

»s'Bild isch kein bschiss!«

Was uns Verweise auf die Bildseite über die Textsorte der Ansichtskarte verraten

Maike Kellenberger

1 Text und Bild der Ansichtskarte

Der vorliegende Bericht ist als Wiederaufnahme eines Themas zu verstehen, das ich in meiner Bachelorarbeit (2018) bearbeitet habe. In deren Rahmen habe ich über fünfhundert dialektale Urlaubskarten händisch nach Bildverweisen untersucht und interpretative Erkenntnisse anhand von exemplarischen Kartenbeispielen besprochen. Die grundlegende These und die Motivation für die folgenden Überlegungen blieben dieselben, der vorliegende Bericht verlässt allerdings den eingeschränkten Rahmen dieser Daten und bezieht nun das gesamte Korpus mit ein: [anko] enthält über 12.000 mit Annotationen angereicherte Ansichtskarten aus den Jahren 1950–2010, gesammelt am Deutschen Seminar der Universität Zürich (vgl. Sugisaki et al. 2018). Über die Plattform CQP-Web ist das Korpus zum Beispiel nach Wortkombinationen durchsuchbar. Dies habe ich mir für diesen Beitrag zunutze gemacht. Dessen ungeachtet sind die meisten Überlegungen der textnahen händischen Arbeit an den fünfhundert Karten zu verdanken.

In der Praxis rezipieren wir üblicherweise nicht mehr als eine, in der Hauptsaison vielleicht zwei, höchstens drei Urlaubskarten innerhalb eines kurzen Zeitfensters. Die [anko]-Sammlung ermöglicht es uns nun, diese Anzahl zu verhundert- und zu vertausendfachen. Unter den ersten Erkenntnissen, die ich bei der Sichtung gewann und von der ich überzeugt bin, dass wir ihr alle intuitiv zustimmen, sticht die folgende besonders hervor: Zum einen sind die Texte auf den Ansichtskarten äußerst vielfältig. Zum anderen sind sie alle gleich. Wie passt das zusammen?

Die Urlaubskarte vereint die vermeintliche Gegensätzlichkeit, indem sie als Textsorte so stark reguliert ist, dass sie, sobald und solange dem »vorgegebenen« Muster gefolgt wird, große Freiheiten nicht nur zulässt, sondern sogar fördert:

Insgesamt zeichnet sich die Kommunikation mittels Postkarte dadurch aus, dass sie einerseits starken Zwängen ausgesetzt ist, vor allem durch den begrenzten Raum für den individuellen Kartentext, was häufig zu Wiederholungen und stereotypen Formu-

lierungen führt. Andererseits ist sie gekennzeichnet durch den Versuch, mit diesen Einschränkungen kreativ umzugehen und sie immer wieder zu durchbrechen (Diekmannshenke 2011: 21).

Die Karte erfüllt ihre Aufgabe der Kontakt- und Grußfunktion ebenso gut mit einem spiralförmigen Gedicht wie mit einem Einwort-Gruß.

Ansichtskarten sind Wege des Mitteilens und des Teilens, des Teilhaben-Lassens an der Erfahrung der Urlaubswelt. Sie sind (an)fassbarer Ferienbeweis und sind nach wie vor sehr verbreitet, während andere Korrespondenzen schon lange auf elektronischen Wegen reisen. Die Geschichte der Ansichtskarte beginnt gerade ohne das Merkmal, das sie heute so distinktiv von anderen Text(sort)en abgrenzt; »die ersten Postkarten [enthielten] keine Bilder [...], sondern nur Schrift« (Siever 2015: 328). Als das Bild dazukam, wurde der Text häufig auf das Bild geschrieben. Die uns heute vertraute Aufteilung in Bild- und Textseite wurde erst später vollzogen (vgl. zum Zusammenspiel von Text- und Bildfeld auch die Beiträge von Diekmannshenke, Hausendorf und Wolff in diesem Band).

Die Grenzen zwischen Bild- und Textraum sind tatsächlich aber weniger scharf, als es ihre materielle Trennung suggerieren könnte. Manche Verfasserin zieht es doch (auch) auf die Bildseite. »[Das] bekannte Kreuzchen am Hotelbalkon, ein Hinweispeil oder ein ironischer Kommentar zum Bild selbst« (Diekmannshenke 2011: 45) – Text(chen) in das Motiv zu schreiben, ist erlaubt. Umgekehrt kann die Ansicht als Informationsressource für den Mitteilungstext genutzt werden. Hin- und Verweise auf die Bildseite sind feste Komponenten im Repertoire der Textsorte. Schließlich werden sie gerade durch die einzigartige Materialität, die Beidseitigkeit der Ansichtskarte, ermöglicht und begünstigt. Diese ist selbst gerade eines der Haupterkennungsmerkmale:

In der Ansichtskarte und der Fahrkarte z.B. haben bestimmte Texthandlungen (im Sinne der Kontakt- bzw. der Belegnützlichkei) eine materiale Form gefunden, die Textsortenindizierend wiedererkannt werden kann (ohne dass z.B. die aufgedruckte oder aufgeschriebene Schrift dafür noch gelesen werden muss) (Hausendorf et al. 2017: 320).

So ist es, glaube ich, nicht zu gewagt, auch die Bildverweise zu den Erkennungsmerkmalen der Textsorte zu zählen. »Wie du hinten siehst« ist für die Urlaubskarte, was »wechselnd bewölkt, teilweise Schauer« für den Wetterbericht ist (vgl. Bahr 2011).

