativen Gattungen infolge der Digitalisierung und der weiten Verbreitung von Sozialmedien (vgl. Gotti et al., 2017; Mandarano, 2019; die Arbeiten von Spieß, 2017a & 2017b, zur Multimodalität). Diese Entwicklungen führen zu Audioguides, die über reine Informationen hinaus auch unterhalten (vgl. Ravetto, 2018, S. 225).<sup>1</sup> Bei jüngeren Untersuchungen zur Museumskommunikation rücken zudem Dynamik, Interaktionsstrukturen sowie sprachliche und nicht sprachliche Wissensvermittlungsstrategien im Museumskontext in den Vordergrund (vgl. Carobbio & Lombardi, 2024, S. 152–153). Ein besonderes Augenmerk liegt auf sprachlichen und kulturellen Faktoren, die die Wirksamkeit dieser Kommunikationsformen bestimmen.<sup>2</sup>

Die vorliegende Studie reiht sich in diesen Forschungskontext ein und untersucht, wie die räumliche Orientierung von Hörenden von Audioguides sprachkontrastiv gewährleistet und gesteuert wird.<sup>3</sup> Im Gegensatz zu den meisten bisherigen Arbeiten, die sich auf Audioguides für bildende Kunst konzentrieren und deren kommunikative Aufgaben oder Wissensvermittlung (herausgearbeitet von Hausendorf, 2006, 2007 & 2011) behandeln (etwa Nardi & Engberg, 2023), befasst sich diese mit komplexeren Bauwerken.

1 Untersuchungen aus anderen Perspektiven sind ebenfalls vorhanden: aus der Sicht der Kunst- und Museumspädagogik (etwa Kunz-Ott, 2012) und der Soziologie (vgl. Popp, 2013).

2 Diese Studien erfolgen u.a. im Rahmen der interuniversitären Forschungsgruppe MUESLI (*MUSEI e Scenari Linguistico-culturali dell'Interazione orale*). Für erste Ergebnisse dieses Projekts vgl. den Sammelband von Carobbio und Lombardi (2018). Eine auf das MUESLI-Projekt folgende Initiative ist das IGENI-Projekt zur Förderung der interdisziplinären Zusammenarbeit und des Austauschs zwischen Expert:innen der Linguistik, der Museumsdidaktik, des Marketings und der Leitung von Museen. Schwerpunkt sind insbesondere die innovativsten Formen digitaler, medienübergreifender, interaktiver und partizipativer Kommunikation.

3 Ausgeklammert werden andere mediale Komponenten der Audioguides und auch die konkreten Blick- und Körperbewegungen der Hörenden. Ebenfalls nicht erfasst werden nicht sprachliche Realisierungen zur Lokalisierung (wie Nummerierung und visuelle Symbole) und Lokalisierungen über Beschreibung und Deutung (Benennung des Künstlers/der Künstlerin, der Kunstbewegung usw.) (vgl. Fandrych & Thurmair, 2016, S. 384–385).

Lokalisierungsfragen werden in den bisherigen Studien nur sporadisch angesprochen (vgl. Fandrych & Thurmair, 2016, S. 386–389) oder mit Bezug auf andere Kommunikationsformen der Kunstvermittlung behandelt wie z.B. Reiseführungen (vgl. Costa & Ravetto, 2018; Ravetto, 2014). Jedoch gehört die orts- und raumbezogene Situierung aus mehreren Gründen zu den wesentlichen Eigenschaften von Audioguides. Da (1) Audioguides an das Abspielgerät mit Kopfhörern gebunden und zur punktuellen Nutzung meist in Kopräsenz von Hören und Betrachten gedacht sind, (2) die Möglichkeit der Wiederholung oder des Überspringens von Teilen beim Hören jederzeit besteht, und (3) keine Interaktion – somit auch keine Rückfrage – möglich ist, könnte ein Mangel an räumlicher Orientierungshilfe problematisch werden. Außerdem könnte ohne Orientierung der Hörenden die grundlegende Funktion der Informationsvermittlung nicht vollständig erfüllt werden (vgl. Spieß & König, 2018, S. 12–13 & 37; s. auch Domke, 2014). Fandrych & Thurmair (2015, S. 191) merken an, dass Audioguides einerseits die Makro-Synchronisation (Orientierung im Raum und Exponatidentifikation) und andererseits die Mikro-Synchronisation (Wahrnehmung mit Bezug auf das Exponat selbst und seine Details) leisten müssen.

Das Sprachenpaar Deutsch–Italienisch ist für die Erforschung sprachspezifischer Lokalisierungen<sup>4</sup> besonders geeignet, da es sich um typologisch unterschiedliche Sprachen mit divergierenden Raumkonzeptualisierungen und Lexikalisierungsmustern handelt. Die empirische Analyse erfolgt als qualitative Fallstudie anhand von je einem originalen deutschen und italienischen Audioguide sowie der deutschen und italienischen Übersetzung eines dritten Audioguides.

Die Arbeit geht vom aktuellen Stand der Raumlinguistik aus, fokussiert die Konzeptualisierung und v.a. die Versprachlichung räumlicher Sachverhalte (Sektion 2.1) auch aus kontrastiver Perspektive (Sektion 2.2) und integriert Erkenntnisse zur Orientierung der Hörenden in Audioguides (Sektion 3). Nach der Beschreibung der Textgrundlage sowie der Kategorien und des Verfahrens der empirischen Analyse (Sektion 4) werden die Ergebnisse aus quantitativer (Sektion 5.1) und qualitativer (Sektion 5.2) Sicht dargestellt.

## 2 Theoretischer Hintergrund: Raumlinguistik

Die Raumlinguistik, an der Schnittstelle von Kognition, Psychologie und (Psycho-)Linguistik, erforscht seit Jahrzehnten die Wahrnehmung und Versprachlichung statischer und dynamischer räumlicher Verhältnisse. Die folgenden Ausführungen bieten die für die empirische Analyse notwendigen Erkenntnisse und Untersuchungskategorien.

### 2.1 Raumkonzeptualisierung, -Referenz und -Versprachlichung

In der Kognition hat der Raum einen hohen Stellenwert.<sup>5</sup> Die Lokalisierung, wie sie hier aufgefasst wird (statisch und dynamisch), erfolgt konzeptuell anhand von wesentlichen Dimensionen. Einige davon (1–5) stammen aus Talmy (2000a, S. 184 & 226) und der Gestaltpsychologie, andere (7–8) kommen bei dynamischen Lokalisierungen zum Raumschema hinzu (vgl. Langacker, 1999, S. 55).

4 Im Rahmen dieser Arbeit umfasst *Lokalisierung* sowohl statische Positionen als auch dynamische Ortswechsel. Daher wird der Begriff als Synonym für *Raumreferenz* und *Lokalisation* verwendet.

5 Beispielsweise spielt der Raum in kognitiv-semantischer Perspektive als Basiskonzept und Ausgangsdomäne eine zentrale Rolle (vgl. Lakoff, 1987). Außerdem sind Raum- und Gebäudemetaphorik für das Deutsche im Allgemeinen und für die deutsche Alltägliche Wissenschaftssprache (vgl. Ehlich, 1999; Heller, 2012) grundlegend.

- (1) Die Figur (= das zu lokalisierende Objekt = Thema).
- (2) Der Grund (= die für die Konzeptualisierung relevanten Umgebungsteile). Der Grund kann mit dem Bezugsobjekt (= Relatum/Landmarke) übereinstimmen, wie in *Der Tourist steht vor der Mauer*, oder nicht, wie in *Der Tourist steht bei der Eisbude* (vgl. Landau & Jackendoff, 1993; Beispielsätze aus Weiß, 2005, S. 85).<sup>6</sup>
- (3) Die Relation zwischen Figur und Grund. Die räumliche Relation zwischen (den Orten von) Figur und Grund oder Landmarke kann direkt oder indirekt durch die räumliche Relation zwischen Teilräumen ausgedrückt sein (vgl. auch Weiß, 2005, S. 74–75).<sup>7</sup> Relevant sind die drei Achsen des Koordinatensystems (oben–unten = vertikale Achse; links–rechts = laterale Achse; vorne–hinten = sagittale Achse) sowie Innenraum und Außenraum und andere topologische Teilräume (für Beispiele s. Berthele, 2004, S. 76).
- (4) Die Landmarke (= das für die Lokalisierung saliente Grundelement, das als Orientierungspunkt dient).
- (5) Das Verb zur Aktivierung des Raumschemas (Bewegungs- oder Zustandsverb).
- (6) Ein Referenzrahmen. Dazu ist die Festlegung der Origo – im Sinne von dem referenzierenden Ausgangspunkt, von dem aus räumliche Relationen verstanden werden – nötig. Je nachdem, wo die Origo gesetzt wird, unterscheidet man in Anlehnung an Levinson (1996a, S. 126) zwischen (i) dem relativen (d.h. aus der Perspektive der betrachtenden Person), (ii) dem intrinsischen (d.h. ausgehend von bestimmten physischen Ausrichtungen des Objekts) und (iii) dem absoluten (d.h. unabhängig von jeglicher Perspektive, bspw. ausgehend von den Himmelsrichtungen) Referenzrahmen.<sup>8</sup>
- (7) Der Ausgangspunkt.
- (8) Der Endpunkt. Endpunkte (damit werden hier sowohl Ziele als auch eventuelle Zwischenziele gemeint) werden je danach unterteilt, ob eine Grenzüberschreitung stattfindet oder nicht. Entsprechend sind folgende Optionen möglich: (i) angepeilt (aktiviert z.B. durch *auf etwas zulaufen* oder *in Richtung von*), (ii) erreicht (aktiviert z.B. durch *erreichen*, *ankommen* oder *bis zu*), (iii) überschritten (aktiviert z.B. durch *betreten*, *hineingehen*, *bis in*).<sup>9</sup>

---

6 In der vorliegenden Arbeit verwende ich einen eng ausgelegten *Grund*-Begriff, d.h. beschränkt auf den räumlichen Hintergrund im Bezug auf die Figur. In der Kognitiven Grammatik von Langacker (1999) umfasst der Grund hingegen alles, was für die Interpretation der Lokalisierung nötig ist, und wird zum übergeordneten konzeptuellen und kontextuellen Hintergrund oder Rahmen der Szene.

7 Der Teilraum (z.B. Vor-Raum) ist ein spezifischer Distanzbereich oder ein dimensionales Segment innerhalb einer Objekt-Region. Jedes Objekt nimmt eine Region (einen Ort – einen zugewiesenen Interaktionsbereich nach Miller & Johnson-Laird, 1976) ein. Die von der sprechenden Person eingeschätzte Distanz zwischen den Objekten sowie der etwaige Kontakt und Inklusionsverhältnisse zwischen ihnen spielen eine zentrale Rolle für die Lokalisierung. Zur Anwendung des Begriffs der Region in der Sprachwissenschaft, insbesondere zur Beschreibung und Analyse der Bedeutung von Lokalpräpositionen, siehe Landau und Jackendoff (1993).

8 Neben dieser grundlegenden Kategorisierung bestehen detailliertere Referenzrahmen zur Verankerung einer Figur im Raum. Besonders ausführlich ist das 6H-Modell von Herrmann (1990). Demnach wird nach zwei Unterscheidungskriterien klassifiziert: (1) eingenommene Perspektive (Sprechende, Hörende oder Drittes); (2) vorhandene oder nicht vorhandene Übereinstimmung der eingenommenen Perspektive mit dem Relatum (es liegt dann jeweils eine Zweipunkt- oder eine Dreipunktlokalisierung vor). Für Erläuterungen und Beispielsätze vgl. Vorwerg (2001, S. 83) und Weiß (2005, S. 53). Da in Audioguides keine Abbildungen zu den versprachlichten Lokalisierungen vorhanden sind, sind die Differenzierungen von Herrmann nicht überprüfbar; daher wird dieses Modell für die empirische Analyse nicht verwendet.

9 Die Markierung eines Endpunkts kann auch implizit sein, nämlich durch die Personalisierung des Wegs oder die Nennung einer Landmarke (vgl. Delucchi Danhier, 2017, S. 171).

Die Versprachlichung von Bewegungsereignissen oder Routen folgt Linearisierungsprinzipien wie dem temporalen (chronologische Abfolge) und dem topologischen (z.B. Nähe zu Ferne) Prinzip. Während diese Prinzipien konstant bleiben, bestehen drei Alternativen bei den Beschreibungen, die exemplarisch anhand von Raumbeschreibungen herausgearbeitet wurden (vgl. auch Delucchi Danhier, 2019, S. 72–73):

- (1) Imaginäre Wanderung. Es handelt sich um eine dynamische Strategie und um ein komplexes Zusammenspiel von räumlichen und zeitlichen Ausdrücken sowie inszenierten gemeinsamen Bewegungen von der Sprechenden und der Hörenden Person.
- (2) Imaginäre Blickwanderung. Sie setzt einen fest bleibenden Standpunkt und nur Bewegungen der Augen voraus, die unterschiedlichen Mustern folgen können.
- (3) Karte (= Perspektive aus der Vogelschau).

## 2.2 Raumversprachlichung sprachkontrastiv

Sprachkontrastive Untersuchungen belegen deutliche interlinguale Unterschiede bei der Versprachlichung von Raum und räumlichen Relationen (vgl. etwa Levinson, 1996b & 2003; Majid et al., 2004). Diese zeigen sich bereits bei der Konzeptualisierung der sprachlichen Nachricht: Auswahl, Hierarchisierung und Granularität der Informationen sowie Häufigkeit der Erwähnung von Endpunkten, bedingt durch unterschiedliche Grammatikalisierungsgrade des Aspekts (vgl. Carroll & Lambert, 2006; Carroll et al., 2004; v. Stutterheim, 2003; v. Stutterheim & Lambert, 2005; v. Stutterheim & Nüse, 2003). Ursachen dafür sind typologische Unterschiede. Es wird jedoch betont, dass sprachunabhängige, kontextuelle Faktoren (Situation, vorausgehende Kommunikation, Minimierung der Verarbeitungskosten) die Konzeptualisierung und Versprachlichung ebenfalls beeinflussen können (vgl. Berthele, 2014; Vorweg, 2001, S. 25 & 95).<sup>10</sup> Außerdem besteht Variation auch zwischen den Varietäten einer einzelnen Sprache.<sup>11</sup>

Das Sprachenpaar Deutsch–Italienisch ist aufgrund seiner typologischen Unterschiede und divergierenden Lexikalisierungsmuster besonders geeignet für die Untersuchung sprachspezifischer Raumversprachlichung. Deutsch und Italienisch unterscheiden sich z.B. in der Organisation von Bewegungsinformationen und der Markierung von Subordination.<sup>12</sup> Zur Versprachlichung statischer und dynamischer Lokalisierung verwendet das Deutsche eine größere Bandbreite sprachlicher Mittel als das Italienische: Deiktika, Verben, Verbpartikeln, Präpositionen und Kasusmarkierungen. Als satellitengeprägte Sprache (*satellite-framed*

10 Berthele (2014, S. 17) plädiert dafür, „von einem sich gegenseitig bedingenden Bezugsgeflecht Denken–Sprache–Kultur auszugehen“ (Berthele, 2014, S. 19). Seine Daten sprechen für freie Variation zwischen den Präferenzen, die auf die individuell gewählte Perspektivierung der Situationen (*construal* in der Kognitiven Grammatik, vgl. Langacker, 1999, S. 206) zurückzuführen sei (vgl. Berthele, 2014, S. 33).

11 Bertheles empirische Analyse belegt z.B., dass die deutsche Standardsprache einen einfachen Ausdruck des Wegs bevorzugt (z.B.: *Der Hund springt aus dem Fenster*), während andere Konzeptualisierungen wie *zum Fenster hinaus* weniger präferiert werden. In den Varietäten des Deutschen in der Schweiz sind hingegen viel mehr Konstruktionstypen zu finden. Außerdem tendiert der Dialekt zur Verteilung der Raumsemantik auf verschiedene Partikeln, wobei Richtungsadverbien einen hohen Stellenwert aufweisen (vgl. Berthele, 2004, S. 87–88).

12 Nebensätze können im Deutschen durch ein breites Spektrum an Subjunktionen eingeleitet werden, weisen eine eigene Wortstellung auf und müssen durch Kommas getrennt werden. Im Italienischen ist das nicht der Fall.

*language*) nutzt das Deutsche bspw. häufig Satelliten<sup>13</sup> zum Verb zur Versprachlichung von Informationen zur Bewegungsrichtung (als Verbpartikel oder Präpositionalphrase, z.B. *entlang, vorbei, zum Ziel*), die im Italienischen – einer verbgeprägten Sprache (*verb-framed language*) – hingegen häufiger im Verb enkodiert sind (*uscire, entrare, attraversare, avanzare, andare, venire*) (vgl. Slobin, 1996; Talmy, 2000a & 2000b).<sup>14</sup> Die sprachspezifischen Mittel werden in dieser Analyse aus Platzgründen nicht vertieft.

Für das Deutsche sind folgende spezifische Tendenzen bekannt, die für die vorliegende Fragestellung relevant sind.

- (1) Das Deutsche tendiert zur präzisen Formulierung des Standpunkts der Sprechperson und bevorzugt eindeutige Lokalisierungen der Sprechenden (vgl. Doval & Krause, 2014, S. 122; Wotjak, 2014, S. 69).
- (2) Als Sprache ohne grammatikalisierten Aspekt neigt Deutsch dazu, eine holistische Perspektive einzunehmen und Endpunkte von Bewegungen häufiger zu versprachlichen (vgl. Carroll et al., 2004; v. Stutterheim, 2003).<sup>15</sup>
- (3) Deutsche Lokalisierungen gelten als besonders genau und informationsdicht,<sup>16</sup> mit starker expliziter Raumverankerung und dem Gebrauch von sekundären Lokalisierungen (d.h. die Lokalisierung von eingeführten Landmarken), wohingegen Italienisch eher eine existenzielle Perspektive einnimmt (z.B. *davor* und dergleichen vs. das generische *c'è/ci sono*; vgl. Delucchi-Danhier, 2019; v. Stutterheim & Lambert, 2005).

### 3 Raumorientierung in Audioguides

Die Schnittstelle Lokalisierung–Audioguides haben Fandrych & Thurmair (2010) untersucht. Sie stellen fest, dass die Raumorientierung in Audioguides maßgeblich durch die kommunikative Aufgabe (in der die Orientierung der Hörenden innewohnt) und die Raumlogik bestimmt wird. Als *Raumlogik* bezeichnet man die genaue Konstellation der Objekte in einem Raum oder auf einem Weg (vgl. Delucchi Danhier, 2014, S. 89).<sup>17</sup> Audioguides sind auf bestimmte Räume, eine bestimmte Orientierung und eine bestimmte Anordnung der Objekte in dem Raum zugeschnitten (vgl. Spieß & König, 2018, S. 12–13). Außerdem belegen Fandrych & Thurmair (2010, S. 167–168) den instruktiven Charakter der Raumorientierung in Audioguides, der insbesondere in deutschen Texten jedoch oft implizit oder visuell (Nummerierungen, Karten) sowie – wenn sprachlich – beschreibend vermittelt wird.

13 Unter Satelliten versteht Talmy (2000b, S. 102) grammatische Elemente, die unmittelbar in Beziehung zum Verbstamm stehen – typischerweise Verbpartikel/Präpositionen, Affixe, Adverbien; ausgeschlossen werden also z.B. Nominal- und Präpositionalphrasen und Flexionselemente (vgl. Delucchi Danhier, 2017, S. 26 & 55).

14 Es handelt sich um Präferenzen, so dass Alternativen möglich sind. Außerdem steht die Art der Bewegung bei Verben wie *gehen* (d.h. ‚zu Fuß‘) kognitiv fast nie im Vordergrund (vgl. Wotjak, 2014, S. 61).

15 Der unterschiedliche Umgang mit Endpunkten zeigt sich auch in kognitiven Aufgaben nicht sprachlicher Art (vgl. v. Stutterheim et al., 2012).

16 Aufgrund bestimmter morphologischer und syntaktischer Eigenschaften ist Deutsch selbst unter den germanischen Sprachen besonders informationell dicht (vgl. Fabricius Hansen, 1998). Zu diesen morphologischen Eigenschaften zählt bspw. das ausgeprägte Kasussystem; zu den syntaktischen z.B. wiederholte Verwendungen von Nominalisierungen, Ansammlungen von Adverbialphrasen und Erweiterungen – sowohl prä- als auch postnominal.

17 Die Raumlogik interagiert mit den o.g. kognitiven Prinzipien der Orientierung und Linearisierung der Informationen.

Raumorientierung in Audioguides zeigt sich in zwei Hauptformen: der Orientierung der Aufmerksamkeit bzw. des Blicks der betrachtenden Person und der körperlichen Orientierung im physischen Raum. Fandrych & Thurmair (2015 & 2016) bezeichnen dies als Mikro-Synchronisation und Makro-Synchronisation. Beide können sprachlich und nicht sprachlich erfolgen und müssen nicht zwingend lokale Ausdrücke nutzen. Für die Orientierung im vom Exponat geschaffenen Raum (Mikro-Synchronisation) postulieren Fandrych & Thurmair (2016, S. 386–389) folgende Strategien:

- (1) Vom Allgemeinen (Gesamteindruck) zum Spezifischen (Details) und vom Vordergrund oder Zentrum zum Hintergrund oder zur Peripherie.
- (2) Einbeziehung der Hörenden in fiktive Handlungskonstellationen; es wird dabei das Handlungspotenzial des Exponats genutzt.
- (3) Involvierung der Hörenden in inszenierte Dialoge.<sup>18</sup>
- (4) Einnahme der Position der hörenden seitens der sprechenden Person.

Was die konkrete Positionierung der Hörenden, die Routenführung und Perspektivwechsel (Makro-Synchronisation) betrifft, wird die Positionierung teils explizit in Form von Aufforderungen versprachlicht (wie in *Schauen Sie sich X näher an*, vgl. Fandrych & Thurmair, 2015, S. 205). Beispielsweise werden die Zuschauenden einleitend willkommen geheißen und der Ort wird dabei anhand von objektdeiktischen Ausdrücken wie *dies*-<sup>19</sup> in der Origo der hörenden Person verortet. Das inklusive *wir* wird ebenfalls genutzt, um eine gemeinsame Bewegung von sprechender und hörender Person im Raum zu inszenieren (vgl. Spieß & König, 2018).

## 4 Textgrundlage, Untersuchungskategorien und Vorgehensweise

Analysiert werden folgende Audioguides:

**Tabelle 1**

Metadaten der vier untersuchten Audioguides

Bezeichnung (Abkürzung)	Sprache (O = Original; Ü = Übersetzung)	Anzahl der Höreinheiten	Anzahl der Worte	Emittent(en)
Goethes Wohnhaus (G)	Deutsch (O)	12	4.615	Antenna International GmbH/ Klassik Stiftung Weimar
<i>Reggia di Caserta</i> (C)	Italienisch (O)	7	2.760	Stefano Zuffi & Davide Tortorella
Stadt Pompei (P_dt)	Deutsch (Ü)	21	4.403	Audioguide Bluehertz
<i>Città di Pompei</i> (P_it)	Italienisch (Ü)	21	4.251	Audioguide Bluehertz

<sup>18</sup> Zu narrativen Vermittlungsformaten und Modalitäten in Audioguides vgl. Schoene (2022).

<sup>19</sup> Detailliert zu Demonstrativa zur Synchronisierung der Wahrnehmung im Bild vgl. Fandrych & Thurmair (2011, S. 87–88).

Die Audioguides zum Goethes Wohnhaus und zu der *Reggia di Caserta* (dem Schloss Caserta) liegen in der jeweiligen Originalfassung vor – auf Deutsch und Italienisch – und sollten die sprachspezifischen Präferenzen erhellen. Die zwei Fassungen des Audioguides über die Stadt Pompei machen einen direkten Vergleich möglich und geben Aufschlüsse darüber, inwiefern Übersetzungen sprachspezifische Präferenzen berücksichtigen.<sup>20</sup> Allerdings stellt sich die Frage, ob sie manuell, anhand von *CAT-Tools* oder maschinell (mit oder ohne Überarbeitung) erfolgten.

Alle vier Audioguides wurden vollständig analysiert. Nur die Textpassagen wurden berücksichtigt, in denen eine Orientierung der Hörenden durch den Raum oder im Raum des Exponats erfolgt. Ausgeschlossen wurden hingegen Passagen, in denen andere Lokalisierungen versprochen werden (etwa, wenn es um die Geschichte eines Bauwerks oder die Handlungen der damaligen Besitzer:innen geht). Ebenfalls nicht berücksichtigt wurden lexikalisierte Ausdrücke oder Muster, die keine wörtliche Lokalisierung implizieren, wie z.B. die italienische Konstruktion *andare a* + Infinitiv (*andare ad analizzare*).<sup>21</sup>

Zur Kodierung wurden folgende Kategorien verwendet.

- (1) Wesentliche Dimensionen statischer und dynamischer Lokalisierung aus der Gestaltpsychologie und dem Raumschema: Figur; Orientierung der Figur; Grund; Landmarke; Verb: statisches Verb zur Aktivierung des Raumschemas, Bewegungsverb zur Aktivierung des Raumschemas mit Enkodierung der Art der Bewegung, Bewegungsverb zur Aktivierung des Raumschemas mit Enkodierung der Richtung der Bewegung; Ausgangsort; Endpunkt: angepeilt, erreicht, überschritten.
- (2) Referenzrahmen und eingenommene Perspektive: relativ (egozentrisch + deiktisch); intrinsisch; absolut.
- (3) Orientierungsstrategie: imaginäre Blickwanderung, parallel; imaginäre Blickwanderung, rund; imaginäre Wanderung; Beschreibung nach dem Kartenprinzip; Auflistung von Landmarken.

Die quantitative Analyse berücksichtigte alle Lokalisierungen, die in den vier Audioguides vorkommen. Bei denen, die durch ein Zustands- oder Bewegungsverb (oder eine Formulierung mit derselben Funktion) aktiviert werden (= aktivierte Lokalisierungen), wurden folgende Dimensionen notiert: Figur, Grund, Landmarke, ggf. Ausgangspunkt und Zielpunkt, Verbtyp. Für diese und alle anderen Lokalisierungen, die nicht durch ein Verb mit Raumsemantik aktiviert werden, aber sich auf die Orientierung der Hörenden beziehen, wurde die eingenommene Perspektive (= Referenzrahmen) berücksichtigt.

---

20 P\_dt und P\_it wurden von der Firma Audioguides Bluehertz angefertigt (mit Hauptsitz in Spanien). Zu ihren Dienstleistungen zählt die Erstellung von Inhalten für Audioguides inkl. Übersetzungen und Sprachaufzeichnungen in mehreren Sprachen. Trotz ausdrücklicher Anfrage per E-Mail hat sich das Unternehmen nicht zur Natur der beiden Texte geäußert. Anhand von einigen Merkmalen kann man erkennen, ob es Übersetzungen sind und ob sie manuell oder automatisch angefertigt wurden. Die Tatsache, dass zwei Eigennamen von Straßen ins Italienische, aber nicht ins Deutsche übersetzt wurden (vgl. Beispiel 27), lässt vermuten, dass es sich um eine nicht überarbeitete maschinelle Übersetzung handelt.

21 Das Gleiche gilt z.B. für die tiefgreifende Metaphorik im deutschen verbalen Bereich.

## 5 Lokalisierungen in den untersuchten Audioguides

### 5.1 Quantitative Beobachtungen

Bevor auf die Ergebnisse eingegangen wird, ist darauf hinzuweisen, dass diese trotz Angabe von Prozentwerten keinerlei statistischen Wert haben. Das Ziel besteht lediglich in dem Vergleich der in den vier Audioguides festgestellten quantitativen Befunde.

Tabelle 2 betrifft die Untersuchungskategorie der Figur.

**Tabelle 2**

Art der Figur in aktivierten Lokalisierungen<sup>22</sup>

Figur		C		G		P_dt		P_it	
Personalpronomen	du	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	tu	29	60%	0	0%	0	0%	0	0%
	Sie	0	0%	18	33%	1	2%	0	0%
	wir	0	0%	6	11%	12	20%	0	0%
	noi	0	0%	0	0%	0	0%	15	22%
	voi	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Unpersönlich		0	0%	1	2%	4	7%	7	10%
Exponat od. Teil davon		19	40%	22	41%	41	67%	40	59%
Sonstiges		0	0%	7	13%	3	5%	5	7%
<i>Gesamt</i>		48	100%	54	100%	61	100%	68	100%

In den Audioguides zur *Reggia di Caserta* (C) und zum Wohnhaus Goethes (G) überwiegt ein Personalpronomen (im ersten Fall ausschließlich *tu* (Beispiel 1), im zweiten Fall *Sie* (Beispiel 2) und – in geringerem Maße – *wir*): Die hörende Person fungiert also häufiger als Figur. In den Audioguides zu Pompei (P\_dt und P\_it) hingegen beziehen sich die Lokalisierungen häufiger (67% und 59%) auf das Exponat oder einen Teil davon (Beispiele 3 und 4). Eine zweite interessante Beobachtung betrifft das inklusive *wir/noi*, vor allem in P\_dt und P\_it (Beispiele 5 und 6); in diesem Fall nimmt die sprechende Person die Perspektive der hörenden Person ein.<sup>23</sup>

- (1) Entrando [**tu**] dalla facciata principale (C)<sup>24</sup>
- (2) Willkommen in Goethes Wohnhaus am Frauenplan, in dessen Innenhof **Sie** gerade stehen (G)
- (3) A Pompei sono stati individuati quattro bagni pubblici: le terme Suburbane, le terme del Foro, le terme Centrali e infine le terme Stabiane, le più grandi e rinomate. Situate [**le terme Stabiane**] tra Via di Stabia e Via dell'Abbondanza, sono le più antiche della città, risalenti al IV secolo a.C. (P\_it)
- (4) Im Zentrum steht **ein weißer Marmoraltar** (P\_dt)

22 Je länger die Graustufen in den Kästchen dieser (und folgender) Tabelle(n), desto höher die Frequenz.

23 Für einen Erklärungsvorschlag s. Sektion der Schlussbemerkungen.

24 In diesem und allen anderen Beispielen aus den Audioguides ist das analysierte und kommentierte Element fett markiert. Die Quelle (Audioguide) wird mit ihrer Abkürzung in Klammern am Ende des Beispiels angegeben.

- (5) Das Gelände, zu dem **wir** nun mit dem Audioguide gekommen sind, war so etwas in der Art (P\_dt)
- (6) Proseguiamo [**noi**] all'interno del Foro (P\_it)

Auch hinsichtlich der Verben ist ein verschieden stark ausgeprägter Unterschied zwischen den Original-Audioguides C und G und denen über Pompei (P\_dt und P\_it) festzustellen, wie Tabelle 3 verdeutlicht.

