

»Man gewöhnt sich an alles«

Eine linguistische Untersuchung der Konstruktion von »Afrika« als Urlaubsraum in Ansichtskarten

David Koch

1 Einleitung

»Man gewöhnt sich an alles«. So heißt es in einer Ansichtskarte aus dem Jahr 1971. Wohl kaum eine typische Formulierung für die Beschreibung des Urlaubs. Viel eher erwartet man von einer typischen Ansichtskarte doch Formulierungen wie: »ein Stück Paradies auf Erden« oder »ein Ort, wo's sich wunderbar entspannen lässt«. Die Art und Weise, wie über einen Urlaubsort geschrieben wird, ist eine »Textualität der Vorgeformtheit der Urlaubserfahrung« (Hausendorf 2008: 333). Zumindest weckt eine Ansichtskarte textsortenbedingte Erwartungen: Es handelt sich bei ihr um eine Textsorte, die sich besonders durch ihre Kürze und stereotypen Formulierungen auszeichnet (vgl. Diekmannshenke 2011: 21 oder Hausendorf 2009). So ist beispielsweise das Grüßen die dominierende Textbehandlung einer Ansichtskarte (vgl. Diekmannshenke 2011: 25).

Neben dem Grüßen ist das Sprechen über die Fremde, egal wie »vorgeformt«, eine der wichtigsten Funktionen einer Ansichtskarte (Hausendorf 2008: 331). Und trotz aller Stereotypisierung findet sich hier möglicherweise die Antwort darauf, warum ein Urlaubsort auch gewöhnungsbedürftig sein kann; denn der Urlaubsraum ist ein unbekannter, fremder Ort, der sich von der Alltagswelt der Reisenden unterscheidet. Im Schreiben einer Ansichtskarte kann vor dem Hintergrund der (oft gemeinsamen) Heimat die Fremdheit des Urlaubslandes in den Fokus gerückt werden. Wie dies sprachlich geschieht, auf welche Art und Weise welcher Urlaubsraum konstruiert wird, ist die Leitfrage dieser Untersuchung. Der Urlaubsraum ist ein spezifischer Raum, der durch die Tourismusindustrie, aber auch durch die Reisenden selbst konstruiert wird. Gerade durch ihre Erzählungen für die Daheimgebliebenen entwerfen sie Bilder des fremden Ortes, schaffen und erfüllen Erwartungen. Was ist ein gelungener Urlaub? Was fasziniert am Urlaubsort? Was ist fremd und wie wird damit umgegangen?

Fragen wie diese werden in der vorliegenden Arbeit stets datenbasiert untersucht. Das Ziel ist nicht, ein bestimmtes Konzept in den Postkarten wiederzufinden, sondern

vielmehr zu beobachten, wie die Reisenden selbst den Urlaubsraum sprachlich konstruieren. Es wird also eine induktive Vorgehensweise gewählt.

Dieser Beitrag geht zurück auf die Masterarbeit des Verfassers »Man gewöhnt sich an alles« an der Universität Zürich (2019). Die im Beitrag vorgestellten Ansichtskarten sind nur ein kleiner Teil des für diese Arbeit untersuchten Korpus. Die von mir untersuchten Karten haben gemeinsam, dass sie aus einem Land des Kontinents Afrikas verschickt wurden. Diese erste Eingrenzung basiert insbesondere darauf, dass das europäische Afrikabild stark geprägt ist durch eine Setzung des Fremden, des Anderen. Dies beginnt bei der Hautfarbe der Menschen und endet nicht zuletzt mit einer starken Fokussierung auf Krankheit, Krieg und Armut einerseits und einer romantisierenden Betonung von Natur und Wildnis andererseits – ein Bild, wie es bereits im Geographieunterricht an den Schulen so vermittelt wird (vgl. dazu u.a. Reichart-Burikukiye 2001, Schrüfer 2003 und Tröger 1993). Dass es sich hierbei um problematische Zuschreibungen handelt, steht nicht zur Debatte. Dennoch können sie wiederholt festgestellt werden – nicht zuletzt in der Setzung Afrikas als eines vermeintlich einheitlichen Raumes.

Im Kapitel 2 werden in aller Kürze die wichtigsten theoretischen Konzepte für die Analyse vorgestellt. Darin werden einige Erkenntnisse zu der Konstruktion von Urlaubsräumen präsentiert, und es wird ein Verständnis des Begriffs Differenz nach Luhmann eingeführt, mit dem im Folgenden gearbeitet werden soll.

Im Kapitel 3 wird genauer auf die linguistische Methode eingegangen, die für die Analyse verwendet wird. Hausendorf (2000) entwirft in seiner Studie »Zugehörigkeit durch Sprache. Eine linguistische Studie am Beispiel der deutschen Wiedervereinigung« ein Modell, das für diese Arbeit verwendet werden soll. Das Modell basiert auf der Analyse von Gesprächen und kann entsprechend nur bedingt und nicht direkt übernommen werden. Für diese Arbeit ist es aber von Bedeutung, weil es der Analyse Begrifflichkeiten zur Verfügung stellt, wie sprachlich Gruppen gebildet werden können. Neben der Bildung von Zugehörigkeit, die auch immer etwas ausschließt, werden außerdem die Möglichkeiten der »Zuschreibung« von Eigenschaften und der »Bewertung« derselben vorgestellt. Auch der Urlaubsort stellt die Frage der Zugehörigkeit an die Reisenden. Denn wer im Urlaub ist, gehört nicht unmittelbar zum Raum selbst. Man ist eben Tourist*in. Und auch die Reisenden erleben den Ort anders, als dies Einheimische tun. Sie betrachten ihn eben als Urlaubsraum.

Im Kapitel 4 folgt die Analyse von vier Ansichtskarten aus dem [anko]-Korpus (vgl. zum Korpus Sugisaki, Wiedmer & Calleri in diesem Band). Anhand dieser Karten sollen vier Themengebiete vorgestellt werden, die sich im Verlauf der Untersuchung herauskristallisiert haben. Diese sind keineswegs abschließend zu verstehen, sondern liefern lediglich erste Eckpunkte für die Konstruktion von Urlaubsräumen. Es handelt sich bei den Themengebieten um die »Exotik« sowie die eingangs bereits erwähnten »gewöhnungsbedürftigen Urlaubsräume«, um die »fremden Menschen« und um die »Armut« (für weitere themenspezifische Analysen vgl. von Naef, Wiedmer & Sugisaki und Wiedmer in diesem Band). Am Ende dieses Beitrags steht keine vollständige Antwort auf die Frage, mit welchen sprachlichen Mitteln in Ansichtskarten Urlaubsräume geschaffen werden. Aber möglicherweise findet sich eine Antwort darauf, warum Urlaubsräume manchmal gewöhnungsbedürftig sein können.

2 Theorie

In diesem Kapitel sollen die Begriffe Urlaubsraum und Differenz aus einer soziologischen Perspektive genauer erläutert werden. Diese Begriffe bilden das theoretische Fundament der vorliegenden Untersuchung. Am Ende werden sie zueinander in Bezug gestellt.

2.1 Urlaubsraum

Mit dem Aufkommen des Massentourismus ungefähr ab Mitte des letzten Jahrhunderts geht ein Wertewandel einher, der insbesondere für die Tourismusräume von Bedeutung ist. Die traditionellen Vorstellungen davon, wie Glück erreicht werden kann, erhalten Konkurrenz. Nicht mehr allein »die Arbeit als Weg zur Glückseligkeit [...], sondern zunehmend auch Lebensformen, die von jeglichem Alltagsdruck befreit sind« (Diekmannshenke 2011: 12), werden wichtig. Der Urlaubsraum bietet eine Möglichkeit, diesen Alltagsdruck hinter sich zu lassen und ihm zumindest für die Dauer des Urlaubs zu entfliehen.

Wenn nun aber von einer Feriendestination eine Ansichtskarte geschrieben wird, dann berichtet diese von konstruierten Räumen, die innerhalb eines bestimmten Diskurses entstanden sind. Auf der Karte wird von »Tourismusräumen« erzählt. Damit sind Orte gemeint, die von der Tourismusindustrie und den Reisenden selbst als Reiseziele konstruiert werden. Sie sind als Tourismus-/Urlaubsräume nicht einfach gegeben, sondern werden sozial konstruiert und gründen auf bestimmten Vorstellungen. »Tourismusräume existieren demnach unter der Voraussetzung des Vorstellens, Imaginierens und Entwerfens, nach denen sie nachgängig gestaltet und erlebt werden« (Wöhler et al. 2010: 11).

