



Heiko Hausendorf, Joachim Scharloth,
Kyoko Sugisaki, Noah Bubenhofer (Hg.)

ANSICHTEN ZUR ANSICHTSKARTE

Textlinguistik, Korpuspragmatik und Kulturanalyse

[transcript] Lettre

Heiko Hausendorf, Joachim Scharloth, Kyoko Sugisaki, Noah Bubenhofer (Hg.)
Ansichten zur Ansichtskarte

Lettre

Den vielen Ansichtskartenschreiber:innen und -empfänger:innen gewidmet, die uns ihre Karten bis heute zu Forschungszwecken zukommen lassen.

Heiko Hausendorf (Prof. Dr. phil.), geb. 1959, lehrt Germanistische Linguistik am Deutschen Seminar der Universität Zürich. Er war Mitbegründer und langjähriger Ko-Leiter des Zürcher Universitären Forschungsschwerpunktes »Sprache und Raum« und erhielt 2014 den Lehrpreis der Universität Zürich. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in der Gesprächs- und Textlinguistik.

Joachim Scharloth (Prof. Dr. phil.), geb. 1972, lehrt Sprachwissenschaft und Germanistik an der School of International Liberal Studies der Waseda Universität in Tokyo. Von der Waseda Universität und der TU Dresden wurde er für Exzellenz in der Lehre ausgezeichnet. Seine Forschungsschwerpunkte sind maschinelle Textanalyse, Sprache in der Politik und die Kommunikation sozialer Bewegungen.

Kyoko Sugisaki (Dr.), geb. 1977, ist Postdoc und wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in der Korpuslinguistik/Computerlinguistik und in der Gesprächs- und Textlinguistik.

Noah Bubenhofer (Prof. Dr. phil.), geb. 1976, lehrt Deutsche Sprachwissenschaft am Deutschen Seminar der Universität Zürich. Seine Forschungsgebiete sind Semantik und Pragmatik in Kultur und Gesellschaft sowie korpuslinguistische Methoden.

Heiko Hausendorf, Joachim Scharloth, Kyoko Sugisaki, Noah Bubenhofer (Hg.)

Ansichten zur Ansichtskarte

Textlinguistik, Korpuspragmatik und Kulturanalyse

[transcript]

Publiziert mit Unterstützung des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung.

Die Druckvorstufe dieser Publikation wurde vom Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung unterstützt.



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 Lizenz (BY-NC-ND). Diese Lizenz erlaubt die private Nutzung, gestattet aber keine Bearbeitung und keine kommerzielle Nutzung.

Um Genehmigungen für Adaptationen, Übersetzungen, Derivate oder Wiederverwendung zu kommerziellen Zwecken einzuholen, wenden Sie sich bitte an rights@transcript-publishing.com. Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z.B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Erschienen 2023 im transcript Verlag, Bielefeld

© Heiko Hausendorf, Joachim Scharloth, Kyoko Sugasaki, Noah Bubenhofer (Hg.)

Umschlaggestaltung: Maria Arndt, Bielefeld

Umschlagabbildung: © [anko] Zürcher Ansichtskartenkorpus 2023

Korrektorat: Anette Nagel

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

<https://doi.org/10.14361/9783839466346>

Print-ISBN 978-3-8376-6634-2

PDF-ISBN 978-3-8394-6634-6

Buchreihen-ISSN: 2703-013X

Buchreihen-eISSN: 2703-0148

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <https://www.transcript-verlag.de>

Unsere aktuelle Vorschau finden Sie unter www.transcript-verlag.de/vorschau-download

Inhalt

Vorwort

<i>Heiko Hausendorf, Joachim Scharloth, Kyoko Sugisaki und Noah Bubenhofer</i>	9
--	---

Ansichtskarten als Gegenstand: Methodologische Aspekte

Ansonsten radeln wir viel

Bemerkungen zur Lesbarkeit der Ansichtskarte <i>Heiko Hausendorf</i>	17
---	----

Rituelle Wechselseitigkeiten

Paraphrasenattribution als Methode der Identifikation von Textmustern auf Ansichtskarten <i>Joachim Scharloth</i>	41
---	----

[anko] - Ansichtskartenkorpus

Entstehung, Aufbereitung und Anwendung <i>Kyoko Sugisaki, Nicolas Wiedmer, Selena Calleri</i>	61
--	----

Text-Bild-Botschaften

Ansichtskarten und ihre elektronischen Verwandten <i>Hajo Diekmannshenke</i>	75
---	----

Strukturwandel der Urlaubswelt(en)

Framesemantische Clusteranalysen zur Erfassung thematischer Muster auf Ansichtskarten <i>Marcel Naef, Nicolas Wiedmer, Kyoko Sugisaki</i>	95
---	----

Grüße aus Trujillo	
Eine ethnomethodologische Selbstreflexion zur sozialen Kategorisierung beim Schreiben und Lesen von Urlaubskarten	
<i>Stephan Wolff</i>	111
Was auf Ansichtskarten geschrieben steht	
Codeswitching auf Ansichtskarten	
Eine textlinguistische Analyse	
<i>Kyoko Sugisaki</i>	135
Wie kurz ist eine Ansichtskarte?	
<i>Jan Langenhorst</i>	159
Feriengrüße positionierungstheoretisch	
Ansichtskarten als Artefakte einer Stancetaking-Praktik	
<i>Marie-Luis Merten</i>	179
Sport im Urlaub?	
Wie man auf Ansichtskarten über sportliche Aktivitäten schreibt – das Berichten aus dem Aktivurlaub	
<i>Nicolas Wiedmer</i>	199
»s'Bild isch kein bschiss!«	
Was uns Verweise auf die Bildseite über die Textsorte der Ansichtskarte verraten	
<i>Maaike Kellenberger</i>	211
»Man gewöhnt sich an alles«	
Eine linguistische Untersuchung der Konstruktion von »Afrika« als Urlaubsraum in Ansichtskarten	
<i>David Koch</i>	225
Reisen und die Zeit	
Das Konzept Zeit in Kontinuität und Variation	
<i>Christina Gansel</i>	245
Die dunkle Seite der Ansichtskarte	
Eine kollaborative Suche nach kontragenerischen Textpraktiken	
<i>Marcus Müller, Michael Bender</i>	267

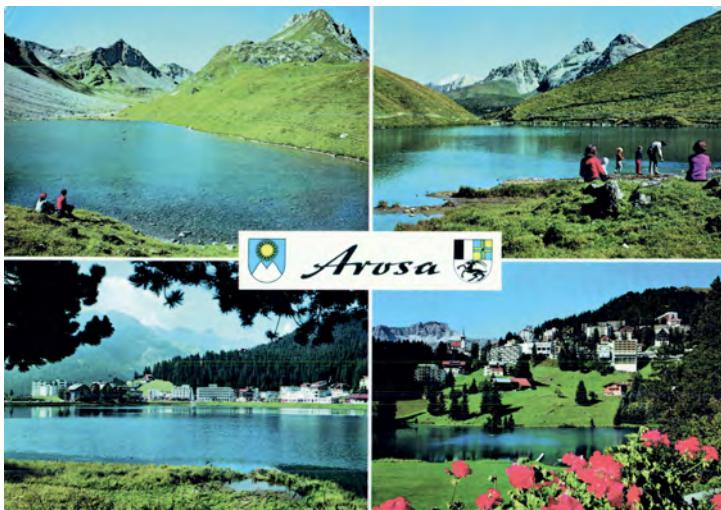
Anhang

Dokumentation des Ansichtskartenkorpus	
Vorgehen bei der Digitalisierung	287
Autor*innenverzeichnis	299

Vorwort

Heiko Hausendorf, Joachim Scharloth, Kyoko Sugisaki und Noah Bubenhofer

Abb. 1a: Arosa



Quelle: [anko] 10064

Ansichtskarten wie die hier abgedruckte (s. Abb. 1a) gehören zu den Erfolgsmedien des 20. Jahrhunderts. Hervorgegangen aus dem Bedürfnis nach der raschen Zustellung kurzer Mitteilungen und Nachrichten (»Correspondenzkarte«), hat sich die postlich zugestellte Karte mit der Möglichkeit des einseitigen Aufdrucks von (schon bald farbigen) Bildern bereits um die Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert als hoch attraktive Kommunikationsform erwiesen und sich schnell einer steigenden Beliebtheit erfreut. Speziell als ortsgebundener Gruß aus den Ferien mit »Ansichten« von Städten, Ländern und Regionen auf der einen und einem Mitteilungsfeld auf der anderen Seite (s.u. die Adressseite der Arosa-Karte, Abb. 1b) ist die Ansichtskarte schnell allgegenwärtig und dann nach 1945 mit dem Aufkommen und der Verbreitung von Urlaubsreisen über alle

gesellschaftlichen Schichten hinweg zum unverzichtbaren Medium und zum Inbegriff (und *Fetisch*, Enzensberger) des modernen Massentourismus geworden.

Abb. 1b: Herzliche Wassergrüsse aus Arosa



Quelle: [anko] 10063

Auch wenn die Ansichtskarte mit den elektronischen Medien seit einiger Zeit Konkurrenz bekommen hat und seither zunehmend als ein altes Medium der Fernkommunikation mit nachlassender Verbreitung gelten kann, ist ihre Popularität bis heute kaum gebrochen. Zur alltagspraktischen Relevanz, die der Ansichtskarte nach wie vor auch heute noch zukommt, ist ein nostalgischer (Mehr-)Wert getreten, der das Schreiben und Verschicken einer Ansichtskarte zu etwas Besonderem macht. Erst seitdem es mediale Alternativen gibt, ist der materiale Charakter der Karte aus Karton mit aufgeklebter und gestempelter Briefmarke und Beschriftung von Hand als solcher so recht in seiner Besonderheit hervorgetreten. Man rufe sich dazu nur die vor Kurzem anlässlich des 150-jährigen Jubiläums der Ansichtskarte erschienenen Beiträge in Tageszeitungen und Magazinen in Erinnerung.¹

Die ungebrochene Popularität der Ansichtskarte ist nicht zufällig mitverantwortlich für den Beginn der Untersuchungen, über die in diesem Sammelband berichtet wird.

¹ Vgl. für zahllose Artikel Röder, Matthias (2019): »... Ansonsten radeln wir viel«, in: ZDF Heute vom 1.10.2019 (Online unter: <https://bit.ly/3p8EWDo>) [23.2.22]/Iken, Katja (2019): 150 Jahre Postkarte. WhatsApp der Kaiserzeit, in: Spiegel Geschichte vom 1.10.2019 (Online unter: <https://bit.ly/3HfayEb>) [23.2.22]/Bader, Sabine (2020): 150 Jahre Postkarte. Abgestempelt, in: Süddeutsche Zeitung vom 6.7.2020 (Online unter: <https://bit.ly/3vc0OIu>) [23.2.22]/Vuille-dit-Bille, Clara (2019): Sonnige Grüsse und alles Liebe, in: Tagesanzeiger vom 24.1.2019 (Online unter: <https://bit.ly/3h6gAfL>) [23.2.22].

Nachdem einer der Herausgeber vor rund 15 Jahren im Anschluss an seine Antrittsvorlesung in einem Interview mit dem Zürcher »Tagesanzeiger« darauf hinwies, dass am Deutschen Seminar der Universität Zürich Ansichtskartenspenden (also z.B. fast vergessene Kartons mit gesammelten Karten, die man gerne loswerden, aber nicht einfach in den Müll geben möchte) dankbar aufgenommen und gesammelt würden, stellte sich ein bis heute nicht abgerissener Eingang solcher, z.T. umfangreicher Kartenspenden ein. Daraus ist über die Jahre ein Korpus von über 12.000 gelaufenen, d.h. geschriebenen, versandten und gelesenen Ansichtskarten entstanden, das die Grundlage für die in diesem Sammelband vereinten Beiträge darstellt (Zürcher Ansichtskartenkorpus, »[anko]«) und auf das die Beiträger:innen (in unterschiedlichem Ausmaß) Bezug nehmen und auf das sie mit der jeweiligen Kartenidentifikationsnummer in ihren Beiträgen verweisen. Schnell war klar, dass ein Korpus in diesem Umfang nicht nebenbei aufbereitet und untersucht werden konnte und es dafür eines eigenen »Projektes« bedurfte. Der Zürcher Universitäre Forschungsschwerpunkt Sprache und Raum (UFSP SpuR) hat sich dankenswerterweise bereitgefunden, die Ausarbeitung eines entsprechenden Projektantrags großzügig zu unterstützen, woraufhin sich eine Gruppe interessierter Forscher:innen aus der Universität Zürich und der Technischen Universität Dresden zusammengefunden hat, um das Korpus genauer zu sichten, Aufbereitungs- und Auswertungsoptionen zu diskutieren und den Projektantrag auszuarbeiten (Noah Bubenhofer, Heiko Hausendorf, Hiloko Kato, Angelika Linke, Joachim Scharloth, Nicolas Wiedmer). Der im Rahmen des sogenannten »Lead-Agency-Verfahrens« gleichzeitig beim Schweizer Nationalfonds (SNF) und der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) eingereichte Antrag wurde genehmigt, so dass das Projekt »Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagsschriftlichkeit.« 2016 starten konnte.² Der jetzt vorliegende Sammelband, der aus diesem Projekt hervorgegangen ist, stellt den vorläufigen Endpunkt dieser Ansichtskartenforschungsgeschichte dar.