**Tabelle 3**

Aktivierung der Lokalisierung, wenn vorhanden

Verb		C		G		P_dt		P_it	
Bewegungs- verb	Art	6	13%	3	6%	0	0%	1	1%
	Richtung	17	35%	12	22%	12	20%	15	22%
	Richtung ohne Grenze	4	8%	2	4%	3	5%	4	6%
	Art + Richtung	2	4%	0	0%	6	10%	9	13%
Statisches Verb		10	21%	21	39%	30	49%	22	32%
Statische Formulierung		8	17%	5	9%	8	13%	17	25%
Dynamische Formulierung		1	2%	11	20%	2	3%	0	0%
<i>Gesamt</i>		48	100%	54	100%	61	100%	68	100%

In C und G sind die meisten Verben und Formulierungen dynamischer Art<sup>25</sup> (mit Anteilen von 62% bzw. 52%). P\_dt und P\_it weisen Prozentsätze um die 40% auf (genauer gesagt 38% und 42%). Die folgenden Beispiele veranschaulichen, was genau mit diesen Kategorien gemeint ist.

- (7) L'ingresso ti **introduce** nell'immenso atrio che **percorrere** tutto il palazzo aprendosi sui cortili interni (C)

In (7) wird *introdurre* als ein Bewegungsverb verwendet, das semantisch eine Richtung und kognitiv eine Grenzüberschreitung fokussiert. *Percorrere* ist ebenfalls ein Bewegungsverb, setzt aber keine Grenzüberschreitung voraus. Verben wie *ammirare* in Beispiel 8 werden aufgrund der implizierten Augenbewegung ebenfalls als Bewegungsverben klassifiziert. Sie gehören zur Untergruppe der Bewegungsverben der Art und Weise (in diesem Fall ‚mit Aufmerksamkeit‘ und ‚lang‘ anschauen). Mit Bewegungsverben wie *reisen* (Beispiel 9) assoziiert man sowohl eine Art und Weise als auch zumindest einen Endpunkt (und somit eine Richtung).

- (8) Nella prima e nella terza di queste sale, puoi ancora **ammirare** gli arredi originali del Settecento (C)
- (9) Sie haben jetzt bestimmt Lust darauf bekommen, in die Vergangenheit zu **reisen** (P\_dt)

Zustandsverben sind etwa *hängen*, *sich (be)finden*, *liegen*, *bleiben*, *stehen*, *trovarsi*, *esistere*, *eserciti* (wie in Beispiel 10).

- (10) Hinter dem Großen Theater **befand sich** ein Säulengang (P\_dt)

25 Damit sind alle in Tabelle 3 aufgeführten Optionen außer statischen Verben und statischen Formulierungen gemeint.

Im Verbalbereich gibt es weitere Formulierungen, die eine Lokalisierung aktivieren können. Statische Formulierungen beschreiben Zustände, z.B. durch *innalzato*, *circondato*, *solcato*, *immerso* oder *antreffen* in Beispiel 11. Dynamische Formulierungen kommen bspw. durch Substantive wie *Zugang* (Beispiel 12) zustande.

(11) In leicht variierenden Formen sind sie in seinem Wohn- und Gartenhaus sowie anderen historischen Wohnhäusern in Weimar mehrfach **anzutreffen** (G)

(12) Es ermöglichte Goethe einen **Zugang** vom Vorderhaus zum Garten (G)

Neben den Optionen zur Aktivierung einer Lokalisierung verdeutlichen die bisherigen Beispiele auch die anderen Untersuchungsdimensionen: Grund (Beispiel 2: *in dessen Innenhof*; Beispiel 11: *in Weimar*), Landmarke (Beispiel 3: *tra Via di Stabia e Via dell'Abbondanza*; Beispiel 10: *Hinter dem Großen Theater*), Ausgangspunkt (Beispiel 1: *dalla facciata principale*), Endpunkt (Beispiel 5: *zu dem*; Beispiel 7: *nell'immenso atrio*; Beispiel 9: *in die Vergangenheit*). Tabelle 4 fasst die quantitativen Werte zu diesen Dimensionen zusammen.

**Tabelle 4**

Versprachlichte Dimensionen der Lokalisierungen

Lokalisierungselement	C		G		P_dt		P_it	
Ohne Aktivierung (in allen Funktionen)	5	8%	55	41%	25	20%	31	27%
Als Grund	16	26%	18	14%	26	21%	19	17%
Als Landmarke	15	25%	32	24%	47	38%	35	31%
Als Endpunkt	21	34%	20	15%	19	15%	20	18%
Als Ausgangspunkt	4	7%	8	6%	7	6%	8	7%
<i>Gesamt</i>	<i>61</i>	<i>100%</i>	<i>133</i>	<i>100%</i>	<i>124</i>	<i>100%</i>	<i>113</i>	<i>100%</i>

Ausgangspunkte in allen vier Audioguides werden selten explizit versprachlicht, während etwaige Endpunkte häufiger vorkommen, mit einem Prozentsatz von ca. 15%, der jedoch im Fall von C (überraschenderweise auf Italienisch) auf 34% steigt. Um welche Art von Endpunkt es sich handelt, zeigt Tabelle 5. In den meisten Fällen handelt es sich um erreichte, teilweise auch überschrittene Endpunkte.<sup>26</sup>

**Tabelle 5**

Art des Endpunkts<sup>27</sup>

Endpunkt	C		G		P_dt		P_it	
Angepeilt	2	10%	2	10%	6	32%	2	10%
Erreicht	11	52%	8	38%	12	63%	13	65%
Überschritten	5	24%	6	29%	1	5%	5	25%
Erreicht + überschritten	3	14%	5	24%	0	0%	0	0%
<i>Gesamt</i>	<i>21</i>	<i>100%</i>	<i>21</i>	<i>100%</i>	<i>19</i>	<i>100%</i>	<i>20</i>	<i>100%</i>

26 Die belegten Verben im Zusammenhang mit überschrittenen Endpunkten sind *betreten*, *eindringen*, *accedere*, *entrare*, *superare*, *introdurre*.

27 Angesichts der zu niedrigen absoluten Werte werden die Prozentsätze nicht kommentiert.

Wieder bezugnehmend auf Tabelle 4 ist die relativ hohe Häufigkeit räumlicher Elemente mit der Funktion von Landmarke aber auch von Grund zu erwähnen – mit einem proportionalen Verhältnis von etwa 1:2 (Grund zu Landmarke), außer im Fall von C (1:1). Am auffälligsten ist der hohe Prozentsatz der nicht aktivierten Lokalisierungen (d.h. ohne Verb). Dies ist in den Beispielen 13 und 14 der Fall.

- (13) Erhalten hat sich jedoch nur **ganz am Ende des Innenhofs** die Remise mit einer Kut-sche Goethes (G)
- (14) **Nella città che stiamo visitando** con le audioguide, questa costruzione è una delle meglio conservate del suo tempo (P\_it)

Die Hörenden werden räumlich begleitet, die Orientierung bleibt aber implizit und die Informationsdichte hoch. Das trifft vor allem auf G zu, wobei die Werte von P\_dt und P\_it deutlich höher sind als der von C.

Die Auswertung des Bezugssystems zeigt die Dominanz des intrinsischen Referenzrahmens, mit Prozentsätzen in allen vier Audioguides über 50%:

**Tabelle 6**

Referenzrahmen aller Lokalisierungen (ohne deiktische Ausdrücke)

Referenzrahmen	C		G		P_dt		P_it	
Relativ	4	7%	22	17%	11	9%	11	10%
Intrinsisch	34	56%	90	68%	73	59%	64	57%
Absolut	11	18%	17	13%	35	28%	33	29%
Sonstiges	12	20%	4	3%	5	4%	5	4%
<i>Gesamt</i>	<i>61</i>	<i>100%</i>	<i>133</i>	<i>100%</i>	<i>124</i>	<i>100%</i>	<i>113</i>	<i>100%</i>

Wie erläutert, erfolgen Lokalisierungen im intrinsischen Referenzrahmen anhand von Dimensionen, die der Landmarke oder dem Grund inhärent sind (Beispiele 15 und 16):

- (15) **Hinter der Glastür** erwartet uns eine großzügige Treppenanlage (G)
- (16) **Sala di Marte, dove [nella quale]** troneggia una grande coppa in alabastro (C)

Der absolute Referenzrahmen spielt aber auch eine wichtige Rolle, wie in (17) und (18):

- (17) Geografisch befinden wir uns **im Südwesten Italiens** (P\_dt)
- (18) Allein **in Pompeji** gab es etwa 80 Thermopolien (P\_dt)

Lokalisierungen wurden dem absoluten Referenzrahmen nicht nur bei Verweisen auf Himmelsrichtungen (Beispiel 17) zugeordnet, sondern auch bei der Verwendung von Eigennamen, die eine Identifizierung ohne Origo-Perspektive ermöglichen (Beispiel 18). Darüber hinaus umfasst diese Kategorie Fälle, in denen die räumliche Relation auf eine Landmarke oder einen Grund Bezug nimmt (Beispiel 19), obwohl eine Kombination intrinsischer und absoluter Referenzrahmen vorliegt.

- (19) Am **westlichen** Hang des Hügels (P\_dt)

Unter *Sonstiges* fallen ferner die Okkurrenzen von Elementen des Raumschemas, die jedoch nicht lokalisierend fungieren, wie in Beispiel 20 (*fresco* als Grund, *acque* als Landmarke):

- (20) Uno dei più grandi e spettacolari edifici civili italiani, circondato **dal fresco** di un fantastico parco solcato **dalle acque**, ricco di statue e di fontane (C)

Auch einige, nicht weiter präzisierte Endpunkte gehören zu dieser Kategorie, wie der erreichte Endpunkt in (21):

- (21) Una vasta sala ottagonale a due piani ti conduce allo **scalone** (C)

Solche vagen Lokalisierungen, die lediglich die Existenz eines räumlichen Elements – ohne Verankerung – festhalten, treten nahezu ausschließlich in C auf, während sie in den übrigen Audioguides nur marginal vertreten sind. Der relative Referenzrahmen ist insbesondere in G mit 17 % stärker ausgeprägt als in den anderen. Mehrere deiktische Ausdrücke erscheinen in allen Audioguides, wurden jedoch nur dann für die Berechnung der Tabelle berücksichtigt, wenn sie eine Lokalisierung ausdrückten (z.B. *in diesem Raum*), und dem relativen Referenzrahmen zugeordnet.<sup>28</sup> Diese aber auch weitere nicht erfasste Deiktika tragen wesentlich zur räumlich-zeitlichen Verankerung bei (*deixis ad oculos*, Bühler, 1934), häufig in Verbindung mit Lokalisierungen (z.B. *hier an dieser Stelle*, *hier in Pompei*, Beispiel 22) oder bei der Einführung von Exponaten (Beispiele 23–24).

- (22) **Hier an dieser Stelle** schmückten die Pompejaner ihre Arena mit berühmten Athleten, Göttern und Helden, wie Herkules oder Apollo (P\_dt)
- (23) **Dies** ist das so genannte Brückenzimmer (G)
- (24) Sie befinden sich **nun** im so genannten „Dienerzimmer“ (G)

Doppelterwendungen von lokaldeiktischen Angaben wie in Beispiel 22 zeigen, wie reich Deutsch an Deiktika ist (vgl. Sektion 5.2.2).

Tabelle 7 fasst die Vorkommnisse von deiktisch oder kataphorisch verwendeten Deiktika zusammen.<sup>29</sup>

**Tabelle 7**

Deiktische Ausdrücke mit deiktischer oder kataphorischer Funktion

Deiktika (deiktisch + kataphorisch)		C	G	P_dt	P_it
Lokaldeiktika	dies-	0	6	12	0
	hier	0	21	9	0
	quest-	0	0	0	10
	qui/qua	2	0	0	6
Temporaldeiktika	heute (und dgl.)	0	6	9	0
	nun/jetzt	0	7	4	0
	oggi (und dgl.)	2	0	0	7
	ora/adesso	1	0	0	4
<i>Gesamt</i>		5	40	34	27

28 Auch in diesen Fällen besteht jedoch eine Verschmelzung zweier Referenzrahmen: des relativen und des intrinsischen.

29 Oft sind *dies*-Okkurrenzen nicht deiktisch, sondern kataphorisch. Sie wurden hier trotzdem mitgezählt, weil sie – so wie die deiktischen Verwendungen – die Aufmerksamkeit und den Blick der Hörenden lenken. Obwohl *dies*- ein objektdeiktischer Ausdruck ist, wird es in Audioguides sehr häufig verwendet, um den Raum, in dem die Hörenden sich gerade befinden, zu verorten.

Eine allgemeine Beobachtung betrifft die absoluten Werte in allen Tabellen (2–7). Obwohl C etwa halb so viele Wörter enthält wie die anderen drei Audioguides, sind die aktivierten Lokalisierungen nur geringfügig weniger (vgl. Tabellen 2 und 3). Auch P\_it weist einige aktivierte Lokalisierungen mehr auf als die deutsche Fassung. Diese Daten lassen vermuten, dass (vorbehaltlich einer Überprüfung auf der Grundlage einer umfangreicheren Datenbasis) das Italienische explizite und weniger dichte Lokalisierungen bevorzugt. Diese Schlussfolgerung untermauert auch die Tatsache, dass die Gesamtzahl der Lokalisierungen im Verhältnis zur Länge der analysierten Audioguides ähnlich ist – wenn nicht sogar etwas geringer in den italienischen (vgl. Tabellen 4 und 6). Keine Unterschiede hinsichtlich der expliziten Nennung des Endpunkts lassen sich hingegen feststellen (vgl. Tabelle 5).

## 5.2 Qualitative Beobachtungen

Im Folgenden werden einige qualitative Beobachtungen vorgestellt. Zunächst werden durch den Vergleich von Textpassagen Unterschiede zwischen den beiden Fassungen des Audioguides zu Pompei aufgezeigt. Anschließend wird der Fokus auf die Häufung von Lokalisierungen gelegt, um schließlich zu makrostrukturellen Phänomenen wie den Orientierungsstrategien der Hörenden und der Rolle der Raumlogik überzugehen.

### 5.2.1 Audioguides zu Pompei im Sprachvergleich

Bei diesen Audioguides handelt es sich um zwei Fassungen desselben (vermutlich spanischen) Ausgangstextes (vgl. Sektion 4). Die Straßennamen in Beispiel 27 sind in der deutschen Version auf Spanisch; die italienische Version desselben Beispiels ist fragwürdig (wodurch das Italienische als Ausgangssprache ebenfalls nicht in Frage kommt): Drei Ebenen der Unterordnung sind selten, und – noch wichtiger – Formulierungen wie *scoperte rinvenute dagli scavi e dagli studi* sind sprachlich nicht korrekt. Es ist seltsam, dass diese Texte aus dem Spanischen stammen, da sie eine italienische Sehenswürdigkeit betreffen. Der Grund dafür ist wahrscheinlich, dass der Hauptsitz der Firma, die diese Audioguides angefertigt hat, in Spanien liegt.

Sollten die beiden Fassungen des Audioguides Unterschiede aufweisen, könnten diese auf Divergenzen in der Konzeptualisierung und Versprachlichung räumlicher Orientierung in beiden Sprachen hinweisen, die unterschiedliche Übersetzungsstrategien rechtfertigen.<sup>30</sup>

Ein erster Unterschied besteht in der Tendenz in P\_dt, Verben aus dem semantischen Feld der Bewegung oder der körperlichen Handlung zu bevorzugen. In Beispiel 25 entspricht dem italienischen Verb *osservare* (aus dem semantischen Feld des Sehens) die Kollokation *den Blick richten auf* – mit darauffolgender Nominalphrase zur Versprachlichung des angepeilten Endpunkts.

30 Wie bereits angedeutet, wäre es hilfreich zu wissen, ob es sich um eine menschliche oder maschinelle Übersetzung handelt, und, im zweiten Fall, ob diese auch menschlich überprüft wurde.

- (25) Se invece **osserviamo** il centro della palestra, possiamo vedere una cavità quadrata (P\_it)

Wenn man **seinen Blick auf** die Mitte der Arena **richtet**, kann man eine quadratische Vertiefung sehen (P\_dt)

Eine explizitere räumliche Verankerung zeigt sich in P\_dt auch bei anderen Satzgliedern. In Beleg 26 stehen zwei nicht aktivierte Lokalisierungen (das Lokaldeiktikum *hier* und die Präpositionalphrase *an dieser Stelle*) als Entsprechung einer nicht lokalen Präpositionalphrase im Italienischen (*in questo caso*):

- (26) **In questo caso**, i pompeiani decoravano la propria palestra con famosi atleti, divinità ed eroi (P\_it)

**Hier an dieser Stelle** schmückten die Pompejaner ihre Arena mit berühmten Athleten, Göttern und Helden (P\_dt)<sup>31</sup>

Während also Lokalisierungen zumindest in einigen Passagen in P\_dt häufiger vorkommen, enthält P\_it jedoch oft Zustandsverben, die in der deutschen Fassung fehlen:

- (27) Una delle ultime scoperte rinvenute dagli scavi e dagli studi archeologici effettuati in città è stato il *thermopolium* **situato** tra il vicolo “delle Nozze d’Argento” e quello “dei Balconi” della sezione V, che presenta numerosi affreschi sul bancone, che è possibile **osservare** grazie all’audioguida (P\_it)

Einer [sic] der neuesten Entdeckungen aus den Ausgrabungen und archäologischen Studien in der Stadt war das *Thermopolium*, das zwischen den Gassen „Las Bodas de Plata“ und „Los Balcones“ in der Region V **gefunden wurde**, auf dessen Theke zahlreiche Fresken abgebildet sind, die im Audioguide **beschrieben werden** (P\_dt)

Expliziter sind auch die Lokalisierung und die Orientierung der Hörenden in P\_it, wie Beispiel 28 zeigt.

- (28) **Proseguiamo** all’interno del Foro, precisamente verso ovest, per **fermarci** a contemplare uno degli edifici religiosi più importanti della città (P\_it)

Wir **bleiben** im Forum, genau genommen im westlichen Abschnitt, um eines der wichtigsten religiösen Gebäude der Stadt zu betrachten (P\_dt)

In der italienischen Fassung werden zwei dynamische Lokalisierungen (*proseguire* e *fermarsi*) mit *noi* als Figur versprachlicht, in der deutschen Fassung hingegen nur eine einzige – die zudem statisch ist (*bleiben*).

## 5.2.2 Lokalisierungshäufung und sekundäre Lokalisierung

Hohe Genauigkeit der Lokalisierungen und Informationsdichte zeigt systematisch der deutsche Original-Audioguide G, wie z.B. in folgenden Passagen:

- (29) **Im Vitrinenschrank neben der Tür** finden Sie persönliche Erinnerungsstücke Christianes (G)

31 Wie schon erwähnt, fällt hier die doppelte deiktische Verankerung auf.

- (30) **Im roten Steinpavillon am Rande des Grundstücks** brachte Goethe seine geowissenschaftliche Sammlung unter, von denen Sie einige Stücke schon **im Vorzimmer zu seinem Arbeitszimmer** sahen (G)
- (31) Caroline begleitete die Hausherrin auch auf ihren Badereisen etwa nach Karlsbad oder Bad Berka – Orte, die die Ansichten **an den Wänden links und rechts der Fenster zum Hof** zeigen. Achten Sie **an der gegenüberliegenden Fensterseite** auch auf die eigenhändige Zeichnung Goethes (G)<sup>32</sup>

In all diesen Fällen dienen weitere Lokalisierungselemente der Lokalisierung von einer primären Landmarke (oder Grund) – sie sind daher sekundäre Landmarken. In Beispiel 29 wird der primäre Ort der Erinnerungsstücke von Christiane durch die Präpositionalphrase *Im Vitrinenschränk* ausgedrückt, die wiederum durch eine zweite Präpositionalphrase (*neben der Tür*) lokalisiert wird. Die gleiche Konstellation findet sich in (30): Der Standort der geowissenschaftlichen Sammlung Goethes ist der rote Steinpavillon, dessen Lage (*am Rande des Grundstücks*) weiter präzisiert wird; einige der gesammelten Objekte sind in einem Vorzimmer zu sehen, das als zu Goethes Arbeitszimmer führend (*zu seinem Arbeitszimmer*) lokalisiert wird. Im zweiten Teil des Belegs 31 fungiert *gegenüberliegend* als sekundäre Lokalisierung von *Fensterseite*; im ersten Teil werden die Präzisierungen um eine tiefere Ebene erweitert: *links und rechts der Fenster* identifiziert die Wände, auf die Bezug genommen wird, und *zum Hof* ermöglicht die Identifizierung der gemeinten Fenster. Die sekundäre Lokalisierung ist auch rückwirkend belegt – etwa durch einen vorigen Ausgangspunkt (*palcoscenico* in Beispiel 32) oder eine bereits lokalisierte Figur (die Treppe in Beispiel 33).

- (32) Ad esempio, era molto comune per i greci costruire i teatri sulle pendici di colline come questa, sfruttando il dislivello per posizionare le tribune e offrendo così delle viste spettacolari sia dal palcoscenico che **dalla panoramica retrostante** in cui, in questo caso, predominano la valle del Sarno e i monti Lattari (P\_it)
- (33) Probieren Sie es nun selbst und folgen Sie der himmelwärts weisenden Geste des „betenden Knaben“ am Fuße der Treppe: Die Treppenstufen sind so flach, dass man beim Aufstieg ein geradezu erhabenes Gefühl entwickelt! Erhebend war für Goethe auch der Anblick der antiken Skulpturen **in den Nischen darunter** auf dem zweiten Treppenabsatz linkerhand die Büste des Apoll von Belvedere (G)

Darüber hinaus ist in allen vier Audioguides die Verwendung mehrerer Lokalisierungen in Bezug auf eine einzige Figur gemeinsam, was den hohen Stellenwert der Orientierung der Hörenden unterstreicht. Hier ein Beispiel aus den Audioguides zu Pompei:

- (34) **A circa 10 minuti a piedi dal Foro verso nord-ovest** con le audioguide e **a 200 metri da Porta Ercolano**, troviamo la Villa dei Misteri (P\_it)
- Etwa 10 Gehminuten** mit unserem Audioguide **vom Forum in Richtung Nordwesten** und **200 Meter vom Herculaneum-Tor entfernt**, befindet sich die Villa der Mysterien (P\_dt).

32 Dieses Beispiel enthält eine Aufforderung an die Hörenden: *Achten Sie auf X*. In diesem Audioguide kommt diese Imperativform viermal vor und wird von drei weiteren begleitet. Ähnliches findet sich auch in C: *Guarda che trionfo di stucchi dorati, che magnificenza! Ammira il grande affresco della volta che raffigura la posa della prima pietra del Palazzo il 20 gennaio 1752*. Eine Vertiefung der sprachlichen Aspekte ist einer separaten Studie vorbehalten.

Hier kommen drei Formulierungen unterschiedlicher Natur zur Lokalisierung der *Villa dei Misteri* vor: Die erste bezieht sich auf die Gehzeit vom Ausgangspunkt (dem Forum) aus und ist somit auf die Hörenden ausgerichtet, die zweite gibt die Richtung in Bezug auf einen absoluten Referenzrahmen (Himmelsrichtungen) an, die dritte nutzt die Entfernung in Metern zwischen einer Landmarke und der Figur.

### 5.2.3 Metasprachlicher Bezug auf die kommunikative Situation und räumliche Orientierung

Alle vier Audioguides weisen metasprachliche Bezugnahmen auf die kommunikative Situation auf. Das Wort *Audioguide* kommt in P\_dt und P\_it jeweils sogar 18 und 17 Mal vor:

(35) Einer der am besten erhaltenen Orte, die wir **mit dem Audioguide** besuchen können, ist das Amphitheater (P\_dt)

(36) Nella città che stiamo visitando **con le audioguide** (P\_it)

Die Original-Audioguides beziehen sich hingegen auf die Führung und verwenden dabei den Begriff *Rundgang* (G) und *percorso* (C) – allerdings in viel geringerem Maße (jeweils 2 Erwähnungen).

(37) Danach setzt sich unser **Rundgang** im Foyer des Vorderhaus [sic] fort, das Sie vom Innenhof her betreten können (G)

(38) Oggi il **percorso** ti stupirà per lo sfarzo e l'armonia (C)

Im Audioguide zur *Reggia di Caserta* werden die Hörenden zusätzlich mehrfach dazu aufgefordert, bei bestimmten Ausgangs- oder Endpunkten das Gerät zu starten oder zu stoppen, wie in (39) und in (40).

(39) Goditi le meraviglie di queste tre prime anticamere e **riavvia** quando **entri** nella quarta Sala di Astrea (C)

(40) Ora **metti in pausa** e **riavvia** quando **raggiungi** il Salone del Trono (C)

In diesen Beispielen verflochten sich die metasprachliche Bezugnahme auf die kommunikative Situation und die räumliche Orientierung der Hörenden.

Die Orientierung der hörenden Person als Figur ist in C besonders ausgeprägt, wie folgende Textpassagen exemplarisch verdeutlichen:

(41) Ma se **ti avvicini** puoi constatare come è finemente intagliato (C)

(42) Lo stile della Reggia segna il passaggio dall'architettura tardobarocca alla sobrietà formale del primo neoclassicismo. **Standole di fronte** te ne accorgi subito (C)

Das Gleiche gilt für die Lokalisierung der hörenden Person, die fast alle Einstiege in die Einheiten dieses Audioguides charakterisiert:

(43) Preparati ad **immergerti nell'atmosfera** di una sfarzosa corte settecentesca che è uno dei più grandi e spettacolari edifici civili italiani (C)

- (44) **Entrando dalla facciata principale, l'ingresso ti introduce** nell'immenso atrio che percorre tutto il palazzo aprendosi sui cortili interni; esattamente al centro trovi l'atrio ottagonale da cui parte il monumentale corpo dello scalone d'onore (C)
- (45) **Comincia** il tuo ascolto **dalla Sala degli Alabardieri** (C)
- (46) Anche tu oggi, proprio come chi chiedeva udienza al re nell'Ottocento, devi **superare** ben cinque anticamere **prima di poter accedere** all'immenso Salone del trono (C)
- (47) **Da qui** godi uno scenario ben diverso dall'edificio immenso e un po' severo (C)

Auch 7 der 12 Einheiten des Audioguides G beginnen mit der Lokalisierung der Hörenden oder der Orientierung ihres Blicks (oder ihrer Körperhaltung):

- (48) Willkommen in Goethes Wohnhaus am Frauenplan, **in dessen Innenhof Sie gerade stehen** (G)
- (49) **Auf der Türschwelle zum Gelben Saal heißt** der lateinische Gruß „Salve“ **Sie willkommen** (G)
- (50) **Sie stehen nun** in der so genannten ‚Großen Stube‘ einer Raumfolge, die ‚Christiane-zimmer‘ genannt wird. (G)
- (51) **Wir verlassen nun** die Sammlungszimmer (G)
- (52) **Sie befinden sich nun** im privaten Arbeitsbereich Goethes – der „Herzkammer“ des Hauses (G)
- (53) **Sie befinden sich nun** im so genannten „Dienerzimmer“ (G)
- (54) Bei schönem Wetter lädt der Hausgarten zu einem kleinen Spaziergang ein. **Während wir von der Treppe des Innenhofs dorthin gelangen** [...] (G)

Die anderen Einheiten steigen hingegen direkt in die Beschreibung des Exponats bzw. in die (z.B. historische) Kontextualisierung ein, oder setzen den Fokus.<sup>33</sup> Das ist der Fall der Pompei-Audioguides, in denen nur 5 Einstiege mit einer Orientierung oder Lokalisierung der Hörenden anfangen (diese sowie Beispiele 28 und 34):

- (55) **Wir betreten die Überreste** der antiken Stadt durch das als Porta Nocera bekannte Tor, mit seinem Turm III, gelegen in der Region II (P\_dt)  
**Accediamo** ai resti dell'antica città attraverso Porta Nocera, dominata dalla Torre III, situata nella Sezione II (P\_it)
- (56) In der Region VI, gegenüber dem Vesuvius-Tor im höchsten Teil der Stadt, **finden wir** dieses römische Gebäude, das „Das Wasserschloss“ bedeutet (P\_dt)  
Situato nella sezione VI, di fronte alla porta del Vesuvio e nella parte più alta della città, **troviamo** questo edificio romano il cui nome si traduce in italiano con “Il castello d'acqua” (P\_it)

33 Hier ist ein Beispiel für eine solche Fokussetzung: *an dieser Stelle konzentrieren wir uns auf ein spezifisches [Haus], das eine besondere Erwähnung verdient* (P\_dt) / *in questa sezione dell'audioguida descriviamo una casa che merita una menzione speciale* (P\_it).

- (57) Mithilfe des Audioguides **finden** wir direkt hinter der Basilika den Tempel, der der Venus gewidmet ist, der Göttin der Liebe, der Schönheit und der Fruchtbarkeit (P\_dt)  
Alle spalle della Basilica **troviamo** il tempio dedicato a Venere, la dea dell'amore, della bellezza e della fertilità (P\_it)<sup>34</sup>

Hinzu kommt die einleitende geographische Verortung:

- (58) Geografisch **befinden wir uns** im Südwesten Italiens, in der Region Kampanien, am Fuße des Vesuvs, eines aktiven Vulkans, der viele Geschichten zu erzählen hat (P\_dt)  
**Ci troviamo** nella parte sud-occidentale dell'Italia, in Campania, ai piedi del Vesuvio, un vulcano attivo che ha molto da raccontare (P\_it)

Die beiden Pompei-Audioguides enthalten nur vereinzelt Wegbeschreibungen zwischen Exponaten und selten eine systematische Orientierung innerhalb der Exponate, wie etwa in Beispiel 25, das eine explizite Lenkung der Aufmerksamkeit der Hörenden in Form einer partiellen imaginären Blickwanderung zeigt. Ansonsten folgt die Orientierung den gängigen kognitiven Wahrnehmungsmustern – von außen nach innen und vom Allgemeinen zum Spezifischen – wie etwa im folgenden Beispiel, das zudem eine einleitende geographische Lokalisierung durch Partizipialkonstruktionen aufweist.

- (59) Haus des Octavius Quartio: **Das in der Via della Abbondanza gelegene Haus** wurde nach seinem Besitzer benannt. Bemerkenswert sind seine großen **Gärten** und mehrere **Fresken**. Außerdem befindet sich **an der Seite dieses Hauses** das berühmte **Wandgemälde** der Venus (P\_dt)

La Casa di Octavius Quartio. **Situata in Via dell'Abbondanza**, questa residenza mantiene il nome del suo proprietario. Richiama l'attenzione per i suoi ampi **giardini** e i numerosi **affreschi**. Inoltre, **accanto a questa casa** si trova il famoso murale di Venere (P\_it)

In G finden sich eine Stelle, die an die Strategie der imaginären Blickwanderung erinnert (Beispiel 60), und eine, an der sich die Strategie der imaginären Wanderung erkennen lässt (Beispiel 61)

- (60) Danach **rückt** das Deckengemälde **in unser Blickfeld**, mit dem wir dem Himmel endgültig nah sind (G)  
(61) Schauen Sie sich alles in Ruhe an. **Danach** setzt sich unser Rundgang **im Foyer des Vorderhaus** [sic] fort, das Sie **vom Innenhof her** betreten können. **Dort** finden Sie auch **gleich rechts** das **Lese- und Hörkabinett**, **in dem** Sie sich intensiv der Literatur Goethes widmen können (G)

In diesem Beispiel ist die Figur zunächst der Rundgang, dessen (neuer) Ausgangspunkt genau lokalisiert wird (*im Foyer des Vorderhaus[es]*). Es wird erklärt, wie die Hörenden diesen Ausgangspunkt erreichen müssen (*vom Innenhof her*) und wie sie gegebenenfalls ihren Weg fortsetzen können. Die Orientierungsstrategie der imaginären Wanderung ist in C pervasiv und an den folgenden zwei Textpassagen exemplarisch zu sehen.