Die »pragmatische Nützlichkei« (Hausendorf 2019: 302) der Ansichtskarte ergibt sich sowohl durch die »Kontaktnützlichkei mit integrierter Selbstdarstellung als »Fernreisende/r«« (ebd.) als auch durch die »Darstellungsnützlichkei« (ebd., Darstellung der eigenen Urlaubserfahrung). Hauptsächlich zu der letztgenannten, aber auch zur davor genannten Funktion trägt die Bildseite nicht unerheblich bei. Sie wird auf vielfältige Arten im handschriftlichen Text der Absenderin integriert und darin thematisiert. Ziel dieses Beitrags ist zunächst, die Form(en) und Funktion(en), die ein Bildverweis an bzw. übernehmen kann, zu besprechen, um dann daran anknüpfend seine Beziehung zur Textsorte zu beleuchten. Können uns die Verweise etwas über die Art und Weise verraten, wie die Aufgabe »Urlaubsgruß produzieren/rezipieren« gelöst wird? Finden wir in den Bildverweisen Spuren von Lesehinweisen?

Im Folgenden verweise ich an verschiedenen Stellen auf ›semantische Kategorien‹. Sie bezeichnen Themenbereiche, die bei der Beschreibung der Urlaubswelt – im semantischen ›Urlaubsframe‹ – regelmäßig zur Sprache kommen, wie etwa das Wetter ([Weather]) oder die Unterkunft ([Accommodation]). Definiert werden diese Slots in der Arbeit von Sugisaki et al. (2018: 67) wie folgt: »the theme of the frame is to be on holiday and the constituents of knowledge (i.e., slots) are possible ways to be filled with actual text (i.e., fillers)«. Das Füllen dieser thematischen Slots trägt zu einem erfolgreichen Lösen der Aufgabe ›Feriengruß versenden‹ bei. Vor dem Hintergrund der vorliegenden Fragestellung sind insbesondere die Wetter- und Ortskategorie ([Location]) interessant. Hervorheben möchte ich auch die Kategorie [extra-diegetic], in die Textelemente fallen, die die Urlaubswelt verlassen und sich nicht auf sie, sondern auf etwas ›außerhalb‹ von ihr beziehen, oft in dialogsimulierender Weise: »Habe soooooo lange nichts von Dir gehört, wie geht es Dir?« ([anko] 300597).

2 Zur Ausdrücklichkeit des Bildverweises

Die Beziehung zwischen handschriftlichem Text und vorgedrucktem Bild ist dadurch nahegelegt, dass es sich um die beiden Seiten derselben Karte handelt. In der schriftlichen Referenz auf das Motiv manifestiert sie sich in lesbarer Weise. Dieser Verweis kann auf mehr oder weniger explizite Art erfolgen; manchmal ist es ein deutliches »schau mal so viele Lampions hängen in den Strassen« ([anko] 90949), manchmal ein subtileres »Hier oben merkt man nichts von der Fasnacht« ([anko] 20399), weil ›hier‹ vielleicht dazu anhält, die Karte zu drehen und sich die fehlende [Location]-Information auf der Bildseite zu holen. Auf dem Kontinuum der Ausdrücklichkeit der Verweise kann man so weit gehen, bis man tatsächlich keine Spuren mehr findet – und noch immer könnte man argumentieren, dass der Verweis gleichwohl besteht: gerade, wenn der Text dazu fehlt. Darauf komme ich am Ende des Kapitels noch zurück. Beginnen wir stattdessen bei den Verweisen, die eine deutliche Sprache sprechen.

2.1 Explizite Verweise: Wertende Thematisierung

Wird das Bild vom Schreibenden explizit thematisiert, geschieht das häufig, um es zu bewerten und gleichzeitig um das Gegenüber zur Bewertung einzuladen. Dies ist interessant vor dem Hintergrund, dass bei der Auswahl des Motivs eine gewisse, wenn auch sicher keine komplette Freiheit herrscht. Beispiele wie »Gäu, das isch e luschtig Charte? [Gäll, das ist eine lustige Karte, oder?]<« ([anko] 20397) oder »Wie versproche schribi do dir dini Charte (=) Leider miteme normale Motiv (=) [Wie versprochen schreib ich dir hier deine Karte (=) Leider mit einem normalen Motiv]<« ([anko] 80259) weisen auf eine intuitiv wenig überraschende Musterhaftigkeit der Textsorte Ansichtskarte hin: Die ›normale‹ Bildseite ist ein (möglichst) eindrucksvolles Abbild des Urlaubsortes.

So kann z.B. bei Urlaubspostkarten festgestellt werden, dass sich typische Bildmotive herausbilden, die gern zitierten ›Postkartenidyllen‹ oder solche Bilder, die als klischee-

hafte Insbildsetzung eines ›gelungenen Urlaubs‹ interpretiert werden können (Diekmannshenke 2011: 34).

Aufgabe der Bildseite ist es, Abbild der schönsten Seiten des jeweiligen Ortes zu sein, eine Ansicht zu bieten, die das Ferien-Potenzial bestätigt. Wie mit jeder kann auch mit dieser Norm gebrochen werden; sodann wird wahrscheinlicher, dass von Senderseite die Motivation hinter der Motivwahl thematisiert wird. Dies scheint bei einer ›normalen‹ Karte nicht nötig. Warum erklären, dass ich den Erwartungen des »Gruss-Rituals« (Hausendorf 2019: 300) nachkomme? Andeutungen auf Normverstöße finden sich bspw. in Bildverweisen wie »Bi dä Station hät mer so lässi Charte (oder au nid) chöne näh und ha gfunde diä passi uuu mega zu dir [Bei der Station konnte man solch lässige Karten (oder auch nicht) nehmen und ich fand, die passe [super] mega zu dir]« ([anko] 80305). Als unwissende ›Beileserinnen‹ der Karte bleibt uns verborgen, warum diese Karte »uuu mega« passt. Aber als ebenfalls mit dem Ritual Vertraute können wir der Bildseite eine mögliche Untypischheit unterstellen, ohne sie gesehen zu haben.

»Zum Ritual gehört es, dass Schreibende und Lesende um das Ritual wissen und dieses Wissen [...] gezielt für Abweichungen nutzen und kleine Normverstöße [...] in Szene bzw. auf die Karte setzen können« (Hausendorf 2019: 301): Dies gilt nicht nur für die Wort-, sondern auch für die Motivwahl.