Dass Räume zu Reisezielen werden, »verweist auf Praktiken der Bedeutungszuschreibung« (Wöhler et al. 2010: 15). Diese Praktiken finden sich beispielsweise in Reisekatalogen, im »performativen Akt der Bereisung und Besichtigung« (Wöhler et al. 2010: 15) und im Schreiben von Ansichtskarten. Die Ansichtskarte ist selbst Teil der Konstruktion eines Urlaubsraumes. Sie besitzt eine Bildseite, auf der beispielsweise Monumente oder Teile des Urlaubsraumes abgedruckt werden. Den abgedruckten Motiven wird allein dadurch, dass sie ausgesucht und eben auf einer Ansichtskarte abgedruckt wurden, Bedeutung zugeschrieben. Die Ansichtskarten leisten ihren Teil an der Konstruktion der touristischen Räume. Indem eine Karte von diesem Raum verschickt wird, wird der Raum zu einem Urlaubsraum, aus dem Ansichtskarten verschickt werden. Im handschriftlichen Text der Karte wird dieser Konstruktionsprozess weiter fortgesetzt. Was ist erwähnenswert und was macht einen spezifischen Ort zu einem Ort, an dem Urlaub gemacht wird? Was ist anders an diesem Ort als an der alltäglichen Welt zuhause? Das touristische Sehen ist »eine Beobachtung des Anderen bzw. Außerordentlichen im Kontext je historischer Selbst- und Weltdeutungen« (Wöhler et al. 2010: 15). Tourist*innen sehen den bereisten Ort nicht lediglich als Ort, sondern sie sehen diesen als »Urlaubsraum«. Der ›tourist gaze‹ ist ein Blick auf die Welt, der bereits zu wissen meint, wie diese Andersheit auszusehen hat. Wenn Reisende zwei küssende Menschen in Paris sehen, sieht ihr ›gaze‹ das zeitlos-romantische Paris (Wöhler et al.

2010: 3). »All over the world the unsung armies of semioticians, the tourists are fannig out in search of the signs of Frenchness, typical Italian behaviour, [...].« (Culler 1981: 127) Dadurch steht der Urlaubsraum in einem Gegensatz zur Alltagswelt der Reisenden: »Such practices involve the notion of ›departure‹, of a limited breaking with established routines and practices of everyday life and allowing one's senses to engage with a set of stimuli that contrasts with the everyday and the mundane.« (Urry 2002: 2) Im Urlaub möchte man gerade nicht dasselbe sehen, was man schon daheim sieht. Die (Ab-)Reise steht im Zentrum, das Erleben von Andersheit. Davon berichten die Reisenden auch in Ansichtskarten, die sie an die Daheimgebliebenen senden. Sie berichten den Menschen in der Alltagswelt davon, wie es an dem anderen Urlaubsraum ist, was ihr »tourist gaze« sieht.

Eine Ansichtskarte hat immer einen starken Bezug zu einem Ort oder einer Region. So wird oft direkt auf den Ort referiert, von dem aus die Karte versendet wurde. Weiter liefern beispielsweise die Beschreibungen spezifischer Aktivitäten, das Mitteilen von Informationen über das Urlaubsland oder die klimatischen Verhältnisse »referentielle Hinweise auf die textuelle Thematik« (Hausendorf 2008: 331). Auch die Bildseite ist ein starker Hinweis auf das Thema der Karte (vgl. dazu Kellenberger in diesem Sammelband): Sie »zeigt nicht nur einen bestimmten Ort, sondern sie präsentiert ihn als Sehenswürdigkeit. Nicht um das Sehen von Welt geht es hier, so das Signal der Ansicht, sondern um das Sehen von Ansichten« (Hausendorf 2008: 331).

Was auf der Textseite gelesen werden kann, sind Hinweise auf die »Fortführung und Entwicklung« (Hausendorf 2008: 331) desselben Themas. Dabei wird zurückgegriffen auf eine mehr oder weniger allgemeine Vorstellung von Urlaub. Damit knüpft die Ansichtskarte an Texte und Textwelten des Tourismus und der Vorstellungen bestimmter Orte an.

So ist ja schon die Ansicht auf der Ansichtseite die zigfach fotografierte und bekannte Ansicht, die Sehenswürdigkeit eben das, was schon an anderen Stellen gerühmt, d.h. bereits fotografiert, beschrieben und besprochen wurde; so ist das Landeskundliche das, was in jedem Tourismusprospekt schon hervorgehoben und beschrieben wurde, beispielsweise »das Weinland Südafrika« oder das Motiv der »Safari« (Hausendorf 2008: 331).

Diese Themen und Motive sollen somit als Intertextualitätshinweise auf »Textwelten des Fremdenverkehrs und des Tourismus« (Hausendorf 2008: 332) verstanden werden. Intertextualität bezieht sich für diese Untersuchung also stets zurück auf den Urlaubsort und den »tourist gaze« (Culler 1981). Jede Ansichtskarte entspringt dieser Intertextualität und reproduziert oder entwickelt Vorstellungen über den Urlaubsraum weiter. Doch inwiefern unterscheiden sich Urlaubsräume von der Alltagswelt der Reisenden? Und mit welchen Mechanismen werden diese Differenzen etabliert? Um diese Fragen beantworten zu können, soll das Konzept der Differenz von Niklas Luhmann vorgestellt werden.

2.2 Fremdes und Differenz

Indem über die Konstruktion von Urlaubsräumen nachgedacht wird, wird gezwungenermaßen auch über »Fremdes«, »Anderes« und »Eigenes« nachgedacht. Diese Begriffe

sind jedoch vorbelastet und bringen viel an eigenem theoretischen sowie ideologischen Gepäck mit. Gerade aus diesen Gründen wird in dieser Arbeit bewusst darauf verzichtet, die Begriffe in ihren philosophischen und ethnologischen Kontext zu setzen. Vielmehr soll hier ein systemtheoretischer Ansatz verwendet werden, nicht zuletzt in der Hoffnung, den ideologischen Tücken der Begriffe damit aus dem Wege zu gehen.

Luhmann schreibt, dass ohne eine Teilung der Welt Kommunikation nicht möglich sei: »Eine Kommunikation teilt die Welt nicht mit, sie teilt sie ein« (Luhmann/Fuchs 1989: 7). Kommunikation kann unmöglich alles sagen. Sie muss Dinge voneinander trennen, die zusammengehören, um sie aussprechbar zu machen. Sie muss differenzieren. Dies, obwohl die Welt »keine Information, [...] keine Auswahl aus anderen Möglichkeiten« (Luhmann/Fuchs 1989: 7) darstellt. So verhält es sich auch mit jeglichen Formen von Systemen: »[Die Systeme] konstituieren und sie erhalten sich durch Erzeugung und Erhaltung einer Differenz zur Umwelt« (Luhmann 2017: 35). Um sich selbst als System erfassen zu können, muss sich ein System von seiner Umwelt differenzieren. Diese grundlegende Unterscheidung zwischen System und Umwelt ist somit eine, die das System selbst operativ erzeugt – indem es als System tätig ist. »Sie [die Systeme] konstituieren und sie erhalten sich durch Erzeugung und Erhaltung einer Differenz zur Umwelt« (Luhmann 2017: 35). Erst mit dem Schaffen einer System-Umwelt-Differenz können Systeme entstehen und erhalten bleiben. Es handelt sich nicht um eine naturgegebene Differenz, sondern um eine systeminhärente und gleichzeitig systemkonstitutive. Interessant ist dabei, dass die Differenzierung als Einheit betrachtet werden kann: »Die Differenz hält gewissermassen das Differenten auch zusammen; es ist eben different und nicht indifferent.« (Luhmann 2017: 38) Weil die Differenz zur Systembildung benötigt wird, ist sie genauso Teil des Systems.