So populär die Ansichtskarte in der Öffentlichkeit war und ist, so wenig ist sie bis heute in der Forschung als eigenständiger Forschungsgegenstand bild- und textanalytisch behandelt und erschlossen worden. Ansichtskarten, in der Literatur gelegentlich auch als Bildpostkarten bezeichnet, sind bis heute vor allem Gegenstand populärwissenschaftlicher Publikationen in Form von Übersichtsdarstellungen und chronologischen oder thematischen Zusammenstellungen und Nachschlagewerken. Gegenstand wissenschaftlicher Publikationen ist die Ansichtskarte vor allem im Kontext interdisziplinär angelegter »postcard studies« unter zumeist historisch oder geographisch eingeschränkter Fragestellung, wobei beinahe ausschließlich die Bildseite und nur selten Bild-Text-Bezüge untersucht wurden. Daneben gibt es vereinzelte Arbeiten zu Ansichtskarten aus

² Projekt Nr. 100015L_160238, Laufzeit: 01.04.2016-31.05.2020; Projektteam: Heiko Hausendorf, Joachim Scharloth, Noah Bubenhofer (Projektleitung), Kyoko Sugisaki, Josephine Obert, Michaela Schnick, Nicolas Wiedmer, Marcel Naef (wiss. Mitarbeiter), Selena Calleri, Maaike Kellenberger, David Koch, Jan Langenhorst (student. Mitarbeiter). Für weitere Informationen zum Projekt s. <https://www.ds.uzh.ch/de/projekte/ansichtskartenprojekt.html>

dem Kontext der Tourismussoziologie und -psychologie, in denen das Schreiben von Ansichtskarten vor dem Hintergrund des Massentourismus diskutiert wird. Die (insgesamt wenigen) linguistischen Ansätze zur Beschäftigung mit einer »Sprache des Tourismus« scheinen die Textsorte der Urlaubsansichtskarten dagegen noch gar nicht im Blick zu haben, so dass die Ansichtskarte trotz ihrer Allgegenwart gerade in der Linguistik bis heute nur vereinzelt Aufmerksamkeit gefunden hat. Woran es insbesondere mangelt, sind empirisch breit abgestützte und mit modernen Forschungsmethoden operierende Untersuchungen, die die Ansichtskarte als Quelle der Alltagsgeschichte und der Kulturgeschichte des Urlaubs lesbar machen.

An dieser Stelle setzt der vorliegende Sammelband mit seinen Beiträgen an. Er präsentiert die Ergebnisse des o.g. linguistischen Forschungsprojektes, wobei die korpus- und textlinguistischen Beobachtungen und Befunde durch eine Reihe interdisziplinär zusammengesetzter Beiträge namhafter Expertinnen und Experten ergänzt werden, die das Projekt in Workshops begleitet haben. Die Beiträge sind zwei Teilen zugeordnet, wiewohl sich zwischen den Beiträgen vielfältige Überschneidungen ausmachen lassen, die jenseits dieser Teile liegen. Am Anfang stehen methodologische Bemerkungen zur Ansichtskarte als Gegenstand wissenschaftlicher Forschung und unterschiedliche Erfolgsgeschichten der Ansichtskarte als postalisches Medium, wobei auch die Frage nach der Zukunft der Ansichtskarte angesichts elektronischer Alternativen aufgeworfen wird. Zudem wird das Korpus vorgestellt, auf das sich so gut wie alle Beiträge – freilich in unterschiedlicher Tiefe und Breite – beziehen und dessen konkrete Aufbereitung (insbesondere mit Bezug auf die Digitalisierung) im Anhang des Bandes dokumentiert wird. Darauf folgt eine Reihe von Studien, in denen unter ausgewählten Fragestellungen nachgezeichnet wird, was auf Ansichtskarten geschrieben steht. Das reicht vom Phänomen des Code Switching auf Ansichtskarten über das Berichten typischer Urlaubsaktivitäten bis zu Verweisen von der Schrift- auf die Bildseite der Karte.

Wiewohl aus einem (korpus- und text)linguistischen Forschungszusammenhang hervorgegangen, wendet sich der Sammelband transdisziplinär an kultur-, sozial-, geistes- und medienwissenschaftlich interessierte Leser und Leserinnen. Sie werden in den Beiträgen dieses Bandes ein populäres Medium postalischer Fernkommunikation kennenlernen, das in vielfacher Hinsicht hochinteressant ist:

- als sprachliche und bildliche Antwort auf kommunikative Herausforderungen, die mit der Überbrückung von Räumen und speziell mit dem Aufkommen des modernen Massentourismus verbunden sind. Mit der Ansichtskarte wird die Welt als »Urlaubsort« lesbar;
- als ein Genre, das Rückschlüsse darauf erlaubt, welche Aspekte von Urlaubsort und Urlaub von den Schreibenden relevant gesetzt wurden, und das damit auch die sich wandelnden Vorstellungen vom gelungenen Urlaub offenbart;
- als Ausprägung privater Alltagshandschriftlichkeit zwischen Text und Bild, die mit der Beidseitigkeit der Ansichtskarte ein eigenes Muster handgeschriebener und aus der Hand gelesener Mitteilungen hat hervorgehen lassen. Mit der Ansichtskarte werden Bilder mit Texten verknüpft;
- als Erfolgsmodell der Textsorten- und Medienevolution, bei dem sich aus einer Kernfunktionalität heraus (dem Grüßen aus der Ferne) eine sprachliche Formelhaftigkeit

zwischen Standardisierung und Variation entwickelt hat. Mit der Ansichtskarte werden Urlaubsgrüße zu Ansichten und Texten, Autor:innen zu Tourist:innen und Tourist:innen zu Autor:innen

Wir danken an dieser Stelle all denen, die uns bereitwillig ihre Ansichtskartensammlungen überlassen haben und auf diese Weise empirische Ansichtskartenforschung in einem größeren Stil überhaupt erst möglich gemacht haben. Unser Dank gilt weiter den Organisationen, die unsere Studien finanziell und institutionell unterstützt haben, dem Zürcher UFSP Sprache und Raum, der Deutschen Forschungsgemeinschaft und dem Schweizer Nationalfonds, der nicht nur unser Projekt gefördert, sondern auch die Drucklegung dieses Bandes mit einem Druckkostenzuschuss ermöglicht hat. Aus dem damit verbundenen Peer-Review-Verfahren sind wertvolle Anregungen für die endgültige Abfassung des Manuskripts hervorgegangen. Andi Gredig und Michael Obrist vom Deutschen Seminar der Universität Zürich haben sich um die Vorbereitung der Druckvorlage verdient gemacht.

*Oldenburg, Tokyo und Zürich, im Herbst 2022
Die Herausgeberin und die Herausgeber*

Ansichtskarten als Gegenstand: Methodologische Aspekte

Ansonsten radeln wir viel

Bemerkungen zur Lesbarkeit der Ansichtskarte

Heiko Hausendorf

1 Einführung: Ansichtskarten zwischen Betrachtung und Lektüre

Abb. 1: Kartenständer v. 1909 (abgebildet auf einer Ansichtskarte (!))



Quelle: Brück & Sohn Kunstverlag Meissen,
[CC0 1.0], via Wikimedia Commons.

Mit der Ansichtskarte hat schon im ersten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts die durch Ansichts- und Mitteilungsseite konstituierte Beidseitigkeit ein Muster gefunden, das eine bis heute andauernde mediale (und kommerzielle) Erfolgsgeschichte begründet hat.

Wie sehr es sich dabei um eine *Ansichtskarte* handelt, belegt der offenbar schon früh eigens für den Verkauf dieser Karten entwickelte »Kartenständer«, der die Ansicht auf der Bildseite wie selbstverständlich zum Auswahlkriterium für den Kaufentscheid macht (vgl. Abbildung 1).

Haben wir es also im Fall der Ansichtskarte überhaupt mit einer Textsorte zu tun? Sofern man mit dem Begriff »Text« Schrift(lichkeit) verbindet (wie es in diesem Beitrag der Fall ist), lässt uns der Kartenständer stutzig werden, weil er uns Bilder (nicht nur, aber insbesondere Photographien von Sehenswürdigkeiten, eben »Ansichten«) zeigt. Nun kann man mit Recht darauf hinweisen, dass die auf dem Ständer zur Schau gestellten Karten noch nicht vollständig sind, solange sie nicht auch beschriftet, versandt und gelesen wurden. Die Karte wird also erst durch und mit dem Beschreiben zur Karte, wobei es die unbeschriebene »Ansichtskarte« als Produkt zu erwerben gibt. Ansichtskarten ähneln in dieser Hinsicht einem Formular (aber auch einem Kreuzworträtsel), dessen Lesbarkeit die Beschreibbarkeit konstitutiv miteinschließt. Die Karten auf dem Kartenständer sind also in einem elementaren Sinn »unfertig«.¹ Was tatsächlich dazukommt, ist Schrift.

Das betrifft nicht nur die Adressseite mit dem Adressfeld und der seit 1905 offiziell eingeführten Abtrennung eines eigenen Mitteilungsfeldes neben dem Adressfeld, sondern auch die Bildseite selbst. Besonders anschaulich tritt das Dazukommen von Schrift hervor, wenn es auch dort passiert, wo es nicht vorgesehen ist:

Abb. 2a: Ansichtsseite einer Karte von 1900



Quelle: [anko] 80114

Dieses Beispiel der Bildseite einer 1900 versandten Karte zeigt nicht nur eine Ansicht, sondern enthält auch sprachliche Hinweise auf den Ort (unter dem Bild: »Wattwil (Toggenburg).«) und den »Postkartenverlag« (links neben dem Bild: »Postkartenverlag Th.

¹ Eine Textlinguistik dieser im engeren Sinne »unfertigen Texte« gibt es noch nicht (wohl aber eine Auseinandersetzung mit »unfertigen Texten« im Sinne von Werkfragmenten aller Art: vgl. dazu Gfrereis 2018).

Zingg, Baden (Schweiz). No. 517.«), die schon aufgedruckt erscheinen. (Druck-)Schrift gehört also offenbar bereits um 1900 dazu. Mindestens die Angabe des Ortes ist auch so platziert und so groß gedruckt, dass sie unbedingt mitzulesen ist. Betrachtung alleine genügt also offenbar schon auf der Bildseite nicht, Betrachten und Lesen gehen vielmehr eine gewollte und unmittelbare Beziehung ein. Dieses Signal für eine Betrachtung und Lektüre verbindende Rezeption (»Multimodalität«) verstärkt sich dann auf besonders auffällige Weise dadurch, dass der Absender (»U.T.«) zusätzlich zwischen Bild und dem unteren Kartenrand noch eine handschriftliche Mitteilung hinterlassen hat: »Liebe Sophie./Auch Dir senden Alle herzl. Grüsse, besonders Dein Vater/U. T.«.² Wie man weiß und gut belegen kann, sind Beschriftungen wie diese keine Seltenheit. Sie dürften dadurch provoziert worden sein, dass es – wie schon notiert – auf der Adressenseite nicht nur keinen Platz für Mitteilungen gab, sondern dass diese dort ausdrücklich untersagt wurden:

Abb. 2b: Anschriftseite der gleichen Karte (wie in Abb. 2a)



Quelle: [anko] 80113

In drei Sprachen ist auf dieser Anschriftseite ausdrücklich vermerkt, dass sie nur für die Eintragung der Adresse bestimmt ist (»Nur für die Adresse.«). Die oberen Linien als Schreibhilfen für Anrede und Namen erstrecken sich entsprechend über die gesamte Breite der Karte. Wofür es dann noch Platz hat, ist eine selbst- und rückbezügliche Bezeichnung der Karte (als »Carte postale«) und die Angabe des »Weltpostvereins« mit Nennung der »Schweiz«. Auch auf dieser Seite gibt es also auch um 1900 schon mehr zu lesen als nur das, was auf den Namens- und Adresslinien geschrieben steht (abgesehen von dem Aufgeklebten und Gestempelten). Auch wenn sich diese Verhältnisse von Schrift und Bild schon bald mit der Einführung des Trennstrichs auf der Anschriftseite zugunsten der Verlagerung der handschriftlichen Mitteilung auf ein eigenes Mittei-

² Die Transliteration der Kurrentschrift hat freundlicherweise mein Zürcher Kollege Wolfram Grodeck überprüft.

lungsfeld verändern, zeigt sich so gut wie von Anfang an die Charakteristik der Ansichtskarte als Medium zwischen Lesbarkeit und Betrachtbarkeit. Diese und andere Charakteristika der Ansichtskarte stehen im Mittelpunkt des vorliegenden Beitrags.³