Abb. 1: *frozen*



Quelle: [anko] 80306

Die Thematisierung des Motivs kann eine weitere Funktion erfüllen, wie sie am obigen Beispiel schön dargestellt ist (›ha gfunde diä passi uuu mega zu dir‹): Das Entfernen vom Typischen zugunsten der Annäherung an das Persönliche etabliert Nähe zwischen Senderin und Empfängerin. Holzheid spricht von Beziehungsstärkung:

In der dialogsimulierenden Frage ›Wie gefällt Dir denn diese Karte?‹ schwingt nicht nur die Hoffnung mit, das Richtige ausgesucht zu haben [...]. Die Gefallensfrage als Bildkommentar verleiht dem Kommunikat ein wichtiges beziehungsstärkendes Moment, indem sie der gegenseitigen Versicherung zu gemeinsamer Geschmacksorientierung dient (Holzheid 2008: 286).

Extra-diegetische Elemente, zu denen auch die »Gefallensfrage« gehört, schlagen oft, aber nicht zwangsläufig Brücken zwischen der (eigenen, temporären) Urlaubserfahrung und der (dauerhaften, zur Zeit aber uneigenen) »Alltagswelt«. Der Anschluss kann auch zwischen der Sender- und der Empfängerurlaubswelt geschaffen werden. »Gfaut Dir dä toll Ma. Das wär no eine für üs zwöi. Aber Du hesch jo z'Griecheland sicher gnue settig Type [Gefällt Dir dieser tolle Mann. Das wär noch einer für uns zwei. Aber Du hast ja in Griechenland sicherlich genug solcher Typen]« ([anko] 20645). Hier wird wieder »dialog-simulierend«, nämlich im Präsens, über die gerade im Moment des Erfahrens befindliche Urlaubswelt berichtet und über diejenige des Gegenübers gemutmaßt (»Du hesch jo sicher gnue settig Type«) – freilich im Bewusstsein, dass die Karte vom Adressaten erst nach Abschluss des Urlaubs gelesen wird und also nicht nur dem Feriengruß, sondern gleichermaßen dem Erinnerungsanstoß dienen wird. Darüber ließe sich leicht ein weiterer Beitrag schreiben.

Dass bis jetzt alle besprochenen »expliziten Bildverweise« extra-diegetischer Natur waren, soll nicht suggerieren, dass die ausdrückliche Thematisierung der Bildseite im Text grundsätzlich »nach außen« gehen muss. Ebenso wenig muss ein »Normverstoss« vorliegen, wenn die Bildseite explizit genannt wird. Im Gegenteil: Dass gerade eine typische, sicherlich nicht normverstossende Ansicht – wie beispielsweise ein verschneites Dorf – auch tatsächlich der Realität entspricht (und »standhält«), kann gleichermaßen Auslöser sein, um das Bild zu thematisieren und zu bestätigen. »Das Dorf ist wirklich so tiefverschneit wie auf der Karte hier« ([anko] 210373) oder, auf den Punkt gebracht: »S'Bild isch kein bschiss [Das Bild ist kein Beschiss]« ([anko] 80081).

2.2 Explizite Verweise: Erläuternde Thematisierung

Etwas ausführlicher sind Verweise, die der Erläuterung der Ansicht dienen. Sie binden an eine semantische Kategorie an, die von Sugisaki et al. (2018) als Unterkategorie von [Location] festgesetzt wird: [Knowledge], das Wissen des Absenders über die [Location]. Die Bildseite wird zum Anlass, dieses Wissen an die Empfänger weiterzugeben.

Sprachlich manifestieren sich derartige Erläuterungen in deutlichen Verweisen wie »Das wo du uf de Charde gsesch isch nur ei höhli miteme See! [Das was du auf der Karte siehst ist nur *eine* Höhle mit einem See]« ([anko] 60601) oder in Formulierungsmustern mit »das ist:« »Hallo Ursula, das ist eine An(?)sicht meiner 3. Heimat« ([anko] 10687).

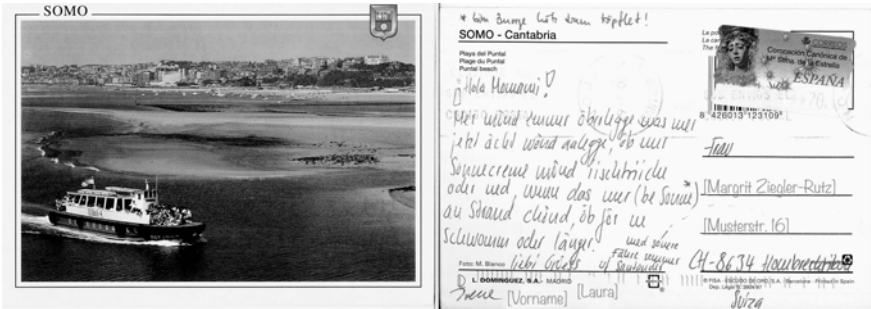
Das Sichtbare wird für die Empfängerin beschrieben, erklärt oder spezifiziert. Die Bildseite in ihrer Rolle als Auslöser für Wissenskommunikation (Kategorie [Knowledge]) zeigt sich anschaulich an einer Karte aus Rumänien: »Hoi Momami! Das esch d'Borg Bran, wo als Borg vom Dracula vermarktet wird, obwohl dä gar nie da gsi esch [Das ist die Burg Bran, die als Burg von Dracula vermarktet wird, obwohl der gar nie da war]« ([anko] 70139).