34 Zu diesem Beispiel ist zu präzisieren, dass die Basilika das vorige Exponat ist. Daraus ergibt sich die Relevanz für die Orientierung der Hörenden.

- (62) Entrando dalla **facciata principale**, l'**ingresso** ti introduce nell'immenso **atrio** che percorre tutto il palazzo aprendosi sui cortili interni; esattamente al centro trovi l'**atrio ottagonale** da cui parte il monumentale corpo dello **scalone** d'onore (C)

In Beispiel 62 wird der hörenden Person die Ausgangsposition angegeben, die dem ersten Bewegungsereignis entspricht (Eingang von der Hauptfassade – *facciata principale*). Es folgt die implizite Aufforderung, den Eingangsbereich bis zum Atrium zu durchqueren (*atrio*); der Endpunkt wird zum neuen Ausgangspunkt, um (in dessen Mitte) das achteckige Atrium (*atrio ottagonale*) zu lokalisieren, das wiederum zum Ausgangspunkt der Treppe (*scalone*) wird.

- (63) Costeggiando la **Peschiera Superiore**, arrivi alla **Cascata dei Delfini**. Oltre un lungo **prato** ti aspetta la grandiosa **Fontana di Eolo**, con 29 statue dei venti, disposte su rocce artificiali. Salendo ancora lungo una **stretta vasca** con sette rapide, approdi alla **Fontana di Cerere** e poi alla **Fontana di Venere e Adone** (C)

In Beispiel 63 wird erklärt, dass man an der *Peschiera Superiore* entlang laufen soll, um das Ziel (den Wasserfall *Cascata dei Delfini*) zu erreichen, von dem aus – vermutlich – eine lange Wiese zu durchqueren ist (neuer Ausgangspunkt), um zur *Fontana di Eolo* zu gelangen. Die Hörenden werden dann dort lokalisiert und aufgefordert, bergauf entlang eines schmalen Beckens (*stretta vasca*, alle sieben Stromschnellen, *sette rapide*) weiter zu gehen und dann (neuer Endpunkt) die *Fontana di Cerere* und anschließend die *Fontana di Venere e Adone* zu erreichen.

#### 5.2.4 Stellenwert der Raumlogik

In allen Audioguides scheint die Raumlogik zumindest implizit eine wesentliche Rolle zu spielen. Sprachliche Signale – in erster Linie Adjektive/Partizipien wie *nächst-*, (*darauf*)*folgend-* und *anschließend* – deuten darauf hin, wie etwa in den folgenden zwei Beispielen.

- (64) Mit ihm betreten wir die beiden **aufeinander folgenden** Gesellschaftsräume des Hauses, in denen der Staatsminister Goethe offizielle Empfänge gab oder privater Gastgeber von Soireen und Teegesellschaften war (G)
- (65) Dies ist das so genannte Brückenzimmer. Es ermöglichte Goethe einen Zugang vom Vorderhaus zum Garten, den man über das **sich anschließende** Gartenzimmer und eine überdachte Holzaußentreppe erreicht (G)

Auch aus anderen Formulierungen geht der hohe Stellenwert der Raumlogik hervor. In folgender Textpassage werden z.B. die Räumlichkeiten in der Reihenfolge eingeführt, in der die hörende Person sie vorfindet, und bei der Erwähnung des zweiten Raums (*Sala delle Guardie*) wird erneut betont, dass man ihn gleich danach (*subito dopo*) erreichen wird.

- (66) Nell'ordine incontri la Sala degli Alabardieri, con i busti in marmo delle regine del Regno delle due Sicilie; la Sala delle Guardie, che trovi **subito dopo** con un'imponente statua raffigurante Alessandro Farnese, di cui re Carlo III di Borbone era discendente, vestito come un condottiero romano (C)

Schließlich sei Beispiel 10 erneut aufgeführt: Es führt das Exponat ein, das gemäß des Audioguides nach dem Großen Theater besichtigt werden soll. Es besteht also eine räumliche Kontiguität der zwei Exponate, die zur Orientierung genutzt wird:

(10) Hinter dem Großen Theater befand sich ein Säulengang (P\_dt)

Alle spalle del Teatro Grande vi era un portico (P\_it)

## 6 Fazit und Schlussbemerkungen

Die vorliegende Studie ordnete sich in die aktuelle Erforschung der Museumskommunikation aus linguistischer Perspektive ein und zielte darauf ab, die Strategien und Präferenzen der räumlichen Orientierung von Hörenden von Audioguides in Gebäudekomplexen sprachkontrastiv zu untersuchen – eine bisher nur sporadisch behandelte Forschungsfrage. Untersuchungsgegenstand waren versprachlichte statische und dynamische Raumverhältnisse (Lokalisierungen) in Audioguides-Transkripten.<sup>35</sup> Die Fallstudie umfasste vier Audioguides – zwei Originale (Deutsch und Italienisch) und zwei Übersetzungen (Deutsch und Italienisch, denen vermutlich ein spanischer Ausgangstext zugrunde liegt).

Die Auswertung der Untersuchungskategorien aus dem Raumschema zeigte Folgendes. Bei aktivierten Lokalisierungen fungierte in den Original-Audioguides (Goethes Wohnhaus auf Deutsch, G, und *Reggia di Caserta* auf Italienisch, C) die hörende Person häufig als Figur, wie die Personalpronomen *Sie* bzw. *tu* nahelegen. In den Pompei-Audioguides (Übersetzungen, P\_dt und P\_it) hingegen bezogen sich die Lokalisierungen häufiger auf das Exponat oder einen Teil davon. Gerade in diesen zwei Audioguides war das inklusive *wir/noi* jedoch prominent. Dieser inklusive Gebrauch unterstützt die Strategie einer inszenierten gemeinsamen Bewegung der Sprechenden und der Hörenden Person, eine Technik, die zur räumlichen Führung der Hörenden bekannt ist. Es handelt sich um eine pragmatische Einbeziehungsstrategie, die Nähe und gemeinsames Erleben herstellt sowie gerade bei Anweisungen (auch Weganweisungen und -führungen wie in Audioguides) Aufforderungen mildert. Beide Phänomene lassen sich auf das Spanische zurückführen, was ein weiterer Beweis dafür ist, dass dies die Ausgangssprache der Übersetzungen ist.<sup>36</sup>

Ausgangspunkte wurden selten explizit versprachlicht, während Endpunkte etwas häufiger vorkamen, insbesondere in C. Die meisten Endpunkte gehörten zur Kategorie *erreicht*.

Was die Aktivierung der Lokalisierungen angeht, wiesen die Original-Audioguides (C und G) einen höheren Anteil an dynamischen Verben und Formulierungen auf im Vergleich zu P\_dt und P\_it. Zu den wenigen Unterschieden zwischen den beiden Fassungen der Audioguides zu Pompei gehört, dass P\_dt Verben aus dem semantischen Feld der Bewegung oder der körperlichen Handlung sowie explizitere räumliche Verankerungen bevorzugte; P\_it enthielt hingegen Zustandsverben, die an den entsprechenden Stellen der deutschen Fassung fehlten. Eine hohe Häufigkeit von Lokalisierungen ohne explizite Aktivierung (d.h. ohne Zustands- oder

35 Andere mediale Komponenten wurden ausgeklammert, wie in den meisten Studien zu Audioguides (vgl. Popp, 2013, S. 63 & 73, sowie kritisch dazu Schoene, 2022, S. 67). Sie seien künftigen Studien vorbehalten.

36 Auch wenn teilweise auf andere Kontexte und Diskurse bezogen, zeigen Studien zum einen, dass *nosotros* im Spanischen häufig Anwendung findet, um Imperative abzuschwächen und Nähe zu schaffen (vgl. z.B. Reynolds-Case, 2012). Zum anderen dienen Gegenstände und Bezüge auf sie oft als Ausgangspunkte zur Orientierung in Wegbeschreibungen (vgl. Bautista Gutiérrez, 2017).

Bewegungsverben bzw. ähnlich fungierende Formulierungen) wurde insbesondere in G sowie in P\_dt und P\_it festgestellt, was auf eine starke räumliche Begleitung und Informationsdichte hindeutet. All dies geht mit einigen typologischen Unterschieden zwischen satellitengeprägten Sprachen (wie dem Deutschen) und verbgeprägten Sprachen (wie dem Italienischen) einher, v.a. mit der Präferenz für die existenzielle Perspektive im Italienischen und mit der genaueren Raumverankerung im Deutschen. Die angenommenen Präferenzen bezüglich des verbalen Bereichs fanden in den untersuchten Audioguides hingegen keine Bestätigung. Im italienischen Original waren die aktivierten Lokalisierungen besonders zahlreich und nur geringfügig weniger, obwohl C etwa halb so viele Wörter enthält wie die anderen Audioguides. Die italienische Fassung zu Pompei (P\_it) wies zudem etwas mehr aktivierte Lokalisierungen auf als die deutsche (P\_dt). Italienische Audioguides scheinen daher explizit aktivierte und weniger dichte, deutsche hingegen kompaktere und genauere Lokalisierungen vorzuziehen.

Hinsichtlich des Bezugssystems war in allen vier Audioguides eine eindeutige Präferenz für den intrinsischen Referenzrahmen der Lokalisierungen zu verzeichnen. Wie in der Forschungsliteratur beschrieben, werden Lokalisierungen oft ausgehend von inhärenten Dimensionen des Bezugsobjekts (Landmarke oder Grund) konzeptualisiert und formuliert. Der relative Referenzrahmen schien von geringerer Relevanz zu sein, gewann jedoch an Bedeutung durch die Berücksichtigung deiktischer Elemente mit deiktischer und kataphorischer Funktion.<sup>37</sup> Diese waren in G und P\_dt höher als in C und P\_it, was auf eine sprachspezifische Präferenz im Deutschen hindeuten könnte. Dies stimmt mit der Hypothese einer höheren deutschen Genauigkeit bei der Lokalisierung des Standpunkts der sprechenden Person – vor allem am Anfang der Höreinheiten – und mit bisherigen Erkenntnissen überein. Der absolute Referenzrahmen (im Zusammenhang mit Himmelsrichtungen oder Eigennamen) spielte ebenfalls eine wichtige Rolle, besonders in den Pompei-Audioguides. Hervorzuheben sind jedoch die häufigen Vorkommnisse von vermischten Referenzrahmen.

Die Verwendung mehrerer Lokalisierungen in Bezug auf eine einzige Figur war in all vier Audioguides üblich und betont den hohen Stellenwert der Orientierung der Hörenden, die in C und G besonders ausgeprägt war und oft den Beginn der Höreinheiten charakterisierte (wohingegen dies in den Pompei-Audioguides seltener der Fall war). Der deutsche Original-Audioguide (G) zeigte systematisch die Verwendung von sekundären Lokalisierungen, was die gerade erwähnte Präzision der Angabe des Standpunkts der Sprechperson in deutschen Audioguides untermauert.

Was die Orientierungsstrategien anbelangt, lässt sich Folgendes festhalten. Die imaginäre Wanderung (besonders in C) und die imaginäre Blickwanderung (in G) wurden zur dynamischen Begleitung der Hörenden eingesetzt, waren aber nur in C textkonstitutiv. Die Tatsache, dass Orientierungsstrategien im konkreten Raum nicht in allen Audioguides ausgeprägt waren, stützt die vermutete Wichtigkeit der Raumlogik – also den hohen Stellenwert der Anordnung der Räumlichkeiten –, die die Notwendigkeit expliziter sprachlicher Anweisungen reduziert. Die sequenzielle Einführung von Räumlichkeiten wurde zur Orientierung genutzt und teilweise durch sprachliche Signale markiert. Zur räumlichen Orientierung im Exponat ließen sich schließlich die üblichen Strategien feststellen: vom Allgemeinen (Gesamteindruck) zum Spezifischen

37 Über die Frage, ob deiktische Ausdrücke kataphorische Funktionen übernehmen, besteht in der Forschung keine Einmütigkeit. Die funktionale Pragmatik, die ja an Bühler anschließt, unterscheidet entsprechend zwischen anadeiktisch und katadeiktisch (vgl. Ehlich, 2007, S. 39 & 42).

(Details) und vom Vordergrund oder Zentrum zum Hintergrund oder zur Peripherie, wobei die Aufmerksamkeit der Hörenden punktuell und nicht umfassend fokussiert wurde.

Das Gesamtbild, das sich aufgrund der untersuchten Daten ergibt, kann natürlich nur auf Tendenzen deuten, die anhand einer umfangreicheren Textgrundlage auf parallele Audioguide-Texte zu prüfen sind, insbesondere um die identifizierten Tendenzen als sprachspezifische Präferenzen betrachten zu können. Dabei könnten andere Untergruppen von Audioguides (z.B. in der Hochschul- und Bibliothekskommunikation) berücksichtigt werden. Zu überprüfen wäre auch der Einfluss von etwaigen Richtlinien zur Erstellung der Audioguides. Obwohl auf einer begrenzten Fallstudie basierend, legen die vorliegenden Ergebnisse jedoch Anhaltspunkte für zukünftige Forschung nahe. Es sei hier lediglich auf einige hingewiesen. (1) In erster Linie können weitere Untersuchungskategorien bzw. Ausprägungen davon herangezogen werden, etwa die Änderung oder die Beibehaltung einer Bewegungsrichtung, die Anzahl der Neuorientierung der Figur, die mehr oder mindere Explizitheit der Lokalisierung der Figur, Lokalisierungen, die über die Verbsemantik hinausgehen usw.<sup>38</sup> (2) Die Untersuchung sprachspezifischer Mittel zur Lokalisierung (die im Deutschen auch Verbpartikeln, Pronominaladverbien, das Kasussystem und ausgeprägtere Nebensätze umfassen) sowie ihrer Kombinationen und typologischen Implikationen könnte vertiefende Einblicke in die Unterschiede zwischen satellitengeprägten und verbgeprägten Sprachen geben. Dieser Aspekt wurde in der vorliegenden Studie bewusst ausgeklammert, da er eine eigene Untersuchung erfordert. (3) Die Erforschung der Rezeption, d.h. der konkreten Blick- und Körperbewegungen der Hörenden, wäre schließlich wünschenswert; durch Methoden der *User-Experience*-Forschung könnten die Effektivität und die wahrgenommene Orientierungsleistung evaluiert werden.

Auch für den DaF-Bereich ergeben sich aus der vorliegenden Studie einige Anknüpfungspunkte: Raum gilt als wesentliche Größe, bereits in den ersten Erwerbsphasen. Außerdem sind sprachspezifische Präferenzen in der Versprachlichung von Lokalisierungen ohne gezielte Vermittlung kaum zu erwerben (vgl. etwa v. Stutterheim & Carroll, 2006, S. 51).<sup>39</sup> Mit Texten aus Audioguides kritisch zu arbeiten, kann ferner den fremdsprachlichen Unterricht bereichern, weil dadurch die sprachlichen Merkmale aber auch die kulturellen Aspekte konkret thematisiert und erarbeitet werden können (vgl. auch Fandrych & Thurmair, 2015, S. 210). Nicht zuletzt können Studien wie die vorliegende zur Optimierung der Erstellung von Audioguides in mehreren Sprachen bzw. ihrer Übersetzung beitragen. Im Hinblick auf die Übersetzung kann man Studierenden von DaF-Lehrveranstaltungen rund um Übersetzungsfragen und von der Fakultät für Sprachmittlung die Aufgabe stellen, Originale und Übersetzungen von Audioguides zu vergleichen – mit einem Augenmerk auf den Impakt von *CAT-Tools* oder Automatisierungen mittels künstlicher Intelligenz.<sup>40</sup> Dieser Vergleich wird die Grenzen der maschinellen Übersetzung und die Notwendigkeit einer Überarbeitung durch Fachleute im Bereich der Tourismuskommunikation hervorheben.

*Die in diesem Artikel besprochenen Forschungsdaten sind in diesem veröffentlichten Artikel enthalten.*

38 Implizite Lokalisierungen der Figur gehen etwa mit Formulierungen wie *Wenn ein Tisch erscheint, gehen Sie links einher*. In diesem Fall muss sich die hörende Person erst einmal beim Tisch positioniert haben.

39 Man denke an das sogenannte *ultimate attainment*. Unter diesem Begriff versteht man die Tatsache, dass selbst hochkompetente Lernende das muttersprachliche Leistungsniveau nicht ganz zu erreichen und sich an einem bestimmten Punkt zu stabilisieren scheinen (vgl. v. Stutterheim & Carroll, 2006, S. 51).

40 Für eine Fallstudie zum Impakt der *Translation Memories* auf die Übersetzerische Leistung siehe Roncoroni (2024).

## Literaturverzeichnis

### Untersuchte Audioguides

- Deutscher Audioguide zum Goethes Wohnhaus (<https://www.klassik-stiftung.de/angebote/digital/audioguides/#c2851>) (letzter Abruf am 01.08.2025).
- Deutscher Audioguide zur Stadt Pompei ([https://www.audioguide-bluehertz.it/audioguida-pompei\\_IT.html](https://www.audioguide-bluehertz.it/audioguida-pompei_IT.html)) (letzter Abruf am 01.08.2025).
- Italienischer Audioguide zur *Reggia di Caserta* (<https://travelmate.tech/it/italia/napoli/reggia-di-caserta>) (letzter Abruf am 01.08.2025).
- Italienischer Audioguide zur Stadt Pompei ([https://www.audioguides-bluehertz.de/Audioguide\\_Pompeji\\_DE.html](https://www.audioguides-bluehertz.de/Audioguide_Pompeji_DE.html)) (letzter Abruf am 01.08.2025).

### Fachliteratur

- Bautista Gutiérrez, L. (2017). ¿Cómo llego a X lugar? Análisis léxico-semántico de los referentes de orientación (*wayfinding*) del español mexicano y francés. *Verbum Et Lingua: Didáctica, Lengua Y Cultura*, 10, 46–55. doi:10.32870/vel.vi10.94
- Berthele, R. (2004). The typology of motion and posture verbs: A variationist account. In B. Kortmann (Ed.), *Dialectology meets typology: Dialect grammar from a cross-linguistic perspective* (S. 93–126). doi:10.1515/9783110197327.93
- Berthele, R. (2014). Variation, Konsens und Konvergenz. Sprechen über Raum im Kontext von Mehrsprachigkeit. In I. Doval & B. Lübke (Eds.), *Raumlinguistik und Sprachkontrast: Neue Beiträge zu spatialen Relationen im Deutschen, Englischen und Spanischen* (S. 15–45). Iudicium.
- Bühler, K. (1934). *Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Fischer.
- Carobbio, G. (2023). La sollecitazione di emozioni come strategia di trasmissione del sapere nella comunicazione turistica: analisi di una Stadtführung. In M. Castagneto & M. Ravetto (Eds.), *La comunicazione parlata/Spoken communication* (S. 727–744). Aracne.
- Carobbio, G., & Lombardi, A. (Eds.). (2018). *La comunicazione orale nel turismo: Analisi di generi comunicativi in lingua tedesca*. CERLIS Series 7. [aisberg.unibg.it/retrieve/e40f7b88-2964-afca-e053-6605fe0aeaf2/cerlis\\_7\\_full\\_10446136218.pdf](https://aisberg.unibg.it/retrieve/e40f7b88-2964-afca-e053-6605fe0aeaf2/cerlis_7_full_10446136218.pdf)
- Carobbio, G., & Lombardi, A. (2023). Kunst kindgerecht erklärt – eine Fallstudie zu museumspädagogischen Erklärvideos. *Linguistik online*, 124(6), S. 85–111. doi:10.13092/lo.124.10716
- Carobbio, G., & Lombardi, A. (2024). La comunicazione turistica plurilingue: il progetto “Museo poliglotta”. *Linguistik online*, 126(2), S. 151–167. doi:10.13092/lo.126.11047
- Carroll, M., & Lambert, M. (2006). Reorganizing principles of information structure in advanced L2s: A study of French and German learners of English. In H. Byrnes, H. Weger-Guntharp, & K. Sprang (Eds.), *Educating for advanced foreign language capacities* (S. 54–73). Georgetown University Press.
- Carroll, M., von Stutterheim, C., & Nüse, R. (2004). The language and thought debate: A psycholinguistic approach. In C. Habel & T. Pechmann (Eds.), *Approaches to language production* (S. 183–218). de Gruyter. doi:10.1515/9783110894028.183
- Costa, M. (2013). Interkulturelle Interaktion im Tourismus. In P. Katelhön et al. (Eds.), *Mit Deutsch in den Beruf: Berufsbezogener Deutschunterricht an Universitäten* (S. 55–69). Praesens.

- Costa, M. (2016). Thematisierung von Verstehen in der Fremdsprache: Eine multimodale Analyse am Beispiel der internationalen Touristenführung. In M. Selig, E. Morlicchio, & N. Dittmar (Eds.), *Gesprächsanalyse zwischen Syntax und Pragmatik: Deutsche und italienische Konstruktionen* (S. 225–244). Stauffenburg.
- Costa, M., & Ravetto, M. (2018). Mostrare, vedere, identificare: l'orientamento spaziale in visite guidate e audioguide in lingua tedesca. In G. Carobbio & A. Lombardi (Eds.), *La comunicazione orale nel turismo: Analisi di generi comunicativi in lingua tedesca* (S. 15–36). CERLIS Series 7.
- Delucchi Danhier, R. (2014). Endpunkte in Weganweisungen als verkettete Bewegungsereignisse. In I. Doval & B. Lübke (Eds.), *Raumlinguistik und Sprachkontrast: Neue Beiträge zu spatialen Relationen im Deutschen, Englischen und Spanischen* (S. 85–105). Iudicium.
- Delucchi Danhier, R. (2017). *Weganweisungen im Deutschen und Spanischen: Eine Vergleichsanalyse unter Anwendung von Visualisierungen*. Verlag Dr. Hut.
- Delucchi Danhier, R. (2019). Linearisierungsstrategien und ihr Einfluss auf die Informationsstruktur und die syntaktische Komplexität von Zimmerbeschreibungen. In B. Lübke & E. Liste Lamas (Eds.), *Raumrelationen im Deutschen: Kontrast, Erwerb und Übersetzung* (S. 69–90). Stauffenburg.
- Domke, C. (2014). *Die Betextung des öffentlichen Raumes: Eine Studie zur Spezifik von Meso-Kommunikation am Beispiel von Bahnhöfen, Innenstädten und Flughäfen*. Winter. doi:10.33675/978-3-8253-7483-9
- Doval, I., & Krause, M. (2014). Das Projekt EMIL und seine Realisierung für das Sprachenpaar Deutsch-Spanisch. In I. Doval & B. Lübke (Eds.), *Raumlinguistik und Sprachkontrast: Neue Beiträge zu spatialen Relationen im Deutschen, Englischen und Spanischen* (S. 107–126). Iudicium.
- Eggert, B. (2009). Der Audioguide als Element der Lernkultur im Museum: Untersuchungen zum intendierten Hörer. In W. Gieseke, S. Robak, & M.-L. Wu (Eds.), *Transkulturelle Perspektiven auf Kulturen des Lernens* (S. 215–242). doi:10.1515/9783839410561-009
- Ehlich, K. (1999). Alltägliche Wissenschaftssprache. *Informationen Deutsch als Fremdsprache*, 26(1), S. 3–24. doi:10.1515/infodaf-1999-0102
- Ehlich, K. (2007). *Sprache und sprachliches Handeln*. 3 Bände. De Gruyter.
- Fabricius-Hansen, C. (1998). Informational density and translation, with special reference to German – Norwegian – English. In S. Johansson & S. Oksefjell (Eds.), *Corpora and cross-linguistic research: Theory, method and case studies* (S. 197–234). Rodopi. doi:10.1163/9789004653665\_012
- Fandrych, C., & Thurmair, M. (2010). Orientierung im Kulturraum: Reiseführertexte und Audio-Guides. In M. Costa & B. Müller-Jacquier (Eds.), *Deutschland als fremde Kultur: Vermittlungsverfahren in Touristenführungen* (S. 163–188). Iudicium.
- Fandrych, C., & Thurmair, M. (2011). *Textsorten im Deutschen: Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht*. Stauffenburg.
- Fandrych, C., & Thurmair, M. (2015). Kunst besprechen und vermitteln: Zu sprachlichen Strategien von Audioguides. In M. Dobstadt, C. Fandrych, & R. Riedner (Eds.), *Linguistik und Kulturwissenschaft: Zu ihrem Verhältnis aus der Perspektive des Faches Deutsch als Fremd- und Zweitsprache und anderer Disziplinen* (S. 189–211). Lang.
- Fandrych, C., & Thurmair, M. (2016). Audioguides: Die Inszenierung von Kunst im Hörtext. In H. Hausendorf & M. Müller (Eds.), *Handbuch Sprache in der Kunstkommunikation* (S. 380–400). doi:10.1515/9783110296273-018
- Gotti, M., Maci, S., & Sala, M. (Eds.). (2017). *Ways of seeing, ways of being: Representing the voices of tourism*. Lang. doi:10.3726/b11482

- Hausendorf, H. (2005). Die Kunst des Sprechens über Kunst – zur Linguistik einer riskanten Kommunikationspraxis. In P. Klotz & C. Lubkoll (Eds.), *Beschreibend wahrnehmen – wahrnehmend beschreiben* (S. 99–134). Rombach.
- Hausendorf, H. (2006). Gibt es eine Sprache der Kunstkommunikation? Linguistische Zugangsweisen zu einer interdisziplinären Thematik. *Paragrana*, 15, S. 65–98.
- Hausendorf, H. (2007). Die Sprache der Kunstkommunikation und ihre interdisziplinäre Relevanz. In H. Hausendorf (Ed.), *Vor dem Kunstwerk: Interdisziplinäre Aspekte des Sprechens und Schreibens über Kunst* (S. 17–51). Fink. doi:10.30965/9783846743539\_004
- Hausendorf, H. (2011). Kunstkommunikation. In S. Habscheid (Ed.), *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen: Linguistische Typologien der Kommunikation* (S. 509–535). de Gruyter. doi:10.1515/9783110229301.509
- Heller, D. (2012). *Wissenschaftskommunikation im Vergleich: Fallstudien zum Sprachenpaar Deutsch-Italienisch*. Lang. doi:10.3726/978-3-653-02433-3
- Herrmann, T. (1990). Vor, hinter, rechts und links: das 6H-Modell. Psychologische Studien zum sprachlichen Lokalisieren. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 78, S. 117–140.
- Kunz-Ott, H. (Ed.). (2012). *Mit den Ohren sehen: Audioguides und Hörstationen in Museen und Ausstellungen*.
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire and dangerous things*. University of Chicago Press. doi:10.7208/chicago/9780226471013.001.0001
- Landau, B., & Jackendoff, R. (1993). “What” and “where” in spatial language and spatial cognition. *Behavioral and Brain Sciences*, 16(2), S. 217–238. doi:10.1017/S0140525X00029733
- Langacker, R. (1999). *Grammar and conceptualization*. de Gruyter. doi:10.1515/9783110800524
- Levinson, S. (1996a). Frames of reference and Molyneux’s question: Crosslinguistic evidence. In P. Bloom, M. A. Peterson, L. Nadel, & M. F. Garrett (Eds.), *Language and space* (S. 109–169). MIT Press. doi:10.7551/mitpress/4107.003.0006
- Levinson, S. (1996b). Relativity in spatial conception and description. In J. J. Gumperz & S. C. Levinson (Eds.), *Rethinking linguistic relativity* (S. 177–202). Cambridge University Press.
- Levinson, S. (2003). Language and mind: Let’s get the issues straight! In D. Gentner & S. Goldin-Meadow (Eds.), *Language in mind: Advances in the study of language and cognition* (S. 25–46). MIT Press. doi:10.7551/mitpress/4117.003.0007
- Magris, M. (2018). L’audiodescrizione per visite a città d’arte: uno studio pilota per un confronto tra Germania e Italia. In G. Carobbio & A. Lombardi (Eds.), *La comunicazione orale nel turismo: Analisi di generi comunicativi in lingua tedesca* (S. 61–84). CERLIS Series 7.
- Majid, A., Bowerman, M., Kita, S., Haun, D., & Levinson, S. (2004). Can language restructure cognition? The case for space. *Trends in Cognitive Sciences*, 8(3). doi:10.1016/j.tics.2004.01.003
- Mandarano, N. (2019). *Musei e media digitali*. Carocci Editore.
- Miller, G., & Johnson-Laird, P. (1976). *Language and perception*. University Press. doi:10.4159/harvard.9780674421288
- Nardi, A., & Engberg, J. (2023). Museumskommunikation: Kulturspezifischer Wissenstransfer durch Audioguides. *Linguistik online*, 124(6), S. 113–141.
- Popp, K. (2013). *Das Bild zum Sprechen bringen: Eine Soziologie des Audioguides*. doi:10.14361/transcript.9783839421857
- Ravetto, M. (2014). Die Herstellung der Raumreferenz in deutschen und italienischen Touristenführungen: Eine korpusbasierte Untersuchung. In A. Lombardi, L. Mor, & N. Roßbach (Eds.), *Reiseziel Italien: Moderne Konstruktionen kulturellen Wissens in Literatur – Sprache – Film* (S. 109–128). Lang.