Bis heute ist die linguistische Beschäftigung mit Ansichtskarten überschaubar geblieben – was vielleicht auch damit zu tun hat, dass die Mitteilungen auf der Adressseite zu den »minor genres« (Löfgren 1985: 90) und »kleinen Texten« (Hausendorf 2009) gehören (vgl. dazu ausführlich Kato et al. 2021), die (text)linguistisch bis heute eher im Schatten gestanden haben (s. aber jetzt Pappert & Roth 2021). Ansichtskarten (manchmal auch »Bildpostkarten« genannt: Holzheid 2011: 43) sind bis heute Gegenstand vor allem populärwissenschaftlicher und sammlungsorientierter Publikationen einerseits (vgl. z.B. Koschek 2000) und einer Vielzahl kultur-, medien- und sozialgeschichtlicher sowie volkskundlicher Darstellungen andererseits (vgl. dazu Lebeck und Kaufmann 1985; Leclerc 1986; Hoerner 1987; z.B. Fendl 1991; Täubrich 1996; Kümin und Kumschick 2001; Walter 2001; Almasy et al. 2020; Axster 2014; Starl und Tropper 2010; Milne 2010), mit fließenden Grenzen zum interdisziplinären Feld der »postcard studies« (Carline 1959/1971; Geary und Webb 1998; Ripert und Frère 2001; Kürti 2004; Ferguson 2005; Prochaska und Mendelson 2010; Tropper 2010), innerhalb dessen oftmals die Bildseite mehr Aufmerksamkeit gefunden hat als das Mitteilungsfeld. Zu erwähnen sind schließlich auch vereinzelte Arbeiten zur Ansichtskarte aus tourismussoziologischer und -psychologischer Sicht (Szépe 1979; Schneider 1993; Edwards 1996). Zu den wenigen linguistisch orientierten Arbeiten gehören die Monographie von A. Holzheid (2011) zur »frühen Kommunikationsgeschichte der Postkarte« und insbesondere die Studien von H. Diekmannshenke (2002; 2008; 2009; 2011) und vereinzelte Publikationen (wie Alber 1985). Woran es bis heute in der Linguistik mangelt, ist eine empirisch breit fundierte, neuere korpuslinguistische Methoden einbeziehende linguistische Untersuchung der Ansichtskarte und ihrer Mitteilungen. Die vorliegenden Studien belegen, worin der Reiz einer solchen Untersuchung bestehen könnte: Es handelt sich um gut überschaubare sprachliche Erscheinungsformen, die sich als »formelhafte Texte« (Drescher 1994) durch ein hohes Maß an Standardisierung (»Textmusterschablonen«: Holzheid 2011: 20; »Urlaubs-Frame«: Diekmannshenke 2011: 35) und Variation auszeichnen und die sich deshalb für eine auf die Musterhaftigkeit sprachlicher Formulierungen ausgerichtete text- und korpuslinguistische Untersuchung in besonderer Weise anbieten.⁴

Von »Musterhaftigkeit« ist in der Text-, Korpus- und Kulturlinguistik der letzten rund 15 Jahre viel die Rede (vgl. z.B. Linke 2011; Bubenhofer 2015). Wir folgen hier einem dezidiert textlinguistischen Verständnis, das Musterhaftigkeit auf das Konzept der Textsorte(nhaftigkeit) bezieht (Hausendorf und Kesselheim 2008; Hausendorf et al. 2017:

-
- 3 Er stellt die (späte) Ausarbeitung meiner Zürcher Antrittsvorlesung von 2007 dar. Zwischen dieser Antrittsvorlesung und der aktuellen Publikation liegen nicht nur 15 Jahre, sondern auch drei vom SNF geförderte textlinguistisch ausgerichtete Forschungsprojekte, darunter auch als letztes Projekt das Zürich-Dresdner Ansichtskartenprojekt (s. <https://www.ds.uzh.ch/de/projekte/ansichtskartenprojekt.html>), aus dem der vorliegende Sammelband entstanden ist. Die textlinguistische Summa dieser Projekte ist Hausendorf et al. 2017.
- 4 Diese grobe Skizze des Forschungsstandes bildete den Ausgangspunkt für das o.g. SNF-Projekt (s.o. Vorwort und Anm. 3), aus dem der vorliegende Sammelband hervorgegangen ist. Für ihre Mitarbeit am Antrag für dieses Projekt danke ich Hiloko Kato und Nicolas Wiedmer.

330–336; zur neueren deutschsprachigen Textsortendiskussion vgl. z.B. Luginbühl und Perrin 2011; Fandrych und Thurmail-Mumelter 2011; Gansel 2011; Habscheid 2011; Häuser et al. 2014; Bücker et al. 2015). Leitend für unser Verständnis von Musterhaftigkeit sind die folgenden Annahmen:

- Sprachliche Musterhaftigkeit gibt es nicht nur auf der Ebene von Textsorten, sondern auch unterhalb und oberhalb von Textsorten, d.h., dass sprachliche Muster (z.B. der Anrede und Begrüßung) nicht automatisch textsortenspezifisch sein müssen. Das gilt etwa für weite Bereiche der innerhalb einer Grammatik abbildbaren Musterhaftigkeiten auf Laut-, Wort- und Satzebene, also *unterhalb* der Ebene von Textsorten. Es gilt aber auch *oberhalb* von Textsorten, wenn man z.B. an die Musterhaftigkeit der Abgrenzungshinweise von Buch-, Brief- oder Kartenschriftlichkeit denkt.
- Wenn Musterhaftigkeit auf der Ebene von Textsorten auftritt, erkennt man das i.d.R. daran, dass die fraglichen Muster auf Anhieb die dazugehörige Textsorte evozieren (›man nehme< → Kochrezept). Sprachliche Muster können dann als Ausdruck der Ausdifferenzierung von Texthandlungsroutinen verstanden werden und Textsorten entsprechend als musterhaft eingespielte und verfestigte Lösungen für wiederkehrende Aufgaben der Textkommunikation.
- Die Musterhaftigkeit von Texthandlungen in Form von Textsorten bezieht sich auf eine als Ganzheit markierte Texteinheit. Sie artikuliert sich deshalb häufig schon als Musterhaftigkeit der entsprechenden Abgrenzungs- bzw. Ganzheitshinweise. Die im Alltag gebräuchlichen Bezeichnungen für Textsorten tragen dem nicht selten Rechnung, wenn sie diese Ganzheit z.B. in der Grundform entsprechender Komposita auf den Begriff bringen (wie in ›Liebesbrief‹, ›Poesiealbum‹, ›Gästebuch‹ – oder eben auch ›Ansichtskarte‹).

Wir gehen also davon aus, dass es Musterhaftigkeit auf allen sprachlichen Ebenen gibt, aber nicht alle Phänomene von Musterhaftigkeit auch für eine Textsorte konstitutiv sind. Text(sorten)linguistisch besteht die Aufgabe also darin, die für die Ansichtskarte als Textsorte charakteristischen Muster zu rekonstruieren.

Was mich dabei als Linguist von Anfang an interessiert hat, ist die Art von Musterhaftigkeit, die in einer Formulierung zum Ausdruck kommt, wie sie den Titel dieses Beitrages bildet: »Ansonsten radeln wir viel.« Davon abgesehen, dass mir das ›Radeln‹ grundsätzlich sympathisch ist, ist es speziell das Wörtchen »ansonsten« in diesem Satz, das mich interessiert hat. Was für eine Musterhaftigkeit der Ansichtskartenmitteilung kommt darin zum Ausdruck? Es wird sich zeigen, dass wir dazu auf die Thema- und Verknüpfungshinweise im Mitteilungsfeld näher eingehen müssen (auch wenn sich zeigt, dass der Ausdruck »ansonsten« im [anko]-Korpus *ansonsten* nicht besonders prominent ist).⁵

⁵ Das Adverb »ansonsten« kommt im gesamten [anko]-Korpus nicht mehr als 29-mal vor, also auf nur etwa jeder 350sten Karte (großzügig gerechnet). Wir kommen auf diese wenigen Vorkommen aber noch zurück (s.u. 4) – auch um zu zeigen, dass Musterhaftigkeit nicht nur eine Frage der Frequenz ist (s.u. 6).

Der Beitrag ist so aufgebaut, dass wir die Musterhaftigkeit der Ansichtskarte zwischen Les- und Betrachtbarkeit der Reihe der Lesbarkeitsmerkmale nach durchgehen wollen (Kap. 3–7). Zuvor soll allerdings – am Beispiel eines Fragments einer Ansichtskartenmitteilung – das zugrundeliegende Modell von Lesbarkeitsmerkmalen, -hinweisen und -quellen kurz vorgestellt werden.

2 Lesbarkeitsmerkmale, -hinweise und -quellen auf der Ansichtskarte

An einem kleinen Ausschnitt aus einer Ansichtskartenmitteilung lässt sich anschaulich zeigen, wie viele Aspekte der Lesbarkeit eines Textes wir dabei bereits mitverstehen und auf welche allgemeinen Lesbarkeitsmerkmale sie dabei verweisen:

(1) [...] gemacht, ansonsten radeln wir viel (u.a. Tandem, da Ariane sich den kleinen Finger gebrochen hatte) u. baden im Chiemsee (23°). Sportlich halte ich mich mit Olympia im Fernsehen fit! Viele Grüsse an alle!

Tatsächlich ist das das Fragment einer Ansichtskartenmitteilung, das in meinen Unterlagen zu einem (an der Universität Bayreuth) vor rund 20 Jahren veranstalteten Seminar zur Textsortenlinguistik empirisch erhalten geblieben ist. Die Karte selbst ist nicht mehr auffindbar (und deshalb nicht in [anko] enthalten). Wenn wir diesem Stück(chen) Text trotz seiner Bruchstückhaftigkeit Lesbarkeit zuschreiben, verstehen wir damit offenbar eine Reihe von Lesbarkeitsmerkmalen mit. Ich greife die wichtigsten dieser Merkmale heraus:

- Lesbarkeit impliziert eine Art von Einheit mit Grenzen nach außen und Gliederung nach innen. Wenn wir den Ausschnitt lesen, lesen wir mit, dass es sich offenbar um ein Fragment handelt, von dem wohl so etwas wie der ›Anfang‹ fehlt (abgerissen ist), das aber nach hinten sehr wohl abgeschlossen wirkt (also mit der Grußformel eine Art ›Ende‹ aufweist) und zudem davor aus einer Ansammlung nächstkleinerer Einheiten auf Satzebene besteht (mit vier Prädikationen: »radeln«, »Finger brechen«, »baden«, »sich fit halten«). Wir verstehen also eine spezifische Abgrenzbarkeit des Textes nach außen und eine spezifische Gliederbarkeit nach innen mit.
- Lesbarkeit impliziert eine Art linearer Verkettung und Verbindung der Elemente des Textes, hier z.B. der Sätze. Das »Radeln« steht in einem Verhältnis offenbar zu etwas vorher Mitgeteiltem (»ansonsten«: Einräumung oder Ergänzung?). Das »Brechen des Fingers« ist für etwas anderes die Ursache, die auch zeitlich als vorausliegend markiert wird (»da« und Plusquamperfekt). Das »Baden« kommt additiv dazu (»u.«), ebenso wie das »Sich-fit-halten«. Wir verstehen also eine spezifische Verknüpfung wichtiger Elemente des Textes mit.
- Lesbarkeit impliziert eine Art von Zusammenhang der Bezugnahmen auf Welt, die im Text auftauchen. Die Prädikationen (das »Radeln«, »Baden« und »Sich-fit-Halten«) sind nicht nur formal miteinander verbunden, sondern auch sinnvoll auf eine Art von Urlaubsgeschehen beziehbar, das dieser Aneinanderreihung von Aktivitäten einen Sinn verleiht. Wir verstehen also ein spezifisches Thema und eine spezifische Zusammenghörigkeit der im Text auftretenden Prädikationen und Referenzen mit.

- Lesbarkeit impliziert eine Art pragmatischer Zweckmäßigkeit des Gelesenen. Der Bericht über das Urlaubsgeschehen gehört offenbar zu dem Typ von Mitteilung, die man anderen schickt und einem Gruß (»Viele Grüsse an alle!«) voranstellt (und z.B. mit einer ironischen Umschreibung des Verfolgens aktueller Sportveranstaltungen im Fernsehen anreichert). Wir verstehen also eine spezifische kommunikative Text-Nützlichkeit mit.
- Lesbarkeit impliziert eine Art von Verweis auf das, was man auch schon anderswo gehört oder gelesen hat, in diesem Fall Verweise z.B. auf das, was man über den »Chiemsee« schon irgendwo gehört und woanders gelesen haben mag und über die Fernsehübertragung sportlicher Großereignisse vom Typ »Olympia« weiß. Wir verstehen also spezifische Text-Bezüge (auf andere Texte und Textwelten) mit.
- Lesbarkeit impliziert schließlich eine Art von Wiedererkennungseffekt, der mit diesem speziellen Typ von Geschriebenem zu tun hat. In diesem Fall ist es offenbar der dringende Verdacht, dass das vorliegende Fragment von einer Ansichtskarte stammt. Wir verstehen also eine spezifische Musterhaftigkeit des Textes mit.