Ich gehe davon aus, dass mit der Bildseite einer Ansichtskarte Information nicht nur gesendet werden *kann*, sondern zwangsläufig immer auch gesendet *wird*. Die Bildseite kann deshalb prinzipiell Auslöser sein für die Thematisierung der fraglichen Information, vor allen Dingen dann, wenn eine solche Thematisierung der Beziehungsstärkung oder der Wissensweitergabe dienen soll. Die Bildseite kann aber auch zum Anstoss werden, die darauf abgebildete Information zu bestätigen (s. oben, »wirklich so verschneit«)

oder zu ›berichtigen‹: »Ich bin in Hsliberg Wasserwendi i de Ferie, leider gseht me üses Hüsli nöd uf de Postkarte [... in den Ferien, leider sieht man unser Häuschen nicht auf der Postkarte]!« ([anko] 80037)

Von besonderem linguistischem Interesse sind außerdem Sätze, die mithilfe eines deiktischen Ausdrucks im Sinne eines ›sprachlichen Pfeils‹ zur Bildseite verweisen, wie es hier geschieht: »med sonere Fähre semmer uf Santander [mit so einer Fähre sind wir nach Santander]« ([anko] 101215, Hervorhebung von mir, MK). Das Wörtchen »so« in »mit so einer Fähre« deutet auf die Kartenansicht. Der Erfolg dieses deiktischen Hinweises basiert zum einen auf der Position des Verweises: Der Satz erscheint nicht innerhalb des eigentlichen Mitteilungstextes, sondern ›schwebt‹ neben ihm in einem eigenen Textfeld. Zum anderen wird der sprachliche Pfeil »so« durch einen tatsächlich gezeichneten Pfeil unterstützt, der einen Bogen schlägt und auf die andere Seite ›zeigt‹.

Abb. 2a und 2b: Quelle: [anko] 101215 und [anko] 101216



Transkript mit Übersetzung: *bim Zmorge häts drum tröpflet!//Hola Momami! Mer mönd emmer oberlegge was mer jetzt ächt mönd aalegge, ob mer Sonnecreme mönd iischtriche oder ned, wenn das mer (be Sonne*) an Strand chönd, ob für ne Schwomm oder länger. Liebi Grüess/med sonere Fähre semmer uf Santander

beim Frühstück hat es getröpflet!//Hola Momami! Wir müssen immer überlegen was wir denn nun anziehen müssen, ob wir Sonnencreme einstreichen müssen oder nicht, wann das wir (bei Sonne) an den Strand können, ob für einen Schwimmgang oder länger! Liebe Grüsse/mit so einer Fähre sind wir nach Santander

Die Position und die Schriftgröße des Satzes lassen im Übrigen vermuten, dass er eher gegen Ende des Schreibprozesses, also in gewisser Weise nachträglich noch hinzugefügt wurde. Dieser Umstand motiviert eine These zur Funktionalität solcher Verweise: Verweise wie diese dienen der ›Relevanzbestätigung‹ der Ansichtseite (›die Ansicht ist relevant, weil wir mit einer solchen Fähre angekommen sind‹) und bestätigen die Annahme, dass die Bildseite grundsätzlich als Teil der ›eigenen‹ Kommunikation via Ansichtskarte wahrgenommen wird und so auch ähnlichen Ansprüchen unterworfen werden kann wie der ›eigene‹ Text. Dazu würde dann auch der Anspruch der Relevanz gehören.

2.3 Explizite Verweise zur Erfüllung der Hier-Jetzt-Prämisse

Mit der ›Hier-Jetzt-Prämisse‹ verbinde ich die Annahme, dass eine Urlaubskarte eine Momentaufnahme ist, die das Hier und Jetzt der Absenderin in Text und Bild ›einfängt‹ und als Manifestation des Moments den Empfänger so möglichst unmittelbar am Ort und am Zeitpunkt des Kartenschreibens teilhaben lässt. Diese Prämisse ist, so die Überlegung dieses Kapitels, ein Kernelement der Textsorte Ansichtskarte.

Im Ansichtskartenkorpus manifestiert sich die Hier-Jetzt-Prämisse durch die dominante Präsenz von Zeitadverbien der Gegenwart¹, vor allem im häufigen Gebrauch von ›gerade‹ (»ich relaxä gad am Strand [ich relaxe gerade am Strand]«, [anko] 60861). Erscheinen die Zeitadverbien zusammen mit einem ausdrücklichen Verweis auf das gerade gültige ›hier‹ in Form eines Bildverweises, so ist die Verbindung gleich zweifach markiert (kursiv hervorgehoben): »*Momentan* simmer in Italiä und mached en Halt bi Portofino. (*Chartä*) [Momentan sind wir in Italien und machen einen Halt bei Portofino. (Karte)]« ([anko] 80035). Diese Beobachtung wird auch anhand von Daten außerhalb von [anko] bestätigt:

Einen zweiten, weitaus häufigeren Typ des explizit verbalen Bildbezugs stellt die deiktische Kennzeichnung des momentanen Aufenthaltsortes dar. Dazu werden kurze Kommentare (»hier wohne ich [...] zur Ansicht hinzugefügt (Holzheid 2008: 288).

Versteht man die Hier-Jetzt-Prämisse allerdings tatsächlich als konstitutives Element der Textsorte Ansichtskarte, ist die sprachliche Bestätigung durch Zeitadverbien nicht zwingend notwendig. Im Gegenteil besteht die Hier-Jetzt-Prämisse – dass der Text, der Erfahrungen im Jetzt beschreibt, an dem Ort verfasst wurde, der das Hier zeigt – so lange, bis ausdrücklich etwas anderes gesagt wird: »Letscht Wuche sind mir z'Granada gsi (uf derä Charte d'Alhambra? Rots Schloss z'Granada) und die Wuche Z'Almuñécar [Letzte Woche waren wir in Granada (auf dieser Karte die Alhambra? Rotes Schloss in Granada) und diese Woche in Almuñécar]« ([anko] 60663).

3 Implizite Verweise: Lokaldeixis

Implizite Verweise auf die Bildseite sind weniger deutlich in ihrer Aufforderung, die Bildseite zu konsultieren, was aber nicht bedeutet, dass diese Aufforderung nicht bestehen würde. Implizite Verweise sind gerade aufgrund ihrer ›Implizitheit‹ vor dem Hintergrund der eingangs gestellten Frage von besonderem Interesse, was uns Bildverweise über die Textsorte Ansichtskarte verraten.