- Ravetto, M. (2018). Generi della comunicazione turistica tra educazione e intrattenimento. *Sociolinguistica*, 32, S. 225–236. doi:10.1515/soci-2018-0019
- Reynolds-Case, A. (2012). Exploring the different ways Spanish instructors use the pronoun *we* in the classroom. *The Journal of Second Language Acquisition and Teaching (JSLAT)*, 19, S. 24–35.
- Roncoroni, T. (2024). *Translation Memories: Welche sprachliche Leistung bei vereinfachter übersetzerischer Praxis?* In F. Regattin, S. Gerolimich, I. Jammernegg, D. Saidero, & S. Vecchiato (Eds.), *Simple – Translating, Simplifying / Traduire, simplifier / Tradurre, semplificare / Übersetzen, vereinfachen* (S. 81–116). Emil (Collana Universitariae).
- Schoene, J. (2022). Visuelle Kunst hören: Audioguides als transmediale Kunstvermittlungsformate. In N. Lehnert, I. Schenker, & A. Wicke (Eds.), *Gehörte Geschichten: Phänomene des Auditiven* (S. 65–76). de Gruyter. doi:10.1515/9783110741773-006
- Slobin, D. (1996). Two ways to travel: Verbs of motion in English and Spanish. In M. Shibatani & S. A. Thompson (Eds.), *Grammatical constructions: Their form and meaning* (S. 195–219). Clarendon Press. doi:10.1093/oso/9780198235392.003.0008
- Spieß, C. (2017a). Textuelle Vernetzungstypen in der Museumskommunikation: Eine pragmatische Analyse von Audioguidekommunikation. *tekst i dyskurs – text und diskurs*, 10, S. 115–139.
- Spieß, C. (2017b). Multimodale Bedeutungskonstitution in der Kunstkommunikation. In E. W. B. Hess-Lüttich et al. (Eds.), *Diskurs – semiotisch: Aspekte multiformer Diskurskodierung* (S. 113–143). de Gruyter. doi:10.1515/9783110489057-006
- Spieß, C., & König, K. (2018). Audioguidekommunikation als kommunikative Praktik. *Zeitschrift für Germanistische Linguistik*, 46, S. 5–43. doi:10.1515/zgl-2018-0003
- Talmy, L. (2000a). *Toward a cognitive semantics: Concept structuring systems* (Vol. I). MIT Press. doi:10.7551/mitpress/6847.001.0001
- Talmy, L. (2000b). *Toward a cognitive semantics: Typology and process in concept structuring* (Vol. II). MIT Press. doi:10.7551/mitpress/6848.001.0001
- von Stutterheim, C. (2003). Linguistic structures and information organisation: The case of very advanced learners. In S. Foster-Cohen (Ed.), *EUROSLA Yearbook 3* (S. 183–206). Benjamin. doi:10.1075/eurosla.3.11stu
- von Stutterheim, C., & Carroll, M. (2006). The impact of grammatical temporal categories on ultimate attainment in L2 learning. In H. Byrnes, H. Weger-Guntharp, & K. A. Sprang (Eds.), *Educating for advanced foreign language capacities: Constructs, curriculum, instruction, assessment* (S. 40–53). Georgetown University Press.
- von Stutterheim, C., & Lambert, M. (2005). Crosslinguistic analysis of temporal perspective in text production. In H. Hendricks (Ed.), *The structure of learner varieties* (S. 1–19). de Gruyter. doi:10.1515/9783110909593.203
- von Stutterheim, C., & Nüse, R. (2003). Processes of conceptualisation in language production. *Linguistics*, 41(5), S. 851–881. doi:10.1515/ling.2003.028
- von Stutterheim, C., Bouhaus, A., Carroll, M., & Sahonenko, N. (2012). Language specificity and macrostructural organisation in expository texts. *Linguistics*, 50(2), S. 341–371. doi:10.1515/ling-2012-0012
- Vorweg, K. (2001). *Raumrelationen in Wahrnehmung und Sprache: Kategorisierungsprozesse bei der Benennung visueller Richtungsrelationen*. Deutscher Universitätsverlag. doi:10.1007/978-3-663-08909-4
- Weiß, P. (2005). *Raumrelationen und Objekt-Regionen: Psycholinguistische Überlegungen zur Bildung Lokalisationsspezifischer Teilräume*. Deutscher Universitätsverlag. doi:10.1007/978-3-322-81374-9

Wotjak, G. (2014). Zur Versprachlichung von Lageveränderungen im Deutschen und Spanischen. In I. Doval & B. Lübke (Eds.), *Raumlinguistik und Sprachkontrast: Neue Beiträge zu spatialen Relationen im Deutschen, Englischen und Spanischen* (S. 47–74). Iudicium.

## Izveček

### Kontrastivna analiza lokalizacije v avdiovodnikih

Avtorica v študiji kontrastivno analizira strategije za prostorsko orientacijo, uporabljene v avdiovodnikih za vodenje po stavbnih kompleksih. V empirični študiji primera štirih avdiovodnikov z jezikovnim parom nemščina–italijanščina (dva izvirnika in dva prevoda), ki se osredotoča na makro- in mikroorientacijo, se kažejo jasne tendence: medtem ko je pri avdiovodnikih v nemščini opaziti pogostejšo rabo deiktičnih izrazov ter večjo zgoščenost informacij v smislu kopičenja prislovnih določil kraja in sekundarne lokalizacije, je pri obeh avdiovodnikih v italijanščini krajevna določitev bolj eksplicitna, z njo povezane informacije so manj zgoščene, pogostejša je raba dinamičnih glagolov. Vsi štirje avdiovodniki izkazujejo jasno prostorsko logiko (nem. Raumlogik) in notranji referenčni okvir, pomembno vlogo pa imajo tudi absolutne in relativne reference. V obeh izvirnih avdiovodnikih je osrednja figura v prostorski shemi uporabnik, v prevodih pa so bolj izpostavljeni muzejski eksponati. Usmerjanje po zamišljeni poti je prisotno predvsem v izvirnem italijanskem avdiovodniku. V prihodnjih raziskavah bi bilo treba te ugotovitve preveriti na večjem korpusu besedil, podrobneje analizirati jezikovno specifična sredstva in preveriti dejansko razumevanje pri uporabnikih.

**Ključne besede:** avdiovodniki, jezikovni par nemščina–italijanščina, makrosinronizacija, mikrosinhronizacija, statična lokalizacija, dinamična lokalizacija

Gabriella Carobbio<sup>1</sup>  
Universität Bergamo, Italien  
gabriella.carobbio@unibg.it

Paper received: 01.12.2025  
Paper revised: 14.12.2025  
Paper accepted: 18.12.2025

Alessandra Lombardi<sup>1</sup>  
Katholische Universität vom Heiligen Herzen – Standort Brescia, Italien  
alessandra.lombardi@unicatt.it

## MEHRSPRACHIGKEIT UND DIGITALISIERUNG IN DER MUSEUMSKOMMUNIKATION AM BEISPIEL DES PROJEKTS „MUSEO POLIGLOTTA“

### Abstract

Museen entwickeln im Kontext zunehmender Digitalisierung, Globalisierung und Diversifizierung ihres Publikums neue Kommunikationsstrategien. Mobile Technologien, hybride Vermittlungsformate und steigende Erwartungen an Interaktivität führen zu einer polyphonen Museumsnarration, die Besucher stärker einbezieht und auf Edutainment sowie crossmediale Erlebnisgestaltung setzt. Gleichzeitig wird deutlich, dass sprachliche Zugänglichkeit eine zentrale Rolle für kulturelle Teilhabe spielt: Übersetzungen ins Englische reichen nicht aus, vielmehr erweisen sich mehrsprachige, kultursensible Kommunikationsangebote als strategischer Schlüssel zur internationalen Positionierung von Museen. Das Projekt „Museo poliglotta“, eingebettet in das IGENI-Netzwerk, zeigt exemplarisch, wie Mehrsprachigkeit in die digitale Museumskommunikation umgesetzt werden kann. Durch die Analyse ausgewählter Beispiele aus Instagram-Reels und Google Arts & Culture-Stories über Kunstinhalte in den Sprachen Italienisch, Deutsch und Englisch werden lexikalische, syntaktische und pragmatische Merkmale digitaler Kommunikation sprachvergleichend ermittelt sowie Herausforderungen der Übersetzung bzw. Transkreation ausgelotet.

**Schlüsselwörter:** Digitale Museumskommunikation, Mehrsprachigkeit, Übersetzung, Transkreation

### Abstract

#### Multilingualism and Digitization in Museum Communication: The Case of the “Museo Poliglotta” Project

Museums are developing new communication strategies in the context of increasing digitization, globalization, and diversification of their audiences. Mobile technologies, hybrid communication formats, and rising expectations for interactivity are leading to a polyphonic museum narrative that involves visitors more closely and focuses on edutainment and cross-media experiences. At the same time, it is becoming

1 Die einzelnen Teile des Beitrags wurden wie folgt erarbeitet: Abschnitte 1-2: Alessandra Lombardi, Abschnitte 3-5: Gabriella Carobbio.



clear that linguistic accessibility plays a central role in cultural participation: translations into English are not enough; rather, a multilingual, culturally sensitive communication provides to be a strategic key to the international positioning of museums. The “Museo poliglotta” project, embedded in the IGENI network, exemplifies how multilingualism can be implemented in digital museum communication. The analysis focuses on lexical, syntactic, and pragmatic features of Instagram Reels and Google Arts & Culture Stories about art contents in Italian, German, and English, also exploring translation challenges.

**Keywords:** digital museum communication, multilingualism, translation, transcreation

## 1 Einleitung

Museen arbeiten heutzutage in einem zunehmend digitalisierten und globalisierten Umfeld. Die Verbreitung mobiler Technologien, allgegenwärtige Konnektivität, ein zunehmend internationales Publikum (Touristen, Studierende, heterogene Sprachgemeinschaften u.a.) sowie steigende Erwartungen hinsichtlich Zugänglichkeit und Interaktivität verändern die Art und Weise, wie Museen ihre Narrative gestalten und über verschiedene Medien inszenieren. Auch die Inhalte und Vermittlungsmethoden musealer Angebote verändern sich dadurch. All dies bewirkt die grundlegende *Polyphonie*, die kennzeichnend für die heutige Museumskommunikation ist (vgl. Pietroni, 2025; Nardi & Ravetto, 2023; Nettke, 2023).

Während der Pandemie haben Museen erkannt, dass sie durch die Digitalisierung ein äußerst vielfältiges Publikum mit sehr unterschiedlichen Interessen und Wissenshintergründen „auf einen Schlag“ erreichen konnten. Seither können auch Menschen, die nicht die Möglichkeit haben, das Museum persönlich zu besuchen, auf medienvermittelte Weise ein breites Spektrum an museumsbezogenen Lernerfahrungen sammeln und Ausstellungen sowie Veranstaltungen aus der Ferne miterleben.

Das Stichwort *Edutainment* ist auch im Museumsbereich nicht mehr wegzudenken. Es geht darum, zu informieren, zu unterhalten und Engagement zu schaffen – und das durch eine möglichst wirksame crossmediale Kombination von Online und Offline (vgl. Vogelsang et al., 2016). Die Museumskommunikation ist somit aufgefordert, auf eine selbstreferenzielle Erzählweise zu verzichten und stattdessen auf die direkte Einbindung verschiedener Anspruchsgruppen hinzuwirken. Heutige Museumsbesucher<sup>2</sup> erwarten – egal, ob analog oder digital – hochwertige, auf sie zugeschnittene Kommunikationsangebote sowie unterhaltende Formen musealer Wissensvermittlung und Beziehungsgestaltung. Der Fokus der heutigen Museumskommunikation sollte daher nicht auf der Beschreibung der ausgestellten Exponate liegen, sondern vielmehr auf der Schaffung eines umfassenden Erlebnisses, das die Besucher zum Reflektieren anregt, Emotionen erzeugt und zur Interaktion motiviert (vgl. Løvlie et al., 2022).

Um ausländische Besucher zielgruppendifferenziert zu adressieren bzw. in die eigene Erzählwelt einzubinden, reicht die Übersetzung der Museumsinhalte ins Englische offensichtlich nicht aus. Idealerweise sollte man die Sprache der Besucher sprechen. Empirische Untersuchungen zur Sprachenwahl im touristischen Handlungsfeld haben beispielsweise nachgewiesen, dass

---

2 Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im folgenden Aufsatz verallgemeinernd das generische Maskulinum verwendet.

es nicht nur ein Marketingvorteil ist, Gäste aus dem Ausland in ihrer Muttersprache anzusprechen. Vielmehr ist dies eine wesentliche Voraussetzung für eine effektive Interaktion und positive Beziehungspflege vor, während und nach der Reise (Ammon & Costa, 2018).

In der heutigen globalisierten Museumslandschaft sind daher ausgeprägte Fremdsprachen- und Kulturkenntnisse bzw. der kompetente Umgang mit Texten in verschiedenen Sprachen nach wie vor unverzichtbar (vgl. Rantamo & Schum, 2020, S. 615). Die Erfahrungen führender Museen weltweit zeigen exemplarisch, dass die Wahl der Sprache oder Sprachen, in denen Inhalte vermittelt werden, unter Berücksichtigung der zu erreichenden und einzubeziehenden Zielgruppen, von entscheidender Bedeutung ist – sowohl für die Positionierung des Museums als auch für die Erfüllung seiner soziokulturellen Mission (wie aus der neuesten ICOM-Definition von „Museum“ eindeutig hervorgeht<sup>3</sup>). Ein mehrsprachiger Zugang zu den musealen Inhalten kann demnach die Erwartungen an und letztlich die Wirkung von Museen als inklusive und partizipative Lern- und Erfahrungsorte maßgeblich verstärken.

Das Projekt „Museo poliglotta“ (Mehrsprachiges Museum), das im Folgenden präsentiert wird, strebt die kulturelle Herausforderung einer Internationalisierung von Museen an, die sich nicht mit der schlichten Anglisierung der Kommunikationsangebote zufrieden gibt, sondern das Potenzial der Mehrsprachigkeit als bewusste strategische Entscheidung nutzt, um interkulturelles Verständnis zu fördern und interkulturelle Kompetenzen auszubilden.

Im Rahmen des Projekts wurde die Bereitstellung mehrsprachiger digitaler Museumsinhalte als Geste inklusiver sprachlicher Gastfreundschaft konzipiert und konsequent umgesetzt. Das Ziel bestand darin, das anvisierte internationale Publikum an das kulturelle, historische und künstlerische Angebot der beteiligten Museen heranzuführen, es kennenzulernen und in seiner Kulturspezifik zu verstehen – und das durch die ganz spezielle Brille der eigenen sprachlichen und kulturellen Sensibilität.

In einem sich rasant wandelnden Museumsszenario, das sich durch die Integration immer partizipativerer und immersiverer Kommunikationsinstrumente sowie digitaler Tools (wie dem Metaversum, generativer künstlicher Intelligenz und adaptiver maschineller Übersetzung, vgl. Gentile, in diesem Heft) auszeichnet, stellt sich die Frage, welcher Spielraum für die Kompetenzen von Sprach- und Kulturvermittlern noch übrig bleibt. Lassen sich die grundlegenden Ziele zeitgenössischer Museen durch den Einsatz neuester digitaler Technologien etwa effizienter bzw. adressatenangemessener verwirklichen? Können KI-erzeugte Multimedia-Inhalte tatsächlich Interesse wecken, zur Beteiligung motivieren, zum Nachdenken anregen und den Wissensaustausch auf kommunikativ und kultursensitiv ansprechende Weise fördern? Werden die verschiedenen Zielgruppen der Museumskommunikation dadurch effektiv angesprochen bzw. einbezogen – und das über sprachliche und kulturelle Grenzen hinweg? All diese Fragen können im Idealfall auf der Basis einer umfassenden empirischen Überprüfung im Rahmen gezielt angelegter Verständlichkeits- und Rezeptionsstudien beantwortet werden – auch im Sprach- und Kulturvergleich.

Zu den Verdiensten des hier beschriebenen Projekts, das zeitlich *vor* den jüngsten IT-Entwicklungen angesiedelt ist, zählen die Förderung sprachlicher, interkultureller und digitaler Kompetenzen sowie der Fähigkeit zur metasprachlichen Reflexion über die perlokutionäre Wirksamkeit der an die jeweilige Zielkultur anzupassenden Museumsinhalte (vgl. Bona, 2024).

3 Vgl. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (letzter Zugriff: 20.11.2025).

Aufgrund der sich immer weiterentwickelnden Technologie sind diese Kompetenzen im Museumsbereich umso relevanter. Um ein mehrsprachiges und multikulturell heterogenes Besucherpublikum einzubeziehen, ist es unerlässlich, KI-generierte Kommunikationsangebote auch hinsichtlich ihrer Sprach- und Kulturangemessenheit kritisch bewerten zu können.

Der Beitrag gliedert sich in zwei Hauptteile. Zunächst wird das Projekt „Museo poliglotta“ in seinen Entstehungskontext eingeordnet (2.1) und ein kurzer Überblick über das Projektdesign gegeben (2.2 u. 2.3). Darauf folgt die Analyse ausgewählter Beispiele aus den realisierten mehrsprachigen Texten, die relevante Aspekte des Übersetzungsprozesses in sprachvergleichender Perspektive ans Licht bringen (3 u. 4). Projektauswertung und Ausblick schließen die Arbeit ab (5).

## **2 Das Projekt Museo poliglotta im Rahmen der IGENI-Netzwerkinitiative: Hintergrund, Ziele, Schwerpunkte und Aufbau**

### **2.1 Kontextualisierung**

Das Projekt „Museo poliglotta“ wurde 2023 auf Initiative der Forschungsgruppe MUESLI (*Musei e Scenari Linguistico-Culturali dell'Interazione orale* / Museen und sprachlich-kulturelle Szenarien der mündlichen Interaktion) ins Leben gerufen. Es ist eines der Teilprojekte des internationalen Forschungsnetzwerks IGENI (Italy-Germany Networking Initiatives for Art Communication and Promotion), welches 2022 mit dem Humboldt-Preis für innovative Netzwerkinitiativen ausgezeichnet wurde. IGENI setzt sich zum Ziel, den deutsch-italienischen Wissens- und Kompetenzaustausch zum Thema Kunst- und Museumskommunikation zu fördern sowie Formen der kontinuierlichen und strukturierten Zusammenarbeit zwischen italienischen und deutschen Universitäten und Museumseinrichtungen anzuregen und zu etablieren.

In Anlehnung an die von der MUESLI-Gruppe initiierte Forschung soll das Netzwerkprojekt die interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Experten aus den Bereichen Linguistik, Didaktik und Museumsmarketing fördern und einen Dialog mit Museumsdirektoren, Kuratoren von Sammlungen und Kunstgalerien sowie Verantwortlichen für Bildungs- und Kommunikationsdienste in italienischen und deutschsprachigen Museen anstoßen.

Das Vorhaben zielt zunächst darauf ab, die museale Kommunikation aus sprachvergleichender und interkultureller Perspektive vertiefend zu erforschen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf die Untersuchung der innovativsten Formen der digitalen, crossmedialen, interaktiven und partizipativen Museumskommunikation. Die linguistische Erforschung soll außerdem konkret zur Entwicklung neuer, mehrsprachiger Formate zur Vermittlung und Förderung museumsbezogener Inhalte beitragen.

Die starke Digitalisierungswelle, die durch die Pandemie noch verstärkt wurde, stellt Museen heute vor Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt. Vor allem kleine und mittlere Einrichtungen sind davon betroffen, da ihnen oft nur begrenzt finanzielle Mittel sowie eingeschränkt moderne multimediale Kommunikationsinstrumente zur Verfügung stehen.

Insbesondere die italienischen Museen, die sich dem IGENI-Netzwerk angeschlossen haben, betonen die dringende Notwendigkeit, sich mit dynamischen und effektiven digitalen

Kommunikationsmitteln auszustatten. Diese sollen die bereits verfügbaren und seit langem genutzten traditionellen Ressourcen ergänzen. Um die Zahl der internationalen Besucher zu erhöhen, halten sie es für besonders erforderlich, Kommunikationsformate und digitale Inhalte in verschiedenen Fremdsprachen – darunter vor allem Deutsch – zu entwerfen und zu entwickeln.

Das Projekt „Museo poliglotta“ stellt ein konkretes Beispiel für die aktive Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Museen dar. Es bietet gleichzeitig einen Einblick in die praktische Umsetzung der im Rahmen des interdisziplinären Austauschs des IGENI-Netzwerks entwickelten Kenntnisse und Kompetenzen.

Anlass für die Initiierung des Projekts war im Jahr 2022 die Auszeichnung von Brescia und Bergamo als „Italienische Kulturhauptstädte 2023“. In enger Zusammenarbeit mit den bedeutendsten Museen der beiden lombardischen Städte – der Fondazione Brescia Musei und dem Museo delle Storie di Bergamo – bot das Projekt einer ausgewählten Gruppe von Fremdsprachenstudierenden der Katholischen Universität Brescia und der Universität Bergamo die Möglichkeit, eine berufsvorbereitende Ausbildungserfahrung im Museumsbereich zu absolvieren.

## 2.2 Projektziele und -schwerpunkte

Das Projekt legte den Schwerpunkt grundsätzlich auf die Ausbildung von Kompetenzen im Bereich der mehrsprachigen, interkulturellen Museumskommunikation sowie des Tourismusmarketings. Dabei fokussierte es sich auf innovative Kommunikationskonzepte, die speziell auf die Bedürfnisse eines jungen internationalen Besucherpublikums zugeschnitten waren. Der Einsatz digitaler Technologien bzw. die Einbindung analoger und digitaler Medien vor, während und nach dem Museumsbesuch sollte zunächst sprachvergleichend reflektiert werden und anschließend die Erstellung digitaler und multimedialer Museumsvermittlungsangebote in verschiedenen Sprachen (Italienisch, Englisch und Deutsch) unterstützen.

Die am Projekt beteiligten Museen setzten sich zum Ziel, digitale Kanäle, soziale Medien und spezielle Plattformen als Instrumente einzusetzen, um auf neue und unmittelbare Weise mit verschiedenen internationalen Zielgruppen in Verbindung zu treten und diese effektiver anzusprechen. Insbesondere verfolgten sie die Absicht, junge Menschen im Alter von 18 bis 24 Jahren zu erreichen, die bekanntermaßen am schwierigsten für Museen zu begeistern sind (vgl. Mandarano, 2019, S. 93). Durch die frische und originelle Perspektive junger Texter – d.h. der am Projekt mitwirkenden Studierenden, die sich an ein ebenso junges Publikum digitaler Besucher wandten – erhofften sich die Partnermuseen, Interesse zu wecken und ihre internationale Attraktivität zu steigern. Ihr Anspruch war es, junge deutsch- und englischsprachige Nutzer zu *physischen* Besuchern zu machen oder sie zumindest als *Influencer* zu gewinnen. Die in den verschiedenen Sprachen erstellten Multimedia-Inhalte sollten erwartungsgemäß über die gewohnten sozialen Medien im Ausland viral verbreitet werden.

Die Studierenden erhofften sich von der Teilnahme am Projekt, Schlüsselkompetenzen im Bereich der digitalen Museumskommunikation und der Kulturvermittlung in den jeweiligen Fremdsprachen zu erwerben. Die Universitäten verfolgten ihrerseits neben dem

fachbezogenen Kompetenzausbau und -austausch auch das Ziel, die Museumsorganisationen für die Relevanz eines qualifizierten Mehrsprachigkeitsmanagements als Erfolgsfaktor im Umgang mit einem internationalen Publikum zu sensibilisieren.

### 2.3 Projektaufbau und -verlauf

Das erste Teilprojekt, das in Zusammenarbeit mit dem *Museo delle Storie di Bergamo* durchgeführt wurde, begann im September 2022 und endete im Juni 2023. Das Hauptziel bestand darin, thematische *Reels* (auf Italienisch, Englisch und Deutsch) zu erstellen, die sich mit der Figur des berühmten Bergamasker Komponisten Gaetano Donizetti sowie dem ihm gewidmeten Museum im ersten Stock der *Domus Magna* im Herzen von Bergamo Alta befassen.

Die Videos, deren Realisierung von den teilnehmenden Studierenden unter der Aufsicht der Dozentinnen und mit Beratung durch die Museumsmitarbeitenden in allen Phasen des Projekts betreut wurde – von der Erstellung der Inhalte auf Italienisch über deren Übersetzung bzw. Transkreation ins Deutsche und Englische, die Videoaufnahmen und die Aufnahme der Voice-overs in allen Sprachen bis hin zum endgültigen Schnitt –, wurden anschließend im Social-Media-Bereich des Museums veröffentlicht.

Das zweite Teilprojekt, das in Kooperation mit der *Fondazione Brescia Musei* realisiert wurde, erstreckte sich zwischen Frühjahr und Herbst 2023 und zielte darauf ab, eine mehrsprachige multimodale Geschichte zu kreieren, die über die Plattform Google Arts & Culture distribuiert werden sollte. Die *Story* fokussierte sich auf die Person und das Werk des Malers Giacomo Ceruti, der zu den bedeutendsten Künstlern des 18. Jahrhunderts in der Lombardei zählte und in den 1720er und 1730er Jahren in Brescia wirkte.

Für eine detaillierte Darstellung der einzelnen Projektphasen wird auf Carobbio & Lombardi (2024) verwiesen. In den folgenden Abschnitten sollen eher ausgewählte Beispiele aus den mehrsprachigen, digitalen Inhalten (Instagram-*Reels* über Gaetano Donizetti und Google Arts & Culture-*Stories* über Giacomo Ceruti) untersucht werden, die im Rahmen der zwei Teilprojekte von den Studierenden erstellt wurden. Im Mittelpunkt der Analyse stehen lexikalische, syntaktische sowie pragmatische Merkmale, die unter Berücksichtigung der Herausforderungen der Übersetzung und in sprachvergleichender Perspektive (Italienisch, Deutsch, Englisch) beschrieben werden.

## 3 Mehrsprachige Instagram-*Reels* über Gaetano Donizetti: Analyse ausgewählter Beispiele

Die mehrsprachigen *Reels* zur Figur des Bergamasker Komponisten Gaetano Donizetti wurden für das institutionelle Instagram-Profil vom *Museo delle Storie di Bergamo* erstellt. Die *Reel*-Serie besteht aus sechs Folgen und wird als eine Reise auf der Entdeckung des Komponisten und des ihm gewidmeten Museums in der Altstadt von Bergamo vorgestellt:<sup>4</sup>

4 Die Links zu den jeweiligen *Reels* sind diesem Artikel im Abschnitt „Quellen“ beigefügt.

Reel 1: Intro (Einführung in das Projekt „Tour mit Donizetti“)

Reel 2: Benvenuti al Museo! Willkommen im Museum! Welcome to the museum!

Reel 3: Gaetano... dietro le quinte / Gaetano... behind the scenes / Gaetano... hinter den Kulissen

Reel 4: In viaggio per l'Europa / (Travelling) around Europe / Auf der Reise durch Europa

Reel 5: Musica, maestro!

Reel 6: Outro (Selbstdarstellung der Autoren und credits)

Jedes *Reel* dauert durchschnittlich 40-50 Sekunden und besteht aus statischen Bildern bzw. kurzen Videoaufnahmen sowie einer mündlichen Erzählung (Voice-Over-Erzählung), die auch Untertitelt ist. Untersucht werden im Folgenden die Voice-Over-Texte in den drei realisierten Fassungen: Italienisch (Original), Deutsch (Übersetzung) und Englisch (Übersetzung)<sup>5</sup>.

Die Sprache der *Reels* zeichnet sich durch ein informelles Register und die direkte Anrede der Adressaten aus, wie der Text des ersten Videos zeigt:

(1)

itO	dtÜ	enÜ
Sei pronto per partire? Prepara le valigie! Oggi inauguriamo "In tour con Donizetti", realizzato da noi, studentesse e studenti di Bergamo e Brescia, Capitale Italiana della Cultura 2023.	Kann es losgehen? Packe deinen Koffer! Heute beginnen wir mit unserer Tour mit Donizetti, die wir Studentinnen und Studenten aus Bergamo und Brescia ausgearbeitet haben – im Rahmen der Initiativen zur Kulturhauptstadt 2023.	Are you ready to go? Pack your bags! Today we inaugurate the project 'On Tour with Donizetti', developed by the students of Bergamo and Brescia, Italian Capital of Culture 2023.

In den drei Texten wird die Personaldeixis *tu* („du“, *you*) in Zusammenhang mit Sprechhandlungen wie Fragen und Aufforderungen in der Imperativ-Form verwendet, um die Adressaten direkt anzusprechen und ihr Interesse für das vorgestellte Projekt zu wecken. Bemerkenswert ist dabei die kreative Übersetzung der Frage *Sei pronto a partire?* ins Deutsche durch die idiomatische Konstruktion „Kann es losgehen?“. Durch die Verwendung lexikalischer Elemente aus dem Wortfeld 'reisen' (*partire, valigie* und ähnliche Translate im Deutschen und im Englischen) wird die Reise-Metapher unmittelbar zu Beginn des *Reel* umgesetzt – mit dem Ziel, die Vorstellung der Adressaten zu aktivieren und Erwartungen hinsichtlich der nachfolgenden Inhalte aufzubauen.

Es folgt die Eingliederung des Projektes in die Initiativen zur italienischen Kulturhauptstadt 2023. Die Zeitangabe *oggi* („heute“, *today*) sowie der kollektive Verweis auf die Autoren durch das inklusive *noi* („wir“, *we*) verankern die Kommunikation im aktuellen Sprech-Zeit-Raum.

Die nachfolgenden *Reels* eröffnen sich mit einer Begrüßung bzw. einem Appell an die Adressaten, die vorhergehenden Folgen der *Reel*-Serie zu Donizetti nachzuholen. Hier ein Beispiel:

5 In den nachfolgenden Tabellen mit den kommentierten Beispielen werden die Abkürzungen verwendet: itO (italienisches Original), dtÜ (deutsche Übersetzung), enÜ (englische Übersetzung).

(2)

itO	dtÜ	enÜ
Rieccoci! Oggi prosegue il nostro tour con Donizetti: se non lo avete ancora fatto vi invitiamo a guardare i nostri <i>reel</i> precedenti!	Schön, dass du wieder da bist! Heute geht es mit unserer Tour mit Donizetti weiter: Falls du unsere <i>reel</i> noch nicht angeschaut hast, solltest du das unbedingt tun!	Here we are again! Today we continue our tour with Donizetti: if you haven't already done so, check out our previous reels!

Die Eröffnungsformel variiert je nach Sprache in dem Versuch, einen authentischen, kolloquialen Sprachgebrauch zu simulieren. So wird der italienische Aufruf *Rieccoci!* durch den entsprechenden Ausdruck *Here we are again!* ins Englische übersetzt, während die deutsche Formulierung „Schön, dass du wieder da bist!“ sich von beiden grundsätzlich unterscheidet, indem der Fokus vom Autor zum Adressaten verlegt wird. Letzterer wird weiterhin durch die Personaldeixis „du“ angesprochen, während die Pluralform *voi* („ihr“) im Italienischen verwendet wird (*avete fatto, vi invitiamo*). Die Wahl der jeweiligen Anredeformen wurde von den Studierenden nach Überprüfung der gängigen Kommunikationspraktiken in sozialen Netzwerken in den zwei Sprachen getroffen. Für die englische Fassung wurde umstandslos das Personalpronomen *you* eingesetzt, das auf die zweite Person sowohl Singular als auch Plural synkretisch verweist.

Im interlingualen Vergleich lassen sich auch Unterschiede in der Informationsstruktur der jeweiligen Sätze hervorheben, durch die die Adressaten aufgefordert werden, die verpassten Inhalte nachzuholen. In allen drei Sprachen ist der Konditionalsatz (*se.../„falls...“/ if...*) dem Hauptsatz vorangestellt. Im italienischen Originaltext (*se non lo avete ancora fatto, vi invitiamo a guardare i nostri reel precedenti!*) wird das Rhema (‘unsere Reels ansehen’) durch das Klitikon *lo* in Kombination mit dem generischen Verb *fare* im Nebensatz angekündigt und dann im Hauptsatz ausformuliert. Diese Struktur, auf die auch in der englischen Fassung zurückgegriffen wird (*if you haven't already done so, check out our previous reels!*), erzeugt eine syntaktische Erwartung, die das pragmatische Ziel des Aufforderns unterstützt. Im Deutschen wird dagegen das rhematische Prädikat schon im Konditionalsatz versprochen und erst dann durch das anadeiktische Pronomen „das“ und das generische Verb „tun“ im Hauptsatz wiederaufgenommen („Falls du unsere Reel noch nicht angeschaut hast, solltest du das unbedingt tun!“). Solche eher lineare Reihenfolge der Konstituenten löst zwar keine syntaktische Spannung aus, aber dafür wird der propositionale Gehalt der Äußerung deutlich vermittelt. Mit Blick auf den Übersetzungsprozess lässt sich feststellen, wie einzelsprachliche (lexikalische sowie morpho-syntaktische) Ressourcen unterschiedlich zum kommunikativen Zweck des Texts beitragen können.