Wir gehen davon aus, dass sich in diesen Facetten von Lesbarkeit allgemeine Probleme und Anforderungen an die Textkommunikation spiegeln und dass Texte in all ihren Formen der Ausdruck des Umgangs mit diesen Problemen und Anforderungen sind, die sich stellen, wenn man durch und mit Texte(n) kommunizieren will. Texte sind für uns deshalb Ansammlungen von Lesbarkeitshinweisen, die sich auf die jeweiligen Lesbarkeitsmerkmale beziehen lassen. In Anlehnung an die Besprechung des Beispiels lassen sich die Merkmale wie folgt darstellen (wobei wir eine bereinigte terminologische Version verwenden):

Abb. 3: Lesbarkeitsmerkmale



Es geht dabei nicht um eine Vorab-Definition von Text(ualität) oder Lesbarkeit, um aus einer Art Vogelperspektive über das Vorliegen oder Nicht-Vorliegen eines Textes zu

entscheiden. Es geht darum nachzuzeichnen, wie Textualität zustande kommt und zu-
stande gebracht wird, d.h. wie Lesbarkeit beim und mit dem Lesen selbst durch das
Auswerten von Lesbarkeitshinweisen entsteht (»emergiert«) und dass und wie wir solche
Hinweise i.d.R. wie selbstverständlich auswerten und mitverstehen, indem wir »lesen«.
Im Zentrum des analytischen Interesses stehen deshalb die Lesbarkeitshinweise, die in
der früheren Textlinguistik z.T. als Textualitätshinweise diskutiert worden sind und die
sich systematisch auf die Lesbarkeitsmerkmale beziehen lassen:

- Abgrenzungshinweise signalisieren die Begrenzbarkeit des Textes nach außen, Gliederungshinweise seine Gliederung nach innen, so dass beim Lesen wie selbstverständlich Lektüreganzheiten und Lektüreober- und -untereinheiten (»Lektürepräsentationen«) gebildet werden können.
- Verknüpfungshinweise signalisieren die Verkettung und Verbindung der Elemente des Textes, nicht nur, aber insbesondere seiner satzförmigen Aussagen, so dass beim Lesen wie selbstverständlich ein Leseprozess und eine Lesedynamik entstehen können.
- Themahinweise signalisieren die Zusammengehörigkeit der Bezugnahmen auf Welt (Referenzen) in einem Text, so dass beim Lesen wie selbstverständlich eine Themen-
erwartung aufgebaut werden kann, die vom Text aufrechterhalten, eingelöst, aber auch verweigert werden kann.
- Funktionshinweise signalisieren die kommunikative Nützlichkeit eines Textes, so dass wir beim Lesen wie selbstverständlich die Dinge erkennen, die mit einem Text getan werden.
- Intertextualitätshinweise signalisieren die Beziehbarkeit des Textes auf andere Texte und Textwelten, so dass wir beim Lesen eines Textes wie selbstverständlich auf die Texte und Textwelten aufmerksam werden, die für seine Lektüre von Bedeutung sind

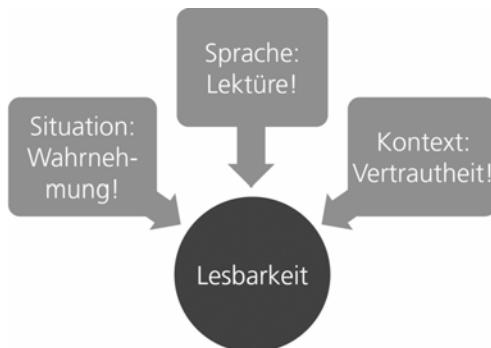
Textsortenhinweise signalisieren die Musterhaftigkeit eines Textes, so dass wir beim Lesen wie selbstverständlich mitverstehen, dass der vorliegende Text die Antwort auf ein bestimmtes Kommunikationsproblem, also das Exemplar einer bestimmten Gattung ist. Wir werden diesbezüglich zu zeigen versuchen, dass die Urlaubsansichtskarte eine besonders prominente Antwort auf das Problem ist, Daheimgebliebene »aus dem Urlaub zu grüßen.⁶ Indem wir beim Lesen solche Hinweise auswerten, erzeugen wir beim Lesen rück- und selbstbezüglich, so die Idee, den Text, den wir gerade lesen. Wenn man es so sieht, ist also auch eine Ansichtskarte nicht einfach gegeben, sondern muss und wird als lesbares Etwas beim und mit dem Lesen in ihrer Lesbarkeit in all den genannten Merkmalsausprägungen hervorgebracht. Dieser Gedanke ist nicht so abwegig, wie er scheinen mag, wenn man daran denkt, dass eine Ansichtskarte, die auf dem Tisch liegt, schon für drei Leute etwas sehr Verschiedenes sein kann und für ein Kleinkind noch nicht einmal ein *lesbares* Etwas ist. Wenn man sich fragt, wie das Lesen einer Ansichtskarte

6 Das ist nicht so trivial, wie es klingen mag. Z.B. muss man erklären können, wieso es auf vielen Karten gleichwohl nicht bei einem »Gruß aus ...« bleibt und wie sich die Texthandlung des Feriengrußes mit anderen Sprachhandlungen verbindet, die auf Ansichtskarten vorkommen (s. dazu u. 4).

zustande kommt, wird zudem schnell klar, dass Lesbarkeit in einer konkreten Lektüresituation mehr als nur Sprache und Sprachliches impliziert, nämlich die Wahrnehmung der Karte in ihrer ganzen Materialität als Träger von Hand- und Druckschrift und eine Vertrautheit mindestens mit der Schrift, in der auf der Karte geschrieben wurde. Neben die Lektüre im engeren Sinne und sie immer schon ermöglichten treten also die sinnliche (in vielen Fällen vor allem visuelle, im Fall der Karte auch haptische) Wahrnehmung und ein Vor- und Alltagswissen des Lesers und der Leserin. Wir verstehen das so, dass neben die Sprache zwei weitere Ressourcen für Lesbarkeit treten, die beim und mit dem Lesen systematisch ausgenutzt werden: die Lektüresituation als Kürzel für all das, was in einer konkreten Lektüre gemäß der Bandbreite menschlicher Sinneswahrnehmung zugänglich ist, und der Lektürekontext als Kürzel für all das, was aus der Lesesozialisation heraus als Vertrautheit mit Texten und Lektüren zur Verfügung steht. In den *Kontext* einer Ansichtskartenlektüre mag alles einfließen, was einem Leser und einer Leseerin aus Fleisch und Blut mit Blick zunächst allgemein auf das Schreiben und Lesen von Karten, dann schon konkreter mit Blick auf den konkreten Absender und den konkreten Urlaubsort und darüber hinaus schließlich bis in feinste Verästelungen des Geschriebenen vertraut sein mag. In die *Situation* einer Ansichtskartenlektüre mag alles einfließen, was angefasst und (mit)gesehen werden kann, sobald Lesende schon im Briefkasten oder bei anderer Gelegenheit einen ersten Blick auf die fragliche Karte werfen mögen und damit beginnen, sie anzufassen, zu drehen und zu wenden und genauer zu betrachten und schließlich auch in unterschiedlicher Tiefenschärfe zu lesen. Wenn man diesen Gedanken ernst nimmt, muss man beim Analysieren mit Lesbarkeitshinweisen rechnen, die nicht nur sprachlicher, sondern auch wahrnehmbarer und vertrautheitsabhängiger Natur sind.

Die folgende Darstellung trägt dieser Vielfalt der an der Emergenz von Lesbarkeit beteiligten Quellen Rechnung, die Lesende wie selbstverständlich ausnutzen:

Abb. 4: Lesbarkeitsquellen



Lesbarkeitshinweise lassen sich dann danach unterscheiden, aus welcher dieser Quellen sie schöpfen. Als wahrnehmungsabhängige Hinweise können z.B. die Hinweise gelten, die sich noch vor der Lektüre schon aus dem Sehen der Karte aus der Ferne

ergeben, aber generell alle Hinweise, die aus der Materialität der Substanz des Textträgers, der Skriptualität der Hervorbringung und Gestaltung der Zeichen und/oder der Lokalität des Text-Substrats (Ort, an dem der Text erscheint), also aus der konkreten Situation der Lektüre erwachsen. Als vertrautheitsabhängige Hinweise können z.B. die Hinweise gelten, für die Lesende gar nicht genau hinschauen und -lesen müssen, weil sie schon längst wiedererkannt haben, worum es geht (z.B. die Handschrift des Autors, die Ansicht einer bestimmten Sehenswürdigkeit oder den Hinweis auf das schöne Wetter). Die sprachlichen Hinweise schließlich erkennt man gut daran, dass sie zu dem gehören, was man von einer Karte mühelos für eine Illustration »abschreiben« zu können glaubt, also z.B. die Mitteilung im Mitteilungsfeld (s.o. Beispiel (1)) – schon wenn man es allerdings mit Wechseln der Schreibrichtung oder Verzierungen im Schriftfeld zu tun bekommt, gerät diese Art des Abschreibens an ihre Grenzen und gehen wir zu dem über, was nicht mehr ohne weiteres abschreibbar, aber sehr wohl wahrnehmbar ist.

Ein Text wie eine Ansichtskarte ist also nie nur ein »lesbares Etwas« (Hausendorf und Kesselheim 2008), sondern er ist genauso ein Ensemble wahrnehmbarer und vertrauter Lesbarkeitshinweise. Gerade die Ansichtskarte könnte ein Paradefall sein, um dieses Ineinander der verschiedenen Lesbarkeitsquellen anschaulich vor Augen zu führen, besteht ihre Charakteristik doch gerade im Miteinander von Les- und Betrachtbarkeit. Das wollen wir im Folgenden zunächst am Beispiel der Abgrenzbarkeits- und Gliederungshinweise der Ansichtskarte zeigen.

3 Lesbarkeit aus der Hand

Die Ansichtskarte verdankt ihren vielleicht stärksten (und scheinbar banalsten) Abgrenzungshinweis ihrer Materialität als »Karte«, also einem Stück Karton (das sich von Papier durch seine Stärke, Festigkeit und Steife, technisch gesagt durch seine höhere Grammatik auszeichnet) zumeist im DIN-A6-Format. Als ein Stück(chen) Kartenschriftlichkeit (Hausendorf et al. 2017: 144) partizipiert die Ansichtskarte an der diesbezüglichen Kultur der Abgrenzung. Die Karte ist deshalb ein materialer Ganzheitshinweis: Was nicht auf diesem Stück Karton draufsteht, gehört auch nicht dazu. Die Ränder der Karte sind die Ränder der Textwelt. Das wird in Fällen, in denen die Beschriftung bis an die Grenze geht, besonders augenfällig:

Die Lesbarkeit der Ansichtskarte ist insofern klar abgegrenzt, endlich und überschaubar. Dabei hat die Begrenztheit des beschriftbaren Raums offenbar auch dazu geführt, wie in Abb. 5, dass die Schreibrichtung wechselt und damit die Karte auch beim Lesen gedreht werden muss. Wir haben es insofern mit einer Lesbarkeit aus der Hand zu tun: Eine Karte muss man drehen (und wenden, s.u.), man schreibt sie nicht nur mit der Hand, man liest sie auch aus der Hand – aufschlagen wie eine Zeitung und in ihr blättern (wie in einem Buch) kann man (sie) nicht. Dieser haptisch-greifbare materiale Ganzheitshinweis der Ansichtskarte ist ein wichtiger Abgrenzungshinweis in der Welt der Texte, der sie für manches sehr geeignet macht: Die beispiellose Erfolgsgeschichte der Ansichtskarte ist auch eine Geschichte der Ausdifferenzierung einer solchen Textualität der Handlichkeit. Sie zeigt sich nicht nur im schriftrichtungswechselbedingten Drehen der Karte, sondern auch im *Wenden* der Karte, das dadurch bedingt

ist, dass die Ansichtskarte zwei Seiten hat, die beide Aufmerksamkeit beanspruchen: eine Seite (vorrangig) zum Betrachten (Ansichtsseite) und eine (vorrangig) zum Lesen (Schriftseite).

Abb. 5: Bis an die Grenze



Quelle: [anko] 80199

Abb. 6: Ansichtsseite zur Schriftseite der Karte von Abb. 5



Quelle: [anko] 80200

Transkript mit Übersetzung: Hey [Stephanie]! Da bin ich jetzt also – in London. S'isch bis jetzt mega cool. Geschter hät d Sunne gschunne und es isch ziemlich warm gsi. Hüt häts leider sehr fescht gwindet und dur das isch es denn sehr chalt gsi... Aber mir händs überlebt....:-) Hüt han ich mir übrigens P&P (w/Colin!) kaufen! Jupiduh! Und morn gönd mir is Madame Tussauds! Wird sicher mega cool. Und jetzt sött ich den langsam uuf-/höre, weil de Platz knapp wird... Han übrigens mim Fründ (wie komisch isch das?) 2 charte gschickt... *kiss* ← viel Spass bim Läse!

Hey [Stefanie]! Da bin ich jetzt also in London. Es ist bis jetzt mega cool. Gestern hat die Sonne geschienen und es war ziemlich warm. Heute hat es leider fest gewindet und dadurch war es dann sehr kalt. Aber wir haben es überlebt... :-) Heute habe ich mir übrigens P&P (w/Colin!) gekauft. Jupiduh! Und morgen gehen wir in's Madame Tussauds! Wird sicher mega cool. Und jetzt sollte ich denn langsam auf-/hören, weil der Platz knapp wird... Habe übrigens meinem Freund (wie komisch ist das?) 2 Karten geschickt... *kiss* ← viel Spass beim Lesen!