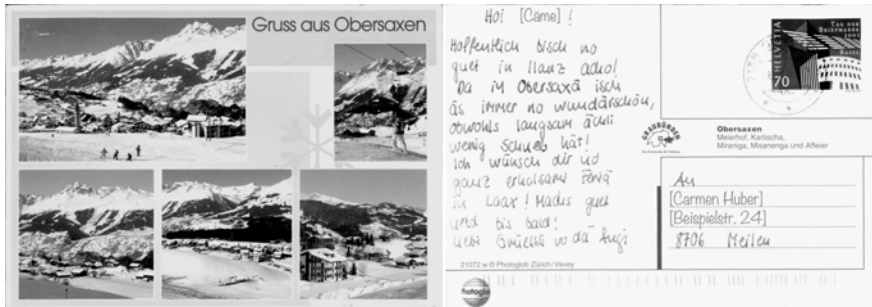
Unter ›impliziten‹ Verweisen verstehe ich v.a. Formulierungen, die lokaldeiktische Ausdrücke enthalten, allen vora ›hier‹. Darunter gibt es solche, die den Ort im selben Satz noch nennen: »Ich grüsse dich hier aus dem kalten Catania in Sizilien« ([anko] 162615), »Hier in der Bretagne haben wir sehr schönes Wetter« ([anko] 46956). In diesen Fällen wird die Lokaldeixis kataphorisch, d.h. im Geschriebenen selbst aufgelöst.

1 Die Suche im [anko]-Korpus nach den Worten »gerade|grad|jetzt|jetz|etz|nun|momentan« ergibt über 2500 Treffer in knapp 2200 Texten.

Was aber geschieht in Sätzen ohne folgende Ortsnennung? »Liebe Doris, hier sind wir wiederum sehr zufrieden« ([anko] 250387), »Liebes Momami, die Ferien hier sind wunderschön« ([anko] 68177). Die Annahme liegt nahe, dass im deiktischen Ausdruck »hier« ein versteckter, eben impliziter Bildverweis steckt, weil er auf eine Information verweist, die häufig auf der Bildseite zu finden ist, nämlich die [Location]. Dabei ist allerdings anzufügen, dass die Bildseite nicht der einzige Ort ist, an dem das Hintergrundwissen der Kartenleserin um das benötigte Location-Update erweitert werden kann: Häufig stehen der Ortsname und/oder eine Kurzbeschreibung der Ansicht gedruckt auf der Textseite. Der Hinweis »hier« kann also auch als Verweis auf eine schon sprachlich eingeführte Ortsreferenz sein.

Das Formulierungsmuster »hier in«² findet sich im [anko]-Korpus knapp 500 Mal in knapp ebenso vielen Texten. Dieses Muster mag in Bezug auf die Bildverweise nicht viel aussagen – wie oben gezeigt gibt es keinen Grund, anzunehmen, dass das »hier« in diesen Fällen auf die Information auf dem Bild verweist –, es scheint mir aber aufgrund der Auftretenshäufigkeit doch nennenswert. Diese Häufigkeit ist meines Erachtens nicht zufällig, sondern gehört zu der vorgängig besprochenen Hier-Jetzt-Prämisse: Die Ansichtskarte entspricht einer Stecknadel, die jetzt *hier* gesetzt wird. Beides darf ohne Weiteres mehrfach markiert werden, wie es anschaulich auf der folgenden Karte ([anko] 80297) illustriert wird: Die Bildseite zeigt fünf Motive aus Obersachsen. Daneben findet sich der Aufdruck »Gruss aus Obersachsen«. Die Beschreibung der Urlaubserfahrung beginnt mit »Da in Obersaxä isch äs immer no wunderschön [Hier in Obersachsen ist es noch immer wunderschön]«.

Abb. 3a und 3b: Gruß aus Obersachsen



Quelle: [anko] 80297 und 80298

Transkript mit Übersetzung: Hoi [Cäme]!/Hoffentlich bisch no guet in Ilanz acho! Da in Obersaxä isch äs immer no wunderschön, obwohls langsam ächli wenig Schnee hät! Ich wünsch dir no ganz erholsam Fëriä in Laax! Machs guet und bis bald! Liebi Grüessli wo de fugi

- 2 Bei der Analyse des Begriffs »hier« in CQP-Web habe ich mich ausnahmsweise auf die standarddeutsche Varietät beschränkt, da das dialektale »da« mit der standarddeutschen Subjunktion »da« zusammenfällt.

Hallo [Cäme]!/Hoffentlich bist du noch gut in Bilanz angekommen! Hier in Obersaxen ist es noch immer wunderschön, obwohl es langsam etwas wenig Schnee hat! Ich wünsche dir noch ganz erholsame Ferien in Laax! Macht's gut und bis bald! Liebe Grüsse von der fugi.

An dieser Stelle möchte ich eine weitere Form der Ortsnennung besprechen, die m.E. das Zusammenspiel von Text und Bild, das die Textsorte Ansichtskarte ausmacht, besonders eindrucksvoll illustriert. Gemeint sind Ortsnennungen im Text, die die Information von der Bildseite (oder dem Aufdruck) nicht wiederholen, sondern auf eine andere Weise ausdrücken oder ergänzen. So informiert der Aufdruck einer Karte (Beispiele [anko] 80361 und 90609) vielleicht über den genauen Urlaubsort – »Bassin d'Arcachon« oder »Tutto ok da Taormina« – im handschriftlichen Text steht dann etwas allgemeiner zu lesen: »Ach isch das schön do in Frankrich [Ach ist das schön da in Frankreich]« respektive »Da une isches eifach super [Hier unten ist es einfach super]«. Die Information wird von den beiden Kommunikationsformen (Bild und Text) nicht gedoppelt, sondern gegenseitig ergänzt und vervollständigt (in den Beispielen im Sinne der in der Textlinguistik bekannten »verallgemeinernden Wiederaufnahme«).