Im Hinblick auf die hier zu leistenden Überlegungen kann also mit Luhmann davon gesprochen werden, dass bei einer Unterteilung in Urlaubsraum und Alltagswelt oder in »Fremdes«/»Eigenes« nicht von tatsächlichen Unterschieden die Rede ist, sondern von einer Differenz, die erschaffen wird und durch diese Unterteilungen weiter aufrechtgehalten wird. Wenn in dieser Arbeit über Unterschiede zwischen einer Alltagswelt und einem Urlaubsraum gesprochen wird, wenn über Fremdes und Eigenes geschrieben wird, geschieht dies immer vor diesem Hintergrund. Beim Konstruieren von Urlaubsräumen wird, wie oben bereits beschrieben, oft verglichen. Dies geschieht nicht immer direkt, ist aber beinahe immer Bestandteil der Beschreibungen von Urlaubsräumen. »Das bei der Abreise Zurückgelassene wird mit dem in der Ferne Erlebten und Wahrgenommenen verglichen.« (Wöhler et al. 2010: 12) Dabei findet eine Differenzierung statt. Das Kapitel 3 beschäftigt sich genauer damit, wie solche »Zuordnungen« mit Sprache geleistet werden können.

3 Zugehörigkeit

Wie im vorhergegangenen Kapitel bereits gezeigt, ist die Differenz zwischen Alltags- und Urlaubsraum nicht als solche gegeben, sondern muss von den Kommunikationsbeteiligten selbst geschaffen werden. Ein Beispiel einer solchen Differenz ist die Unterscheidung Fremdes/Eigenes. Im Folgenden soll genauer untersucht werden, wie eine

solche Unterscheidung sprachlich konstruiert werden kann. Hausendorf (2000: 3) weist darauf hin, dass Menschen sich selbst nicht nur als Individuen wahrnehmen, sondern auch als Mitglieder sozialer Gruppen. Dabei stellt sich stets die Frage der Zugehörigkeit. Zugehörigkeit fasst Hausendorf »als ein Kommunikationsproblem auf [...], das in und mit Kommunikation bearbeitet und gelöst wird« (Hausendorf 2000: 99). Das Interesse liegt dabei nicht auf einer (vermeintlich) faktischen Zugehörigkeit, sondern darauf, wie diese kommunikativ hervorgebracht wird. Die konversationsanalytische Studie rekonstruiert aus empirischen Daten ein Modell zur Beschreibung sozialer Kategorisierungen. Die »soziale Zugehörigkeit« (Hausendorf 2000: 4) kann aus verschiedenen Kategorien bestehen, je nachdem, welche in der entsprechenden Interaktion als zentral gesetzt werden. Gesprächspartner können sich (und andere) zu Kategorien wie Geschlecht, Nationalität, Subkultur etc. »zuordnen«. Solche sozialen Kategorien dienen der »Zuordnung« von Personen, so dass wiederum auf sie Bezug genommen werden kann. Wie bei Luhmann muss man erst differenzieren, also in einem bestimmten Kontext Personen einer bestimmten sozialen Gruppe »zuordnen«, um überhaupt auf sich selbst referieren zu können. Soziale Kategorien dienen jedoch nicht nur der »Zuordnung«, sondern auch der »Zuschreibung« und »Bewertung«. »Zuschreibung« heißt in diesem Zusammenhang, dass sich aus der »Darstellung von Zugehörigkeit« die »Darstellung von Eigenschaften und Verhaltensweisen« ableitet, »die sich aus der Zugehörigkeit ergeben bzw. als zugehörigkeitsspezifisch definiert werden« (Hausendorf 2000: 5). Diese drei Schritte »Zuordnen«, »Zuschreiben« und »Bewerten« bilden die Grundlage des Modells von Hausendorf. Sie sind die drei Aufgaben, die im Falle von Zugehörigkeit als Kommunikationsproblem gelöst werden müssen.

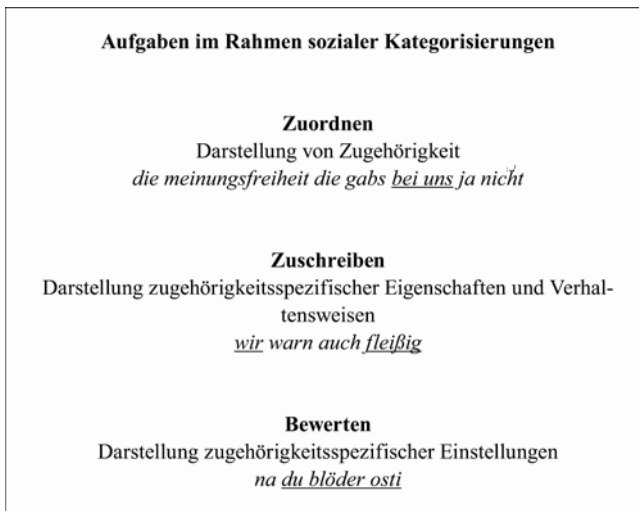
Eine der grundlegenden Annahmen der Studie ist, dass Zugehörigkeit »nicht von aussen, sondern von innen, nämlich in und mit Interaktion entschieden wird« (Hausendorf 2000: 90). Die an der Kommunikation Beteiligten entscheiden, wer zu was zugehörig ist. Dies wird nicht von außen, nicht von den die Kommunikation beobachtenden Personen entschieden. Für die Analyse heißt das, dass nicht die Analysierenden über die Frage der Zugehörigkeit entscheiden, sondern die Zugehörigkeit in der Interaktion festgelegt wird. Aus dieser Annahme folgt, dass die Form der Zugehörigkeitszuweisung empirisch nachweisbar, d.h. rekonstruierbar ist. Was in der Interaktion konstruiert wird, wird von der analysierenden Person rekonstruiert (Hausendorf 2000: 90).

Wie bereits oben festgestellt wurde, geht es auch in der vorliegenden Arbeit nicht darum, Differenz als externes Merkmal festzustellen, sondern darum, nachzuzeichnen, wie diese erzeugt wird. Insofern eignet sich das Modell von Hausendorf nicht nur wegen der thematischen Nähe von Zugehörigkeit und Differenz, sondern auch wegen der methodologischen Prämisse der Rekonstruktion.

3.1 Aufgaben

Hausendorf (2000) unterscheidet, wie bereits oben erwähnt wurde, drei Aufgaben bei der Hervorbringung von Zugehörigkeit: das »Zuordnen«, die »Zuschreibung« und das »Bewerten«.

Abb. 1: Aufgaben im Rahmen sozialer Kategorisierungen



Quelle: Hausendorf (2000, 112).

Diese drei Aufgaben sind Teilprobleme, welche wiederum mit den Lösungsverfahren der Ebene der Mittel durch die Teilnehmer gelöst werden. Die Ebene der Formen bildet die Rekonstruktion dieser Lösungsverfahren aufgrund der empirischen Daten (Hausendorf 2002: 31). »Zuordnen« meint, dass es sich um eine Darstellung von Zugehörigkeit handelt, ohne dass dabei mit der Zugehörigkeit auch schon eine spezifische Eigenschaft oder »Bewertung« mit ausgedrückt wird. Dies kann ganz unscheinbar geschehen, beispielsweise indem die Zugehörigkeit durch den Verweis auf eine Wir-Gruppe angezeigt wird: »die meinungsfreiheit die gabs *bei uns* ja nicht« (Hausendorf 2000: 112, Hervorhebung von mir, DK). Wird die Aufgabe der »Zuschreibung« gelöst, so werden zugehörigkeitsspezifische Eigenschaften dargestellt: »*wir* warn auch *fleißig*« (Hausendorf 2000: 112, Hervorhebung von mir, DK). Das »Bewerten« ist die Darstellung von Einstellungen gegenüber zugehörigkeitsspezifischen Eigenschaften: »na *du blöder osti*« (Hausendorf 2000: 112). Das »Zuordnen« ist dabei die Minimalanforderung, die beiden anderen Aufgaben kommen gewissermaßen dazu. Eine »Zuordnung« muss stattgefunden haben, bevor zugeschrieben werden kann, während wiederum eine »Bewertung« eine »Zuschreibung« impliziert. Dabei muss nicht einer bestimmten Sequenzialität gefolgt werden, und alle drei Aufgaben können auch gleichzeitig gelöst werden. Sie können nur am Rande abgehandelt werden oder zum Hauptthema eines Gesprächs werden. »Die Aufgaben stellen den kleinsten gemeinsamen Nenner (tertium comparationis) dar, der den auf einen ersten Blick z.T. weit entfernten Phänomenen innewohnt und der es erlaubt, sie als Phänomene sozialer Kategorisierung anzusprechen und zu rekonstruieren.« (Hausendorf 2000: 113)

3.2 Urlaubsräume »zuordnen«, »zuschreiben« und »bewerten«

Der vorliegende Beitrag versucht diese »Phänomene sozialer Kategorisierung« nun einerseits auf die Textebene und andererseits auf die Konstruktion von Urlaubsräumen zu übertragen. So soll im folgenden Analyseteil mithilfe der Begrifflichkeiten des »Zuordnens«, »Zuschreibens« und »Bewertens« gezeigt werden, dass in den Ansichtskarten die besuchten Orte als Urlaubsräume und damit eben als »fremde«, »differente« Räume kategorisiert werden. Die Aufgaben werden dabei mit anderen Mitteln ausgeführt, die an den jeweiligen Textbeispielen aufgezeigt werden. Dennoch eignen sich die Begriffe von Hausendorf (2000), denn, so die These, die Unterscheidung von »Daheim« und dem »Urlaubsraum« ist ebenso eine Frage der Zugehörigkeit. »Ich« gehöre nicht zum Urlaubsraum, da gehören die »Anderen« dazu, ebenso wie das »gute Wetter« oder das Essen.