Wir folgen also einem materialen Gliederungshinweis, wenn wir die Ansichtskarte in die Hand nehmen und wie selbstverständlich umdrehen und wenden und damit die zwei Seiten der Karte als die gleichermaßen relevanten Lektüreportionen bestätigen. Eine Reihe von Verknüpfungshinweisen zwischen dem Betracht- und dem Lesbaren unterstützen diesen Verdacht. Im vorliegenden Fall sei nur auf die Rekurrenz des Toponyms »London« hingewiesen, das sich nicht nur auf der Ansichtsseite (unten rechts) findet, sondern auch zweimal auf der Schriftseite: einmal gedruckt (unten links), einmal handgeschrieben (« – in London», Schriftrichtung quer zum Adressfeld nach unten, äußere

re Zeile auf der rechten Seite in Höhe etwa der Ortsangabe auf dem Adressfeld). Die Welt der Ansichtskarten ist voll von Verknüpfungshinweisen dieser Art, die keinen Zweifel daran aufkommen lassen, dass die Ansichts- und die Schriftseite aufeinander bezogen werden sollen. Dazu zählen anaphorische, deiktische und metakommunikative Verknüpfungshinweise aller Art, die eine eigenständige Analyse lohnen würden:

- (1) genau so wie *uf de Charte usgseht*, isches hüt da obe [genau so wie es auf der Karte aussieht, ist es heute hier oben] ([anko] 100831) (die Wendung »*uf de Charte*« bzw. »*auf der Karte*«, mit der auf die Ansichtsseite verwiesen wird, findet sich etwas mehr als 60x im Korpus)
- (2) Ueber Pleyben m. Kalvarienberg (*siehe Foto*) nach Locronan einem d. ältesten gut erhaltenen Städtchen ([anko] 210097)
- (3) heute sind wir bei 37° durch die Gegend gegondelt um *dieses Kloster* zu besuchen ([anko] 101333)
- (4) Was man *auf dem Bild vorne* nicht sieht, sind die Stechmücken ([anko] 61197)
- (5) *Rechts auf der Karte* ist der Skilift *abgebildet*, auf dem wir heute gefahren sind ([anko] 300503)

Verknüpfungshinweise dieser Art lassen keinen Zweifel daran, dass wir es mit einer Lesbarkeit der Beidseitigkeit zu tun haben (Diekmannshenke 2002, vgl. auch die Beiträge von Wolff, Diekmannshenke und Kellenberger in diesem Band), die in diesen Fällen auch sprachlich an die Oberfläche kommt. Die Ansichtskarte hat so gesehen kein recto und kein verso, keine Vorder- und Rückseite. Auch deshalb muss sie zwingend aus der Hand gelesen werden. Die Beidseitigkeit von Betrachten und Lesen und von Photographie und Schrift ist ein wesentliches Erfolgsrezept, das die Textualität der Ansichtskarte von der Textualität der Postkarte markant unterscheidet und sie für manches sehr geeignet (ge)macht (hat), über das noch zu sprechen sein wird (s.u. 5). Zuvor wollen wir aber noch einen genaueren Blick auf die Schriftseite werfen.

4 Lesbarkeit des Feriengrußes

Auf der Schriftseite sorgen eine Reihe typographischer Gliederungshinweise dafür, dass wir auf den ersten Blick eine uns geläufige Zweiteilung wahrnehmen:

Abb. 7: Zweiteilung auf der Schriftseite (1905)



Quelle: [anko] Soo31

Abb. 8: Zweiteilung auf der Schriftseite (2016)



Quelle: [anko] 0051

Mehr als 110 Jahre liegen zwischen dem Versand dieser beiden Karten. An der charakteristischen Zweiteilung hat sich bis heute nichts geändert. Sie wird u.a. durch einen Trennstrich druckgraphisch signalisiert, der auch beim Beschriften der Karte mehr oder weniger respektiert wird. Häufig wird die Zweiteilung darüber hinaus auch noch durch Schreibrichtungswechsel auf den ersten Blick angezeigt. 1905 ist der Trennstrich gerade ganz neu als Doppel-T-Strich auf die Schriftseite der Karte gekommen. 2016 wird er noch durch einen am Trennstrich quer zur sonstigen Druckschrift entlanglaufenden Aufdruck verstärkt (der die Nummer der Karte und den Kartenverlag angibt). Außerdem wird das Mitteilungsfeld durch einen vorgedruckten Text weiter eingeschränkt. Einmal freigegeben, ist der nicht (mehr) durch die Adresse benötigte Platz offenbar zu einem beliebten Ort auch für aufgedruckte Informationen aller Art geworden. Auf der Karte von 1905 findet sich an dieser Stelle neben der Selbstbezeichnung »Postkarte« noch jeweils ein Titel für die neu definierten Felder (»Correspondance – Mitteilungen« und »Adresse Indirizzo«), der ihre Funktionen benennt – ein Mehraufwand an selbst- und rückbezüglicher Erläuterung angesichts der Neuheit der Aufteilung auf der Karte auf der Schriftseite.

Mit dieser Zwei-Felder-Aufteilung gehen Funktionshinweise auf zwei unterschiedliche Typen kommunikativer Nützlichkeit einher: Die »Adresse« verweist mit ihrem System aus Namen und Zahlen (»Postleitzahl«) auf Zustellbarkeit; für den, der damit vertraut ist, ist sie ein Funktionshinweis auf so etwas wie *postalische* Nützlichkeit. Auf eine andere Art von Nützlichkeit verweisen die Begrüßungs- und Abschiedsformeln, die sich auf dem anderen Feld finden (s.o. Abb. 8: »Liebe [Emma], ... Liebe Grüsse ...«): Hier, so das Signal dieser Eröffnungs- und Beendigungshinweise, beginnt (und endet) die eigentliche Lektüre, hier, so die Suggestion, findet die Kommunikation im Sinne der Mitteilung statt. Anrede- und Begrüßungsformen sind deshalb Hinweise auf so etwas wie *emphatische* Nützlichkeit (im Sinne von Hausendorf 2000), die sich auf der Ansichtskarte (anders als im Briefumschlag) unverdeckt und ungeschützt abspielt.

Die auf jeder Ansichtskarte festzustellende Segregation von postalischer und emphatischer Nützlichkeit in Form einer Zweifelderwirtschaftbettet die Lesbarkeit der Ansichtskarte in die moderne Fernkommunikation ein. Neben die emphatische Adressierung des »Du« bzw. »Ihr« tritt eine postalische Adressierung, die sich an ein Medium wendet, in diesem Fall an so etwas wie eine ganz auf die Beförderung einer Sendung ausgerichtete Zustellinstitution (»Post«), zu der auch Abholer und Überbringer gehören. Als Medium hat die Post selbst keine Adresse und kann nicht adressiert werden (s.u. Anm. 7), obwohl sie auf der Karte unübersehbar präsent ist: Nicht nur in der »Adresse«, sondern auch im Geklebten und Gestempelten hat das Medium seine Spuren postalischer Nützlichkeit immer schon auf der Karte hinterlassen, wenn (und damit) wir (überhaupt) zu lesen beginnen (können).⁷

Die postalische Nützlichkeit trägt dafür Sorge, dass die Mitteilung ihren Adressaten erreicht. Aber was genau wird hier mitgeteilt, worin besteht die pragmatische Nützlich-

⁷ »Es mag spezifische Postämter geben, aber das Medium, das als Post bekannt ist, hat keine Adresse. Es enthält alle Adressen in sich selbst; es ist das, was Adressen möglich macht.« (Mitchell 2001: 160) Eine Übertretung der Grenze zwischen postalischer und emphatischer Nützlichkeit (in Form z.B. der expliziten Anrede »Lieber Pöstler«) kann deshalb schnell zu einer paradoxen Situation führen.

keit, die emphatisch mit Anrede und Verabschiedung auf der Karte markiert wird? Werfen wir einen neuerlichen Blick auf eine der zahllosen Mitteilungen aus unserem Korpus:

Abb. 9: »Liebe Frau [Müller]«



Quelle: [anko] 50085

Transkript: Liebe Frau [Müller]! Sie sehen, in den österreichischen Bergen ist es fast so schön wie in der Schweiz! Ich hatte hier unbeschreiblich schöne, nur sonnige Tage in einem abgelegenen Winkel grandioser Hochgebirgswelt und konnte täglich – auf vorwiegend ebenen – Wegen meine Spaziergänge machen. Eine Pensionsmitbewohnerin hat mich mit Auto auch in ferne re Gegend entführt zu bekannten Klöstern, Kirchen, Bibliotheken. Ihnen nun viele herzliche Grüsse von Ihrer [Hannah Mühlebach].

Zunächst fällt auf, dass schon die Beidseitigkeit der Karte mit Ansichts- und Schriftseite und dann noch einmal die Zweifelderaufteilung den Platz erheblich einschränken, der auf der Ansichtskarte für die emphatische Nützlichkeit bereitsteht. Was immer auch je nach Handschrift und Kunstschriftlichkeit der Schreiber*in an dieser Stelle Platz hat, steht unter dem Vorzeichen eines begrenzten Schreibraumes: Im [anko]-Korpus werden in dieses Feld durchschnittlich 50 Wörter und 6.7 Sätze untergebracht.⁸ Das vorliegende Beispiel fällt mit 67 Wörtern etwas länger und mit fünf satzförmigen Einheiten zwischen Anrede und Gruß etwas kürzer aus. Man sieht aber schon dem Schriftbild den Versuch an, möglichst viel auf die Karte zu bekommen, so dass etwa die Grußformel scharf

8 Dabei ist zu beachten, dass schon bei neun Wörtern (Wörter pro Karte) fast die gleiche Anzahl Karten (148) erreicht wird wie bei 50 Wörtern (168) und dass schon bei zwei Sätzen (Sätze pro Karte) eine Anzahl von 854 Karten erreicht wird (Maximum: 6 Sätze mit 1748 Karten). Ich danke Kyoko Sugisaki für die Berechnungen.

an den unteren Rand der Karte platziert (»gequetscht«) werden muss. Mit zunehmendem Text (und abnehmendem Platz) wirken die Informationen syntaktisch gedrängter und verkürzter (durch Reihungen, ausgebauter Nachfeldbesetzungen mit Präpositional-Adjunkten, Einschübe, Nebenbei-Prädikationen und Aufzählungen). Nachdem der Einstieg noch eine einleitende Perspektivierung enthält, die auf die Bildseite referiert (»Sie sehen, ...«), bricht die Folge der Mitteilungen vor dem Gruß nach einer weiteren Aufzählung recht abrupt ab (»... Klöstern, Kirchen, Bibliotheken./Ihnen nun viele herzliche Grüsse ...«). Wofür also noch und unbedingt Platz bleiben muss, ist das Grüßen. Die Leser*in ahnt, dass es noch viel zu berichten geben würde: von den »ferneren Gegenden«, von den »unbeschreiblich schönen, nur sonnigen Tagen« und von den »täglichen Spaziergängen«. Aber sie ahnt auch, dass all diese Mitteilungen ihren Fluchtpunkt darin haben, den Gruß gewissermaßen auszugestalten: Indem mitgeteilt wird, wie es am Urlaubsort ist und was dort passiert, wird vor allem der durch die Karte materialisierte Kontakt zwischen Absenderin und Adressatin hergestellt. In Anrede und Gruß kommt diese Art von Kontaktpflege an die Oberfläche, sie lösen die postalische Adressierung kommunikations(em)phatisch ein. Der Hinweis auf den Urlaubsort verleiht dieser vorrangig phatischen Fernkommunikation einen spezifisch raumreferentiell-lokalen Akzent: Der gesandte Gruß hat eine relevante Herkunft als Ferien- und Urlaubsort. Die Ansichtskarte manifestiert insofern eine Lesbarkeit der phatischen Fernkommunikation unter den Bedingungen des Urlaubs. Der musterhafte Ausdruck dieser pragmatischen Nützlichkeit ist die Referenz auf Welt als Urlaubsort: Sie findet sich schon in der ›Ansicht‹ auf der Ansichtsseite und dann in den sprachlichen Formen der Ortsreferenz: »4573 Hinterstoder OÖ« heißt es im Vorgedruckten oben links (s.o. Abb. 9), bevor dann die Bergwelt (das »Tote Gebirge«) im Einzelnen identifiziert wird. Die Schreiberin kann darauf dann koreferentiell Bezug nehmen: »in den oberösterreichischen Bergen«, »hier«. Formelhaft kommt dieser »auratische Ortsbezug« (Tropper 2006) in der Wendung »Grüsse aus ...« zum Ausdruck, die – wenn auch nicht auf dieser Karte – im Korpus mit verschiedenen Varianten allgegenwärtig ist (vgl. dazu Hausendorf 2019: 300–302). Eine simple Abfrage allein von »Grüsse aus« erzielt in [anko] einen Frequenzwert von 1.631,73 (pro Million Wörter). Eine Abfrage der häufigsten n-Gramme mit n=3 ergibt an erster Stelle »viele liebe Grüsse« (499 Vorkommen),⁹ schon an vierter Stelle »herzliche Grüsse aus« (354), an fünfter Stelle »Grüsse aus dem« (350), an neunter Stelle »viele Grüsse aus« (300), an 13. Stelle »liebe Grüsse aus« (209) und noch an 21. und 22. Stelle »aus dem schönen« (129) und »aus dem sonnigen« (126). Noch klarer ist der Befund bei n=4: Unter den ersten 10 n-Grammen finden sich fünf Variationen des Musters »Grüsse aus dem« (an zweiter Stelle nach »unclear unclear unclear unclear«: »Viele Grüsse aus dem« (110) bis »Grüsse aus dem sonnigen« an zehnter Stelle (65)). Die Konstruktion »Grüsse aus [Art] [Adj] [Toponym]« ergibt 146 Vorkommen (mit »Grüsse aus dem schönen Engadin« an erster Stelle (6 Vorkommen)).

Schließlich überrascht nicht, dass ›Gruß‹ (als Lemma) das häufigste Substantiv (9.096) ist und ›herzlich‹ (als Lemma) das häufigste Adjektiv (5.942). Auch ist bekannt, dass die Wendung »Grüsse aus ...« alleine den Text der Mitteilung ausmachen kann

⁹ An zweiter Stelle folgt »Das Wetter ist« (425), was eindrucksvoll die Prominenz des Ferienwetters auf der Ansichtskarte belegt (s. noch u. 5).