4 Ohne Verweis auf Bildseite

Wie in der Einleitung angesprochen, ist auf der Ansichtskarte eine starke Reduktion des (Mitteilungs-)Textes möglich, ohne dass die Lösung der kommunikativen Aufgabe (Urlaubsgruß schicken) davon beeinträchtigt wird. Dies ist, wie ebenfalls eingangs besprochen, u. a. der Materialität und Musterhaftigkeit der Ansichtskarte zu verdanken.

Auf einer Karte, die von Textreduktion zeugt, ist weder ex- noch implizit ein Bildverweis formuliert: »En huere schtress [Ein verdammter Stress]! Viele Grüsse « ([anko] 150711). Dennoch könnte man argumentieren, dass ein Bildverweis vorhanden ist, insofern er dank der Hier-Jetzt-Prämisse, die ich als Kernelement der Textsorte verstehe, der Textsorte ohnehin inhärent ist: Der handschriftliche (!) Text, möge er auch noch so kurz sein, erfüllt das »Jetzt«, und die Bildseite erfüllt das »Hier«. In diesem Sinne trägt jede Ansichtskarte einen Bildverweis mit sich. Zusätzlich könnte man die Frage aufwerfen, ob eine so stark reduzierte Textseite das Gewicht der Bildseite nicht sogar erhöht und so in gewisser Weise eher noch verstärkt auf sie verweist. So gesehen ergibt sich eine Aufforderung an die Leserin, jetzt erst recht nach den Informationen auf der Bildseite zu schauen und einen Zusammenhang zwischen Text und Bild herzustellen, wenn sich der Text (wie im letzten Beispiel) nicht nur auf den Gruß beschränkt.

5 (Sprachliche) Musterhaftigkeit der Bildverweise

Die expliziten Bildverweise erscheinen nicht grundsätzlich an feste sprachliche Muster gebunden. Dafür sind ihre Funktionen und Manifestationen tatsächlich zu unterschiedlich. Abgesehen von der regelmäßigen »Gell«-Interjektion ist das explizite Bewerten oder Kommentieren der Ansicht keiner oberflächlichen Musterhaftigkeit unterworfen. Es lässt sich gleichwohl ein Muster erkennen, insofern die Wahrscheinlichkeit, dass ein

Motiv im Text thematisiert wird, mit dessen Normnähe zusammenzuhängen scheint. Es wäre deshalb interessant, das [anko]-Korpus mit Annotationen der Bildseite und der Kategorisierung ›Bildverweis vorhanden/nicht vorhanden‹ anzureichern, um diese Tendenz in einem größeren Rahmen zu überprüfen.

Eine untypische und dafür personenspezifische Motivauswahl auf der Ansichtseite kann offenbar zur Beziehungsetablierung genutzt werden (vgl. dazu auch den Beitrag von Wolff in diesem Band). Die Motivwahl ist also ebenso wie die Registerwahl im Gespräch abhängig von der Beziehung zwischen Produzent*in und Rezipient*in. Die (Auswahl der) Bildseite ist insofern einem ähnlichen Prozess unterworfen wie der Text auf der Karte.

Erläuterungen des Motivs oder Beigaben von zusätzlicher Information – ebenfalls deutliche, explizite Verweise auf die Bildseite – lassen eher sprachliche Muster erkennen. Dazu gehören die Verwendung von Zeigepartikeln (›so sieht [x] aus‹) und von Demonstrativpronomen (›das ist [x]‹).

Diejenigen (in diesem Beitrag zumeist als implizit verstandenen) Verweise, die der Hier-Jetzt-Prämisse zuarbeiten, zeigen sprachliche Muster auf, insofern sie eine beschränkte Auswahl an sprachlichen Mitteln zur Verfügung haben, namentlich Zeit- und Ortsadverbien; die Absenderin ist *gerade hier* und war *letzte Woche* noch *dort*.

Musterhaftigkeit könnte den Bildverweisen außerdem in Anbetracht der semantischen (Urlaub-)Slots unterstellt werden, deren Füllung sie entweder ganz übernehmen oder zu deren Füllung sie beitragen. Die impliziten Verweise via Lokaldeixis informieren naturgemäß über [Location]. Wir haben auch gesehen, dass sie zur Füllung des [Weather]-Slots genutzt werden (s.o. »Das Dorf ist wirklich so tiefverschneit wie auf der Karte hier« [anko] 210373) oder zur Information über die [Accommodation] beitragen können: »Ich bin in Hslberg Wasserwendi i de Ferie, leider gseht me üses Hüsli nöd uf de Postkarte!« ([anko] 80037)

6 Platzierung im Text

Es ist also nicht nur und nicht primär die sprachliche Realisierung, die die Musterhaftigkeit des Verweises ausmacht. Tatsächlich ist es die Platzierung, aus der ein Muster hervorgehen könnte: Nach der intensiven Auseinandersetzung mit den fünfhundert Dialektkarten hat sich der Eindruck verfestigt, dass Verweise auf das Bild, unabhängig von ihrer Ausdrücklichkeit, bevorzugt an zwei Positionen erscheinen:

- 1) Sie können außerhalb des eigentlichen Mitteilungstexts erscheinen, gewissermaßen eigenständig. Das kann, wie wir es schon gesehen haben, durch ein visuell abgetrenntes und so als eigenes erkennbares Textfeld geschehen (s.o. »med sonere Fähre semmer uf Santander«, [anko] 101215). Oder durch Platzierung in einem Postskriptum, veranschaulicht an diesen beiden Beispielen: »Auf baldiges Wiedersehen/Uwe & Monica [NN]/P. S. Hier sehen Sie nahe Ruine »Schenkenberg« ([anko] 170223), »Bisher lief alles gut ausser bei Samuel, er brach sich was. Liebe Grösse/Christoph Anik/P. S.: Diese Karte zeigt nicht unser Skigebiet« ([anko] 101171).