Eine weitere Strategie zur Kunstvermittlung stellen lebensweltliche Bezüge dar, durch die das Einfühlungsvermögen der Adressaten gefördert wird. So wird im folgenden Beispiel das turbulente Leben Donizettis mit den Schwankungen im Alltag jedes Menschen in Verbindung gesetzt:

(3)

itO	dtÜ	enÜ
Nonostante il grande successo, anche Donizetti ha avuto nella vita alti e bassi, proprio come tutti noi...	Trotz seines großen Erfolges hatte auch Donizetti seine Höhen und Tiefen im Leben genau wie wir alle...	Despite his great success, Donizetti experienced ups and downs throughout his life, just like the rest of us...
Scopriamo insieme 3 curiosità sulla sua vita: [...]	Lass uns gemeinsam 3 besondere Aspekte seines Lebens entdecken: [...]	Let's discover together 3 curiosities about his life: [...]

Die idiomatische Konstruktion *alti e bassi* („Höhen und Tiefen“ / *ups and downs*) und die inklusive Personaldeixis *noi* in der Vergleichsphrase *proprio come tutti noi* („genau wie wir alle“ / *just like the rest of us*) sorgen dabei für einen persönlichen und erfahrungsbasierten Zugang zum Kunstinhalt. Die inklusive Perspektive wird in der nachfolgenden Aufforderung beibehalten (*Scopriamo insieme 3 curiosità della sua vita* / „Lass uns gemeinsam 3 besondere Aspekte seines Lebens entdecken“ / *Let's discover together 3 curiosities about his life*). Funktional betrachtet gilt der Satz als *advance organizer* (Fandrych & Graefen, 2002), d.h. als eine Textkommentierung, durch die eine Übersicht auf die Textstruktur gegeben wird. Die Ankündigung nachfolgender Inhalte in Form von Aufzählungen erweist sich als typisch für die Kommunikation über soziale Netzwerke auch angesichts der gebotenen Kürze.

Zu den Anforderungen der Kommunikation in *social media* zählt auch die Vermeidung von (auch nur potentiell) beleidigenden bzw. diskriminierenden Formulierungen. So ist z.B. bei der Wahl lexikalischer Elemente erforderlich, dass bestimmte Wörter nicht als Hassrede interpretiert werden können. Ein konkretes Beispiel für solche Sprachüberlegungen lässt sich im folgenden *Reel* über Donizettis Reisen beobachten:

(4)

itO	dtÜ	enÜ
All'inizio dell'Ottocento, a causa della sua carriera, il Maestro è costantemente in viaggio, non solo per l'Italia ma anche per l'Europa: Roma, Napoli, Palermo, Vienna, Parigi...	Am Anfang des 19. Jahrhunderts ist Donizetti wegen seiner Karriere immer unterwegs und reist ständig nicht nur durch Italien, sondern auch durch ganz Europa: Rom, Neapel, Palermo, Wien, Paris...	At the beginning of the 19th century, because of his career, Donizetti travelled extensively throughout Italy and Europe, visiting Rome, Naples, Palermo, Vienna and Paris...
<u>Ma a dire la verità Donizetti non ama viaggiare.</u> „Non credea di divenir Zingaro“, scrive amaramente in una sua lettera.	<u>Aber Donizetti reist eigentlich nicht gern.</u> In einem Brief beklagt er sich darüber, dass er ein Zigeuner geworden sei. („Non credea di divenir Zingaro“), schreibt er.	<u>However, Donizetti was actually not an eager traveller.</u> In a letter, he complained that he had become a gypsy. („Non credea di divenir Zingaro“), he wrote.

Nachdem die zahlreichen Reiseziele des jungen Komponisten aufgelistet werden, wird im Text behauptet, dass Donizetti eigentlich nicht gern reiste. In einer ersten Fassung des italienischen Textes wurde die Formulierung *Donizetti odia viaggiare* ('Donizetti hasst es, zu reisen') ausgewählt, die aber in einer sukzessiven Bearbeitung des Textes zu *Donizetti non*

*ama viaggiare* ('Donizetti liebt es nicht, zu reisen') umformuliert wurde, wobei das Verb *odiare* ('hassen') durch das verneinte Verb *non amare* ('nicht lieben') ersetzt wurde. Auf semantischer Ebene ist der propositionale Gehalt der Äußerungen zwar identisch, aber durch die Umformulierung werden mögliche Verbindungen zu *hate speech* verhindert. Die Reisepräferenzen Donizettis werden im Deutschen und im Englischen auch mit verneinten Verbalformen wiedergegeben („Donizetti reist nicht gern“ / *Donizetti was not an eager traveller*), die gute Übersetzungslösungen für den italienischen Originalausdruck darstellen. Auch die Wiedergabe der epistemischen Modalisierung *a dire la verità* durch die Adverbien „eigentlich“ und *actually* erweist sich als angemessen, um die Präsupposition, die aus dem vorangehenden Satz hervorgeht ('Donizetti reist viel, also reist er gern') abzubauen.

Eine letzte Beobachtung verdient das Zitat aus einem Brief des Komponisten (*Non credea di divenir Zingaro*), das in der deutschen und in der englischen Fassung sowohl übersetzt als auch im Original wiedergegeben wird. Wenn die Übersetzung die Bedeutung des Zitats zugänglich macht, zielt die wörtliche Wiedergabe in der Originalsprache darauf ab, dem Text Authentizität zu verleihen und – nicht zuletzt – den Klang der italienischen Sprache hörbar zu machen und somit auch eine Begegnung mit der einheimischen Kultur des Landes Donizettis zu ermöglichen.

#### 4 Mehrsprachige Google Arts & Culture-Stories über Giacomo Ceruti: Analyse ausgewählter Beispiele

Die Zusammenarbeit mit der *Fondazione Brescia Musei* führte zur Erstellung mehrsprachiger, digitaler Inhalte zum Maler Giacomo Ceruti, diesmal über die Plattform Google Arts & Culture. Solche Inhalte werden *Stories* genannt, weil sie nicht nur Informationen über Kunst und Kultur vermitteln, sondern auch Geschichten erzählen. Das *Storytelling* stellt dabei eine wichtige Strategie für die Wissensvermittlung dar, um das Interesse der Adressaten an den angebotenen Inhalten zu wecken, aber auch um ihre Vorstellung zu aktivieren und ihre Emotionen zu steuern (Morf, in diesem Heft; Bonacini & Marangon, 2021). Im folgenden Beispiel aus dem Text zum Gemälde *Scuola di cucito* („Nähschule“, um 1720-1725) wird deutlich, wie ein solcher narrativer Ansatz die Textgestaltung prägt.

(5)

itO	dtÜ	enÜ
<p>Due ragazze sembrano distogliere per un attimo lo sguardo per fissarci mentre osserviamo la scena. [...]</p> <p>In primo piano la donna più anziana del gruppo insegna a una bambina a leggere.</p> <p>Ci colpisce il movimento operoso delle mani, colte nella naturalezza del gesto, sia nel maneggiare ago e filo che nell'indicare il punto del testo.</p>	<p>Zwei Mädchen scheinen für einen Moment wegzuschauen und uns anzustarren, während wir die Szene beobachten. [...]</p> <p>Im Vordergrund lehrt die älteste Frau der Gruppe ein kleines Mädchen das Lesen. Es fällt die fleißige Bewegung der Hände auf, in der Natürlichkeit der Geste eingefangen, sowohl beim Umgang mit Nadel und Faden als auch beim Hinweisen auf den Text.</p>	<p>Two young girls momentarily seem to divert their gaze to meet the viewer's eyes. [...]</p> <p>In the foreground, the oldest woman in the group imparts the skill of reading to a young girl.</p> <p>The meticulous rendering of their hands, deftly navigating needles and threads, and the pointed gestures toward the text, imbue the scene with a palpable naturalness.</p>

Das Gemälde gehört zum „Padernello-Zyklus“ Cerutis und zeigt eine Gruppe von Frauen beim Nähen. Fokussiert werden hier zunächst zwei junge weibliche Figuren des Gemäldes, deren Blick den der Betrachtenden trifft. Im Text wird dieser Aspekt fast dramatisiert: Es wird erzählt, wie die zwei Mädchen ihre Tätigkeit kurz unterbrechen, um die Betrachtenden anzuschauen (*Due ragazze sembrano distogliere per un attimo lo sguardo per fissarci mentre osserviamo la scena*). Die Szene wird lebendig, die Vorstellung der Adressaten aktiviert und ihre soziale Positionierung als Kunstbetrachtender (Hausendorf & Müller, 2016) ausdrücklich thematisiert. Das erfolgt sowohl im italienischen Originaltext als auch in der deutschen Übersetzung mittels der Personaldeixis *noi-„wir“* (vgl. *fissarci, osserviamo* / „uns anzustarren“, „wir beobachten“), während im Englischen für eine Konstruktion mit Fremdpositionierung der Adressaten (*meet the viewer’s eyes*) optiert wird.

Im weiteren Verlauf des Textes wird die Aufmerksamkeit auf die Figuren im Vordergrund – eine ältere Frau und ein kleines Mädchen – gelenkt, wobei die Erstere diese das Lesen lehrt. Der denotativen Beschreibung des Bildmotivs folgt eine genauere Betrachtung der Hände der Frau, die als besonders bemerkenswert vorgestellt werden. Der zu diesem Zweck verwendete italienische Verbal Ausdruck *ci colpisce* bedient sich noch mal der inklusiven Personaldeixis *noi*, während die deutsche Übersetzung „es fällt [...] auf“ diesmal unpersönlich formuliert wird. Die englische Übersetzung ist kreativer und verschiebt den Fokus auf die Szene, die durch die sorgfältige Darstellung der Hände der Frau „mit spürbarer Natürlichkeit erfüllt wird“ (*imbue the scene with a palpable naturalness*). Ein Merkmal der beschriebenen Handbewegung (*la naturalezza del gesto*, „die Natürlichkeit der Geste“) wird somit zum Charakteristikum der gesamten Szene. Im Allgemeinen lässt sich beobachten, wie die auf dem Gemälde abgebildete Geschichte erzählt wird, und zwar auch unter Berücksichtigung der Wahrnehmung der Betrachtenden.

Mit Bezug auf die Herausforderungen der Übersetzung sind auch Phraseologismen besonders relevant (Heller & Roncoroni 2023). Vor allem idiomatische Ausdrücke bereiten aufgrund ihrer (häufig kulturgeprägten) Bildhaftigkeit bzw. polysemischen Bedeutung Schwierigkeiten, aber auch kollokationelle Verfestigungen, die im Sinne von Burger (1998) null- oder nur schwach idiomatisch sind, weisen einen gewissen Grad von Komplexität in der interlingualen Wiedergabe auf. Im Bereich digitaler Kunstvermittlung können Phraseologismen eine wichtige Rolle spielen, da sie als typische, konventionalisierte Ausdrucksformen von den Adressaten erkannt und somit einfacher rezipiert werden können. Exemplarisch werden im Folgenden Belege der italienischen Nomen-Verb-Kollokation *restituire un’immagine* vorgestellt, die ziemlich häufig bei Bildbeschreibungen vorkommt, um darauf hinzuweisen, dass ein Fragment gelebten Lebens auf dem Bild evoziert bzw. wiedergegeben wird:

(6)

itO	dtÜ	enÜ
Il <i>Portarolo</i> restituisce un’immagine veritiera della realtà del tempo.	Der „Portarolo“ (Korbträger) gibt ein wahres Bild der Realität der Zeit wieder.	The „Portarolo“ (basket carrier) presents an authentic snapshot of the reality of its time.

In diesem Beispiel wird der *Portarolo* („Korbträger“, um 1725) von Ceruti als eine realistische Darstellung der Arbeits- und Lebensbedingungen seiner Zeit vorgestellt. Die Kollokation

*restituire un'immagine (veritiera)* wird durch das äquivalente Phrasem *ein (wahres) Bild wiedergeben* ins Deutsche übersetzt, das aus ähnlichen lexikalischen Mitteln besteht, die auf vergleichbare semantische Wortfelder zurückgreifen. Für die englische Übersetzung wird dagegen die Wortkombination *present an authentic snapshot* ausgewählt, die sich aus einem semantisch schwächeren Verb (*present*) und einer nominalen Konstruktion (*an authentic snapshot*) zusammensetzt, der eine Fotografie-Metaphorik zugrunde liegt.

Auch in der Vorstellung des Gemäldes *Lavandaia* („Waschfrau“, um 1725) wird die gleiche, leicht variierte Kollokation verwendet, wobei das Wort *immagine* durch *scena* ersetzt wird (*restituire una scena*):

(7)

itO	dtÜ	enÜ
Giacomo Ceruti restituisce in questo dipinto una scena di vita popolare.	Giacomo Ceruti stellt auf diesem Gemälde eine Szene aus dem Volksleben dar.	In this painting, Giacomo Ceruti captures a slice of everyday life.

In diesem Fall wird die rückblickende Perspektive des italienischen Verbs *restituire* weder im Deutschen noch im Englischen durch äquivalente Verben wiedergegeben, sondern es werden vergleichbare Kollokationen verwendet, die auf anderen semantischen Bezügen beruhen. So weist die deutsche Kollokation *eine Szene darstellen* eher auf die Performativität des Kunstwerks Cerutis hin, während die englische Kollokation *capture a slice (of everyday life)* noch einmal aus dem semantischen Bereich der Fotografie schöpft. Insgesamt erweist sich die Wahl zielsprachlich ähnlicher Phraseme als angemessen.

Die Anfertigung von Texten für eine digitale Kunstvermittlung erfordert auch die Erstellung von Sätzen mit geringer syntaktischer Komplexität. Italienisch, Deutsch und Englisch verfügen über jeweils unterschiedliche syntaktische Strukturen, die im Übersetzungsprozess berücksichtigt werden sollen. Zur Veranschaulichung wird das folgende Beispiel zum *Porträt eines jungen Herren* (um 1760) von Ceruti angeführt:

(8)

itO	dtÜ	enÜ
L'opera testimonia l'adesione dell'artista ai modelli internazionali, conosciuti durante il soggiorno veneziano, caratterizzati da colori accesi e un'intonazione ricercata.	Das Werk ist ein klares Beispiel für die Anpassung an internationale Modelle, mit denen Ceruti während seines Aufenthalts in Venedig in Kontakt kam. Diese zeichneten sich durch leuchtende Farben und einen raffinierten Charakter aus.	The work is a clear example of how the artist tries to get closer to international models he was exposed to during his stay in Venice. They were distinctive for their bright colors and refined character.

In seiner künstlerischen Reifezeit malt Ceruti nicht mehr Menschen aus einfachen Verhältnissen, sondern Vertreter des Adels, die ihn mit ihren Porträts beauftragen. Das Porträt eines jungen Herren „zeugt“ (*testimonia*) laut dem italienischen Originaltext von der Anpassung Cerutis an internationale Modelle. Das italienische Verb *testimonia* wird im Deutschen durch

den Ausdruck „ist ein klares Beispiel für“ und dementsprechend im Englischen durch *is a clear example of* umformuliert. Die lexikalische Vereinfachung wird in der englischen Fassung durch eine syntaktische Umstrukturierung begleitet, wobei die Nominalisierung *adesione* („Anpassung“) durch den Nebensatz *how the artist tries to get closer to* wiedergegeben wird. Die Periphrase ist zwar länger, dafür ist aber der Verbalstil möglicherweise deutlicher als die Nominalisierung. Im italienischen Ausgangstext werden dann die angesprochenen internationalen Modelle näher charakterisiert, und zwar mittels Partizipialkonstruktionen, die der Präpositionalphrase *ai modelli internazionali* asyndetisch angehängt werden (*conosciuti durante...* ‘kennengelernt während’, *caratterizzati da...* ‘charakterisiert durch’). Eine solche Aneinanderreihung von Konstituenten lässt sich nur beschränkt in die deutsche bzw. englische Syntax integrieren. Explizite Relativsätze („Modelle, mit denen er [...] in Kontakt kam“ / *models, he was exposed to*) und ein syntaktischer Neuanfang („Diese zeichneten sich durch...“ / *They were distinctive for...*) werden in diesem Fall verwendet, um die Schachtelsätze des italienischen Ausgangstextes für die deutsch- und englischsprachigen Adressaten verständlicher wiederzugeben.

## 5 Projektauswertung und Ausblick

Das Projekt „Museo poliglotta“ bietet einen Beitrag zur Entwicklung einer mehrsprachig ausgerichteten kunstvermittelnden Kommunikation in einer Zeit, in der – dank der Verbreitung und der zunehmenden Digitalisierung der Online- und Offline-Kommunikationsformen – die Teilnahme breiterer Teile der Gesellschaft am kulturellen Leben begünstigt wird. Die neuen digitalen Formate der Museumkommunikation werden nach spezifischen Zielgruppen ausdifferenziert und zielen auf eine aktive Partizipation des jeweils angesprochenen Adressatenkreises ab. Das Konzept der Zielgruppenorientierung kann nicht zuletzt umgesetzt werden, indem internationale Touristen durch ein mehrsprachiges Vermittlungsangebot einbezogen werden, das sich nicht nur auf Englisch beschränkt. In dieser Hinsicht stellen die digitalen Inhalte, die im Rahmen des Projektes in den Sprachen Italienisch, Deutsch und Englisch erstellt wurden, ein konkretes Beispiel dar, wie Mehrsprachigkeit in der digitalen Kommunikation von Museen und allgemein von Kultureinrichtungen praktiziert und gefördert werden kann.

Die Analyse der Textauszüge aus den Instagram-*Reels* und Google Arts & Culture-*Stories* zeigt, welche Herausforderung die Übersetzung bzw. die Transkreation solcher digitalen Inhalte in andere Sprachen mit sich bringt. Pragmatische Aspekte wie z.B. die Wahl von Anredeformen oder die Umsetzung bestimmter Sprechhandlungen wie Aufforderungen sind dabei von zentraler Bedeutung, um die Adressaten angemessen anzusprechen, zu motivieren und ihre Aufmerksamkeit aufrecht zu erhalten. Jede Sprache verfügt dann über spezifische syntaktische Konstruktionen (und Restriktionen) mit je unterschiedlichen Informationsstrukturen, die im Übersetzungsprozess berücksichtigt werden müssen, damit die Vermittlung der Inhalte nicht durch zu komplexe Sätze erschwert wird. Die Wiedergabe von Phraseologismen erfordert Kreativität sowie ein breites Kollokationswissen sowohl in der Ausgangssprache als auch in der Zielsprache. Bei der Suche nach den geeigneten lexikalischen Translaten müssen auch die Anforderungen der jeweiligen sozialen Medien berücksichtigt werden, die nicht nur eine maximale Länge bzw. Zeichenbegrenzung vorsehen, sondern auch Richtlinien gegen die Veröffentlichung diskriminierender Inhalte mit einbeziehen. So müssen z.B. mit Hassrede assoziierbare Wörter vermieden bzw. umformuliert werden. Es stellt sich heraus, wie eine

praktizierte Mehrsprachigkeit den mit Vermittlungsaufgaben betrauten Akteuren hohe interlinguale, interkulturelle und medienspezifische Kompetenzen abverlangt.

Für die Projektauswertung wurde 2024 im Rahmen der Masterarbeit der Studentin Laura Bona eine Umfrage unter den Projektbeteiligten (Studierenden, Museen, Universitäten) durchgeführt, um die Erreichung der Projektziele sowie die allgemeine Zufriedenheit zu überprüfen. Wie aus den gesammelten Antworten hervorgeht, haben Museen diese Initiative unterstützt und sie als Kommunikationsstrategie zur Gewinnung eines jungen, internationalen Publikums positiv bewertet. Studierende haben ihrerseits hervorgehoben, dass ihre Sprach- und Übersetzungskompetenzen im Umgang mit digitalen Texten sich deutlich verbessert haben, ebenso wie andere *soft skills* wie Teamfähigkeit und Kreativität. Die beteiligten Universitäten von Bergamo und Brescia bestätigen das positive Feedback und plädieren für eine weitere Zusammenarbeit mit den lokalen Museumseinrichtungen und darüber hinaus – auch im Sinne einer Verstärkung des IGENI-Netzwerkes.

*Die in diesem Artikel besprochenen Forschungsdaten sind in diesem veröffentlichten Artikel enthalten.*

## Quellen

Museo delle Storie di Bergamo (2023): Links zu den Instagram-Reels über Gaetano Donizetti (letzter Zugriff: 11.12.2025)

### Italienisch

Intro

[https://www.instagram.com/reel/Cty9Eq\\_I4nh/](https://www.instagram.com/reel/Cty9Eq_I4nh/)

Benvenuti al Museo!

<https://www.instagram.com/reel/CuEz-hGikMg/>

Gaetano... dietro le quinte

[https://www.instagram.com/reel/CuXCbR\\_lfja/](https://www.instagram.com/reel/CuXCbR_lfja/)

In viaggio per l'Europa

<https://www.instagram.com/reel/CupEv-Il65m/>

Musica, maestro!

<https://www.instagram.com/reel/Cu7GVrylt94/>

Outro

<https://www.instagram.com/reel/CvNH4XdIUTH/>

### Deutsch

Intro

<https://www.instagram.com/reel/Cty-Hc2liLI/>

Willkommen im Museum!

<https://www.instagram.com/reel/CuFB74wlf4Q/>

Gaetano... hinter den Kulissen

<https://www.instagram.com/reel/CuXDnImISI1/>

Auf der Reise durch Europa

<https://www.instagram.com/reel/CupFBFnoBq1/>

Musica, maestro!

<https://www.instagram.com/reel/Cu7GksboXPQ/>

Outro

[https://www.instagram.com/reel/CvNIIhro\\_PD/](https://www.instagram.com/reel/CvNIIhro_PD/)

## Englisch

Intro

<https://www.instagram.com/reel/Cty9xnPIL3y/>

Welcome to the museum!

<https://www.instagram.com/reel/CuFBsxsoyqL/>

Gaetano... behind the scenes

<https://www.instagram.com/reel/CuXDO8UIBkV/>

(travelling) around Europe

<https://www.instagram.com/reel/CupE54Ylhao/>

Musica, maestro!

<https://www.instagram.com/reel/Cu7Gckhok9-/>

Outro

<https://www.instagram.com/reel/CvNH7qwo3vS/>

Fondazione Brescia Musei (2023): Links zu den Google Arts & Culture-*Stories* über Giacomo Ceruti (letzter Zugriff: 11.12.2025)

## Italienisch

Giacomo Ceruti fra miseria e nobiltà

<https://artsandculture.google.com/story/fAXBZfrnYHFPEQ?hl=it>

## Deutsch

Giacomo Ceruti zwischen Elend und Adel

<https://artsandculture.google.com/story/giacomo-ceruti-zwischen-elend-und-adel-fondazione-brescia-musei/fAXBZfrnYHFPEQ?hl=de>

## Englisch

Giacomo Ceruti between misery and nobility

<https://artsandculture.google.com/story/fAXBZfrnYHFPEQ?hl=en>

## Literatur

- Ammon, U. & Costa, M. (Hg.). (2018). *Sprachwahl im Tourismus – mit Schwerpunkt Europa / Language Choice in Tourism – Focus on Europe / Choix de langues dans le tourisme – Focus sur l'Europe*. De Gruyter.
- Bona, L. (2024). *Die digitale Museumskommunikation: das Projekt Museo Poliglotta*. Università degli Studi di Bergamo (unveröffentlichte Masterarbeit).
- Bonacini, E. & Marangon, G. (2021). Lo storytelling digitale partecipato come strumento didattico di divulgazione culturale". *Cuadernos de Filología Italiana* 28, S. 405–425.
- Burger, H. (1998). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Schmidt.
- Carobbio, G. & Lombardi, A. (2024). La comunicazione turistica plurilingue: il Progetto «Museo poliglotta». *Linguistik Online* 126(2), S. 151–167. doi: 10.13092/lo.126.11047
- Fandrych, C. & Graefen, G. (2002). Text commenting devices in German and English academic articles. *Multilingua* 21, S. 17–43.
- Gentile, E. (in diesem Heft). L'intelligenza artificiale e il metaverso. Orizzonti didattici innovativi per la comunicazione museale.
- Hausendorf, H. & Müller, M. (2016). Sprache in der Kunstkommunikation – Einleitung. In H. Hausendorf & M. Müller (Hg.), *Handbuch Sprache in der Kunstkommunikation* (S. 3–48). De Gruyter.
- Heller, D. & Roncoroni, T. (Hg.). (2023). *Phraseologie und sprachliche Kreativität in Text und Übersetzung*. *Trans-kom* 16(2).
- Løvlie, A.; Waern, A.; Eklund, L.; Spence, J.; Rajkowska, P. & Benford, S. (2022). Hybrid Museum Experiences. In A. Waern & A. Løvlie (eds.), *Hybrid Museum Experiences: Theory and Design* (S. 31–56). Amsterdam University Press.
- Mandarano, N. (2019). *Musei e media digitali*. Carocci.
- Morf, M. (in diesem Heft). Museales Storytelling und Neue Medien: Interaktive Graphic Novels und ihr didaktisches Potenzial.
- Nardi, A. & Ravetto, M. (2023). Museumskommunikation als Dimension der Kunstkommunikation. Objekt- und adressatenorientierte Facetten. *Linguistik Online* 124(6), S. 3–11. doi: 10.13092/lo.124.10720
- Nettke, T. (2023). Was bedeutet zeitgemäße Bildungs- und Vermittlungsarbeit für Museen? Anforderungen und Implikationen. *Thüringer Museumshefte* 32(2), S. 9–15.
- Pietroni, E. (2025). Multisensory Museums, Hybrid Realities, Narration and Technological Innovation: A Discussion Around New Perspectives in Experience Design and Sense of Authenticity. *Heritage* 2025, 8(4), 130. doi: 10.3390/heritage8040130
- Rantamo, E. & Schum, S. (2020). Museumstexte – Zum Abbau sprachlicher Barrieren in Museen und Ausstellungen. In: C. Maaß & I. Rink (Hg.), *Handbuch Barrierefreie Kommunikation* (S. 615–636). Frank&Timme.
- Vogelsang, A.; Kummler, B. & Minder, B. (Hg.). (2016). *Social Media für Museen II. Der digital erweiterte Erzählraum. Ein Leitfaden zum Einstieg ins Erzählen und Entwickeln von Online-Offline-Projekten im Museum*. Hochschule Luzern.

## Izvleček

### **Večjezičnost in digitalizacija v muzejski komunikaciji: primer projekta *Museo Poliglotta***

Spričo vse večje digitalizacije, globalizacije in diverzifikacije obiskovalcev muzeji razvijajo nove komunikacijske strategije. Mobilne tehnologije, hibridni komunikacijski formati in naraščajoča pričakovanja glede interaktivnosti vodijo v večglasno muzejsko komunikacijo, ki obiskovalca bolj angažira in se osredotoča na izobraževalno zabavo (ang. *edutainment*) in večmedijska doživetja. Hkrati postaja jasno, da je za kulturno participacijo ključnega pomena jezikovna dostopnost: prevodi v angleščino niso dovolj, temveč se kot strateški ključ do mednarodnega pozicioniranja muzejev izkazuje večjezična in kulturno občutljiva komunikacija. Projekt *Museo poliglotta* (Poliglotski muzej) iz mreže IGENI je zgled, kako je mogoče večjezičnost uresničevati v digitalni muzejski komunikaciji. S kontrastivno analizo izbranih primerov umetniških vsebin, objavljenih v Instagramovi funkciji Reels in na platformi Google Arts & Culture v italijanščini, nemščini in angleščini, avtorici ugotavljata leksikalne, skladenjske in pragmatične značilnosti digitalne komunikacije in preučujeta izzive prevajanja.

**Ključne besede:** digitalna muzejska komunikacija, večjezičnost, prevod, kreativno prevajanje

Doris Höhmann  
Università Bologna-Forlì, Italien  
doris.hoehmann@unibo.it

Paper received: 01.11.2025  
Paper revised: 06.12.2025  
Paper accepted: 18.12.2025

## DER „GIARDINO POLIGLOTTA“ DES UNI-CAMPUS IN FORLÌ (BOLOGNA)

### Abstract

Der mehr- bzw. vielsprachige – oder auch polyglotte Garten, eine am Uni-Campus der Universität Bologna in Forlì beheimatete kulturpolitische Initiative, lässt sich am ehesten als ein stets im Werden begriffenes kultur- und sozialpolitisches Projekt in Form locker miteinander verwobener Mikroprojekte beschreiben. Zu seinen Zielsetzungen gehören vornehmlich die Förderung von Sprachkenntnissen, die Beschäftigung mit Fragen der Mehrsprachigkeit und mit Umweltthemen, die populärwissenschaftliche Vermittlung von wissenschaftlich fundiertem Was- und Wie-Wissen im Rahmen lebenslangen Lernens und die Schaffung sozialen Zusammenhalts. Im Beitrag werden nach einer kurzen Darlegung der wichtigsten Zielsetzungen die Hintergründe und Leitideen näher erläutert, die dem *Giardino poliglotta* zugrunde liegen, und einige der Mikroprojekte knapp umrissen, die bisher in Angriff genommen wurden. Abgerundet wird der Beitrag durch einen kritischen Blick auf offene Fragen in puncto Informationslandschaft und Mehrsprachigkeit.

**Schlüsselwörter:** Mehrsprachigkeit, Vielsprachigkeit, lebenslanges Lernen, soziale und ökologische Nachhaltigkeit

### Abstract

#### The “Giardino Poliglotta” Project of the University of Forlì (Bologna)

The Giardino Poliglotta (*Polyglot Garden*), a cultural policy initiative based at the University of Bologna's Forlì campus, is best described as a constantly evolving cultural and socio-political project comprising loosely interwoven micro-projects. Its primary objectives include: promoting language skills; addressing issues of multilingualism and plurilingualism, as well as environmental questions; communicating scientifically sound knowledge in a popular science format within the framework of lifelong learning; and fostering social cohesion. After providing an overview of the major key objectives, this article explains the background and guiding principles of the *Giardino Poliglotta* in more detail, offering a brief outline of some of the micro-projects undertaken thus far. Finally, it concludes with a critical look at open issues concerning information landscapes and multilingualism.

**Keywords:** multilingualism, plurilingualism, lifelong learning, social and ecological sustainability



## 1 Ein polyglotter, mehr- bzw. vielsprachiger Garten? Was hat man sich darunter vorzustellen?

Hinter der Bezeichnung verbirgt sich eine kulturpolitische Initiative, die 2019 von der damaligen „Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit“ des DIT (Department of Interpretation and Translation)<sup>1</sup> ins Leben gerufen wurde und die auf vielfältige Art und Weise zur Lebensqualität im Campus beitragen möchte.

Der im Park des Uni-Campus beheimatete polyglotte, mehr- bzw. vielsprachige Garten<sup>2</sup> lässt sich am ehesten als ein langfristig angelegtes, stets im Werden begriffenes sprach- und kulturwissenschaftliches Projekt beschreiben, das sich durch eine starke bildungs- und sozialpolitische Komponente auszeichnet und durch locker miteinander verwobene kulturelle Events und Lernangebote realisiert wird. Durch vielfältige Kooperationen und die Einbeziehung der verschiedenen AkteurInnen auf dem Campus in die Projektarbeit, von den Studierenden und vom Uni-Personal bis hin zu Gästen und ParkbesucherInnen, ist der mehr- bzw. vielsprachige Garten zugleich ein vielstimmiger Garten.