(was in [anko] auf fast 1.400 von 12.000 Karten der Fall ist). Wir finden also eine sehr starke empirische Evidenz, dass sich die pragmatische Nützlichkeit des Feriengrußes auf der Ansichtskarte musterhaft ausgeprägt hat. In dieser Nützlichkeit haften dem Schreiben und Lesen von Ansichtskarten Momente eines Rituals an, bei dem es auf die Performativität des Aktes mehr ankommt als auf den Inhalt der Mitteilungen (so auch Alber 1985). »Kein Text« oder auch »bla bla bla« heißt es gelegentlich im Mitteilungsfeld, womit Absender dieses Ritual rück- und selbstbezüglich mit einem Text kommentieren, der vorgibt, keiner zu sein. Die Ritualisierung des Feriengrußes hat sich aber über die Prominenz des Grüßens hinaus auch und gerade in der Musterhaftigkeit der Bezugnahmen auf Welt als Urlaubsort ausgeprägt, wie im Folgenden gezeigt werden soll. Wir sind damit bei den Themahinweisen auf der Ansichtskarte.

5 Lesbarkeit der Welt als Sehenswürdigkeit

Die Ritualisierung des Feriengrußes beginnt nicht erst mit der Beschriftung des Mitteilungsfeldes. Als rituelles Objekt eignet sich die Ansichtskarte insbesondere auch durch die Gestaltung der Ansicht als ›sight‹: Die Ansicht zeigt nicht nur einen bestimmten Ort, sondern sie präsentiert ihn als *Sehenswürdigkeit*, sie thematisiert Welt (Orte, Regionen, Landschaften, ...) unter dem Aspekt ihres touristischen Markt- und Mehrwertes. Die Ansicht ist so gesehen ein starker Hinweis auf eine Welt als Sehenswürdigkeit. »Sichtbare Welt« haben die Schweizer Künstler Peter Fischli und David Weiss eine Arbeit genannt, in der sie Tausende solcher Ansichten als Dias auf Leuchttischen sichtbar gemacht haben, um ein nicht enden wollendes »sight seeing« zu ermöglichen (Fischli und Weiss 2001). Nicht um das Sehen von Welt geht es hier, sondern um das Sehen von Ansichten, also um eine eigene Ansichts-Welt. Diese auf der Ansicht betrachtbar gemachte Welt als Sehenswürdigkeit wird im Mitteilungsfeld gewissermaßen *lesbar* (gemacht). Das jedenfalls ist gemeint, wenn hier von einer Lesbarkeit der Welt als Sehenswürdigkeit die Rede ist. Hierhin gehört der auf den Ansichtskarten allgegenwärtige »Urlaubsframe« (Diekmannshenke 2008: 90), der als thematischer Rahmen die Thematisierung von so etwas wie Ferienort, -wetter und -verpflegung, Ferienunterkunft, -aktivitäten und -bekanntschaften, Ferienstimmung und -befinden motiviert und sinnvoll macht. Die Musterhaftigkeit dieses semantischen Themaentwicklungshinweises (im Sinne von Hausendorf und Kesselheim 2008: 130–134) ist im [anko]-Korpus sehr gut belegt (vgl. dazu Hausendorf 2019: 303–306; Sugisaki et al. 2019), sie ist oftmals in einer additiv-listenförmigen Abarbeitung anzutreffen und wird gelegentlich sogar als Formular mit vorgegebenen *slots* selbst- und rückbezüglich im Mitteilungsfeld zum Thema gemacht. Es ist vielleicht die Abarbeitung dieser thematischen Aufzählungserwartung, auf die das in seiner Bedeutung schillernde Nexus-Adverb ›ansonsten‹ in der titelgebenden Formulierung dieses Beitrags sowohl zurück- als auch vorverweist. Die argumentative Aufladung des mit ›ansonsten‹ markierten Verweises ist in den 29 Vorkommen im [anko]-Korpus insgesamt nur schwach ausgeprägt. Sie kann konzessiv (und zudem adversativ) sein wie in folgenden Belegen (›ansonsten‹ im Sinne von ›davon abgesehen‹, das selbst im Korpus kein einziges Mal vorkommt; Hervorhebungen durch Kursivdruck von mir):

- (1) Hallo Ihr Lieben! Viele liebe Grüße aus Italien sendet Euch Mirja Hier ist es so lala. Wetter besch! Aber *ansonsten* ist es witzig! ([anko] 80057)
- (2) Ihr Lieben, die Zeit ist fast um hier. Es war sehr angenehm. 2 Tage voller Regen, *ansonsten* sonnig und frisch. Tyyan steht auch noch. Viele Grüße Eure Fritz u. Hildegard ([anko] 300841)

Häufiger finden sich aber weniger stark konzessive und vielmehr unspezifisch additive Verknüpfungen im Sinne von >im Übrigen< (das auch selbst im Korpus 11 mal vorkommt):

- (3) Viele liebe Grüße von einem Ausflug von Bärenstein nach Karlovy – Vary senden Dir Thomas und Sunhild! Die Stadt ist sehr hübsch und gepflegt. Es gibt och sehr viele alte Häuser. Wie sie hier auf der Karte zu sehen sind. *Ansonsten* geht es uns sehr gut, wie es im Urlaub ist. Tschüß Sunhild! ([anko] 40659)
- (4) Diese Karte hat einen kleinen Schönheitsfehler: tausche weiss gegen grün und lasse Kühe darauf weiden! *Ansonsten* haben wir viel Sonne, oberhalb 1600 m genügend Schnee zum Skifahren und Zeit und Musse genug, uns zu erholen! Herzliche Grüsse Ursula Sarah Bruno ([anko] 81575)
- (5) Meine Lieben! Bei eisiger Kälte haben wir den Magdeburger Dom und die Ausstellung für Otto dem Grossen und seine Zeit ausführlich! (3 und 4! Std) angesehen, immerhin bei sehr kompetenten Führungen. Unsere Gruppe ist wie immer sehr frauennastig und auch dieses Geschnatter und Ellenboglen |?|, *Ansonsten* ist alles in Butter, Hotel und Essen gut. Herzl. Grüsse von Eurem Lutz ([anko] 250607)
- (6) Hallo Ihr Lieben, dass weniger Russen hier Urlaub machen, hatten wir erwartet. Aber es gibt auch kaum Schweizer. *Ansonsten* ist alles wie immer. Halt: Es gibt viel mehr Schnee als in den Vorjahren. Liebe Grüße Ines + Gerhard ([anko] 160457)
- (7) Meine Lieben, bin gut angekommen und soweit wohllauf. Essen wie immer ausgezeichnet. Das Hotel im Vergleich zum letzten eher mittel! Netttere Leute. *Ansonsten* geniesse ich die Sonne und vor allem das Schwimmen im Meer. Herzliche Grüsse Richard ([anko] 10503)
- (8) Liebe Doris, wir grüßen Dich sehr herzlich von unserer Rom-Reise. Wir haben schon sehr viel gesehen bei traumhaftem Wetter. Einen ganzen Tag gönnten wir uns in den Vatikanischen Museen. *Ansonsten* ist der Touristenalltag auch recht abenteuerlich – das beginnt beim Überqueren der Fahrbahn u. endet bei kleinen Betrügereien an touristischen Plätzen. Deine Roswitha u. Dein Hilmar ([anko] 60461)

Die letzten Belege zeigen anschaulich, wie >ansonsten< eine typische Themaentwicklung im Sinne des Urlaubsframes einleiten ((4)-(6)), aber auch abschließen kann ((7)-(8)). Insfern verweist es auf die Erwartbarkeit der immer ähnlichen touristischen Erfahrungen, in und mit denen die Sehens- und Erlebenswürdigkeit des gewählten Ortes unter verschiedenen Aspekten aufgegriffen, zur Schau gestellt, bewertet, abgewogen, verhandelt, bestätigt, in Frage gestellt, relativiert, kurz: *lesbar* gemacht wird.

In Thema(entwicklungs)hinweise dieser Art nisten sich dabei immer auch Intertextualitätshinweise ein, insbesondere Hinweise auf Texte und Textwelten des Fremdenverkehrs und Tourismus, in denen die Welt als Sehenswürdigkeit schon (längst), also vor der Lektüre der konkreten Karte, *lesbar* geworden ist. So ist die Ansicht auf der Ansichtsseite i.d.R. die bereits zigfach fotografierte und bekannte Ansicht, und die Sehenswür-

digkeit ist eben das, was ›berühmt‹, d.h. längst fotografiert, beschrieben und besprochen ist (wie die »Vatikanischen Museen« im letzten Beispiel (8)). »Sehenswürdig ist, was man gesehen haben muss«, notiert H. M. Enzensberger in seiner Analyse des Begriffs der »Sehenswürdigkeit« (1968 [1958]: 161). R. Barthes hat das am Beispiel des Eiffelturms gezeigt, der, wie er sagt, zu »einer universellen Sprache des Reisens« gehört (2017 [1964]: 18). Das ist die Art von Intertextualität, die unweigerlich ins Spiel kommt, wenn es um Welt als Sehenswürdigkeit geht. Sie macht die Tourist*in zur Autor*in und die Autor*in zur Tourist*in. Wer von der Ansichtskarte spricht, darf deshalb vom Tourismus nicht schweigen.

Es ist vielleicht kein Zufall, dass dieser Zusammenhang zu einer Zeit besonders auffällig geworden ist, in der das Verbringen einer Urlaubsreise für immer mehr Menschen zu einem immer stärker werdenden Zugzwang geworden sein muss. Jedenfalls wird in älteren tourismussoziologischen Arbeiten (wie Knebel 1960), aber auch in Enzensbergers Essay zu einer Theorie des Tourismus (von 1958, s.o.) die Ansichtskarte zu einem der Kennzeichen von Urlaub im Zeitalter des Massentourismus und, mit unüberhörbar kritischem Ton, zum *Fetisch*, in dem sich der »Fetischcharakter der Tour« offenbart (Enzensberger 1968: 166). Wir wollen das hier nicht weiter kommentieren, aber wenn es eines aktuellen, ganz unspektakulären Beleges für den Zusammenhang zwischen Ansichtskarte und Tourismus bedürfte, wäre die folgende Abbildung ein anschaulich-schlagender Beleg:

Abb. 10: Tourist als Autor – Autor als Tourist



Quelle: Peter Guggerell, CC BY-SA 3.0, via Wikimedia Commons.

Die Abb. stammt aus dem Wikipedia-Artikel »Tourismus« (aus dem Jahre 2007, inzwischen ersetzt), und sie erläutert den Ausdruck ›Tourist‹ auf eine höchst passende Weise: Tourist, das ist der, so dürfen wir diesem Bild wie selbstverständlich entnehmen, der da ist, wo es Ansichtskarten gibt.

Mit der auf der Ansichtskarte kaum zu vermeidenden Selbstdarstellung als Tourist*in tritt zum Grüßen vor allem das *Bewerten* hinzu. Auch hier geht die Ansicht als ›sight‹ paradigmatisch voran, insofern sie mit dem wirbt, was sehenswert und -würdig ist. Als Lesbar-Machen dieses Wertes ist das Mitteilungsfeld voll von Bewertungen aller

Art. Es darf mit Fug und Recht als ein Zugzwang gelten, über Urlaubserfahrungen im Gestus des Bewertens zu reden (»Ansonsten ist alles in Butter, Hotel und Essen gut«, Beispiel (5) o.). »Hier ist es schön« hat Robert Musil passenderweise einen kleinen Text genannt, der der Ansichtskarte gewidmet ist und dabei diesem eigentümlichen Zugzwang des Bewertens nachspürt (Musil 1936), mit dem man sich gewissermaßen zum Versprechen des touristischen (Mehr-)Wertes des Urlaubsortes verhält. »Hier ist es schön« kommt im [anko]-Korpus ganze sechs Mal vor, aber »schön« ist (in unflektierter Form) – nach ›herzliche‹ – das häufigste Adjektiv. Der Text »Zweihundertdreivierzig Postkarten in Echtfarbendruck« von Georges Perec (1991) besteht u.a. aus einer Variation bewertender Adjektive, von denen eine Auswahl hier in ihrem jeweiligen satzförmigen Zusammenhang wiedergegeben ist (die Zahlen in Klammern belegen die Vorkommen im [anko]-Korpus, wobei es nur grobe Angaben sind, weil z.B. nicht nach der syntaktischen Funktion differenziert wurde):

Das Essen ist *ausgezeichnet* (122x)/*prima* (122x)/*gut* (2533x, Frequenz 4120,81)/*korrekt* (keine Vorkommen)/*einwandfrei* (keine Vorkommen)
Herrliche (268x)/*Gepflegte* (23x)/Allzu *reichliche* (18x)/*Fürstliche* Mahlzeiten (2x, s. noch u.)
Tadellose Bedienung. (3x)
Erholsame Ruhe. (92x)
Sehr schöne Strände. (972x, Frequenz 1581,30)
 Wir werden hier *wie Könige* behandelt (keine Vorkommen, aber 4x »wie Gott in Frankreich«)
Piekfeiner Strand. (keine Vorkommen)
Unvergessliche Landschaften. (28x)
Super-Komfort. (33x)
Einfach klasse. (5x)
Ein richtiges Schlossleben. (58x)
 Alles ist *bestens* (110x)/*vollkommen* (keine Vorkommen)/*grossartig* (43x)/*ideal* (26x)/*toll* (325x)/*perfekt* (25x)
 Das Schweizer Hotelwesen bleibt das Beste der Welt [sic!].