- 2) Verweise können aber auch zu Beginn des Mitteilungstextes als erstes urlaubsbezogenes Element auftreten. Vor den Verweis auf die Bildseite dürfen sich offenbar sowohl extra-diegetische als auch grüßende Elemente ›drängen‹: »Liebe Maria, ich bin froh, dass es Dir gut geht, danke für die Nachricht. Hier genieße ich die Ruhe.« ([anko] 91402)

Die zuletzt genannte Platzierung scheint (wie im Beispiel) v.a. für die impliziten, lokaldeiktischen Verweise zu gelten.

Um diesen Eindruck zu überprüfen, habe ich einhundert randomisierte Treffer des Wortes »hier« in [anko] bezüglich ihrer Position im Text kategorisiert. In 42 von 100 Fällen steht es tatsächlich in der oben beschriebenen Position (2), also entweder direkt zu Textbeginn oder aber nach extradiegetischen/grüßenden Elementen, so in »Unsere Lieben, seid ihr wohl gut heimgekehrt nach Eurer schönen Reise? Wir geniessen es hier sehr wie immer, fahren Ski laufen lang und lassen es uns wohl sein« ([anko] 81189). Die verbleibenden 58 Fälle umfassen alle anderen Textpositionen wie auch jene Erscheinungen von »hier«, die zwar ebenfalls in Erstposition stehen, aber sich auf später im Satz spezifizierte Ortsnennungen beziehen könnten. In anderen Worten: In fast der Hälfte aller ausgewählten »hier«-Fälle bezieht sich der lokaldeiktische Ausdruck auf eine Information, die nicht im von Hand verfassten Text³ steht.

Das bedeutet, dass die [Location]-Information, mit der die Lokaldeixis aufgelöst werden kann, anderweitig eingeholt werden (oder bereits eingeholt worden sein) muss. Dazu gibt es, wie bereits wiederholt hervorgehoben, auf der Ansichtskarte zwei Möglichkeiten: die Ansicht der Bildseite oder die Lektüre womöglich vorhandener Aufdrucke auf der Textseite.

7 Bedeutung für die Textsorte

Die beiden Seiten unserer Urlaubskarte können nicht (mehr⁴) gleichzeitig rezipiert werden und begünstigen so »eine Rezeption des Drehens und Wendens« (Hausendorf 2019: 299). Dabei wird in der Forschung nicht von einer Hierarchie des Handlungsablaufs ausgegangen, die sich in den Worten ›vorne‹ und ›hinten‹ spiegeln könnte: Die Rezeption des Kommunikats geschieht durch das wechselnde ›Lesen‹ sowohl des Bildes als auch des Textes, die gemeinsam erst die volle Information ergeben.

Auf der Ansichtskarte hat sich [...] eine charakteristische Beidseitigkeit von Betrachten und Lesen ausgeprägt, die es verbietet, von der Hierarchie einer ›Vorder-‹ und ›Rückseite‹ auszugehen (ebd.).

Die Platzierung der Bildverweise scheint nun aber einen leisen Verdacht zu nähren. Ergibt sich aus der Platzierung der Verweise nicht vielleicht doch eine gewisse Hierarchie zwischen den ›beiden Seiten‹ der Karte im Sinne einer Vorrangstellung der Bildseite?

3 Einschränkung spezifiziert: Die fragliche Information steht mindestens nicht im selben Satz.

4 Über die Entwicklung der Post- und Ansichtskarte: »[...] mit der Trennung von Bildseite und Sdertext [wird] die vormals visuelle Kohärenz von Bild und Text aufgegeben.« (Holzheid 2008: 280)

Abfragen im [anko]-Korpus auf der Suche nach Spuren einer solchen Hierarchie zeigen: »Vorderseite« (immer inklusive dialektaler Varianten) erscheint 16 Mal. Davon sind 15 Nennungen⁵ tatsächlich direkte Verweise auf die Bildseite, wie etwa »Gut haben wir nur zwei Wochen gebucht, sonst kämen wir so alt und grau wie (Bild siehe Vorderseite) zurück« ([anko] 170375). Die Suche nach Hinweisen auf die »Rückseite« ergibt sechs Nennungen, wovon vier auf die Rückseite der Karte (und nicht etwa die Rückseite des Hauses) referieren: »Beim (siehe Rückseite) liegen wir faul in der ab und zu anwesenden Sonne« ([anko] 80439). Eine ähnliche Verteilung zeigt die Abfrage nach den Worten »vorne« (16 der 22 Nennungen sind Verweise auf die Bildseite) versus »hinten« (keine der fünf Nennungen ist ein Hinweis auf die Ansicht).

An dieser Stelle möchte ich die Fragen aus der Einleitung wieder aufgreifen. *Können uns die Verweise etwas über die Art und Weise verraten, wie die Aufgabe ›Urlaubsgruß produzieren/rezipieren‹ gelöst wird? Finden wir in den Bildverweisen Spuren von Lesehinweisen?* Meine Beobachtungen sprechen dafür, diese Fragen zu bejahen. Die zuletzt vorgetragenen Argumente lassen m. E. den Schluss zu, dass die Rezeption zwar sicher eine des »Drehens und Wendens« (ebd.) ist, aber die erste Drehung Richtung Bildseite geht, nachdem die Ansichtsseite bereits angeschaut wurde: Zum einen sahen wir, dass die Absender*innen in [anko] die Bildseite eher als ›vorne‹ bzw. als ›Vorderseite‹ wahrnehmen und beschreiben. Zum anderen spricht die häufige Erstposition⁶ des impliziten Bildverweises, speziell des Wörtchens ›hier‹ (ohne folgende Ortsnennung) dafür, von einer vorgängigen Wahrnehmung der Bildseite auszugehen: Ich interpretiere diesen Befund so, dass die Erinnerung an die [Location]-Information noch frisch genug ist, so dass rückgreifend mit ›hier‹ auf sie verwiesen werden kann. Dies würde umgekehrt für die Kommunikationspraxis mit der Ansichtskarte bedeuten, dass die Bildseite sowohl bei der Produktion wie auch der Rezeption der Urlaubskarte als Beginn der Kommunikation betrachtet werden kann.