4 Analyse

Im Folgenden sollen die bisher geleisteten Überlegungen auf Ansichtskarten »aus Afrika« angewendet werden. Wie bereits oben erwähnt, entstand die Eingrenzung auf Karten aus dem afrikanischen Kontinent aufgrund der starken »Verklärung« (Zeller 2010: 36) Afrikas als Referenzort: »Die Vor- und Darstellung des afrikanischen Kontinents in Europa war von Begriffswelten wie Exotik und Abenteuer, unberührter Natur und naturnah lebenden Völkern geprägt.« (Lüthy, Ulrich & Uribe 2015) Vor der Analyse der einzelnen Karten werden jeweils die Schrift- und Bildseite abgedruckt. Zudem wird eine Transkription des handschriftlichen Textes vorgelegt. Der Text wird danach Satz für Satz und in Verbindung mit der Bildseite analysiert.

4.1 Der exotische Urlaubsraum

Der Diskurs über »exotische Räume« findet sich in unterschiedlicher Form in einer Vielzahl an Ansichtskarten. Die hier ausgewählt Karte spricht explizit davon. Sie wurde am 22. Januar 2001 verschickt und stammt aus Kenia. Der Urlaubsraum wird in ihr konstruiert als ein *exotischer Flecken dieser Erde*:

Abb. 2a und 2b: *Hakuna Matata*



Quelle: [anko] 61075 und [anko] 61076

*Transkript: 22 Jan 01 Jambo Ihr beiden/'Hakuna Matata'/kommt euch das be-/kannt vor?/
Wir verbringen unsere Ferien an/einem wunder-/schönen, exotischen/Flecken dieser/Erde!
Affen auf/dem Balkon, Seeigel,/,Muscheln, Seekrebse, See-/spinnen (Durchmesser 10cm) im
Meer,/,bunte Korallenriffe..../morgen geht's auf Safari!/Kwanesi Ma + Pa*

Es ist für diese Textsorte typisch, mit einer Begrüßung zu beginnen. Auf dieser Karte findet sich diese in einer besonderen Variation, ebenso wie die Grußformel am Ende. Beide sind nicht in der Sprache der Karte (deutsch) verfasst. Bei *Jambo* handelt es sich um die suahelische Begrüßungsformel,¹ während es sich bei *Kwanesi* um einen Schreibfehler handeln und »kwaher«² gemeint sein könnte – eine suahelische Verabschiedungsformel. Auch das durch den Animationsfilm »Lion King« (s.u.) bekannte *Hakuna Matata* stammt aus der Sprache Suaheli, die in Kenia vornehmlich gesprochen wird. Mit der Form der Fremdsprache wird die Aufgabe der »Zuordnung« des Urlaubsraums zumindest teilweise gelöst. Weiter wird durch diesen Intertextualitätshinweis das Fremde des Urlaubsraums, der sich auch durch die dort gesprochene und geschriebene Sprache von der Heimat unterscheidet, in den Bereich des Eigenen hereingeholt. Die fremden Worte stehen im Falle der Begrüßung und der Schlussformel an Stellen, die bei Erfahrung mit der Textgattung Ansichtskarte keine weitere Übersetzung benötigen. Ohne einen Blick in ein suahelisches Wörterbuch wird klar, was mit *Jambo* gemeint sein könnte. Im Falle *Hakuna Matata* wird außerdem nachgefragt, ob die Empfangenden den Spruch nicht sogar kennen. Hier handelt es sich wohl um einen Verweis auf den Zeichentrickfilm *Lion King*, in dem die Phrase *Hakuna Matata* mehrfach vorkommt. Durch diesen Verweis auf ein popkulturelles Medium, das den Lesenden möglicherweise vertraut ist, würde die Fremdheit der Sprache zumindest weiter reduziert werden. Diesmal nicht durch ihre (textsortenbedingt) leicht verständliche Position, sondern durch einen Verweis auf einen möglichen Wissenshorizont. Gleichzeitig wird durch den Verweis auf den Disneyfilm eine Intertextualität eröffnet, die Afrika nicht nur als besonders exotisch zeichnet, sondern mit einem spezifischen Fokus auf die Tierwelt ausstattet (s.u. zum Tierweltbezug der Bildseite). Der gesamte Trickfilm *Lion King* setzt »typisch« afrikanische Tiere wie den titelgebenden Löwen in Szene. Wie gezeigt wird, hat auch die Karte einen besonderen Fokus auf die Tierwelt des Urlaubsraumes. Natürlich wird mit dem Verweis auf den Film ein ganzer Fundus an (durchaus auch problematischen) Assoziationen über »Afrika« eröffnet, nicht zuletzt weil es sich um den Film eines westlichen Studios handelt. Der »tourist gaze« zeigt sich als mit Vorurteilen belastet. Er verwandelt den Ort des Schreibens wie selbstverständlich in den Urlaubsraum »Afrika« und ist an der Vermittlung stereotyper und vorurteilsbehafteter Bilder beteiligt, indem diese Bilder immer wieder reproduziert werden.

Die fremde Sprache am Anfang und am Ende bricht in den deutschen Text und seine Gesetzmäßigkeiten ein, unterstreicht also die Differenz und verringert gleichzeitig den

1 Eine Begrüßung, die interessanterweise lediglich für Tourist*innen verwendet wird: <https://de.wiktionary.org/wiki/jambo> [16.05.2019].

2 <https://www.keniareisen.de/kenia-reiseinformationen/reisevorbereitungen-wichtige-informationen/179/suaheli-lernen.htm> [16.05.2019].

Unterschied, indem sie durch ihre Position oder ihre Verankerung in einem popkulturellen Verhältnis *bekannt* gemacht wird. Zudem umrahmen die beiden Suaheliebegriffe den Text, sofern man Datum und Unterschrift nicht zum eigentlichen Fließtext zählt. Sie stehen an Stellen, die sich insbesondere durch ihre Musterhaftigkeit auszeichnen. So wird ein Verstehen ermöglicht. Die fremde Sprache ist unverständlich und doch verständlich. Fremd und doch eigen.

Nach der Begrüßung wird der Urlaubsraum als *wunderschön* »bewertet«: *Wir verbringen unsere Ferien an einem wunderschönen, exotischen Flecken dieser Erde!* Mit dem semantisch besonders interessanten Attribut *exotisch* wird die Wertung noch spezifiziert. Einerseits wird mit dem Adjektiv *exotisch* Kenia als fremder Ort eingeführt. Was bekannt ist, ist nicht exotisch. Im Duden wird das Wort folgendermaßen definiert:

fernen (besonders überseeischen, tropischen) Ländern, Völkern eigentümlich, ihnen zugehörend, entstammend; [der Art, dem Aussehen, Eindruck nach] fremdländisch, fremdartig und dabei einen gewissen Zauber ausstrahlend, ausgefallen, ungewöhnlich (Duden Online, »exotisch«)

Als Synonyme werden dort außerdem aufgeführt: *aus fremden Ländern stammend, ausländisch, fremd[artig], fremdländisch, ausgefallen, nicht alltäglich, ungewöhnlich* (ebd.). Die Karte differenziert mit dem Wort *exotisch* also zwischen der bekannten Alltagswelt und dem hier beschriebenen *Flecken* der Erde, dem Urlaubsort. Dieser ist eben nicht alltäglich, sondern fremd, *ausgefallen* und *ungewöhnlich*. Es handelt sich hierbei nicht nur um die Lösung der Aufgabe der »Zuschreibung« mittels ausdrücklicher »Zuschreibung« dieser Eigenschaften, sondern auch um eine »Bewertung« des Raumes. Es wird eine Einstellung zum Raum ausdrücklich festgestellt durch die Adjektiv-Attribute: Der Raum ist *wunderschön*, und auch der Diskurs um den Begriff der *Exotik* ist nicht frei von »Bewertungen«, welche hier zumindest signalisiert werden. Das Fremde erfährt somit eine Aufladung, es ist unbekannt und gerade deshalb wert, betrachtet zu werden (und davon zu berichten). Zuhause findet sich nichts *Exotisches*, dafür muss in die Ferne gegangen werden. Dort im Fremdartigen findet sich noch *ein gewisser Zauber*. Der gesamte Satz wird mit einem Ausrufezeichen beendet, womit die Besonderheit herausgestellt wird. Auch wenn sich der Urlaubsraum auf der gleichen Erde befindet wie die Alltagswelt der Verfassen den, handelt es sich um einen speziellen Flecken. Die Differenz wird nochmals besonders hervorgehoben und »bewertet«.