Perecs 243 Grußbotschaften machen aus der Muster- und Formelhaftigkeit der Abarbeitung des Urlaubsframes ein furioses Sprachspiel aus Permutationen und Kommutationen, die das Lesen zu einem Vergnügen an der Strenge von Wiederholung und Variation machen (»Essen grossartig«, »Essen hervorragend«, »Essen prima«, »Das Essen ist landestypisch«, »Wir essen grossartig«; vgl. dazu auch Magné 1993; Hausendorf 2008 : 333–335). Zugleich zeigt sich in der hier wiedergegebenen Auswahl der Formulierungen sehr anschaulich, wie der (Mehr-)Wert des Urlaubsortes unter den verschiedenen Aspekten der Urlaubserfahrung adjektivisch ausgedrückt wird. Die Belegzahlen aus dem authentischen Korpus deuten schon an, dass dabei vor allem die Adjektive ›gut‹, ›schön‹ und ›herrlich‹ in ihrer Verbreitung hervorstechen (was sich in einer lemmabasierten Abfrage bestätigt, wobei ›gut‹ und ›schön‹ allerdings auch in Referenzkorpora zu den häufigsten Adjektiven zählen). Wenn es eine Sprache des Tourismus, eine *lingua turistica*, gibt (vgl. dazu z.B. die Beiträge in Höhmann 2014), gehört das Bewerten jedenfalls auch mit seinen Adjektiven und der Demonstration von Schwärmerei dazu (»Fürstliche Mahlzei-

ten« (s.o.), »wurde fürstlich bewirkt« ([anko] 220119), »Wir sind fürstlich untergebracht« ([anko] 110421).

Wie die letzten Beispiele zeigen, hat das Bewerten schließlich auch damit zu tun, dass die Autor*en zeigen, was sie sich *leisten* können. In der Tourismussoziologie spricht man in diesem Zusammenhang von ›conspicuous experience‹ (in Anlehnung an ›conspicuous consumption‹: vgl. Knebel 1960: 114; 146). Fast hat man das Gefühl, dass die Ansichtskarte mit ihrer Lesbarkeit der Sehenswürdigkeit nicht nur eine Urlaubserfahrung thematisiert und wiedergibt, sondern vielleicht auch maßgeblich daran beteiligt ist, sie überhaupt erst hervorzubringen. Lesbar würde sie dann nicht nur für die Leser*in, sondern auch für die Autor*in selbst.

6 Fazit: Die Musterhaftigkeit der Ansichtskarte

Wer nach der Musterhaftigkeit der Ansichtskarte fragt, muss über das Mitteilungsfeld hinausgehen, weil sonst nicht erfasst werden kann, dass wir es auf der Ansichtskarte mit einer Charakteristik des Miteinanders von Lektüre und Betrachtung zu tun haben. Wir haben das in diesem Beitrag als Lesbarkeit aus der Hand eingeführt, weil es darum geht, dass Ansichtskarten so geschrieben und gestaltet sind, dass sie bei der Rezeption gewendet und hin- und hergedreht werden müssen. Explizite Hinweise auf das, was ›auf der Karte zu sehen‹ ist, sind für dieses Phänomen sozusagen die Spitze des Eisbergs. Über das Mitteilungsfeld hinausgehen muss auch, wer nach der Texthandlung und der Textfunktion der Ansichtskarte fragt, um nicht die allgegenwärtige Trennung zwischen positiver und emphatischer Textnutzlichkeit zu übersehen. Die Mitteilung ist, so die These, von der Texthandlung des fernkommunikativen Grüßens zu verstehen, wobei es sich um einen spezifischen Gruß handelt: den *Feriengruß*. Es ist im Kern diese Texthandlung, die sich im Medium der Ansichtskarte sowohl im Bild als auch im Text musterhaft ausgeprägt hat – obwohl das Medium selbst älter ist als der moderne Massentourismus, für den und mit dem die Ansichtskarte ihre populärste und medial erfolgreichste Ausprägung als Beidseitigkeit von Text und Bild (erst noch) finden sollte. Zu dieser Ausprägung gehört all das, was über das Grüßen (›Grüße aus ...‹) hinausgeht und in diesem Beitrag als Lesbarkeit der Welt als Sehenswürdigkeit beschrieben worden ist: In der Mitteilung wird gewissermaßen der auf der Ansichtsseite versprochene touristische (Mehr-)Wert des Urlaubsortes lesbar gemacht. Und konnotiert nicht das unscheinbare Wörtchen ›ansonsten‹ in einem Satz wie »Ansonsten radeln wir viel« diesen für die Textsorte der Ansichtskarte in der Hochzeit des Massentourismus so typischen Zugzwang der fast listenartigen Bewertung der immer gleichen Urlaubserfahrungen? Darin liegt für mich die Textsortenessenz dieser Formulierung.

Ihre Evidenz als Indikator für Musterhaftigkeit gewinnt sie dabei nicht aus der Frequenz. Im [anko]-Korpus müsste man nach dem Adverb ›ansonsten‹ tatsächlich länger suchen (wenn die Mitteilungen nicht digitalisiert wären). Auch hier haben wir es, wenn unsere Analyse stimmt, mit einem Spitzedes-Eisberg-Phänomen zu tun: Was ein Wörtchen wie ›ansonsten‹ textlinguistisch sicht- und greifbar macht, ist nur ein sehr kleiner Teil des Ganzen an Musterhaftigkeit, das über Frequenzabfragen korpuslinguistisch tatsächlich zugänglich und belegbar ist. Dazu gehört die aufgrund der starken Variation

nicht auf den ersten Blick ersichtliche Ausprägung von Standardisierung und Musterhaftigkeit bei der Darstellung der Welt unter ihrem touristischen Mehrwert – wie es einem z.B. bei der Untersuchung des (Ferien-)Wetters auf der Ansichtskarte und sehr eindrucksvoll bei der Lektüre der korpuslinguistisch ausgerichteten Beiträge dieses Sammelbandes bewusst werden kann.

Literatur

- Alber, Jean-Luc (1985) : Bonjour de Neuchâtel où il fait beau et chaud. Essai d'interprétation d'un corpus de cartes postales de vacances. In : *Travaux Neuchâtelois de Linguistique* (8), 69–94.
- Axster, Felix (2014): Koloniales Spektakel in 9x14. Bildpostkarten im Deutschen Kaiserreich. Bielefeld: transcript.
- Barthes, Roland (2017): Der Eiffelturm. In: Olga Mannheimer (Hg.): Blau, weiss, rot. Frankreich erzählt. München: DTV, 15–19.
- Bubenhofer, Noah (2015): Muster aus korpuslinguistischer Sicht. In: Chris-ta Dürscheid/Jan Georg Schneider (Hg.): Handbuch Satz, Äußerung, Schema. Berlin, Boston: de Gruyter, 143–204.
- Bücker, Jörg/Günthner, Susanne/Imo, Wolfgang (Hg.) (2015): Konstruktionsgrammatik V. Konstruktionen im Spannungsfeld von sequenziellen Mustern, kommunikativen Gattungen und Textsorten. Tübingen: Stauffenburg.
- Carline, Richard (1959/1971): Pictures in the Post. The Story of the Picture Postcard and its Place in the History of Popular Art. New and revised. London: Gordon Fraser.
- Diekmannshenke, Hajo (2002): »und meld' dich mal wieder!« Kommunizieren mittels Postkarte. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* (64), 93–124.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. In: Inge Pohl (Hg.): Semantik und Pragmatik – Schnittstellen. Frankfurt a.M.: Lang, 85–107.
- Diekmannshenke, Hajo (2009): From Postcard to E-Card. Tradition and Change in the Smallest Spaces. In: Charley Rowe/Eva Lia Wyss (Hg.): Language and new media. Linguistic, cultural, and technological evolutions, Cresskill, NJ: Hampton Press, 129–163.
- Diekmannshenke, Hajo (2011): Zwischen Ansicht und Adresse. Tradition und Variation in der Postkartenkommunikation. In: Martin Lugin-bühl/Daniel Perrin (Hg.): Muster und Variation. Medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text. Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt a.M., New York, Oxford, Wien: Lang, 19–50.
- Drescher, Martina (1994): Für zukünftige Bewerbungen wünschen wir Ihnen mehr Erfolg – Zur Formelhaftigkeit von Absagebriefen. In: *Deutsch-sche Sprache* (22), 117 – 138.
- Enzensberger, Hans Magnus (1968): Eine Theorie des Tourismus. In: Hans Magnus Enzensberger (Hg.): Einzelheiten I. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 147–168 (zuerst in: Merkur 12/1958).
- Fandrych, Christian/Thurmair-Mumelter, Maria Luise (2011): Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht. Tü-bingen: Stauffenburg.

- Fendl, Elisabeth (1991): »Ausflüge werden nur dorthin gemacht, wo il-lustrierte Postkarten vorhanden sind.« Von der Correspondenz- zur An-sichtskarte. In: Werner Trapp (Hg.): Sommerfrische. Die touristische Entdeckung der Bodenseeregion. Verlag der Rorschacher Neujahrsblät-ter, 69–72.
- Ferguson, Sandra (2005): »A Murmur of Small Voices«. On the Picture Postcard in Academic Research. In: *Archivaria* (60), 167–184.
- Fischli, Peter/Weiss, David (2001): Peter Fischli, David Weiss – sichtbare Welt. Ausstellung: Museo d'Art Contemporani de Barcelona, 15.6.–11.9.00. Köln: König.
- Gansel, Christina (2011): Textsortenlinguistik. Stuttgart: UTB.
- Geary, Christraud/Webb, Virginia-Lee (Hg.) (1998): Delivering Views. Distant Cultures in early Postcards. Washington D.C.: Smithsonian Institution Press.
- Gfrereis, Heike (2018): Unfertige Texte. Ein philosophisch-philologisches Problem zwischen Arabeske und Werk. In: Hanna Delf von Wolzo-gen/Christine Hehle (Hg.): Formen ins Offene. Zur Produktivität des Unvollendeten: de Gruyter, 35–55.
- Habscheid, Stephan (Hg.) (2011): Textsorten, Handlungsmuster, Oberflä-chen. Linguistische Typologien der Kommunikation. Berlin, New York: de Gruyter.
- Hausendorf, Heiko (2000): Die Zuschrift. Exemplarische Überlegungen zur Methodologie der linguistischen Textsortenbeschreibung. In: *Zeitschrift für Sprachwissenschaft* 19 (2), 210–244.
- Hausendorf, Heiko (2008): Zwischen Linguistik und Literaturwissenschaft: Textualität revisited. Mit Illustrationen aus der Welt der Urlaubsan-sichtskarte. 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, zuletzt geprüft am 23.11.2009.
- Hausendorf, Heiko (2019): Das Ferienwetter auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. In: Julianne Schröter, Susanne Tienken, Yvonne Ilg, Joachim Scharloth und Noah Bubenhofe (Hg.): Linguistische Kultur-analyse. Berlin: de Gruyter, 293–321.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2008): Textlinguistik fürs Exa-men. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko/Breitholz, Martina (2017): Text-kommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theo-rie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/New York: de Gruyter.
- Hauser, Stefan/Kleinberger, Ulla/Roth, Kersten Sven (Hg.) (2014): Muster-wandel – Sor-tenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik. Bern: Lang.
- Hoerner, Ludwig (1987): Zur Geschichte der fotografischen Ansichtspost-karte. In: *Foto-geschichte – Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Photographie* 7 (26), 29–44.
- Höhmann, Doris (Hg.) (2014): Tourismuskommunikation. Im Spannungs-feld von Sprach- und Kulturkontakt. Frankfurt a.M.: Lang.
- Holzheid, Anett (2011): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftli-che und me-diengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt.
- Kato, Hiloko/Naef, Marcel/Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas (2021): »Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben« – Eine text- und korpuslinguistische Un-

- tersuchung der Lesbarkeitsquellen kleiner Texte am Beispiel der Ansichtskarte. In: Steffen Pappert/Kersten Sven Roth (Hg.): Kleine Texte. Frankfurt a.M.: Lang, 71–116.
- Knebel, Hans-Joachim (1960): Soziologische Strukturwandelungen im modernen Tourismus. Stuttgart: Enke.
- Koschek, Hans-Peter (2000): Die Welt der Ansichtskarten, die Ansichtskarten der Welt. (1869–1939). Kunstbuch, Enzyklopädie und Nachschlagewerk mit aktuellen Preiskategorien. Wien: Eigenverlag der Sammler-Boutique.
- Kümin, Beatrice/Kumschick, Susanna (Hg.) (2001): Gruss aus der Ferne. Fremde Welten auf frühen Ansichtskarten aus der Sammlung des Völkerkundemuseums Zürich. Zürich: Völkerkundemuseum der Universität Zürich.
- Kürti, László (2004): Picture perfect. Community and commemoration in postcards. In: Sarah Pink, László Kürti/Ana Isabel Afonso (Hg.): Working images. Visual research and representation in ethnography. London, New York: Routledge, 47–71.
- Lebeck, Robert/Kaufmann, Gerhard (1985): Viele Grüsse... Eine Kulturschicht der Postkarte. Dortmund: Harenberg.
- Leclerc, Herbert (1986): Ansichten über Ansichtskarten. In: *Archiv für deutsche Postgeschichte* (2), 5–65.
- Linke, Angelika (2011): Signifikante Muster – Perspektiven einer kultur-analytischen Linguistik. In: Elisabeth Wåghäll Nivre/Brigitte Kaute/Bo Andersson/Barbo Landén/Dessislava Stoeva-Holm (Hg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm, Visby: Acta Universitatis Stockholmiensis, 23–44.
- Löfgren, Orvar (1985): Wish You Were Here! Holiday Images and Picture Postcards. In: *Ethnologia Scandinavica* (15), 90–107.
- Luginbühl, Martin/Perrin, Daniel (Hg.) (2011): Muster und Variation. Medi- enlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text. Frankfurt a.M.: Lang.
- Magné, Bernard (1993) : Construire l'anodin. Les »deux cent quarante-trois cartes postales en couleurs véritables«. In : *Le cabinet d'amateur* (1), 29–53.
- Milne, Esther (2010) : Letters, Postcards, Email. Technologies of Presence. New York : Routledge.
- Mitchell, W. J. T. (2001): Der Mehrwert von Bildern. In: Stefan Andriopou-los/Gabriele Schabacher/Eckhard Schumacher (Hg.): Die Adresse des Mediums. Köln: DuMont, 158–184.
- Musil, Robert (1936): Hier ist es schön. In: Robert Musil (Hg.): Nachlass zu Lebzeiten. Zürich: Humanitas.
- Pappert, Steffen/Roth, Kersten Sven (Hg.) (2021): Kleine Texte. Frankfurt a.M.: Lang.
- Perec, Georges (1991): Zweihundertvierzig Postkarten in Echtfarben-druck. In: Georges Perec: Warum gibt es keine Zigaretten beim Gemüsehändler. Bremen: Manholt, 27–59.
- Prochaska, David/Mendelson, Jordana (Hg.) (2010): Postcards. Ephemeral histories of modernity. University Park Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- Ripert, Aline; Frère, Claude (2001): La carte postale. son histoire, sa fonction sociale. Paris: CNRS Edition.