Den gemeinsamen inhaltlichen Nenner der generell inter- bzw. transdisziplinär und sprachdidaktisch ausgerichteten Mikroprojekte bildet der gewählte doppelte inhaltliche Fokus mit seiner Verankerung in der konkreten Umgebung und damit Lebenswelt der sozialen AkteurInnen: a) die Thematisierung von Sprache, Kommunikationsgeschehen und Mehrsprachigkeit, allesamt wesentliche Schwerpunkte der Lehre und Forschung am Department, und b) die Auseinandersetzung mit Fragen rund um das Gelände des Parks, in dem sich das Uni-Leben abspielt und der als öffentliche Parkanlage der Stadt Forlì allgemein von der Bevölkerung genutzt werden kann.

Die Lenkung der Aufmerksamkeit auf die unmittelbare Umgebung im Park, angefangen vom Baumbestand bis hin zu baulichen Maßnahmen, liefert zum einen zahlreiche Beispiele, anhand derer Wissensbestände veranschaulicht und – je nachdem – aufgefrischt, erworben und vertieft werden können. Zum anderen stellen die Ge- und Begebenheiten, Beobachtungen und Feststellungen den Ausgangspunkt für Feldforschungen und für die Beschäftigung mit weiterführenden Fragestellungen dar und zeigen auf, wie vielschichtig sprachlich und kulturell vermittelte Wissens- und Handlungsrahmen miteinander verknüpft sind.

Trägermedien sind bislang künstlerisch gestaltete Kärtchen („Lesezeichen“) aus farbigem Karton, über die mittels eines QR-Codes der jeweilige Content auf der Website des Projekts (<https://site.unibo.it/giardino-poliglotta/it>) aufgerufen werden kann (s. Abb. 1).<sup>3</sup> Die Webseite, die vorrangig als Archiv dient, bietet zudem eine kurze Einführung in die Ziel- und Schwerpunktsetzungen des Projekts.

1 Namentlich zu nennen sind außer der Verfasserin des vorliegenden Beitrags Amalia Amato, Alice Capitani, Piero Conficoni, María Enriqueta Pérez Vázquez, Sandro Raffoni, Simona Sangiorgi und Elisabetta Tassinari. Die Umsetzung des Vorhabens wäre aber weder ohne die Zusammenarbeit mit der Mehrsprachigkeitsbeauftragten der Universität Bologna, Maria Chiara Russo, noch ohne die tatkräftige Unterstützung maßgeblicher EntscheidungsträgerInnen, verschiedener Hochschulbüros und KollegInnen möglich gewesen. Allen sei an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

2 Zum Gebrauch der Adjektive *polyglott*, *mehr-* und *vielsprachig* siehe Fn. 8.

3 Die künstlerische Gestaltung stammt von dem italienischen Comicautor und -zeichner Matteo Mazzacurati (<https://matteomazzacurati.com/2019/04/03/>).

### Abbildung 1

Die ersten veröffentlichten Kärtchen („Lesezeichen“), Juni 2024



Vor dem Hintergrund der bildungs- und sozialpolitischen Ziele – wesentliche Stichworte sind hier: lebenslanges Lernen, Medienkompetenz, Umweltbewusstsein und soziale Nachhaltigkeit – werden die Förderung von Sprachkenntnissen und Kommunikationskompetenzen, ein größeres Verständnis innerer und äußerer Mehrsprachigkeit und die populärwissenschaftliche, zum Teil spielerische Vermittlung von Was- und Wie-Wissen, das Wecken von Interesse, im Idealfall von Interesse an Forschungsfragen, sowie schließlich die Schaffung sozialen Zusammenhalts angestrebt. Dadurch dass sich die Zielgruppen der Initiativen nicht auf die Studierenden und das Uni-Personal beschränken, sondern sich maßgeblich auch an die Bevölkerung richten, reiht sich der mehrsprachige Garten in die Public-Engagement-Initiativen der Universität Bologna ein.

Im Folgenden wird das Projekt zunächst anhand der Erläuterung der Leitideen und Prinzipien, die seiner Entstehung und Gestaltung zugrunde liegen, erläutert (Abschnitt 2). Anschließend wird eine Auswahl der bereits erstellten Lehr- und Lernmaterialien vorgestellt (Abschnitt 3). Abgerundet wird der Beitrag durch einen kritischen Blick auf offene Fragen in puncto Informationslandschaft und Mehrsprachigkeit.

## 2 Vom Zeitgeist geprägt

Die Leitideen und Prinzipien, die dem *Giardino poliglotta* zugrunde liegen, sind zweifellos vom Zeitgeist geprägt. Sie sind als Teilantworten auf die Fragen zu verstehen, die aktuelle, alte oder neu entstehende Bedarfslagen aufwerfen.

Dass der *Giardino poliglotta* seiner Zeit verpflichtet ist, gilt zum einen bereits für die oben erwähnten Stichworte, die wie das lebenslange Lernen aus heutigen bildungspolitischen Initiativen kaum wegzudenken sind, oder etwa für den heutigen Museumsbegriff. Dass der mehrsprachige Garten sich zu einem nicht unbedeutenden Teil in den kulturellen Mainstream unserer Zeit einfügt, ist aber auch daran abzulesen, dass es eine ganze Reihe von Kulturinitiativen und Projektideen gibt, die ihm von Anfang an als Inspirationsquelle dienten oder vom

Konzept her mit ihm verwandt sind, auch wenn sie seine Gestaltung erst ab einem späteren Zeitpunkt auf die eine oder andere Weise beeinflusst haben oder weiterhin beeinflussen. Dabei liegt es in der Natur der Dinge, dass im Laufe der Zeit durch weitere Lektüren oder in Gesprächen immer mehr Wissen über eine immer größere Anzahl von verwandten oder ähnlichen Initiativen zusammengetragen wird.<sup>4</sup>

## 2.1 Virtuelle Museen, Mitmachmuseen, Erlebniswelten

Laut der 2022 vom internationalen Museumsrat ICOM neugefassten Begriffsbestimmung ist ein Museum

a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing. (ICOM, 2022)<sup>5</sup>

Diese Begriffsbestimmung trägt dem Wandel Rechnung, der die Museumskultur unterliegt: Zu nennen sind in diesem Zusammenhang u.a. die fortschreitende Loslösung von der Vorstellung, dass die Unterbringung von Sammlungen und Ausstellungen an ein bestimmtes Gebäude gebunden ist, die zunehmende Bedeutung museumsdidaktischer Konzepte und des Museums als Lernort, die weitreichende Einbindung internet-gestützter Kommunikation sowie die Tendenz zur Eventisierung (s. dazu u. a. Walz, 2016; Franken-Wendelstorf et al., 2019; Hünnekens, 2022).

Wesentliche Anregungen erhielt und erhält der *Giardino poliglotta* in diesem Zusammenhang insbesondere von der *documenta*<sup>6</sup>, deren Ausstellungskonzepte vielfach an die Einbeziehung des öffentlichen Raums geknüpft sind und die Rolle widerspiegeln, die künstlerisch-kulturelle Projekte als neue Form der Stadtentwicklung zunehmend spielen (vgl. Oswalt & Ebert, 2009, S. 4). Vorbildcharakter hatten und haben aber auch namentlich das *SMA (Sistema museale di Ateneo)*, der Verbund der verschiedenen Museen und Sammlungen der Universität Bologna, der sich durch eine besondere thematische und mediale Vielfältigkeit auszeichnet, die *Sardegna Digital Library*, ein umfangreiches multimediales Archiv zur Geschichte und Kultur, Flora und Fauna Sardinien, die *Grimmwelt* in Kassel, die sich als „Kultur-, Freizeit- und Bildungseinrichtung sowie Eventlocation“ (Grimmwelt, o. D.) versteht und zum Teil dem sprachwissenschaftlichen Schaffen der Brüder Grimm gewidmet ist, und

4 Bereits an dieser Stelle sei stellvertretend die *Wissens- und Erlebniswelt für Sprache und Kommunikation wortreich* in Bad Hersfeld genannt. Nähere Informationen zur Konzeption des *wortreichs*, das sich als Erlebnis- oder Mitmachmuseum versteht, sind abrufbar unter <https://www.wortreich-badhersfeld.de/> (zuletzt: 1.9.2025).

5 In der offiziellen einheitlichen deutschen Fassung, auf die sich die ICOM-Nationalkomitees Belgiens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz im Sommer 2023 geeinigt haben, lautet die Definition wie folgt: Ein Museum ist eine nicht gewinnorientierte, dauerhafte Institution im Dienst der Gesellschaft, die materielles und immaterielles Erbe erforscht, sammelt, bewahrt, interpretiert und ausstellt. Öffentlich zugänglich, barrierefrei und inklusiv, fördern Museen Diversität und Nachhaltigkeit. Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und partizipativ mit Communities. Museen ermöglichen vielfältige Erfahrungen hinsichtlich Bildung, Freude, Reflexion und Wissensaustausch. (ICOM Deutschland, 2023)

6 Die *documenta*, die seit ihrer Gründung 1955 alle vier bis fünf Jahre in Kassel stattfindet, gilt als eine der weltweit bedeutendsten Ausstellungen zeitgenössischer Kunst.

schließlich das *Mathematikum* in Gießen, das durch seine didaktische Konzeption als „Mitmach-Museum“ für „Besucher jeden Alters und jeder Vorbildung“ (Mathematikum, o. D.) besticht.<sup>7</sup> Beeinflusst wurde die Entstehung des *Giardino poliglotta* aber auch durch die Möglichkeit, nicht nur Botanische Museen im engeren Sinne, sondern auch Botanische Gärten als „Living Museum“ (u. a. Szykh & Kuzevanov, 2007) im Freien, zu begreifen. Das Beiwort *poliglotta* im Namen wurde hingegen von dem *museo poliglotta* (Carobbio & Lombardi, 2024) inspiriert, einem Forschungsprojekt der Universitäten Bergamo und Brescia, bei dem in Kooperation mit lokalen Museen Mehrsprachigkeitskonzepte näher untersucht und ausgelotet werden. Berührungspunkte ergeben sich dabei bereits aus der Bedeutung, die der Mehr- bzw. Vielsprachigkeit in der Museums- bzw. Tourismuskommunikation beigemessen wird (s. dazu weiter unten).

## 2.2 Das kommunikative Geschehen als Grundpfeiler menschlichen bzw. gesellschaftlichen Zusammenlebens

Einen besonderen Stellenwert nimmt im *Giardino poliglotta*, wie es sein Name schon andeutet, die Auseinandersetzung mit Sprache und Kommunikation ein.

Das kommunikative Geschehen in seiner inneren und äußeren Mehr- bzw. Vielsprachigkeit<sup>8</sup> bleibt einer der Grundpfeiler menschlichen bzw. gesellschaftlichen Zusammenlebens – bei allem tiefgreifendem Wandel, dem es aufgrund neuer technischer und kulturpolitischer

7 Die Webauftritte des SMA, der *Sardegna Digital Library*, der *Grimmwelt* und des *Mathematikums* in Gießen sind abrufbar unter den folgenden Internetadressen: <https://sma.unibo.it/en>; <https://www.sardegnaigitallibrary.it/>; <https://www.grimmwelt.de/de/>; <https://www.mathematikum.de/> (zuletzt am 1.9.2025).

8 Die Begriffe äußere und innere (oder innersprachliche) Mehr- bzw. Vielsprachigkeit beziehen sich zum einen auf das Neben- und Miteinander verschiedener Sprachen und Sprachvarietäten, zum anderen auf ihre weitere Binnendifferenzierung in diatopische, diachronische, diastratische, diamesische und diaphasische Varietäten; s. dazu u.a. die Überblicksdarstellungen in Becker (2013) und Roelcke (2022). Weitere begriffliche Unterscheidungen betreffen Unterschiede und Gemeinsamkeiten bei der Aneignung von Erst-, Zweit- und Fremdsprachen und die gesellschaftliche Mehr- bzw. Vielsprachigkeit im Unterschied zur individuellen Mehrsprachigkeit, die auf die Fähigkeit einer Person, sich mehrerer Sprachen zu bedienen (vgl. Roelcke, 2022).

Letztere Unterscheidung spielt insbesondere in den sprachpolitischen Ansätzen der EU und des Europarats eine wesentliche Rolle, da hier Mehrsprachigkeit und Mehrkulturalität (Blell & Doff, 2014) als Ressource sprachlich-kommunikativen Handelns begriffen werden. Das Gewicht, das dieser Unterscheidung beigemessen wird, spiegelt sich in den Bestrebungen wider, die voneinander unterschiedenen Begriffe durch ein jeweils eigenes Fachwort (u. a. engl. *multilinguism* vs. *plurilinguism*; fr. *multilinguisme* vs. *plurilinguisme*, it. *multilinguismo* vs. *plurilinguismo*, dt. *Sprachenvielfalt* vs. *Mehrsprachigkeit*) voneinander abzuheben. Doch konnte sich diese sprachliche Regelung, die hauptsächlich durch ihre Befolgung im *Gemeinsamen europäischen Referenzrahmen für Sprachen* Verbreitung gefunden hat, bisher nicht durchgehend durchsetzen. Dass ihr nur bedingt Erfolg beschieden ist, dürfte u.a. daran liegen, dass in der vielzitierten Begriffsbestimmung der Europäischen Kommission *multilinguism* (und entsprechend dt. *Mehrsprachigkeit*, fr. *multilinguisme*, it. *multilinguismo*, nl. *meertaligheid*), nicht als Unter-, sondern als Oberbegriff verwendet wird.

Dort heißt es in der deutschen Fassung:

„Unter Mehrsprachigkeit versteht man sowohl die Fähigkeit einer Person, mehrere Sprachen zu benutzen, als auch die Koexistenz verschiedener Sprachgemeinschaften in einem geografischen Raum.“ (Europäische Kommission 2005, 1.2)

Folglich haben beide Ausdrucksvarianten ihre Berechtigung. Mit der Verwendung des Ausdrucks *polyglott*, der ebenfalls als Oberbegriff fungieren kann, wird – entsprechend der Breite der behandelten Themen – von dieser begrifflichen Unterscheidung zunächst abgesehen. Zudem werden durch diese Wortwahl Diskussionen zum korrekten Sprachgebrauch zurückgestellt. Dies ist besonders im italienischen Kontext des *Giardino poliglotta* relevant, da sich in italienischen Fachkreisen der Gebrauch von *multilingue* und *polilingue* als Gegensatzpaar weitgehend durchgesetzt hat.

Entwicklungen immer wieder unterzogen wurde und wird. Man denke allein an die einschneidenden Veränderungen, die derzeit durch die automatische Generierung von Content angestoßen werden oder zu früheren Zeiten durch die Entwicklung von Schriftsystemen und die Erfindung des Buchdrucks bewirkt wurden. Eine entsprechend große Bedeutung kommt der Kommunikation als Wissensgebiet sowie der Vermittlung bzw. Aneignung der Kompetenzen zu, die für die Entwicklung und den Erwerb neuer Kulturtechniken und für einen ‚kompetenten‘ Umgang mit veränderten Gegebenheiten erforderlich sind.

Zu den aktuellen gesellschaftlich relevanten Aufgaben der Sprach- und Kommunikationswissenschaften zählen dabei zweifellos die Auslotung der Potentiale und Fallstricke KI-gestützter Kommunikation in verschiedenen lebensweltlichen Bereichen. In Bezug auf das hier vorgestellte Projekt ist, um nur ein Beispiel zu nennen, für die mehrsprachige Gestaltung der Webseite die Möglichkeit relevant, Content nicht nur in verschiedenen Sprachen zu generieren bzw. abzurufen oder anzuzeigen, sondern darüber hinaus die sprachliche und inhaltliche Komplexitätsstufe jeweils an die Kompetenzen und Bedürfnisse der NutzerInnen anzupassen.

### 2.3 Mehrsprachigkeit als Normalfall und als Ressource

Angesichts der heutigen Möglichkeiten, die die automatische Übersetzung, die Generierung oder die Abrufbarkeit von Content in verschiedenen Sprachen eröffnen (siehe dazu u. a. Höhmnn, im Ersch.) ist zwar der Stellenwert von Fremdsprachenkenntnissen und insbesondere die Rolle des schulischen und universitären Fremdsprachenunterrichts neu zu bestimmen, doch dürfte schon aufgrund des Gebrauchs „diverser sozialer, funktionaler und medialer Varietäten bzw. Register wie Standard- und Umgangssprache, geschriebener und gesprochener Sprache, Jugendsprachen sowie wissenschaftlicher, technischer und institutioneller Fachsprachen“ (Roelcke, 2022, S. 10), die Bedeutung der Mehr- bzw. Vielsprachigkeit als solcher und entsprechender Objekt- und Metakenntnisse davon unberührt bleiben: Auch ohne die Bezugnahme auf andere Sprachen erscheinen die individuelle und gesellschaftliche Mehr- bzw. Vielsprachigkeit als Normalfall. Zudem besteht ein breiter Konsens darüber, dass

- sich Fremdsprachenkenntnisse und kommunikative Fähigkeiten in allen Lebensphasen positiv auswirken, etwa in Hinblick auf die kognitive Entwicklung des Kindes, auf die geistige Beweglichkeit im Alter oder auf größere Berufschancen auf dem Arbeitsmarkt (s. dazu u. a. den Überblick in Fox et al., 2019, S. 699)
- die gesellschaftliche Anerkennung des Wertes von Familien- bzw. Herkunftssprachen (Dialekte, Regional- und Minderheitensprachen) eine positive psychosoziale Wirkung auf das Selbstwertgefühl hat und so dem individuellen Wohlbefinden<sup>9</sup> förderlich ist.<sup>10</sup>

9 In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass der Gesundheitsbegriff der Weltgesundheitsorganisation, der sich bereits in der WHO-Satzung aus dem Jahr 1946 findet, nicht nur das körperliche, sondern auch das seelisch-geistige und soziale Wohlergehen mitumschließt: “Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.” (WHO 2020). Zur weiteren Vertiefung s. u. a. Kickbusch (1999); Franzkowiak & Hurrelmann (2025).

10 Zur Stigmatisierungsproblematik s. u. a. Busch (2022); Daussà & Roviró (2024).

Des Weiteren ist auf die Bedeutung fachkommunikativer Mehrsprachigkeit hinzuweisen, die u. a. einen wesentlichen Beitrag zu „einer Intensivierung wissenschaftlicher, technischer und institutioneller Kommunikationsprozesse und somit auch zu einer Intensivierung der Genese und des Transfers von Wissen und Fähigkeiten selbst“ (Roelcke, 2024, S. 220) leistet. Dringend geboten scheint die Förderung der individuellen und gesellschaftlichen Mehrsprachigkeit in den Wissenschaften jedoch vor allem vor dem Hintergrund der Tendenzen zur Monolingualisierung der Wissenschaftskommunikation, durch die mit Ehlich eine wissenschaftssprachliche Verarmung droht. Er führt dazu aus:

Die Bindung der Wissenschaftskommunikation an Alltagssprachen bedeutet nicht zuletzt, dass diese ein Reservoir für die Weiterentwicklung auch der Wissenschaftssprachen sind. Dieses Reservoir steht dem native speaker ziemlich problemlos zur Verfügung. [...] Die Einführung von Innovation erfordert nicht unerhebliche sprachliche Kompetenzen [...] Solche Befähigung bedarf eines meisterlichen Umgangs mit der Sprache, in der die Kommunikation erfolgt.

Die monolingualisierte Wissenschaftskommunikation hingegen bedeutet weithin eine faktische sprachliche Deprivation der an ihr Beteiligten, soweit sie nicht native speakers sind. (Ehlich, 2006, S. 33-34)

Der Abkoppelung der Wissenschafts- und Fachkommunikation von der Allgemeinsprache bzw. von den Allgemeinsprachen entgegenzuwirken heißt darüber hinaus, die Austauschprozesse zwischen Gesellschaft und Wissenschaft sowie eine größere gesellschaftliche Teilhabe zu fördern (s. dazu ebenfalls Ehlich, 2006; Roelcke, 2022; 2024).

## 2.4 Bildung und Wissensbestände als wertvolles Gut bzw. Kapital

Die gesamtgesellschaftliche Bedeutung von Bildung (Kompetenzen, Literacies) in schulischen und außerschulischen Zusammenhängen steht außer Frage: als Voraussetzung für die Entfaltung des Einzelnen, für ein selbstbestimmtes Leben, für die soziale Teilhabe und für den kulturellen und wirtschaftlichen Wohlstand der Gesellschaft.<sup>11</sup> Angesichts der sich durch die technische Entwicklung rasant schnell verändernden lebensweltlichen Szenarien erklärt sich der zentrale Stellenwert des lebenslangen Lernens „in unterschiedlichen Bildungsformen (formal, non-formal, informell) und in allen Lebensphasen (von der Kindheit bis ins Alter)“ (Netzwerk Stiftungen und Bildung, o. D.).<sup>12</sup>

Bevorzugt kommen reformpädagogisch geprägte, ganzheitliche und spielerische Bildungsansätze zum Einsatz, die nicht nur auf die kognitive, sondern auch auf die soziale, emotionale und kreative Entwicklung und Entfaltung des Individuums abheben (s. dazu u. a. den Überblick in Ullrich, 2023).

Angestrebt wird einerseits die Auffrischung und Festigung bereits erworbener Kenntnisse, andererseits eine Horizonterweiterung für alle beteiligten AkteurInnen durch erfahrbares, erfahrungsbasiertes und forschend-entdeckendes Lernen und Lehren. Ein Beispiel dafür ist die an das Projekt andockende *Caccia al tesoro multilingue alla scoperta del Campus e del*

11 Für einen ersten Überblick s. u. a. das Dossier Bildung der Bundeszentrale für politische Bildung (BpB, 2019-2025).

12 Zur weiteren Vertiefung sei u. a. verwiesen auf Schäfer (2021).

*Giardino poliglotta*, eine mehrsprachig gestaltete Schnitzeljagd zum Mitmachen, die auf spielerische Weise rezeptive Mehrsprachigkeit als Ressource erfahrbar werden lässt und dabei in die Interkomprehensionsforschung einführt (s. Abb. 2).<sup>13</sup>

## Abbildung 2

Ankündigung der Schnitzeljagd auf den Social Media des Campus

The image is a social media announcement for a multilingual treasure hunt event. At the top, there are three logos: a red circular logo on the left, the 'Society' logo in the center with the text 'NOTTE EUROPEA DEI RICERCATORI' below it, and a blue square logo on the right. The main title is 'Caccia al Tesoro Plurilingue: Alla Scoperta dei Segreti del Campus e del Giardino Poliglotta'. Below the title, the date '27 Settembre 2024' and the location 'Dipartimento di Interpretazione e Traduzione, UniBo, LAB 13' are listed. The section 'PROGRAMMA DELL'INIZIATIVA' contains four items: 1. 16.00: Ci incontriamo al DIT per una breve introduzione all'attività (LAB 13) (with a red alarm clock icon). 2. 16.15: Ci dividiamo in piccoli gruppi e organizziamo l'attività (with a blue map icon). 3. 16.20: Inizia la caccia al tesoro plurilingue! (with a brown treasure map icon). 4. 17.20: Torniamo in aula per una breve riflessione collettiva sulla nostra esperienza (with a green group of people icon). At the bottom, there is a call to action: 'Per iscriverti alla Caccia al tesoro, scansiona il codice QR e compila il modulo!' with a yellow hand icon pointing to a QR code. A red note says 'Le iscrizioni si chiudono il 25 settembre.'

## 2.5 Nachhaltigkeit als Leitmotiv

Das Projekt des mehrsprachigen Gartens wurde, wie eingangs erwähnt, von der damaligen AG Nachhaltigkeit entwickelt. Im Vordergrund standen und stehen dabei nicht nur Umweltthemen, sondern auch psychosoziale Belange wie das Bedürfnis nach Achtsamkeit und Entschleunigung, sozialer Einbindung und Wertschätzung, sowie die Stärkung des sozialen Zusammenhalts als Präventionsmaßnahme gegen Gewalt. Vor diesem Hintergrund wird bewusst darauf geachtet, dass die verschiedenen am Campus-Leben beteiligten Akteure und Akteurinnen in die Projekt-Aktivitäten konkret einbezogen werden (Stichwort Vielstimmigkeit), Networking betrieben wird und vor allem Gesprächsanlässe geschaffen werden, die dazu angetan sind, soziale Netze zu verdichten und den Alltag in vielerlei Hinsicht zu bereichern.

13 Die „Mehrsprachige Schatzsuche: eine Entdeckungstour durch den Uni-Campus und den mehrsprachigen Garten“ ist seit 2024 fester Bestandteil des Programms der europaweiten Europäischen Nacht der ForscherInnen. Die Schnitzeljagd wurde in interdisziplinärer Zusammenarbeit zunächst von Emanuela Paone, Novella Tedesco und Sarah Mantegna, unter Mitwirkung von Cristiana Cervini und der Schreibenden entwickelt. Inzwischen hat sich daraus ein eigenständiges Forschungsprojekt entwickelt, dessen erste Ergebnisse auf der 10. Fachtagung der Italienischen Gesellschaft für Sprachendidaktik und Spracherziehung DILLE (Società Italiana di Didattica delle lingue e Linguistica educativa, Tirana 2025) vorgestellt werden konnten.

Erwähnenswert ist nicht zuletzt, dass der Gedanke der Nachhaltigkeit nicht nur das Projekt des mehrsprachigen Gartens in verschiedener Hinsicht durchdringt, sondern auch in der Gestaltung des Campus-Parks eine grundlegende Rolle spielt,<sup>14</sup> wodurch sich nicht unwesentliche Synergien ergeben.<sup>15</sup>

### 3 Sprachliche und kulturwissenschaftliche Streifzüge

Die Auseinandersetzung mit der unmittelbaren Umgebung und ihrer Versprachlichung sind der Ausgangspunkt zahlreicher Beobachtungen, die nicht nur für anregenden Gesprächsstoff sorgen und geistige Nahrung bieten, sondern auch Ideen für weitere wissenschaftliche Arbeiten entstehen lassen, wie abschließend anhand ausgewählter Beispiele veranschaulicht werden soll.

#### 3.1 Das Attribut *poliglotta*

Bereits das Attribut *poliglotta* im Namen des „mehrsprachigen Gartens“ bietet einiges an Gesprächs- und Lernstoff, und zwar gleichermaßen für SprecherInnen bzw. Lernende des Italienischen als Erst-, Zweit- oder Fremdsprache: Hinsichtlich des Einflusses des Altgriechischen auf die italienische Sprache, der Übernahme von Wortbildungstypen und anderen Sprachkontaktphänomenen, aber auch in Bezug auf den gehobenen Sprachgebrauch als Statussymbol und damit im Zusammenhang auf die Frage, ob auch die männlich gebeugte Wortform *poliglotta* als korrekt gelten kann<sup>16</sup> oder im Hinblick auf ihre bewusste Verwendung als Oberbegriff für it. *multilingue* vs. *plurilingue*, die geradezu dazu einlädt, die begriffliche Unterscheidung zwischen individueller und gesellschaftlicher Mehr- bzw. Vielsprachigkeit<sup>17</sup> zu thematisieren und das Verhältnis von Synonymen in fach- und allgemeinsprachlichen Kommunikationszusammenhängen näher zu beleuchten.

#### 3.2 Der Baum als Metapher

Als Ordnungsprinzip ist der Baum ähnlich der Pyramide, der Spirale und der Welle allgegenwärtig. Abgesehen von der Beliebtheit seiner Form (Wurzeln, Stamm, Baumkrone, Verzweigung und Verästelung) in Mindmaps ist an die Baummetapher in der religiösen und schöngeistigen Literatur und Kunst sowie in Sachzusammenhängen und Fachsprachen zu denken, vom Lebensbaum über das Baumdiagramm bis hin zum Stammbaum zur Darstellung der

14 Die an sozial-ökologischen Nachhaltigkeitsprinzipien ausgerichtete Neugestaltung der Grünflächen des heutigen Uni-Campus nach Entwürfen von Gian Luca Laghi, Giovanni Milanese, Dario Pinzarrone und Chiara Semprini wurde 2019 von der Jury des italienischen Städtebaupreises *La Città per il verde* mit einer besonderen Erwähnung (Special Mention) ausgezeichnet.

15 Der Architektin Chiara Semprini (Universität Bologna) ist etwa die Installation einer flexibel veränderbaren Outdoor-Tischgruppe für Gruppenarbeiten im Rahmen der Projekt-Aktivitäten zu verdanken. Auch soll nicht unerwähnt bleiben, dass die Bezeichnung *giardino del sapere* (wörtlich: „Garten des Wissens“), die sich in den Unterlagen der Stadt Forlì für das an die Unigebäude angrenzende Parkgelände findet, den Namen des mehrsprachigen Gartens wesentlich beeinflusst hat.

16 Laut maßgeblicher Standard-Nachschlagewerke für die italienische Sprache wie dem *Grande dizionario della lingua italiana* (GDLI, o. D.), der *Treccani* (o. D.) und dem *Il nuovo De Mauro* (De Mauro, o. D.) gilt die männlich gebeugte Adjektivform als standardsprachlich.

17 S. dazu die Ausführungen in Fn.8.

Abstammung oder der Familiengeschichte, die in zahlreichen Sprachen zu finden ist. Dabei stellt sich unmittelbar im Anschluss an erste Beobachtungen die Frage nach kulturgebundenen Gemeinsamkeiten und Unterschieden (etwa in Bezug auf die Bedeutung des „Baum des Lebens“) in verschiedenen Kulturkreisen oder nach der weiten Verbreitung oder gar Universalität der Baummetapher, die anhand konkreter Beispiele gestützt oder – wie im Fall der italienischen Fachausdrücke *albero motore*, dem im Deutschen ein anderes Bild, *Motorwelle*, entspricht, – relativiert werden kann.

### 3.3 Die Vokabeln für *Baum* und *Pflanze* im Sprachvergleich

Der Vergleich der Vokabeln *Baum* und *Pflanze* im Sprachvergleich wirft zudem etwa die Frage auf, aus welchen Gründen die Wörter für Baum in anderen Sprachen sehr unterschiedlich sind (z.B. dt. Baum, engl. *tree*, lat. *arbor*, it. *albero*), während bei den Entsprechungen für Pflanze in verschiedenen Sprachen die etymologische Verwandtschaft aufgrund der gemeinsamen Abstammung vom Lateinischen offensichtlich ist. Die Vermutung, dass es sich im ersteren Fall um altehrwürdige Bezeichnungen handelt, die sich aufgrund des grundlegenden kulturellen Stellenwerts von Bäumen bewahrt haben, greift nur zum Teil. Gibt es doch in der Sprachgeschichte Beispiele für Umbenennungen ureigenster Verhältnisse, etwa der von Verwandtschaftsbeziehungen.<sup>18</sup> Unbeantwortet bleibt auch die Frage nach den Gründen für das männliche Geschlecht in den genannten Sprachen, die bei der Übersetzung der Verszeile *Buon giorno, signor albero* ins Englische spielerisch aufgeworfen wird (dt. *Herr Baum*, engl. *Mister Tree*).