Es ist allerdings auch möglich, die Erstplatzierung der ›hier‹-Verweise, und in dieser Frage können wir diejenigen mit späterer Ortsnennung dazuzählen, dahingehend zu lesen, dass die semantische Kategorie [Location] häufig als ›entry point‹ in die Urlaubserzählung genutzt wird, ohne dass dies zwangsläufig mit der Bildseite zusammenhängt, sondern auch auf eine mögliche aufgedruckte Ortsangabe verweisen kann. Dies würde zu der Einschätzung passen, dass ein solcher Kleinaufdruck häufig links oberhalb des freien Mitteilungsfeldes positioniert ist – an erster Stelle unserer Lese- und Schreibrichtung. Diese Einschätzung müsste allerdings noch quantitativ bestätigt werden.

Schließlich sei noch ergänzend angemerkt, dass es bei der Produktion einer Urlaubskarte, anders als bei der Rezeption, eine deutliche ›erste Seite‹ gibt: Schließlich ist die Ansicht das Erste, was wir bei dem Kauf einer Karte wahrnehmen. Häufig ist die Ansicht ausschlaggebend für den Kaufentscheid. Kurioserweise kommt hinzu: Wenn wir an die typischen Kartenständer denken (vgl. das im Beitrag von Hausendorf abgedruckte Beispiel), merken wir, dass das »Drehen und Wenden« nicht erst beim Beschreiben oder Lesen der Karte beginnt, sondern bereits bei ihrer Auswahl.

5 Bei einem Treffer kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, ob sich »Vorderseite« auf die Ansichtskarte bezieht (Text [unclear]).

6 Nach extra-diegetischen oder grüßenden Elementen.

8 Die Ansichtskarte auf neuen Wegen

Inzwischen kann die moderne Urlauberin ihre Ansichtskarten selbst gestalten, etwa mit der *Postcard-Creator*-App der Schweizerischen Post. Die Motivwahl ist nicht länger auf das lokale Angebot beschränkt, sondern liegt ganz in den Händen des Absenders. Dafür wird nicht mehr geschrieben, sondern getippt; Bild und Text werden in einer App verpackt, und die Karte wird den Empfänger*innen zugestellt. Dieser elektronischen Sendung fehlt gegenüber der klassischen Postkarte manche Eigenheit: Der Poststempel, die Briefmarke aus dem Urlaubsort und die persönliche Handschrift fallen weg. Und: Die Karte macht die Reise nicht. Eine uns allen bekannte Eigenheit der Karte aus dem Urlaub ist, dass man nie so recht weiß, wann die Karte ankommen wird (»s'chafft« sie es noch vor Ende der Ferien?). Setzt sich die neue Ansichtskarte durch, wird das die Textsorte grundlegend verändern.

Was hieße das für die Bildverweise? Blieben sie uns erhalten? Dass die Bildwahl nicht mehr eingeschränkt ist, könnte zu weniger Rechtfertigungskommentaren führen – die Suche nach der »perfekten« Karte fällt weg und mit ihr das Kommentieren der Entscheidung. Die freie Bildwahl könnte dafür ganz anderen Bildverweisen den Weg ebnen: was es alles zu erklären und beschreiben geben kann, wenn das selbstgeschossene Foto den Weg in den heimischen Briefkasten findet!

Einen großen Nachteil hat die neue Postkarte allerdings. Sie kommt nicht aus dem Ort, von dem sie geschickt wird. Und ihr gehen weitere Aspekte von Materialität ab, die damit zu tun haben, dass die klassische Karte von Hand beschrieben, bekritzelt, bemalt und unterschrieben wurde und dass sie selbst auf die Reise gegangen ist, eine Reise, die auch die Sender*in machte und wieder machen wird. Bei der Empfänger*in angekommen, sorgt die Verteilung der Information auf Bild- und Textseite für eine nicht nur visuell-kognitive, sondern auch haptisch-greifbare Leseerfahrung; die Bildverweise im Text werden übersetzt in die Dynamik des »Hin- und Herdrehens« der Karte.

Neue Technologien machen es möglich, ein Bild ganz nach eigenem Geschmack zu versenden, und machen so jede Karte – mitsamt Bildseite – zum Einzelstück. Aber können sie auch »ein bisschen Sils [= Ortsname]« mitschicken?

Literatur

- Bahr, Jennifer (2011): Heute gibt es einen freundlichen Mix aus Sonne, Wolken und Regen. Häufige und seltene Sätze und Versatzstücke der Textsorte Wetterbericht. Universität Duisburg-Essen.
- 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*, 19–50. Bern: Lang.
- Hausendorf, Heiko (2019): Das Ferienwetter auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. In: Juliane Schröter/Susanne Tienken/Yvonne Ilg/Joachim Scharloth/Noah Bubenhofer (Hg.): *Linguistische Kulturanalyse*. Berlin/Boston: De Gruyter, 293–321.

- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko/Breitholz, Martina (2017): Textkommunikation. Ein textlinguistischer Neuanatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Holzheid, Anett (2008): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Siever, Christina Margrit (2015): Multimodale Kommunikation im Social Web: Forschungsansätze und Analysen zu Text-Bild-Relationen. Frankfurt a.M.: Lang (= Sprache, Medien, Innovationen, Bd. 8).
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Naef, Marcel/Hausendorf, Heiko (2018): Tracing changes in thematic structure of holiday picture postcards from 1950s to 2010s. In: Proceedings of the Workshop on Computational Methods in the Humanities 2018 (COMHUM 2018).