Was *fremdartig* und *zauberhaft* ist, folgt im nächsten Satz: *Affen auf dem Balkon, Seeigel, Muscheln, Seekrebse, Seespinnen (Durchmesser 10cm) im Meer, bunte Korallenriffe*. Das Besondere des Urlaubsortes sind in dieser Karte die Tiere, insbesondere die Meerestiere. Auf eine Beschreibung der lokalen Bevölkerung wird gänzlich verzichtet, sie ist nicht Teil der Konstruktion dieses Ortes. Der Text impliziert dabei eine Alltagswelt, in der eben keine Affen auf dem Balkon sind und es schon gar keine Seespinnen mit zehn Zentimetern Durchmesser gibt. Sie sind es, die die *Exotik*, die zauberhafte Fremdartigkeit, ausmachen. Auch der letzte Satz vor der Verabschiedungsformel, auf die noch genauer eingegangen wird, verweist auf die Tierwelt: *morgen geht's auf eine Safari*. Kenia wird konstruiert als ein Ort, an dem Safaris gemacht werden. Das heißt, dass die Tiere hier speziell und spektakulär genug sind, so dass man sie extra ansehen geht. Etwas, das in der Schweiz, wohin die Karte laut Adressfeld geschickt wurde, so nicht möglich ist, außer

bei einem Besuch im Zoo. Auch die Bildseite unterstützt die textuelle Konstruktion des fremden Ortes als eines Ortes vornehmlich der Tiere – neben einer Strand- und Palmenansicht finden sich vier abgedruckte Fotografien von Tieren, die man möglicherweise auf einer Safari zu sehen bekommt. Auch die Briefmarken sind mit »exotischen« Vögeln verziert. Nicht nur der gedruckte Text konstruiert den Urlaubsraum als einen, an dem fremde Tiere zu finden sind, sondern auch die gedruckte Karte selbst. Die Aufzählung der Tierwelt, ein Zeichen der Andersheit des Urlaubsraums, ist indirekt eine Form der »Zuschreibung«.

4.2 Gewöhnungsbedürftige Urlaubsräume

Die Andersheit des Urlaubsraumes ist nicht (nur) Anlass zum Staunen, wie es zu erwarten wäre. Das Fremde, so erscheint es beispielsweise in der folgenden Karte aus Gambia mit dem Versandjahr 1975, ist gewöhnungsbedürftig.

Abb. 3a und 3b: Man gewöhnt sich an alles



Quelle: [anko] 10663 und [anko] 10664

Transkript: Meine Lieben, /trotz der fast erdrücken/den Hitze gefällt es uns/ausgezeichnet. Die Men/schen sind sehr arm, leben/in der Gosse, stinken/und wirken durch ihre/Schwärze unheimlich./Man gewöhnt sich an/alles. Dank 2 netten Typen./getrauen wir doch allein/herumzustreifen. Ohne/Fotoapparat kommt man/überall durch. (Irgendwie)/Viele/liebe Grüsse Euer [Büeli]

Nach der textsortentypischen Anrede *Meine Lieben* wird als Erstes das Wetter erwähnt. Diesmal führt die Hitze jedoch nicht dazu, dass der Alltagsrhythmus außer Kraft gesetzt wird: *trotz der fast erdrückenden Hitze gefällt es uns ganz ausgezeichnet*. Die Eigenschaft der Hitze wird dem Urlaubsort in einem ersten Schritt zugeschrieben und gleichzeitig »bewertet«. Denn die Hitze ist fast erdrückend. Sie ist nicht nur ungewohnt und fremd, sondern sie verhindert fast den Genuss des Urlaubsortes. Trotzdem gefällt es dem Verfasser oder der Verfasserin ganz ausgezeichnet. Der Urlaubsort selbst muss gar nicht erwähnt werden. Die Briefmarke sowie der links abgedruckte Text auf der Postkarte (*Published by the Gambia Information Service*) liefern diese Information. Der Urlaubsraum muss nicht

explizit erwähnt werden. Das Fremde wird nicht direkt benannt. Diese Funktion übernimmt in diesem Text die Postkarte selbst. Selbst wenn kein Vorwissen über den Autor oder die Autorin vorhanden ist, versteht man mit Blick auf die Ansichtskarte, wovon die Rede ist. Die Karte übernimmt somit die Aufgabe der »Zuordnung«. Dies ist zwar auf beinahe jeder Karte des [anko]-Korpus der Fall. Doch in einigen Fällen, wie dem hier vorliegenden, liefern die gedruckte Karte und die Briefmarke »The Gambia« die einzige »eindeutige« Form der »Zuordnung« – es wird von Gambia erzählt.

Es folgt eine längere Beschreibung verschiedener Eigenschaften der Menschen, die diesem Raum angehören: *Die Menschen sind sehr arm, leben in der Gosse, stinken und wirken durch ihre Schwärze unheimlich*. Dass es sich bei diesen Menschen um Gambier handelt, wird nicht explizit ausgedrückt, aber durch den oben festgestellten Bezug auf Gambia klar. Es bedarf somit im Text keiner weiteren Ausführung. Mittels ausdrücklicher Feststellungen werden den Menschen in Gambia die vier Eigenschaften *arm*, *in der Gosse lebend*, *stinkend* und *durch ihre Schwärze unheimlich wirkend* zugeschrieben. Damit wird ein Urlaubsraum konstruiert, der sich insbesondere durch die Menschen von der Alltagswelt unterscheidet. Insbesondere die schwarze Hautfarbe scheint für [Büeli] so fremd, dass sie unheimlich wirkt auf ihn. Der Urlaubsort erscheint als ein unangenehmer und unheimlicher Ort der Armut und der schlechten Gerüche. Auch dies entspricht gewissen Vorurteilen und Bildern »Afrikas«, wie bereits oben gezeigt wurde. Die Beschreibungen zeigen einen Blick von außen, eben einen »tourist gaze«, der keine Auseinandersetzung erlaubt, sondern lediglich Vorurteile reproduziert. Das Fremde bleibt fremd und *unheimlich*.

Mit dem nachfolgenden Satz wird nochmals deutlich, dass dies in der Alltagswelt nicht so ist: *Man gewöhnt sich an alles*. An den Urlaubsraum muss man sich gewöhnen, an das Eigene ist man gezwungenermaßen bereits gewöhnt. Damit entfernt sich der Kartentext von der zu erwartenden Beschreibung eines »gelungenen Urlaubs« (Diekmannshenke 2008: 90). Die vorhergehende Wendung *gefällt es uns ausgezeichnet* scheint noch ein Überbleibsel dieser Erwartungshaltung an den Urlaubsort zu sein. Doch spätestens mit der Aussage *Man gewöhnt sich an alles* wird die Behauptung eines gelungenen Urlaubs aufgegeben. An Schönes muss man sich wohl eher weniger gewöhnen. Das Fremde besitzt hier nicht die Eigenschaft des »Exotischen«, und Entspannung findet sich ebenfalls nicht. Das Fremde ist gewöhnungsbedürftig.