Anhand der Bezeichnungen dt. *Pflanze*, engl. *plant* und it. *pianta* lassen sich hingegen bekannte Erscheinungen erklären wie die Entwicklung der lat. Konsonantenverbindung *pl*, die im Italienischen regelmäßig zu *pi* wird, die zweite Lautverschiebung und schließlich die Veränderung der Silbenstruktur des lateinischen Wortes, namentlich die unterschiedlich ausgeprägte Abschwächung der letzten Silbe. Über die Gründe, weshalb sich das Lexem im Laufe des Mittelalters und in der Neuzeit in den verschiedenen europäischen Sprachen verbreitet hat, schweigen sich die einschlägigen Wörterbücher hingegen aus.

## 4 Resümee und Ausblick

Die fachlich bzw. inhaltlich reflektierte, mehr- bzw. vielsprachig angelegte Auseinandersetzung mit der unmittelbaren Umgebung im Campuspark dient als Folie für die Realisierung von verschiedenen inter- und transdisziplinären, immer auch sprachdidaktisch ausgerichteten Mikroprojekten mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunktsetzungen: angefangen von der Beschäftigung mit terminologischen Fragestellungen zur botanischen Nomenklatur, mit einem besonderen Fokus auf den wissenschaftlichen und gemeinsprachlichen Namen des Baumbestands im Park, über sprach- und kulturvergleichende Untersuchungen zur kulturellen Bedeutung der im Park anzutreffenden Flora oder ihrer Thematisierung in Kunst und Literatur bis hin zur Auslotung der Möglichkeiten und Grenzen interkomprehensiven

18 Paradebeispiel sind hier die Begriffe *Tante* und *Onkel*, die aus dem Französischen übernommen wurden (vgl. die entsprechenden Einträge in Pfeifer et al., o. D.) und selbst in der Nähesprache an die Stelle früherer Bezeichnungen getreten sind.

Mehrsprachenlernens in domänenspezifischen Text- und Diskursvorkommen anhand aus dem konkreten Umfeld gegriffenen Beispiele.

Die Vielzahl der inhaltlichen Bezüge, die erst im Rahmen dieser Auseinandersetzung für den Einzelnen zutage treten, stellt dabei an sich schon einen Mehrwert des Projekts dar. Wird dadurch doch die Auseinandersetzung mit der eigenen Umgebung angestoßen und eine bedeutende Horizonterweiterung sowie eine sowohl in die Breite als auch in die Tiefe gehende, nicht nur gedankliche, sondern den ganzen Menschen betreffende Vernetzung mit der ihn umgebenden Umwelt angeregt.

Nicht nur die Vernetzung von Was- und Wie-Wissen durch Anschauung ist ein wesentliches Anliegen des Projekts, das Interesse an Fragen, die die Umwelt und ihre Erforschung betreffen, wecken möchte. Die Schaffung und Stärkung des sozialen Zusammenhalts stellt ein weiteres wesentliches Anliegen des Projekts dar, was sich insbesondere in der Art und Weise sowohl in der Erstellung des Contents als auch der gewählten Formen ihrer Verbreitung niederschlägt.

Zugleich wird ein Rahmen geschaffen für die empirische Sprach- und Kommunikationsforschung. Erfahrbar werden Unterschiede in der Art, Menge und Dichte der zur Verfügung stehenden bzw. im Web abrufbaren Informationen, Unterschiede und Überschneidungen von Wissenstraditionen, Schwerpunktsetzungen und Perspektivierungen (Stichworte Frames bzw. Framing, Informations- und Diskurslandschaften)<sup>19</sup> und nicht zuletzt die verschiedenen Fragen, die die heutigen Gestaltungsmöglichkeiten mehrsprachiger Ressourcen aufwerfen. Letztere sollen abschließend ausschnitthaft umrissen werden:

- Wie können Informationen in oder zu mehr als 10 verschiedenen Sprachen gleichzeitig übersichtlich angeordnet werden, ohne dass jeweils neue Webseiten aufgerufen werden müssen?
- Welche Möglichkeiten bestehen, die verschiedenen Sprachen bzw. Sprachvarietäten anzugeben? Was spricht für die Verwendung von ISO-639-Sprachcodes, was für das Anzeigen mit Hilfe von Flaggen?
- Es zeigt sich, dass es lexikalische Ressourcen mit Angabe der Lautschrift nur für vergleichsweise wenige Sprachen gibt. Wird sie langfristig durch Audio- und Videoaufnahmen ersetzt werden? Welche Funktion kommt ihr in Zukunft zu?

Welche Zukunft dem mehrsprachigen Garten beschieden sein wird, ist noch nicht abzusehen. Die bisher erstellten und veröffentlichten Contents dürften aber zunächst noch weiter ausgebaut werden und auch in den kommenden Jahren erhalten und abrufbar bleiben. Wenn sie auch in Zukunft zur Auseinandersetzung mit Fragen rund um Sprachen anregen und Anlass zu Gesprächen geben, bleiben bereits zwei der Hauptanliegen des Projekts auch weiterhin erfüllt. Um Nutzung, Mitwirkung – und warum nicht? – Nachahmung wird wärmstens gebeten.

*Die in diesem Artikel besprochenen Forschungsdaten sind in diesem veröffentlichten Artikel enthalten.*

---

19 Zur weiteren Vertiefung sei u. a. verwiesen auf Wengeler & Ziem (2018); Knobloch (2020); Schmallenbach (2022); Höhmnn (2023; 2024).

## Literaturhinweise

- Becker, M. (2013). *Einführung in die spanische Sprachwissenschaft*. Metzler.
- Blell, G. & Doff, S. (2014). Mehrsprachigkeit und Mehrkulturalität: Einführung in das Thema. *Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht* 19 (1), 1-7. <https://d-nb.info/1290562784/34>
- BpB [Bundezentrale für politische Bildung] (2019-2025). *Dossier Bildung*. <https://www.bpb.de/themen/bildung/dossier-bildung/>
- Busch, Brigitta (2022). 3. Minderheitensprachen. In C. Földes & T. Roelcke (Hrsg.), *Handbuch Mehrsprachigkeit* (S. 57-81). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110623444-003>
- Council of Europe (o. D.). *Common European Framework of Reference for Languages (CEFR)*. <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages>
- Daussà, E. J., & Roviró, B. (2024). Multilingual Anxiety in Migration Contexts. In J. Allegrante, U. Hoinkes, M. Schapira, & K. Struve (Eds.), *Anxiety Culture: The New Global State of Human Affairs* (S. 226-242). Johns Hopkins University.
- De Mauro (o. D.). "poliglotta" im Online-Wörterbuch *Il nuovo De Mauro*. <https://dizionario.internazionale.it/parola/poliglotta> (zuletzt: 1.10.2025)
- Ehlich, K. (2006): Mehrsprachigkeit in der Wissenschaftskommunikation – Illusion oder Notwendigkeit? In K. Ehlich & D. Heller (Hrsg.), *Die Wissenschaft und ihre Sprachen* (S. 17-38). Peter Lang.
- Földes, C. & Roelcke, T. (2022) (Hrsg.). *Handbuch Mehrsprachigkeit*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110623444>.
- Fox, R., Corretjer, O. & Webb, K. (2019). "Benefits of foreign language learning and bilingualism: An analysis of published empirical research 2012–2019". *Foreign Language Annals* 19(4), 699-726. <https://doi.org/10.1111/flan.12424>.
- Franken-Wendelstorf, R., Greisinger, S., Gries, Ch. & Pellengahret A. (Hrsg.) (2019). *Das erweiterte Museum. Medien, Technologien und Internet*. Deutscher Kunstverlag.
- Franzkowiak, P. & Hurrelmann, K. (2025). Gesundheit. In: Bundesinstitut für Öffentliche Gesundheit (BIÖG) (Hrsg.). *Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention. Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden*. <https://doi.org/10.17623/BZGA:Q4-i023-2.0>
- Carobbio, G. & Lombardi, A. (2024). La comunicazione turistica plurilingue: il Progetto "Museo poliglotta". In *LINGUISTIK ONLINE*, 126(2), 151-167. <https://doi.org/10.13092/lo.126.11047>
- GDLI (o. D.). "poliglotta" in der Online-Ausgabe des *Grande dizionario della lingua italiana*. <https://www.gdli.it/JPG/GDLI13/00749.jpg/> (zuletzt: 1/10/2025)
- Grimmwelt (o. D.). Über uns. <https://www.grimmwelt.de/de/ueber-uns>
- Höhmann, D. (2023). Kulturelle Schlüsselwörter und ihre Ausdrucksvarianten im korpusgestützten Sprach- und Kulturvergleich. *LINGUISTIK ONLINE*, 124(6), 157-174. <https://doi.org/10.13092/lo.124.10719>
- Höhmann, D. (2024). Der Herausbildung kommunikativer, sprach- und kulturabhängiger Traditionen auf der Spur. In A. Hornung & R. Zanin (Hrsg.), *Abenteuer Sprache und Sprachen*. Stauffenburg.
- Höhmann, D. (im Ersch.). Zu den heutigen Möglichkeiten zwei- und mehrsprachiger Tourismuskommunikation. Ein Zwischenbericht. In M. Ravetto, A. Lombardi, A. Nardi & G. Carobbio (Hrsg.), *Museumskommunikation im Sprach- und Kulturvergleich*. LIT-Verlag.
- Hünnekens, A. (2022). *Expanded Museum Kulturelle Erinnerung und virtuelle Realitäten*. transcript Verlag. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/23377/1006777.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- ICOM [International Council of Museums] (2022). Museum Definition. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- ICOM Deutschland (2023). Museumsdefinition. <https://icom-deutschland.de/netzwerk/museumsdefinition/>
- Kickbusch, I. (1999). Der Gesundheitsbegriff der Weltgesundheitsorganisation. In H. Häfner (Hrsg.), *Gesundheit — unser höchstes Gut?* Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-60166-8\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-642-60166-8_14)
- Knobloch, Clemens (2020). Framing. In: *Diskursmonitor. Glossar zur strategischen Kommunikation in öffentlichen Diskursen*. <https://diskursmonitor.de/glossar/framing>.
- Kom. (2005). *Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen – Eine neue Rahmenstrategie für Mehrsprachigkeit* (KOM/2005/0596 endg.; CELEX-Nr. 52006IP0488). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:52005DC0596&qid=1757311023577>
- Ko.M.M.M. [Kompetenzstelle für Mehrsprachigkeit, Migration und Menschenrechtsbildung der Pädagogischen Hochschule Wien] (o. D.). Mehrsprachigkeit. [https://komm.phwien.ac.at/wp-content/uploads/2021/01/Mehrsprachigkeit\\_KoMMM\\_PHW.pdf](https://komm.phwien.ac.at/wp-content/uploads/2021/01/Mehrsprachigkeit_KoMMM_PHW.pdf)
- Mathematikum (o. D.). Das Mathematikum. Mathematik zum Anfassen. <https://www.mathematikum.de/das-mathematikum>
- Netzwerk Stiftungen und Bildung. (o. D.). Lebenslanges Lernen [Glossareintrag]. <https://www.netzwerk-stiftungen-bildung.de/wissenscenter/glossar/lebenslanges-lernen>
- Oswalt, P. & Ebert, C. (2009). Einführung. Projektwerkstatt documenta EFFECTS. Was macht die documenta mit der Stadt? In FG Architekturtheorie und Entwerfen, Universität Kassel (Hrsg.), *Documenta Effects. Was macht die Documenta mit der Stadt?* Ausstellung und Symposium, 4-6. <https://www.uni-kassel.de/fb06/institute/architektur/fachgebiete/architekturtheorie-und-entwerfen/publikationen.html>
- Pfeifer, W. et al. (o. D.). *Etymologisches Wörterbuch des Deutschen (1993), digitalisierte und von Wolfgang Pfeifer überarbeitete Version im Digitalen Wörterbuch der deutschen Sprache*. <https://www.dwds.de/d/wb-etymwb>
- Roelcke, T. (2022). 1. Viel- und Mehrsprachigkeit. In C. Földes & T. Roelcke (Hrsg.), *Handbuch Mehrsprachigkeit* (S. 3-27). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110623444-001>
- Roelcke, T. (2024). Mehrsprachigkeit in der Fachkommunikation. In J. Meier & İ. Dirim (Hrsg.), *Handbuch Mehrsprachigkeit. Interdisziplinäre Zugänge zu Mehrsprachigkeit und sozialer Teilhabe* (S. 207-224). Klinkhardt.
- Schäfer, E. (2021). Lebenslanges Lernen. *socialnet Lexikon*. Bonn: socialnet. <https://www.socialnet.de/lexikon/Lebenslanges-Lernen>
- Schmallenbach, J. (2022). Perspektive. In *Diskursmonitor. Glossar zur strategischen Kommunikation in öffentlichen Diskursen*. <https://diskursmonitor.de/glossar/perspektive>
- Sizykh, S. & Kuzevanov, V. (2007). Changing Mission of Botanic Gardens as Living Museums: Tangible and Intangible Aspects of Linking Natural and Cultural Heritage with Human Well-being. In *Museums and Universal Heritage. Universities in Transition – Responsibilities for Heritage*. UMAC's 7th International Conference 19–24 August 2007, Vienna, Austria. August 2007. doi:10.13140/RG.2.1.2666.2807
- Treccani (o. D.). "poliglotta" im *Vocabolario Treccani on line*. <https://www.treccani.it/vocabolario/poliglotta/>
- Ullrich, H. (2023). Reformpädagogik. *socialnet Lexikon*. Bonn: socialnet. [https://www.socialnet.de/lexikon/Reformpaedagogik#quelle\\_ref](https://www.socialnet.de/lexikon/Reformpaedagogik#quelle_ref)

- Walz, M. (Hrsg.) (2016). *Handbuch Museum: Geschichte, Aufgaben, Perspektiven*. J. B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung.
- Wengeler, M. & Ziem, A. (Hrsg.) (2018). *Diskurs, Wissen, Sprache: linguistische Annäherungen an kulturwissenschaftliche Fragen*. De Gruyter.
- WHO (2020). Constitution of the World Health Organization. In *Basic Documents. Forty-ninth edition*. World Health Organization. [https://apps.who.int/gb/bd/pdf\\_files/BD\\_49th-en.pdf#page=6](https://apps.who.int/gb/bd/pdf_files/BD_49th-en.pdf#page=6)

## Izveček

### Projekt *Giardino Poliglotta* Univerze v Forliju (Bologna)

Kulturnopolitično pobudo *Giardino Poliglotta* (Poliglotski vrt), ki domuje na podružnici bolonjske univerze v Forliju, najbolje opišemo kot nenehno razvijajoč se kulturni in družbenopolitični projekt, ki ga sestavljajo med seboj ohlapno povezani mikroprojekti. Njegovi cilji so predvsem spodbujanje jezikovnih veščin, obravnavanje vprašanj večjezičnosti in raznojezičnosti ter okoljskih tem, posredovanje znanstveno utemeljenega znanja na poljudnoznanstven način v okviru vseživljenjskega učenja ter spodbujanje družbene kohezivnosti. Po kratki predstavitvi osrednjih ciljev avtorica podrobneje pojasni ozadje in vodilna načela, na katerih temelji projekt *Giardino Poliglotta*, ter na kratko opiše nekatere od doslej izvedenih mikroprojektov. Prispevek zaključuje kritičen pogled na odprta vprašanja v zvezi z informacijskimi krajinami in večjezičnostjo.

**Ključne besede:** večjezičnost, raznojezičnost, vseživljenjsko učenje, družbena in okoljska trajnost

Enzo Gentile  
Creative Technologist, Italia  
info@enzogentile.com

Paper received: 08.08.2025  
Paper revised: 09.11.2025  
Paper accepted: 03.12.2025

## L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E IL METAVERSO. ORIZZONTI DIDATTICI INNOVATIVI PER LA COMUNICAZIONE MUSEALE

### Abstract

L'integrazione di Intelligenza Artificiale (IA) e Metaverso sta trasformando la comunicazione museale. Questo articolo analizza il fenomeno secondo un quadro metodologico composito, che include studi sulla comunicazione museale, sulla VR/AR nei beni culturali e sull'impatto delle tecnologie immersive sulla percezione del visitatore a livello cognitivo, emotivo e filosofico. Si esaminano inoltre le applicazioni specifiche dell'IA nei musei (catalogazione, personalizzazione, analisi dati) e le metodologie per la progettazione di efficaci esperienze virtuali. Dal punto di vista pratico-didattico, si presenta un modello di workshop basato sulla piattaforma open source "Spatial", che guida alla creazione di musei virtuali. Attraverso applicazioni come visite immersive e ricostruzioni storiche, si dimostra come IA e VR rappresentino un'innovazione didattica con un notevole potenziale per democratizzare l'accesso alla cultura, promuovendo un'esperienza museale più inclusiva e partecipativa.

**Parole chiave:** intelligenza artificiale, metaverso, comunicazione museale digitale, didattica museale, realtà virtuale

### Abstract

#### Artificial Intelligence and the Metaverse: Innovative Didactic Horizons in Museum Communication

The integration of Artificial Intelligence (AI) and the Metaverse is transforming museum communication. This article analyses the phenomenon through a composite methodological framework, which includes studies on museum communication, VR/AR in cultural heritage, and the impact of immersive technologies on visitors' perception at a cognitive, emotional, and philosophical level. It also examines specific applications of AI in museums (e.g., cataloguing, personalization, data analysis) and methodologies for designing effective virtual experiences. From a pedagogical perspective, a workshop model based on the "Spatial" open-source platform is presented to illustrate how virtual museums can be created. Through applications such as immersive tours and historical reconstructions, the paper demonstrates how AI and VR represent an educational innovation with considerable potential to democratise access to culture, promoting a more inclusive and participatory museum experience.

**Keywords:** artificial intelligence, metaverse, digital museum communication, museum education, virtual reality



## 1 Introduzione: L'imperativo digitale e la ricerca di un umanesimo tecnologico

In un'epoca definita dalla trasformazione digitale, le istituzioni museali si trovano a un bivio cruciale. La crisi del modello di comunicazione tradizionale unidirezionale e la crescente domanda di esperienze personalizzate e interattive impongono una riflessione profonda sul ruolo e sulle strategie del museo contemporaneo (Parry, 2010). Questo non è più solo un luogo di conservazione, ma un ecosistema culturale dinamico che deve dialogare con un pubblico le cui abitudini di fruizione sono state plasmate dalla pervasività del digitale. Sebbene la definizione stessa di "museo digitale" o "museo virtuale" sia ancora fluida e oggetto di dibattito accademico (come evidenziato anche dalle riflessioni in seno all'ICOM), in questa sede si fa riferimento a tali concetti nell'accezione di spazi digitali curati che utilizzano le tecnologie immersive per mediare il patrimonio culturale. L'accelerazione imposta da eventi globali come la pandemia ha ulteriormente evidenziato la necessità di modelli ibridi, capaci di integrare l'esperienza fisica con quella virtuale in modo significativo.

È in questo contesto che si manifesta "l'imperativo digitale": la necessità per i musei non solo di adottare nuove tecnologie, ma di reimmaginare la propria missione attraverso di esse. L'avvento del Metaverso e l'evoluzione esponenziale dell'IA non sono semplici strumenti incrementali, ma agenti di una potenziale rivoluzione paradigmatica. Essi offrono opportunità senza precedenti per reinventare la comunicazione, coinvolgere nuovi pubblici e contribuire ad abbattere le barriere dell'accessibilità, un obiettivo peraltro centrale nelle strategie culturali internazionali e nazionali (Ministero della Cultura, 2022). L'obiettivo si sposta da un approccio *collection-centric* a uno *visitor-centric* (Tallon & Walker, 2008), dove la tecnologia diventa un abilitatore di esperienze personalizzate.

Tuttavia, l'entusiasmo per l'innovazione non può prescindere da una riflessione critica. È essenziale affrontare le sfide connesse a questi strumenti con la massima attenzione, promuovendo un "umanesimo digitale" in cui il progresso tecnologico rimanga costantemente al servizio della missione educativa e culturale che definisce l'identità stessa dei musei. Pertanto, l'obiettivo di questo contributo non è un mero elenco di applicazioni, ma un'analisi più profonda di come Metaverso e IA possano impattare sull'esperienza sensoriale e cognitiva del visitatore. L'analisi si fonda su un quadro metodologico composito che, attraverso considerazioni di carattere filosofico, fisiologico e psicologico, integra gli studi sulla comunicazione museale, la ricerca sulle tecnologie immersive (VR, AR, XR) e le indagini sull'impatto percettivo ed emotivo sul visitatore (Gentile, 2024).

Il contributo si articola in due parti complementari: la prima delinea il quadro teorico di riferimento, mentre la seconda descrive un'applicazione pratica attraverso un modello di workshop formativo, per illustrare un percorso didattico concreto volto alla creazione di esperienze museali nel Metaverso.

## 2 Il quadro teorico e metodologico

### 2.1 La realtà virtuale: tra illusione filosofica ed esperienza psicologica

Per comprendere l'impatto del Metaverso, è necessario partire dalle tecnologie che ne costituiscono il fondamento. La Realtà Virtuale (VR) può essere definita come una tecnologia capace di fornire un contesto illusorio e immersivo talmente convincente per i sensi umani da sostituirsi, percettivamente, alla realtà fisica. A differenza della Realtà Aumentata (AR), che arricchisce l'ambiente reale sovrapponendovi elementi digitali, la VR trasporta l'utente in un ambiente interamente sintetico. La Realtà Estesa (XR) è il termine ombrello che comprende queste diverse modalità, mentre il WebXR ne rappresenta la convergenza sul web, rendendole più accessibili. Sebbene distinte, queste tecnologie condividono l'obiettivo di manipolare la percezione per creare un'esperienza.

La spinta verso la VR non è solo tecnologica, ma anche profondamente umana: il desiderio di "essere ingannati" nella maniera più convincente possibile. Questa ricerca dell'illusione perfetta si inserisce in un dibattito filosofico secolare. Già Platone, con l'allegoria della caverna, ammoniva sulla potenziale inaffidabilità dei sensi, considerandoli una fonte di percezione soggettiva e fallace (Platone, ca. 380 a.C.). Secoli dopo, Cartesio (1641) radicalizzò questo dubbio con l'ipotesi del "genio maligno", un'entità che potrebbe ingannarci sistematicamente sulla natura della realtà. La VR si pone come la moderna incarnazione di questo "genio", uno strumento che, portando l'inganno dei sensi al suo apice, ci costringe a riflettere sulla natura della realtà e della conoscenza. Introducendo una prospettiva fenomenologica, si può affermare con Merleau-Ponty (1945) che la nostra percezione non è un atto puramente intellettuale, ma un'esperienza incarnata ("embodiment"). La VR sfida questo concetto creando un "corpo virtuale" (l'avatar) che agisce in uno spazio sintetico, generando un affascinante cortocircuito tra il nostro corpo fisico e la sua rappresentazione digitale.

L'efficacia di questa illusione dipende dalla capacità della tecnologia di stimolare coerentemente i nostri sensi. Sebbene in ambito museale l'attenzione si concentri su vista e udito, il potenziale di una comunicazione multisensoriale non va sottovalutato. La vista è il senso dominante e la VR lo stimola tramite visori che offrono tridimensionalità e visione a 360°, superando i limiti dello schermo, un'arte dell'inganno visivo che richiama l'*architectura ficta* del Bramante. L'udito è fondamentale per aumentare il senso di presenza attraverso suoni immersivi e spazializzati. Il tatto rappresenta una delle maggiori sfide, affrontata con tute e guanti tattili che utilizzano vibrazioni e feedback elettrico per simulare peso e consistenza. Olfatto e gusto, infine, rimangono i sensi meno esplorati, con ricerche che si muovono verso la simulazione chimica o elettronica degli stimoli.

Dal punto di vista psicologico, l'efficacia di un'esperienza in VR si misura attraverso tre concetti chiave. Il primo è l'Immersione, una caratteristica oggettiva del sistema tecnologico che descrive la capacità dell'hardware e del software di isolare l'utente dagli stimoli del mondo fisico. Da questa scaturisce la Presenza, ovvero la sensazione soggettiva di "essere lì", di esistere all'interno dello spazio virtuale (Slater, 2009). Infine, il Flusso (Flow), teorizzato da Csikszentmihalyi (1990), è uno stato mentale di totale assorbimento in un'attività, che rende l'apprendimento intrinsecamente piacevole. In questo stato, il tempo sembra passare più velocemente, e la persona si sente pienamente coinvolta, creativa e produttiva.

**Figura 1**

Esempio di illusione percettiva. Finta abside (trompe-l'œil) della chiesa di Santa Maria presso San Satiro, Milano. L'opera del Bramante dimostra come la manipolazione della prospettiva possa creare un'esperienza spaziale che trascende la realtà fisica, un principio fondamentale anche per la Realtà Virtuale. Fonte: Wikimedia Commons (CC0)



## 2.2 Il bene culturale tra originale e digitale: una (ri)mediazione necessaria

L'inserimento del patrimonio museale all'interno di questi ambienti digitali solleva una questione museologica fondamentale: la rappresentazione digitale non è e non potrà mai essere l'originale. Il bene culturale fisico possiede una sua "aura" e una matericità (Benjamin, 1936) che vanno inevitabilmente perse nella trasposizione. La colorimetria di un pixel non restituisce la complessità cromatica dell'opera originale o la sua interazione con la luce reale, né la sua storia materica o i suoi sotto-strati, a meno che non siano oggetto di specifiche campagne diagnostiche digitalizzate.

Tuttavia, riconoscere questa irriducibile differenza non invalida il potenziale del digitale, ma ne definisce più chiaramente la funzione. L'obiettivo della fruizione in VR non è la sostituzione dell'opera, ma la sua ri-mediazione (Bolter & Grusin, 2000): un processo che la traduce in un nuovo linguaggio, abilitando forme inedite di interpretazione, studio e accessibilità. Una ricostruzione 3D permette di visualizzare contesti perduti, di simulare ipotesi conservative o di rendere accessibile un'opera a chi è fisicamente distante. Inoltre, la natura della fruizione digitale (es. in 6 Gradi di Libertà - 6DoF - contro i 3DoF di un video a 360°, o in un ambiente CAVE contro uno schermo da 14 pollici)<sup>1</sup> modifica radicalmente la percezione, rendendo l'esperienza stessa un oggetto di studio. L'obiettivo didattico, pertanto, non è proporre una copia, ma usare la rappresentazione digitale come uno strumento ermeneutico per sbloccare nuovi livelli di comprensione.

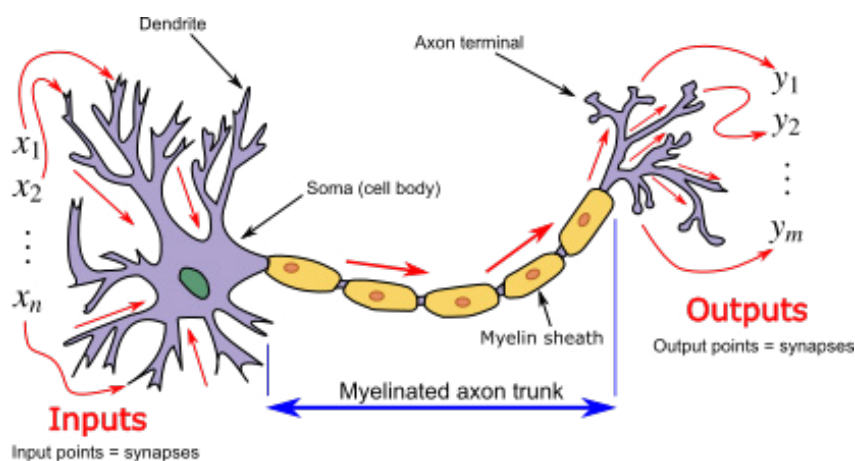
1 Con 3DoF (3 Degrees of Freedom) si intende la sola rotazione visiva su un punto fisso (es. video 360°); il 6DoF aggiunge la libertà di traslazione, ovvero la possibilità di muoversi e camminare nello spazio. Un CAVE (*Cave Automatic Virtual Environment*) è un'avanzata sala immersiva in cui l'ambiente virtuale è proiettato sulle pareti.

## 2.3 L'intelligenza artificiale: motore cognitivo del nuovo museo

Parallelemente al Metaverso, l'IA sta ridefinendo i processi cognitivi e creativi. Per comprendere il suo potenziale, è utile partire dalla teoria delle intelligenze multiple di Gardner (1983), che ha superato una visione monolitica dell'intelligenza, identificando diverse facoltà. Questa teoria è cruciale perché suggerisce che le tecnologie digitali possono essere progettate per stimolare e valorizzare diverse forme di intelligenza, offrendo modalità di apprendimento personalizzate. Il filosofo Floridi (2014) definisce la nostra epoca come "infosfera" e colloca l'avvento dell'IA come la "quarta rivoluzione", dopo quelle di Copernico, Darwin e Freud. Se le prime tre hanno ridimensionato il nostro posto nel cosmo, nel regno animale e nell'inconscio, quella di Turing (1950) ha infranto la certezza della nostra unicità nelle attività intellettuali. Oggi, l'IA si manifesta principalmente come "IA debole", progettata per compiti specifici e basata su modelli di Machine Learning e Reti Neurali, che apprendono da enormi quantità di dati secondo tre approcci principali: supervisionato, non supervisionato e per rinforzo.

**Figura 2**

Analogia tra il neurone biologico e il modello di neurone artificiale alla base delle reti neurali. Adattato da Egm4313.s12 (Prof. Loc Vu-Quoc), CC BY-SA 4.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=72816083>



Questi tre approcci si differenziano fondamentalmente per il modo in cui l'algoritmo apprende dai dati. Il primo e più comune è l'apprendimento supervisionato (Supervised Learning). In questo caso, il modello viene addestrato su un vasto dataset in cui ogni elemento è già etichettato con la risposta corretta. Ad esempio, per insegnare a un'IA a riconoscere un gatto, i programmatori non le descrivono cosa sia un gatto, ma le forniscono milioni di fotografie, ognuna con l'etichetta "gatto". Analizzando questi esempi, il modello impara autonomamente a riconoscere le caratteristiche visive (pattern, texture, forme) che definiscono un gatto, diventando capace di identificarlo in immagini nuove che non ha mai visto prima (Gentile, 2024).

Il secondo approccio è l'apprendimento non supervisionato (Unsupervised Learning). Qui, il modello riceve dati non etichettati e il suo compito è scoprire autonomamente strutture, raggruppamenti o anomalie nascoste al loro interno. Un'applicazione museale potrebbe essere quella di analizzare i dati anonimi dei percorsi di visita per raggruppare (o "clusterizzare") i visitatori in segmenti basati su comportamenti e interessi comuni, senza sapere a priori quali siano questi gruppi, al fine di ottimizzare l'allestimento.