Auch im Fortlauf der Karte nehmen die fremden Menschen, wenn auch indirekt, einen wichtigen Standpunkt in der Erzählung ein: *Dank 2 netten Typen, getrauen wir doch allein herumzustreifen. Ohne Fotoapparat kommt man überall durch. (Irgendwie)* Mit dem Verb *getrauen* wird dem Urlaubsraum zugeschrieben, dass es für die Reisenden dort Gründe gibt, sich nicht einfach frei und ohne Sorgen bewegen zu können. Ohne direkt auszusprechen, dass es an den Menschen in Gambia liegt, ist dies allein durch die Logik der Darstellung impliziert. Dazu kommt die Erwähnung des Fotoapparats als Hinderungsgrund für die Bewegungsfreiheit. Dieser kann nicht mitgenommen werden, da, so soll der Satz vermutlich verstanden werden, dieser ansonsten gestohlen wird. Den »Fremden« wird dadurch indirekt auch die Eigenschaft zugeschrieben, »kriminell« zu sein. Doch selbst mit diesen Sicherheitsvorkehrungen kommt man nur *irgendwie* durch.

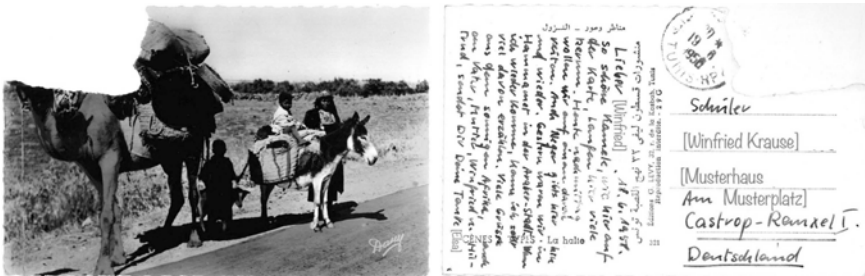
Der Urlaubsraum wird in dieser Ansichtskarte zu einem Großteil über die Menschen vor Ort beschrieben. Diese werden in Differenz gesetzt zu den Menschen der (eigenen)

Alltagswelt. Ein Blick auf die Bildseite zeigt ebenfalls den Fokus auf »die Menschen«. Wenig des eigentlichen Urlaubsraums ist zu sehen, doch viele Menschen mit schwarzer Hautfarbe sind zu erkennen. Auch in dieser Karte zeigt sich also eine Parallelität in der Konstruktion des Urlaubsraumes im Kartentext und der Bildseite. Doch die deutlich gemachte Fremdheit wird äußerst negativ »bewertet«. *Stinken, Gosse, unheimlich, sich trauen* und *irgendwie* implizieren kein positives Erleben des Urlaubsraumes. Genauso verhält es sich mit *sich gewöhnen*. Das gewöhnungsbedürftige Fremde ist unangenehm, und die Ansichtskarte hinterlässt dadurch den Eindruck, dass die Verfasser*innen es kaum erwarten können, in ihre Alltagswelt zurückzukehren. Doch die Erwartungshaltung an einen »gelungenen Urlaub« bleibt bestehen. Obwohl beinahe nur negative »Bewertungen« in den Beschreibungen vorkommen, wird diese Erwartung durch den Text erfüllt: *es gefällt uns ganz ausgezeichnet*.

4.3 Die fremden Menschen im Urlaubsraum

Ebenfalls auf die Begegnung mit »Einheimischen« geht die nachstehende Karte aus dem Jahr 1958 ein, die in Tunesien versandt wurde. Hier wird die »Fremdheit« der Einwohnenden sprachlich ebenfalls formuliert. Jedoch ist an dieser Stelle nicht von Fremden die Rede, sondern – die Karte stammt aus dem Jahr 1958 – von »Negern«.

Abb. 4a und 4b: Auch Neger gibt es hier hin und wieder



Quelle: [anko] 301215 und [anko] 301216

Transkript: Lieber [Winfried], 18.6.1958/so schöne Kamele, wie hier/auf der Karte, laufen hier viele/herum. Heute nachmittag/wollen wir auf einem davon/reiten. Auch Neger gibt es hier hin/und wieder. Gestern waren wir in/Hammamet in der Araber-Stadt. Wenn/ich wiederkomme, kann ich sehr/viel davon erzählen. Viele Grüsse/aus dem sonnigen Afrika, auch/an Vater, Mutter, Winfried u. Hil/rund, sendet Dir Deine Tante [Elsa]

Die Karte beginnt mit einem direkten Bezug auf die Bildseite: *so schöne Kamele, wie hier auf der Karte, laufen hier viele herum*. Auch auf dieser Karte wird der Urlaubsraum wieder über die Tiere konstruiert. Das Vorhandensein bestimmter Tiere – der *Kamele* – scheint für die Andersheit des Urlaubsraumes von besonderer Bedeutung. Außerdem wird das deikti-

sche *hier* sowohl als Hinweis auf die Bildseite als auch als Hinweis auf den Urlaubsraum verwendet.

Der folgende Satz geht nochmals auf die Kamele ein: *Heute nachmittag wollen wir auf einem davon reiten*. Dadurch wird der Urlaubsort nicht nur zu einem Ort der besonderen Tiere, sondern auch der besonderen Aktivitäten. Auf Kamelen zu reiten, gehört nicht zur Alltagswelt der Verfassenden. Dies wird nicht weiter ausgeführt oder »bewertet«. Nach der Angabe der Aktivität *reiten* folgt die Beschreibung der Menschen: *Auch Neger gibt es hier hin und wieder*. Mit dem Adverb *auch* wird die Aussage über die vielen Kamele verbunden mit der Aussage über die hin und wieder gesichteten Menschen. Damit wird zumindest hintergründig eine »Zuschreibung« geleistet, die die Einheimischen in die Nähe der Kamele rückt. So stehen »Kamele« neben »Neger(n)«, durch den tourist gaze wird der besuchte Ort gleichsam zu einer Zoobesichtigung, und die Aufzählung des Gesehenen stellt Mensch und Tier in eine Reihe. *So schöne Kamele, wie hier auf der Karte, laufen hier viele herum. [...] Auch Neger gibt es hier hin und wieder*. Die Karte stammt aus dem Jahr 1958, einer Zeit, in der nicht nur der Begriff »Neger« geläufig war, sondern eine solche textuelle Nähe von Einheimischen und Tieren wohl kaum auffiel. Blickt man auf die Begriffsgeschichte des Ausdrucks »Neger«, erkennt man, dass »in der Verwendung des Begriffs ›N.‹ von Anfang an körperliche Merkmale [wie die Hautfarbe] mit geistig-kulturellen Eigenschaften wie etwa Faulheit, Feigheit, Triebhaftigkeit, Grausamkeit und Kulturunfähigkeit verbunden« wurden (Arndt/Hornscheidt 2004: 184). In der Auflistung der Eigenschaften, die mit dem Begriff »Neger« verbunden werden, erkennt man bereits die Nähe zum »Tierhaften«: Triebhaftigkeit, Grausamkeit und Kulturunfähigkeit sind nicht zuletzt typische Merkmale des Tierreichs. Gleichzeitig sind die fremden Menschen – ihre Differenz wird durch den Begriff »Neger« deutlich gemacht – dem Urlaubsort zugeordnet. Einem Ort, den man besucht und von außen betrachtet, eben wie einen Zoo. Durch die Aufzählung, was man *hier* sehen kann, wird vermittelt, dass man die Kamele ebenso betrachtet wie die Menschen.

Für diese Untersuchung weiter von Bedeutung ist die Bezeichnung der Stadt Hammamet: *Gestern waren wir in Hammamet in der Araber-Stadt*. Die Stadt wird zunächst über eine Ortsbezeichnung eingeführt und gewissermaßen geographisch »zugeordnet«: *Gestern waren wir in Hammamet*. Bis hierhin könnte eine lesende Person mit genügend Weltwissen darauf schließen, dass die Karte aus Tunesien stammt. Mit dem Fortschreiten des Satzes erfährt Hammamet jedoch die »Zuschreibung« als *Araber-Stadt*. Die Karte expliziert nicht weiter, was damit gemeint ist. Es lässt sich jedoch feststellen, dass mit *Araber-Stadt* eine Differenz konstruiert wird zwischen der Verfasserin »Tante [Elsa]« beziehungsweise der Stadt, in der sie und »ihresgleichen« wohnen, und den »Arabern«. Diese Differenz wird durch diesen Ausdruck extra betont, obwohl die Differenz bereits mehrfach hergestellt wurde. Das folgt nicht nur aus dem, was bisher analysiert wurde, sondern auch aus der Karte selbst. Sie stammt aus Tunesien, was sowohl dem Poststempel (»Tunis«) wie auch dem abgedruckten Hinweis auf der Schriftseite der Postkarte abzulesen ist. Würde es sich lediglich um einen geographischen Hinweis handeln (eine Stadt in einem Land der *Araber*), wäre der Begriff *Araber-Stadt* nicht weiter nötig. Offensichtlich schwingen dabei andere Bedeutungen mit, die bei der lesenden Person ausgelöst werden sollen. Das Wort *Araber* wird zu einem Intertextualitätshinweis, welcher der Stadt

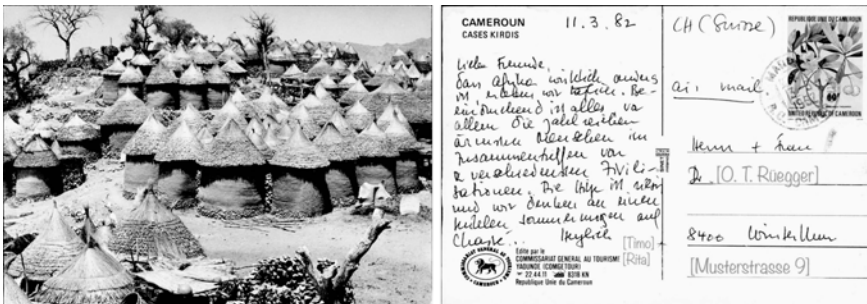
Hammamet eine ganze Reihe an (nicht genannten) Eigenschaften zuordnet: Hammamet gehört zur Kategorie »dieser« Araber-Städte ...

Abschließend soll darauf hingewiesen werden, dass in der Grußformel eine weitere geographische »Zuordnung« geleistet wird: *Viele Grüsse aus dem sonnigen Afrika*. Einerseits wird ausgedrückt, dass sich die unterschreibende Person gerade in »Afrika« befindet. Bezeichnenderweise wird nicht das Land Tunesien genannt, sondern der Kontinent Afrika. Dies geschieht auch in anderen Postkarten. Dass sich die verschiedenen Länder Afrikas auf vielfältige Art und Weise voneinander unterscheiden, erhält in diesen Fällen kein Gewicht. Stattdessen steht die Differenz im Vordergrund, die zwischen dem Eigenen und *Afrika* als einem fremden Kontinent, einer fremden Welt konstruiert wird. Das Andere in Afrika wird als Ganzes als anders aufgefasst und kann so, unabhängig von der Vielfalt innerhalb des Kontinents, gegen das bekannte Eigene gesetzt werden, ohne dass dieses Eigene (»Europa«?) benannt werden muss.

4.4 Die Armut

Nicht nur die Menschen aus dem Urlaubsraum, sondern insbesondere ihre Armut ist wiederholt Teil der Urlaubsbeschreibungen der Ansichtskarten, die für die Masterarbeit, die diesem Beitrag zugrunde liegt, untersucht wurden. In der folgenden Karte, verfasst am 11. März 1982, wird die Armut als Merkmal des Urlaubsraums besonders herausgestrichen:

Abb. 5a und 5b: Die zahlreichen ärmsten Menschen



Quelle: [anko] 130533 und [anko] 130534

Transkript: 11.3.82/Liebe Freunde/dass Afrika wirklich anders/ist, erleben wir täglich. Be-/eindruckend ist alles, vor/alle dem die zahlreichen/ärmsten Menschen im/Zusammentreffen von/[?] verschiedensten Zivili-/sationen. Die Hitze ist riesig/und wir denken an einen/kühlen Sommermorgen auf/Chasté[?]... Herzlich/[Timo] +/[Rita]

Gleich zu Beginn wird der Moment des Verfassens geographisch verortet. Wieder ist dazu von Afrika die Rede: *dass Afrika wirklich anders ist, erleben wir täglich*. Damit ist der Urlaubsraum geographisch wieder als Kontinent umrissen, auch wenn auf dem vorge-

druckten Text der Karte selbst abzulesen ist, dass sie in »Kamerun« gekauft und abgeschickt wurde. Die »Zuschreibung« der Eigenschaft *anders* erfolgt aber nicht lediglich in Bezug auf Kamerun, sondern in Bezug auf den gesamten Kontinent Afrika. Dieser wird als *anders* differenziert von der Alltagswelt. Der Urlaubsraum ist nicht wie das Eigene, sondern fremd. Dies wird mit dem Adverb *wirklich* weiter unterstrichen. Außerdem wird damit ein Intertextualitätshinweis geliefert, der auf eine Textwelt referiert, in der Afrika als bekanntermaßen fremd konstruiert wird. Die westliche Welt ist voll mit medialen Erzeugnissen über die Anderheit Afrikas (vgl. dazu etwa Leiri 1980, Zeller 2010 oder die Filme *Out of Africa* (1985) oder *Lion King* (1994/2019)). Die Karte bekommt die Funktion eines Beweises dieser Eigenschaft. Denn die Verfassenden erleben Afrika eben nicht nur als *anders*, sondern bestätigen die Andersheit sozusagen empirisch: *Afrika [ist] wirklich anders*. Ähnliches konnte in den schon behandelten Karten bei der Verwendung von Ausdrücken wie *exotisch* beobachtet werden. Im Gegensatz zum Begriff *exotisch* schwingt bei *anders* jedoch keine eindeutige Wertung mit. Wie sich dieses *anders* ausgestaltet und wie es durch die Verfassenden »bewertet« wird, bleibt jedoch auch im Verlauf des Textes unklar. Das Ausbleiben von Erklärungen konnte in den meisten hier untersuchten Karten festgestellt werden und scheint textsortentypisch zu sein. Die Konstruktion des Urlaubsraums läuft hauptsächlich über Feststellungen, selten über Beispiele oder Ähnliches.

Weiter geht es mit der Beschreibung der Menschen: *Beeindruckend ist alles, vor allem die zahlreichen ärmsten Menschen im Zusammentreffen von [?] verschiedensten Zivilisationen*. Die Eigenschaft der *Armut* wird einer Vielzahl von Einheimischen im Urlaubsraum zugeschrieben. Die Differenz zwischen der Alltagswelt und der Fremde wird hier aufgrund der unterschiedlichen Prosperität konstruiert. Gleichzeitig wird mit dem Adjektiv eine Einstellung signalisiert und die *Armut* »bewertet«. Auch hat das *beeindruckend* eine Ähnlichkeit mit Ausdrücken, die bereits in anderen Karten vorgekommen sind, wie zum Beispiel *faszinierend* oder *interessant*. Doch während erst *alles*, also ganz Afrika, als *beeindruckend* beschrieben wird, folgt dann eine Präzisierung: *vor allem die zahlreichen ärmsten Menschen im Zusammentreffen von [?] verschiedensten Zivilisationen*. Einerseits wird die »Zuschreibung« *beeindruckend* genauer spezifiziert; die Menschen sind es, die *beeindruckend* sind, weil es so *zahlreiche ärmste* sind. Die »Zuschreibung« der Eigenschaft »*Armut*« wird gleichzeitig »bewertet« mit der bewertenden Aussage, dass es für die Verfassenden *beeindruckend* ist. Die Einheimischen und ihre *Armut* werden als etwas für die Reisenden zur Verfügung Stehendes konstruiert. Alles kann »bewertet« werden, und es wird tatsächlich auch »bewertet«, sei es das *unglaubliche* Licht oder die *beeindruckende* *Armut*. Der touristische Blick beobachtet den Urlaubsort in Relation zu sich selbst und setzt alles in ein Verhältnis zu sich selbst. Der Urlaubsort steht als Urlaubsort der »Bewertung« der Reisenden komplett zur Verfügung.

Auch die *Hitze* ist auf dieser Karte zum Abschluss noch Thema: *Die Hitze ist riesig und wir denken an einen kühlen Sommermorgen auf Chasté*. Dass *Hitze* nicht nur gut sein kann, sondern auch zu viel »des Guten«, kann auch anhand anderer Karten belegt werden. Doch hier ist die *Hitze* so *riesig*, dass an kühlere Orte gedacht wird. Das ungewohnte, fremde Wetter mit der zu großen *Hitze* kann dazu führen, dass die Reisenden sich aus dem Urlaubsraum in einen anderen, kühleren (Urlaubs-)Raum träumen.