Infine, l'apprendimento per rinforzo (Reinforcement Learning) si ispira alla psicologia comportamentale. Un "agente" software impara compiendo azioni in un ambiente virtuale per raggiungere un obiettivo. Ogni azione produce un risultato, che viene valutato con una "ricompensa" (se l'azione è positiva) o una "punizione" (se è negativa). L'agente impara nel tempo la sequenza di azioni che massimizza la ricompensa totale. Questo è il metodo usato per addestrare le IA a giocare o a governare sistemi complessi; in un contesto museale, potrebbe addestrare una guida virtuale a trovare il percorso narrativo più coinvolgente per un utente, basandosi sul feedback delle sue interazioni.

## 2.4 L'impatto pluridimensionale dell'IA nel contesto museale

L'applicazione dell'IA nel contesto museale è vasta, ma ai fini di questa trattazione didattica, l'interesse si concentra su due filoni principali che impattano direttamente sull'esperienza del visitatore e sul processo creativo.

Il primo filone è quello dell'arricchimento della fruizione, dove l'IA diventa un mediatore culturale. Le applicazioni più promettenti includono la personalizzazione dei percorsi di visita (creando itinerari su misura basati sugli interessi del visitatore) e l'interattività avanzata tramite agenti conversazionali (chatbot) e guide virtuali, che possono rispondere in tempo reale alle domande del pubblico, offrendo un livello di approfondimento on-demand.

Il secondo filone, reso centrale dall'evoluzione recente, è quello dell'IA Generativa come strumento di creazione. Come dimostrato da esperienze come quella del Museo Nazionale del Cinema di Torino, l'IA generativa permette ai visitatori di co-creare contenuti, trasformandoli in partecipanti attivi (Gentile, 2024). Questo apre scenari inediti anche per la didattica, dove la creazione di immagini e testi tramite prompt (Creswell et al., 2022) diventa essa stessa un atto curatoriale e interpretativo, come esplorato nella sezione pratica di questo contributo.

## 2.5 Le sfide etiche e operative dell'IA

L'adozione dell'IA, a fronte delle sue notevoli potenzialità, comporta una serie di sfide complesse che vanno oltre la mera implementazione tecnica e che richiedono un'attenta governance da parte delle istituzioni museali. Una delle più insidiose è rappresentata dal *Bias Algoritmico*, poiché i modelli di IA apprendono dai dati con cui vengono addestrati; se le collezioni digitalizzate o i dati storici riflettono pregiudizi culturali, di genere o etnici, l'IA può inavvertitamente perpetuarli e amplificarli, ad esempio dando meno visibilità a determinate categorie di opere o artisti nei percorsi personalizzati. Direttamente collegata alla validità dei dati è la questione delle "allucinazioni" e dell'affidabilità: i modelli di IA generativa possono talvolta inventare informazioni false ma plausibili, un rischio inaccettabile per un'istituzione la cui missione si fonda sull'accuratezza scientifica e storica.

A ciò si aggiunge il problema della trasparenza e interpretabilità dei cosiddetti modelli "black box". Molti algoritmi di deep learning sono così complessi che è difficile ricostruire il processo esatto attraverso cui arrivano a una decisione, ponendo un serio problema di responsabilità in caso di errori, ad esempio in un'attribuzione artistica errata. La personalizzazione

delle esperienze richiede inoltre un'attenta gestione della privacy e sicurezza dei dati, garantendo che le informazioni sul comportamento dei visitatori siano anonimizzate e utilizzate eticamente.

Sul piano organizzativo, emerge la sfida dell'impatto occupazionale e della necessità di nuove competenze. L'automazione di alcuni compiti non deve essere vista come una mera sostituzione del personale, ma come un'opportunità per ridefinire i ruoli, creando figure professionali con competenze ibride, capaci di collaborare criticamente con gli strumenti di IA. Infine, si pone una questione fondamentale legata all'autenticità e alla conservazione: nel mondo digitale, come si garantisce l'integrità di un'opera e la si preserva dalla manipolazione? La creazione di repliche e ricostruzioni solleva importanti questioni filologiche e la necessità di sviluppare nuovi standard per la conservazione a lungo termine del dato digitale (Gentile, 2024).

**Tabella 1**

Analisi comparativa: opportunità e criticità dell'integrazione di IA e Metaverso nei musei

Opportunità	Criticità
Aumento del coinvolgimento e dell'interesse da parte del pubblico.	Costi elevati di implementazione e manutenzione delle tecnologie.
Miglioramento dell'accessibilità per persone con disabilità o remote.	Necessità di competenze digitali specializzate all'interno del personale.
Creazione di esperienze didattiche innovative e personalizzate.	Problematiche relative alla privacy e alla sicurezza dei dati dei visitatori.
Nuove opportunità espositive senza i vincoli degli spazi fisici.	Garanzia dell'autenticità e della conservazione del patrimonio digitale.
Analisi dei dati per ottimizzare la gestione e le strategie di marketing.	Rischi etici legati all'IA, come il <i>Bias Algoritmico</i> e la mancanza di trasparenza.

### 3 L'applicazione didattica: un modello di workshop

Questa sezione illustra un esperimento didattico concepito per tradurre la teoria in pratica, attraverso un workshop nel quale gli studenti si confrontano attivamente con forme avanzate di curatela espositiva digitale. L'obiettivo primario del workshop è fornire le competenze tecniche di base per la progettazione e la creazione di spazi espositivi virtuali e sviluppare una consapevolezza critica sulle implicazioni narrative, curatoriali ed etiche di tali ambienti. Il target di riferimento per questo percorso formativo è costituito da studenti universitari nei Corsi di Laurea in Beni Culturali e Storia dell'Arte, nelle Accademie di Belle Arti, all'interno di corsi dedicati alle nuove tecnologie per l'arte e in master e corsi di specializzazione in museologia digitale e management culturale. Inoltre, si è dimostrato un modello valido anche in contesti più ampi, per esempio a favore di studenti di Lingua straniera con competenze avanzate, costituendo uno strumento efficace per la comunicazione professionale e per promuovere l'uso critico e ragionato di strumenti digitali nel settore culturale e museale.

La metodologia applicata si basa su un approccio eminentemente pratico di learning by doing, che mira a demistificare la tecnologia e a trasformare la conoscenza teorica in competenza pratica. Lo strumento tecnologico scelto per questo percorso è la piattaforma Spatial.

io (Spatial Systems, n.d.). Questa scelta è motivata da una precisa valutazione pedagogica: la piattaforma offre un equilibrio ideale tra semplicità d'uso e potenza espressiva, una curva di apprendimento graduale che non richiede competenze pregresse, e un'elevata accessibilità, essendo fruibile via web browser su qualsiasi computer e disponendo di un piano gratuito sufficientemente robusto per realizzare progetti completi. A differenza di piattaforme più dispersive o complesse, Spatial.io è orientato alla creazione di "spazi" definiti, aiutando a mantenere il focus sull'obiettivo didattico. L'interfaccia intuitiva permette così agli studenti di concentrarsi sul concept curatoriale e sul design dell'esperienza, piuttosto che perdersi in complessità tecniche, pur offrendo gli strumenti per una personalizzazione avanzata (Gentile, 2024).

### 3.1 Strumenti e metodologia didattica a livelli

Il percorso formativo è strutturato su quattro livelli progressivi, progettati per accompagnare lo studente da una familiarizzazione iniziale a una competenza creativa autonoma.

Il primo livello è dedicato alla familiarizzazione e alle prime gratificazioni. La sua ratio pedagogica è abbattere la barriera psicologica della "technological anxiety". Partendo da template predefiniti offerti dalla piattaforma, lo studente impara ad agire in un ambiente già strutturato. Gli obiettivi di apprendimento si concentrano sulle competenze di base: creare un account, muovere il proprio avatar con fluidità, interagire con l'interfaccia e compiere l'azione fondamentale di caricare un contenuto personale in una cornice preesistente. L'immediata gratificazione di vedere la propria opera allestita in uno spazio virtuale serve a costruire la fiducia necessaria per proseguire.

Il secondo livello segna il passaggio dalla fruizione alla curatela. Qui la pedagogia si sposta sull'introduzione dei concetti di design ambientale, importando modelli 3D da archivi esterni come Sketchfab, una piattaforma che offre migliaia di oggetti e ambienti tridimensionali gratuiti. L'obiettivo è comprendere come la scelta dell'ambiente influenzi la narrazione e l'esperienza del visitatore. Ad esempio, allestire una mostra su arte rinascimentale in un ambiente che simula una villa medicea crea un'atmosfera diversa rispetto a uno spazio minimalista contemporaneo. In questa fase vengono introdotti concetti tecnici fondamentali: i "collider" sono elementi invisibili che definiscono i confini degli oggetti virtuali, determinando dove il visitatore può camminare e cosa può attraversare (ad esempio, impedendo di attraversare una parete ma permettendo di passare attraverso una tenda); lo "skybox" è l'immagine panoramica a 360° che definisce l'orizzonte e l'atmosfera generale dello spazio, trasformando l'ambiente da una semplice stanza a un paesaggio urbano, un cielo stellato o un interno storico. Questi strumenti permettono agli studenti di comprendere come ogni elemento ambientale contribuisca alla costruzione del significato espositivo.

Il terzo livello è incentrato sulla nascita della creatività autonoma. L'obiettivo è emancipare lo studente dai contenuti preesistenti. Utilizzando software di modellazione 3D online e gratuiti come Tinkercad, lo studente passa da curatore a creatore, apprendendo le basi per la progettazione di un semplice spazio espositivo originale. Tinkercad, con la sua interfaccia intuitiva basata su forme geometriche elementari, permette agli studenti di creare oggetti complessi combinando cubi, cilindri, sfere e altre forme base. Ad esempio, possono progettare colonne

doriche sovrapponendo cilindri scanalati, creare cornici personalizzate per le opere combinando forme rettangolari, o realizzare elementi architettonici specifici come capitelli, basamenti o pannelli informativi tridimensionali. Un progetto tipico potrebbe essere la creazione di un tempietto neoclassico per ospitare una singola scultura, dove lo studente deve considerare proporzioni, illuminazione e percorso del visitatore. Questa fase sviluppa competenze di problem solving spaziale e consapevolezza dell'impatto che le scelte progettuali hanno sull'esperienza narrativa e emotiva del visitatore.

Infine, il quarto livello ha la funzione di aumentare la consapevolezza degli studenti sul potenziale e sulle implicazioni etiche dell'uso professionale di IA e Metaverso nel campo museale. Presentando il potenziale di software professionali come Blender e Unity, l'obiettivo è mostrare agli studenti il percorso di specializzazione necessario per trasformare questa competenza in una professione. Blender, software open source per la modellazione 3D avanzata, introduce concetti come il rendering fotorealistico, l'animazione di oggetti e personaggi, e la creazione di materiali complessi che simulano marmo, bronzo o tessuti antichi. Unity, invece, rappresenta il ponte verso lo sviluppo di applicazioni interattive complete, permettendo la programmazione di comportamenti complessi, l'integrazione di intelligenza artificiale per guide virtuali, e la creazione di esperienze multi-utente. Questo livello non prevede esercitazioni pratiche, ma dimostrazioni che evidenziano le possibilità professionali: dalla progettazione di ricostruzioni archeologiche scientificamente accurate, alla creazione di serious games per l'educazione patrimoniale, fino allo sviluppo di piattaforme VR personalizzate per istituzioni museali. L'obiettivo è ispirare gli studenti più motivati a intraprendere percorsi di specializzazione che li rendano competitivi nel settore emergente della cultura digitale, fornendo loro una roadmap chiara per l'approfondimento autonomo.

### Figura 3

L'interfaccia di Spatial.io durante la fase di allestimento (Gentile, 2024). I partecipanti possono posizionare opere, modificare pannelli e interagire con lo spazio tridimensionale in modo intuitivo



### 3.2 Esercitazioni pratiche e sviluppo di competenze trasversali

Nel corso del workshop, gli studenti sono coinvolti in esercitazioni pratiche che combinano competenze tecniche e creative, favorendo lo sviluppo di abilità trasversali fondamentali per l'ideazione e la realizzazione di esperienze museali nel metaverso. Una delle attività più significative consiste nella creazione di una galleria virtuale che espone opere d'arte generate con strumenti di Intelligenza Artificiale Generativa. Ogni immagine è accompagnata dal prompt testuale che ne ha guidato la creazione, esplicitando i comandi forniti al sistema generativo e rendendo trasparente il processo creativo. Ciò consente una riflessione critica sul linguaggio utilizzato, sui presupposti iconografici e culturali impliciti nei comandi, e sull'efficacia comunicativa delle istruzioni fornite (Creswell, Srinivasan, & Walmsley, 2022).

Le gallerie virtuali possono includere non solo immagini statiche o sculture digitali, ma anche contenuti audiovisivi, modelli 3D interattivi, video installazioni, archivi sonori e testimonianze orali, offrendo così un ampio spettro di possibilità espositive e narrative. Ogni progetto si configura come un "eduverso" personale: un ambiente educativo e digitale che può essere esplorato online, attraverso browser o visori VR, e condiviso con altri utenti.

La progettazione di musei tematici — ad esempio legati a periodi storici, correnti letterarie o autori — richiede un lavoro di ricerca filologica, selezione delle fonti e costruzione narrativa che traduce contenuti complessi in esperienze vive e spaziali coerenti. Tale processo mette in gioco competenze critiche e curatoriali, unite a capacità di progettazione multimediale e consapevolezza delle strategie di mediazione culturale (Parry, 2010; Tallon & Walker, 2008).

Inoltre, il metaverso si presta a pratiche collaborative e partecipative: gli ambienti creati possono ospitare presentazioni, visite guidate, performance o workshop aperti ad altri studenti, docenti e utenti esterni. Questo favorisce l'interazione sociale e la co-creazione del contenuto, in linea con le logiche partecipative dell'era digitale (Anderson, Gutiérrez, & MacDonald, 2023).

#### Figura 4

Eduverso creato dagli studenti. L'esempio illustra l'integrazione di competenze curatoriali e tecniche nella progettazione di spazi espositivi virtuali (Gentile, 2024)



Un ulteriore ambito di sperimentazione riguarda l'utilizzo delle lingue straniere. Gli studenti potranno realizzare contenuti multilingue o traduzioni di testi di sala e descrizioni delle opere. Queste pratiche permettono di riflettere sulle differenze stilistiche, semantiche e pragmatiche tra le versioni, contribuendo a rafforzare competenze linguistiche, interculturali e traduttive. Inoltre, le tecnologie attuali permettono l'integrazione di sistemi di sintesi vocale multilingue e assistenti virtuali intelligenti che facilitano l'accessibilità e l'internazionalizzazione delle esperienze (Floridi, 2014; Slater, 2009).

## **4 Conclusioni e prospettive future**

L'integrazione del Metaverso e dell'IA nelle istituzioni museali non è una questione meramente tecnologica, ma profondamente culturale e pedagogica. Come discusso nella prima parte di questo articolo, l'adozione di questi strumenti impone una riflessione critica che, partendo da radici filosofiche, arrivi a definire un "umanesimo digitale" in cui la tecnologia rimanga un mezzo per amplificare la scoperta e non il fine ultimo (Parry, 2010). Il modello di workshop presentato nella seconda parte dimostra come sia possibile formare una nuova generazione di professionisti dei beni culturali dotati non solo delle competenze tecniche necessarie, ma anche della consapevolezza critica per governare questa complessa transizione.

I risultati attesi da questo esperimento didattico sono sia immediati che a lungo termine. Data la natura scalare del workshop, anche in un tempo limitato è possibile raggiungere obiettivi concreti. L'esperienza pratica ha mostrato che il completamento del primo livello porta a risultati tangibili: gli studenti superano l'ansia tecnologica iniziale, acquisiscono una digital literacy di base in un ambiente 3D e producono un risultato finito, una semplice ma completa galleria virtuale. Questo successo immediato è fondamentale per la motivazione. La spiegazione dei livelli successivi, presentati come un naturale proseguimento, fornisce agli studenti una chiara mappa per lo sviluppo autonomo di competenze più avanzate nell'ambito della comunicazione museale digitale, dalla curatela di ambienti complessi fino alla creazione di contenuti originali. Il risultato finale atteso per l'intero percorso è dunque un "eduverso" personale, un portfolio digitale che attesta competenze trasversali di project management, ricerca e design narrativo.

L'efficacia di questo modello didattico risiede nella sua accessibilità e scalabilità, che lo rendono applicabile in numerosi contesti formativi di livello avanzato, nei quali gli studi umanistici vengono integrati con l'esercizio di competenze digitali pratiche.

Infine, questo lavoro apre la strada a molteplici e auspicabili ricerche future. Sarebbe utile, ad esempio, condurre studi comparativi sull'efficacia apprenditiva di questo modello didattico rispetto a metodi più tradizionali, misurando non solo l'acquisizione di competenze tecniche ma anche lo sviluppo del pensiero critico. Un altro interessante filone di ricerca potrebbe analizzare l'impatto sui visitatori finali degli "eduversi" creati dagli studenti, valutandone il coinvolgimento e l'efficacia comunicativa. Sul fronte tecnologico, future ricerche potrebbero esplorare l'integrazione di IA più avanzate all'interno di questi spazi, ad esempio sviluppando agenti conversazionali (guide virtuali) capaci di interagire in modo dinamico con i visitatori all'interno dei musei creati dagli studenti. L'obiettivo ultimo rimane quello di contribuire a democratizzare l'accesso alla cultura e alle competenze per crearla, promuovendo un'esperienza museale sempre più inclusiva e partecipativa.

The research data discussed in this article are included in this published article.

## Riferimenti bibliografici

- Anderson, E. F., Gutiérrez, R. A., & MacDonald, L. (2023). *Museums and the metaverse: Design, engagement and virtual heritage*. Routledge.
- Benjamin, W. (1936). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.
- Cartesio, R. (2002). *Meditazioni metafisiche. Testo latino e francese a fronte* (L. Urbani Ulivi, A cura di). Bompiani. (Edizione originale pubblicata nel 1641)
- Creswell, C., Srinivasan, K., & Walmsley, A. (2022). *Prompt engineering for generative AI: A practical guide for creators and educators*. AI Education Press.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press.
- Gardner, H. (1983). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. Basic Books.
- Gentile, E. (2024, 5-6 dicembre). *Il Metaverso e l'Intelligenza Artificiale nell'innovazione della Comunicazione Museale* [Paper presentato al convegno]. Nuovi formati della comunicazione museale, Università di Macerata, Italia.
- Merleau-Ponty, M. (2003). *Fenomenologia della percezione*. Bompiani. (Edizione originale pubblicata nel 1945)
- Microsoft. (2019, 16 aprile). What if art could talk? The Met x Microsoft x MIT. *Microsoft In Culture*. <https://news.microsoft.com/inculture/project/what-if-art-could-talk-the-met-x-microsoft-x-mit/>
- Ministero della Cultura. (2022). *Piano Nazionale di Digitalizzazione del patrimonio culturale (PND)*. Roma: Ministero della Cultura.
- Parry, R. (2010). *Museums in a digital age*. Routledge.
- Platone. (1996). *La Repubblica* (F. Gabrieli, A cura di). Rizzoli (BUR). (Opera originale ca. 380 a.C.)
- Slater, M. (2009). Place illusion and plausibility can lead to realistic behaviour in immersive virtual environments. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 364(1535), p. 3549–3557.
- SMK (Statens Museum for Kunst). (n.d.). *SMK Open*. <https://open.smk.dk/>
- Spatial Systems. (n.d.). *Spatial.io*. <https://www.spatial.io>
- Tallon, L., & Walker, K. (Eds.). (2008). *Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media*. AltaMira Press.
- Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind*, LIX(236), p. 433–460.

## **Izvleček**

### **Umetna inteligenca in metaverzum: inovativna didaktična obzorja za muzejsko komunikacijo**

Integracija umetne inteligence (UI) in metaverzuma spreminja muzejsko komunikacijo. Avtor v prispevku analizira pojav znotraj kompleksnega metodološkega okvira, ki vključuje študije o muzejski komunikaciji, navidezni resničnosti (NR) in UI v kulturni dediščini ter vplivu potopitvenih tehnologij na doživetje obiskovalca na kognitivni, čustveni in filozofski ravni. Poleg tega obravnava tudi specifične rabe UI v muzejih (katalogizacijo, personalizacijo, analizo podatkov) ter metodologije za načrtovanje učinkovitih virtualnih doživetij. S praktično-didaktičnega vidika predstavi model delavnice, zasnovane na odprtokodni platformi »Spatial«, in demonstrira potek ustvarjanja virtualnega muzeja. Z uporabo aplikacij, kot so potopitveni ogledi in zgodovinske rekonstrukcije, prikaže UI in NR kot didaktični inovaciji z velikim potencialom za demokratizacijo dostopa do kulture, ki podpirata bolj vključujočo in participativno muzejsko izkušnjo.

**Ključne besede:** umetna inteligenca, metaverzum, digitalna muzejska komunikacija, muzejska didaktika, navidezna resničnost

Olinka Breka  
Faculty of Mechanical Engineering and Naval Architecture,  
University of Zagreb, Croatia  
olinka.breka@gmail.com

Book review received: 06.12.2025  
Book review accepted: 10.12.2025

**BRANKICA BOŠNJAK TERZIĆ**  
**TECHNICAL ENGLISH FOR MECHATRONICS**  
**AND ROBOTICS**

**University of Zagreb, Faculty of Mechanical Engineering  
and Naval Architecture, 2025**

**Abstract**

This review examines Technical English for Mechatronics and Robotics 1, a coursebook designed for upper-intermediate undergraduate students of mechatronics and robotics at the University of Zagreb. The volume offers a comprehensive, genre- and skills-based approach to developing communicative competence in technical English, combining authentic field-specific texts with a wide range of guided and freer activities. Its four content units, supported by extensive appendices on grammar, technical language skills, and specialized vocabulary, provide systematic exposure to domain-relevant terminology, phraseology, and communicative tasks. The coursebook effectively integrates lexical, grammatical, and skills-oriented instruction, supported by visuals and scaffolding techniques that facilitate the acquisition of complex technical language. Despite the absence of dedicated listening materials, the book's design, authenticity, and pedagogical coherence position it as a valuable resource for both learners and instructors, meeting the target needs of students preparing for academic and professional communication in mechatronics and robotics.

**Keywords:** mechatronics, robotics, authentic field-specific texts



## **Review**

Technical English for Mechatronics and Robotics 1 is the first of two coursebooks for the students of Mechatronics and Robotics at the Faculty of Mechanical Engineering and Naval Architecture, Zagreb University, in their second year of studies. It is designed for students at upper-intermediate level, i.e., levels B2 to C1 of the Common European Framework of Reference (CEFR, 2011). The aim is to help students develop their communicative competence in technical English in general and, specifically, in the field of mechatronics and robotics. To this end, the author has devised a valuable resource for teaching and learning materials that cater for students' needs in both their academic studies and future professional contexts.

The coursebook starts with a brief introduction to the world of technical English, in which the author poses the basic question – Why do you need to learn technical English? – and proceeds with tasks that illustrate the difference between the three tiers of vocabulary: basic, high-frequency/multiple meaning and subject specific ones, thus raising learners' consciousness of the specificity of the subject and its relevance. This introductory section is followed by four units, each dealing with a specific and relevant topic: Mechatronics and Robotics (1), Energy and Energy Forms (2), Engineering Materials (3), and Additive Manufacturing in Modern Industries (4). The units comprise lessons that further develop the topics through specific texts and appropriate activities. Two units, the first and the last one, end with a Vocabulary Focus section. At the back of the book, there are three appendices: Grammar Checkpoint, followed by a Grammar Recap, a Technical Language Skills Hub, a comprehensive Word List of specialized terminology and phraseology along with their Croatian equivalents, and a list of the sources of the texts used in the coursebook.

The units are structured in such a way that they facilitate the comprehension of the topics and the related specialist terminology dealt with. Each unit starts with a list of learning outcomes, thus giving students an insight into what they should know and be able to do by the end of the unit. The units are based on the use of authentic, field-specific texts related to the main topic covered in that particular unit. The first texts in each unit, generally, introduce the topic and clarify its basic aspects. The texts that follow examine more closely other aspects of the main topic, along with the required and appropriate terminology and phraseology. Before reading the texts, students are encouraged to brainstorm about or answer some warm-up questions in relation to them so that they begin to focus on the topic to be discussed. The texts are followed by a number of activities to help with comprehension, analysis, skills development and language production, such as comprehension questions, true and false statements, finding specific information in the text, inferring, matching exercises, gap-fill, discussions, debates, presentations, etc. There is obviously a progression from semi-guided to free practice activities that put an emphasis on fluency and authentic communication. Grammar, i.e., those grammatical points typically relevant to LSP, is dealt with in the context and is approached as a tool for comprehension and accurate and appropriate meaning-making. Queries that students might have about grammar points related to technical English can additionally be checked by studying the Grammar Checkpoint pages at the back of the book. By doing so, students will not only get the specific grammar rules explained, but they will find some extra grammar exercises, both after sections explaining the rules and in Grammar Recap, an additional grammar practice section. The next section is the Technical

Language Skills Hub, which gives an overview of some of the basic technical language skills and the language required to use these skills, e.g., reading mathematical expressions, formulae, equations, and symbols; talking about and using the SI base and derived units; reading graphs; dealing with geometry; talking about classifications; describing sciences, studies, disciplines and activities; and presenting summaries. The Word List that the coursebook ends with is a comprehensive list of technical terms and expressions used in the texts, along with their Croatian equivalents.

According to Basturkmen (2010), LSP learning and teaching materials cannot be effective unless they result from a thorough understanding of the target needs of students. Is this coursebook effective? In my opinion, it does meet the target needs of students of mechatronics and robotics and proves to be effective for a number of reasons.

It offers a wide range of advanced and authentic texts taken from specialized magazines, journals, books and internet sources, covering varied and relevant topics. These texts provide valuable input and exposure to real-life technical English of mechatronics and robotics. Such rich authentic input allows learners to observe and notice the specific features of technical English, which is the first prerequisite for learning it (Schmidt, 1990).

Along with the authentic texts, a rich variety of tasks and exercises are used. They range from those related to understanding, learning and using domain-specific terminology, understanding and using appropriate grammatical structures required for proper understanding or expressing ideas, both orally and in writing, to those aimed at skills development (1), as well as from more guided activities to those that require and promote free use of language (2). In short, the activities accompanying the texts are appropriate, aim-oriented, varied, focused on the development of both semantic, syntactic, and transversal skills (e.g., skills of summarizing and argumentation, presentation skills, critical and creative thinking, etc.). Finally, they are interesting and motivating, challenging but achievable.

The types of tasks and exercises used in the coursebook engage students both cognitively and affectively. They help them better and more easily cope with technical English, characterized by high specialization, accuracy and complexity, and, eventually, help them produce an authentic response. With this aim in mind, the author combines the communicative approach with post-communicative teaching. The materials are learner-centred and there are plenty of opportunities for students to use the target language in order to achieve communicative purpose. Further, they use both the lexical approach and form-focused instruction, i.e., they focus on teaching/learning lexis and word combinations and on functional aspects of grammar. The author also re-evaluates the role of translation to mother tongue, and, regarding it as an effective way of learning specialized terminology, includes translation exercises in the coursebook. These exercises range from translating single terms and phrases, to translating sentences and paragraphs, both into the mother tongue and into English. In addition, the texts, tasks and exercises, rubrics, appendices, etc., and the way they are designed and arranged, allow students to develop learning strategies that further facilitate learning different aspects of technical English.

Technical English students of Mechatronics and Robotics, just like students of any other technical science, should be able to read and understand technical manuals, reports, specialized journals and research articles. Additionally, they should be able to communicate successfully

with their fellow students, both in an academic context, and with their colleagues in future professional settings. For effective communication, they need to develop all four language skills and acquire specialized terminology and phraseology, the task that this coursebook approaches systematically. One of the prominent features of this work is the focus on effective terminology and phraseology learning. The coursebook provides students with up-to-date and relevant specialized vocabulary. Special attention is paid to collocations since they are a typical characteristic of specialized phraseology and their correct use is essential for effective communication. Since learning specialized terminology and phraseology is fairly demanding, the author adequately supports learners by using tables, charts, grids, diagrams and other visuals as graphic and semantic organizers, thus scaffolding specific terminology and phraseology acquisition (Hyland, 2006). As for language skills, reading, speaking and writing are extensively covered while listening materials are not included. This might be regarded as a weakness; however, if we take into consideration how disruptive modern technologies are today and how fast the world of engineering changes and improves, there is a valid reason for not including listening materials in the coursebook. There are a plenty of authentic sources available, such as video clips, podcasts, TED talks and interviews with experts in mechatronics and robotics and, generally, in industry, that deal with novel technologies and can be used for practising and developing listening skills.

The coursebook, in design and layout, is appealing both to students and teachers and conducive to learning. Additionally, it fosters the development of learning strategies, thus enabling students to become independent and competent learners and users of technical English.

To conclude, Technical English for Mechatronics and Robotics is a coursebook that offers thorough, systematic and extensive materials for learning/teaching technical English for mechatronics and robotics, i.e., it offers authentic and informative texts, tasks that promote learners' authentic response, tasks for specialized vocabulary and expressions practice, and skills development. In general, it contains tasks that foster learners' interest, creativity and autonomy. It is well-structured and success-oriented, providing lots of learning support materials such as additional revision tasks and exercises, as well as materials or guides for deepening the knowledge of skills and specialized terminology and phraseology. This coursebook is both learner- and teacher-friendly and will, undoubtedly, be a great asset not only in teaching and learning technical English for mechatronics and robotics but also perhaps in the teaching and learning of technical English in general.

## References

- Basturkmen, H. (2010). *Developing Courses in English for Specific Purposes*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Council of Europe (2011). *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment*. Strasbourg: Council of Europe.
- Hyland, K. (2006). Disciplinary Differences: Language Variation in Academic Discourses. In: K. Hyland / Bondi, M. (eds.) *Academic Discourse across Disciplines* (pp. 17-45). Frankfurt, Germany: Peter Lang.
- Schmidt, R. (1990). The role of consciousness in second language learning. *Applied Linguistics*, 11(2), 129-158.

## Izvleček

Učbenik *Technical English for Mechatronics and Robotics 1*, ki ga obravnava ta recenzija, je namenjen študentom in študentkam mehatronike in robotike. Učbenik, ki obsega nivojske stopnje od B2 do C1, ponuja celovit, vsebinsko usmerjen pristop k razvoju komunikacijskih veščin v angleščini kot tujem jeziku stroke, saj vsebuje tako avtentična strokovna besedila kot tudi različne vrste aktivnosti. Štiri tematske enote vključujejo slovnične vaje, vaje za razvoj strokovnih jezikovnih spretnosti ter vaje za učenje terminologije ter tako omogočajo sistematično usvajanje strokovne leksike, frazeologije in razvoj komunikacijskih veščin. Uporaba preglednic, grafov in drugih vizualnih pripomočkov v učbeniku dodatno spodbuja učenje zahtevnejše strokovne terminologije. Čeprav učbenik ne vključuje zvočnega gradiva, ga njegova zasnova, avtentičnost in razumljiva didaktična struktura umeščajo med izredno uporabne vire za študente in študentke ter učitelje in učiteljice angleščine kot tujega jezika stroke. Učbenik služi predvsem študentom in študentkam, ki se pripravljajo na akademsko in strokovno usmerjeno komunikacijo na področjih mehatronike in robotike.

**Ključne besede:** mehatronika, robotika, avtentična strokovna besedila