5 Fazit

Die Untersuchung hat gezeigt, dass die auf Ansichtskarten zu findenden »stereotypen Beschreibungen eines gelungenen Urlaubs« (Diekmannshenke 2008: 90) zu großen Teilen aus Vorurteilen und Stereotypen bestehen. Das »exotische Afrika« voller »Kamele und Neger« ist eine vorurteilsbeladene Konstruktion von Fremdheit, die den Urlaubsraum als solchen konstituiert. Dies kann als touristischer Mehrwert gezählt werden, insofern es sich bei Ansichtskarten um eine »Textualität der Welt als Sehenswürdigkeit« handelt (Hausendorf 2008: 331). Und was zu sehen »würdig« ist, ist durch die Vorurteile bereits von Anfang an klar. Hin und wieder kann es aber auch vorkommen, dass man sich an das »Fremde« *gewöhnen* muss.

Eine der wichtigsten Erkenntnisse aus der vorliegenden Untersuchung ist, dass ein starker Bezug zwischen Bild- und Textseite der Karten besteht. Die Konstruktion des Urlaubsraumes auf den Karten ist stark an die Bildseite gekoppelt. Die Verbindung der beiden Seiten der Ansichtskarte greift in den Text ein, insofern oftmals über das berichtet wird, was die Bildseite bereits zeigt. Lokale Eigennamen oder explizite andere Referenzen sind nicht mehr nötig, sofern die Bildseite diese bereits expliziert. Sie können ausgeschrieben werden, können aber genauso gut fehlen. Auch die Andersheit des Urlaubsraumes muss in vielen Fällen nicht weiter ausgeführt werden, sondern wird schon vorausgesetzt. Die Ansichtsseite liefert möglicherweise bereits einen Ausschnitt des touristischen Blickes und steuert ihrerseits wieder die Beschreibung des Raumes. Es kann allerdings anhand der Texte nicht festgestellt werden, ob die Ansichtskarte danach ausgesetzt wird, worüber geschrieben werden soll, oder ob die Bildseite Einfluss auf den Text nimmt. Eine Parallelität der beiden Seiten lässt sich jedoch in den vorliegenden Beispielen sehr oft feststellen.

Die »Zuschreibungen« und »Bewertungen« von Urlaubsorten im Sinne spezifisch aufgeladener Urlaubsräume – im Sinne des »exotischen Afrika« – sind in den untersuchten Ansichtskarten vordergründig. Dies lässt darauf schließen, dass eine pragmatische Nützlichkeit der Textsorte die Lösung der Aufgaben »Zuschreibung« und »Bewertung« von Urlaubsräumen sein könnte. Es finden sich nur wenige Stellen, bei denen nur die Aufgabe der »Zuordnung« gelöst wird. Die Ansichtskarte scheint als Textsorte die »Zuordnung« bereits zu übernehmen, so dass sie für die Verfassenden nicht mehr zwingend wird. Außerdem konnte festgestellt werden, dass gerade positive »Bewertungen« keiner weiteren Ausführungen bedürfen. Sie gehören bei der Textsorte Ansichtskarte dazu und erfüllen in erster Linie die Erwartung an die Textsorte. Erst wenn Erfahrungen nicht dem Ideal des gelungenen Urlaubs entsprechen, wird weiter ausgeholt und die »Bewertung« mit Ausführungen unterfüttert. Um eine statistische Relevanz dieser Ergebnisse behaupten zu können, müssten allerdings größer angelegte Untersuchungen durchgeführt werden. Besonders die Frage, welche »Bewertungen« einer Ausführung bedürfen und welche einfach in den Raum gestellt werden können, erscheint interessant, gerade auch im Hinblick auf die stereotypen Formulierungen auf den Ansichtskarten. Bei negativen »Bewertungen« bewährt sich dann der *tourist gaze*, indem die Differenz deutlich herausgestrichen wird. Das Fremde im Urlaubsraum bleibt eben fremd und wird diesem zugeordnet. Damit kann einer ernsthaften Auseinandersetzung mit dem Eigenen im Fremden und dem Fremden im Eigenen aus dem Weg gegangen werden.

Der vorurteilsbeladene tourist gaze erlaubt nur den Blick auf einen Urlaubsraum, auf eine Ansicht. Der Blickpunkt, von dem dieser Blick aus erfolgt, bleibt ganz außerhalb der Darstellung. Die Ansichtskarten sind so durch die Vermittlung von vorurteilsbelasteten und stereotypen Bildern an der Konstruktion »Afrikas« als Urlaubsraum unmittelbar beteiligt. An gewisse Differenzen muss man sich vielleicht erst *gewöhnen* – aber keine Sorge: *es gefällt uns ganz ausgezeichnet.*

Literatur

- Arndt, Susan/Hornscheidt, Antje (2004): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster: Unrast.
- Bibliographisches Institut (2019): Stichwort ›exotisch‹, in: Duden Online. Online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/exotisch> [15.05.2019].
- Culler, John (1981): Semiotics of Tourism. In: American Journal of Semiotics 1, 127–140.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. In: Inge Pohl (Hg.): Semantik und Pragmatik – Schnittstellen. Bern: Peter Lang, 83–108.
- Diekmannshenke, Hajo (2011): Zwischen Ansicht und Adresse: Tradition und Variation in der Postkartenkommunikation. In: Martin Luginbühl/Daniel Perrin (Hg.): Muster und Variation. Medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text. Bern: Peter Lang, 19–50.
- Hahn, Alois (1994): Die soziale Konstruktion des Fremden. In: Walter M. Sprondel (Hg.): Die Objektivität der Ordnungen und ihre kommunikative Konstruktion. Für Thomas Luckmann. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag, 140–166
- Hausendorf, Heiko (2000): Zugehörigkeit durch Sprache. Eine linguistische Studie am Beispiel der deutschen Wiedervereinigung. Tübingen: Niemeyer.
- Hausendorf, Heiko (2002): Kommunizierte Fremdheit. Zur Konversationsanalyse von Zugehörigkeitsdarstellungen. In: Kotthoff, Helga (Hg.): Kultur(En) im Gespräch. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 25–60.
- Hausendorf, Heiko (2008): Zwischen Linguistik und Literaturwissenschaft: Textualität revisited. Mit Illustrationen aus der Welt der Urlaubsansichtskarte. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 36 (3), 319–342.
- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte – über Randerscheinungen von Textualität. In: Germanistik in der Schweiz – Onlinezeitschrift der Schweizerischen Akademischen Gesellschaft für Germanistik 6, 5–19. Online unter: https://www.sagg-zeitschrift.unibe.ch/6_09/hausendorf.html [24.09.2021].
- Jambo. In: Wiktionary. Das freie Wörterbuch. Online unter: <https://de.wiktionary.org/wiki/jambo> [16.05.2019]
- Leiris, Michel (1980): Phantom Afrika. Tagebuch einer Expedition von Dakar nach Djibouti 1931–1933. Band 1. Frankfurt a.M.: Syndikat.
- Luhmann, Niklas (2017): Die Realität der Massenmedien. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.
- Luhmann, Niklas/Fuchs, Peter (1989): Reden und Schweigen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Lüthy, Corinne/Ulrich, Reto/Uribe, Antonio (2015): Darstellungen Afrikas. Der Blick von »ausen«. In: Kaboom. Afrikanische Comics im Fokus. Online Unter: <https://bit.ly/3qYzqLZ> [22.11.2021].
- Reichart-Burikukiye, Christiane (2001): Wo liegt Afrika? Das Afrikabild an Berliner Schulen. In: Ethnographische Momentaufnahmen, Berliner Blätter 25, 72–97.
- Schrüfer, Gabriele (2003): Verständnis für fremde Kulturen. Entwicklung und Evaluierung eines Unterrichtskonzepts für die Oberstufe am Beispiel von Afrika. Bayreuth: Dissertation Universität Bayreuth.
- Suaheli lernen. In: Kenia Reisen. Online unter: <https://www.keniareisen.de/kenia-reise-informationen/reisevorbereitungen-wichtige-informationen/179/suaheli-lernen.htm> [16.05.2019].
- Tröger, Sabine (1993): Das Afrikabild bei deutschen Schülerinnen und Schülern, Saarbrücken: Breitenbach.
- Urry, John (2002): The tourist gaze. London: Sage Publications.
- Wöhler, Karlheinz/Pott, Anderas/Denzer, Vera (2010): Formen und Konstruktionsweisen von Tourismusräumen. In: Karlheinz Wöhler/Andreas Pott/Vera Denzer (Hg.): Tourismusräume. Zur soziokulturellen Konstruktion eines globalen Phänomens. Bielefeld: transcript, 11–20.
- Zeller, Joachim (2010): Weisse Blicke – Schwarze Körper. Afrika im Spiegel westlicher Alltagskultur. Erfurt: Bilder aus der Sammlung von Peter Weiss.