- Schneider, Birgit (1993): Ansichtskarte. In: Heinz Hahn/H. Jürgen Kagel-mann (Hg.): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München: Quintessenz, 427–432.
- Starl, Timm/Tropper, Eva (2010): Zeigen, grüssen, senden. Editorial. In: *Fotogeschichte* 30 (118), 3–4.
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Naeff, Marcel/Hausendorf, Heiko (2019): Tracing Changes in Thematic Structure of holiday picture post-cards from 1950s to 2010s. In: Michael Piotrowski (Hg.): *Proceedings of the Workshop on Computational Methods in the Humanities 2018. (COMHUM)*. Lausanne, 04.06.–05.06.2018, 67–75.
- Szépe, Helena (1979): Überlegungen zum Text der Ansichtskarte im Zeitalter des Massentourismus. In: *Sprache im technischen Zeitalter* (72), 314–316.
- Täubrich, Hans-Christian (1996): Alles auf eine Karte. In: Klaus Beyrer/Hans-Christian Täubrich (Hg.): *Der Brief. Eine Kulturgeschichte der schriftlichen Kommunikation*. Heidelberg: Edition Braus, 112–119.
- Tropper, Eva (2006): Kommunikationsraum »Welt«. Die Ansichtskarte und die Phantasmen von Globalität um 1900. In: Helga Mitterbauer/András F. Balogh (Hg.): *Zentral-europa – Ein hybrider Kommunikationsraum*. Wien: Praesens, 215–226.
- Tropper, Eva (2010): Was sind »post card studies«? In: *Fotogeschichte* 30 (118), 67–68.
- Walter, Karin (2001): Die Ansichtskarte als visuelles Massenmedium. In: Kaspar Maase/Wolfgang Kaschuba (Hg.): *Schund und Schönheit. Populäre Kultur um 1900*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau, 46–61.

Rituelle Wechselseitigkeiten

Paraphrasenattribution als Methode der Identifikation von Textmustern auf Ansichtskarten

Joachim Scharloth

1 Ansichtskarten an Götter

Als ich in einem Februar vor rund 20 Jahren zum ersten Mal Japan bereiste – das Wetter war für den Winter ausgesprochen mild und sonnig, abgesehen von einigen Regentagen –, besuchte ich mehrere Schreine und Tempel. Dort fielen mir die kleinen hölzernen Pavillons auf, die sogenannten *emakake*, in denen an Holzgestellen Unmengen kleiner fünfeckiger Tafeln befestigt waren. Auch wenn es eine gewisse Variation in Größe, Gestaltung und Form gab, so hatten die meisten doch einen Durchmesser von ca. 15 cm und waren durchschnittlich etwa 8 oder 9 cm hoch. Diese Tafeln waren auf einer Seite mit unterschiedlichen Motiven bedruckt, die je nach shintoistischem Schrein oder buddhistischem Tempel variierten. Teilweise zeigten sie die Gottheit, die in dem Heiligtum verehrt wird, teilweise Motive aus der Gründungslegende des Schreins oder Tempels, mitunter aber auch populäre Motive wie das Tier des jeweiligen Jahrs im 12-jährigen Zodiak-Zyklus. Bei meinem Besuch war es das Pferd.

Auch der Name der Holztäfelchen leitet sich von Pferden ab. Ihr Name ist *ema*, in japanischen Zeichen 絵馬, wobei das erste Kanji für »Bild«, »Abbildung« oder »Figur« steht, das zweite für »Pferd«. Die frühesten bekannten *ema* aus dem 8. nachchristlichen Jahrhundert zeigen ausschließlich Pferde. Pferde galten damals als Boten der Götter und waren ein wichtiges Element in verschiedensten rituellen Praktiken. Pferde wurden den Göttern daher auch als rituelle Gaben angeboten: So sollten schwarze Pferde die Götter dazu verleiten, es regnen zu lassen, während man mit weißen Pferden Götter dazu bewegen wollte, schwere Regenfälle zu stoppen. Weil aber Pferde überaus wertvoll und daher teuer waren, konnten nur wenige sich diese Opfergaben leisten. Daher entwickelten sich kleine Statuen und später bildliche Darstellungen, die *ema*, als erschwingliche Surrogate. Und so wie die Gaben-Pferde in Tempel oder Schrein gehalten wurden, so verblieben auch die *ema* in den Heiligtümern.

Die *ema* entwickelten sich allmählich zu einem Medium, mittels dessen Menschen alle Arten von Wünschen den Göttern in der Hoffnung mitteilten, dass diese sie ihnen

erfüllten oder zumindest Beihilfe dazu leisteten. In den frühen *ema* dominierte noch die bildliche Dimension. Es entwickelte sich eine differenzierte Symbolsprache für den Ausdruck einer Vielzahl unterschiedlicher Wünsche, denen auf selbst hergestellten *ema* Ausdruck verliehen wurde (Reader 1991: 31). Mit der zunehmenden Literalität veränderten sich Produktion und rituelle Praktiken. So prägte sich u.a. die heute typische Zweiseitigkeit der *ema* aus, die über eine vorgedruckte Bildseite und eine freie, zu beschreibende Textseite verfügen (vgl. Abbildung 1). Denn um einem individuellen Wunsch Ausdruck zu verleihen, genügte die Beschriftung einer bereits vom Tempel vorproduzierten Holztafel, eine individuelle bildliche Gestaltung war nicht mehr nötig (Reader 1991: 34). Und so ist die Bildsymbolik der *ema* heute weniger ausgeprägt als in früheren Epochen (Andrews 2014: 219). Dennoch besteht bei den meisten *ema* eine Verbindung von geäußertem Wunsch und Symbol auf der Bildseite, die entweder aus der Funktion des Tempels oder Schreins und der abgebildeten Gottheit motiviert ist oder sich aus der traditionellen Ikonographie speist, die auf Narrative oder Wortspiele verweist, die auf den Wunsch bezogen werden können.

Abb. 1: emakake mit unterschiedlichen ema am Mizuinari-Schrein in Tokyo, Shinjuku, Nishi-Waseda



Quelle: Privatbesitz

Auf die Textseite der *ema* schreiben die Besucher von Tempeln oder Schreinen ihre Wünsche, Anliegen und Bitten an die Gottheit, der das Heiligtum gewidmet ist. Meist ist dies ein einziger Wunsch, es können aber auch mehrere sein (Reader 1991: 36). Oft ergänzen die Verfasser diese auch um weitere Informationen wie ihren Namen, ihr Alter, ihr Geschlecht und sogar ihre Adresse (Reader 1991: 34, 41). Zwar gelten *ema* als Briefe an Götter, die Tatsache freilich, dass sie für alle Besucher des Tempels oder Schreins sichtbar an überdachten Gerüsten oder in kleinen Pavillons aufgehängt werden, führt dazu,

dass sie keine privaten Nachrichten sind. Bei meinen Besuchen konnte ich beobachten, dass Schrein- und Tempelbesucher häufig die Wünsche anderer Personen lasen und diese oft lebhafte Gespräche auslösten. Reader (1991: 36–37) weist darauf hin, dass einige Bitten an Götter, wie etwa der Wunsch nach höherem Taschengeld, durchaus mehrfach adressiert sein dürfen, nämlich neben den Göttern auch an die begleitenden Eltern, dass Wünsche nach einer romantischen Beziehung mit einer bestimmten Person in der Hoffnung verfasst werden, dass eben diese Person das *ema* sieht, und dass Fans von Sportmannschaften sich ihrer Zugehörigkeit zur Gemeinschaft der Fans dadurch versichern, dass sie ihr auf *ema* Erfolg wünschen (vgl. auch Robertson 2008: 53–54). Und Manga-Fans hinterlassen in jenen Tempeln, die in erfolgreichen Mangas vorkommen, Zeichnungen der Charaktere auf der Schriftseite der *ema* und kreieren so eine neue intertextuelle und kommunikative Dimension (Andrews 2014). Mir selbst sind von meinem damaligen Besuch noch *ema* mit der Bitte um Unterstützung bei der Erfüllung eines Kinderwunsches, der Wunsch eines Highschool-Schülers, er möge die Aufnahmeprüfung zu einer Eliteuniversität bestehen, und die Bitte eines Kindes um längere Beine, um schneller rennen zu können, erinnerlich. Es sind gerade diese Alltäglichkeiten, die sich auf ihnen finden, die uns in die Lage versetzen, *ema* zu lesen als »a window on contemporary attitudes and shifting social perceptions in Japan« (Reader 1991: 48). Gerade ihre Serialität, sowohl im Hinblick auf die mechanische Reproduktion der Ikonographie als auch im Hinblick auf die Redundanz ermöglichte formale und inhaltliche Reproduktion und Variation (Winkler 1994: 44) unterschiedlicher Wunschtypen, ermöglicht also einen Einblick in Wahrnehmungsmuster und Werthaltungen jener, die sie verfassen, und der Kultur, in der sie leben.

Als ich die lästige Pflicht des Urlaubskartenschreibens während meines Japanaufenthaltes nicht mehr aufschieben konnte – Smartphones und Instant Messaging waren noch nicht verbreitet und Gebühren für aus dem Ausland versandte SMS horrend – und den Stapel Ansichtskarten mit gängigen Tokyoter Motiven (darunter den Tokyo Tower, das Rathaus in Shinjuku, die Kreuzung in Shibuya, das *Kaminarimon* in Ueno) vor mir sah, kamen mir die *ema* wieder in den Sinn. Denn auch wenn sich die Sprachhandlungen, die die Autorinnen und Autoren auf *ema* realisieren (BITTEN, WÜNSCHEN, manchmal auch DANKEN), sich von denen der Postkarte aus den Ferien unterscheiden (hier dominieren GRÜSSEN, BERICHTEN, BEWERTEN) und *ema* am Ort des Verfassens verbleiben, während die Postkarte verschickt wird, weisen beide Kommunikationsmedien doch vielfache Ähnlichkeiten auf.

Dies beginnt bei der durch die Ansichts- und Mitteilungsseite konstituierten Beidseitigkeit (Hausendorf 2019: 302), wobei die Bedeutungsfülle erst im wendenden Lesen und Betrachten von Text und Bild zum Tragen kommen kann (vgl. Hausendorf in diesem Band). Die Ansichtsseite von Urlaubskarte und *ema* verweist zudem häufig auf den Ort, an dem das Medium beschrieben wird: Sehenswürdigkeiten oder Landschaftspanoramen im Fall der Ansichtskarte, die Gottheit, die im jeweiligen Schrein oder Tempel verehrt wird, in beiden Fällen noch durch Aufschrift oder Prägung auf der Bildseite explizit benannt. Als Medien, die nur an diesen Orten erworben werden (können), sind beide damit auch materielle Manifestationen des Hier(gewesen)seins der Schreiberinnen und Schreiber. Zugleich kennzeichnen sie den Ort als eine besondere, der Alltagswelt entrückte Lokalität.

Die spezifische Form bedingt bei beiden eine unveränderliche Begrenztheit, die sich in ähnlicher Weise auf Textsemiotik und die sprachliche Gestalt auswirkt (vgl. Hausendorf 2009). Und so wie Ansichtskarten von ihren Empfängerinnen und Empfängern an Spiegeln und Pinnwänden, an »Mood Boards« und Schnüren mit Wäscheklammern ausgestellt und zum Betrachten und Lesen auch für Gäste aufbereitet werden, so hängen die *emakake* für alle Schrein- und Tempelbesucher gut sichtbar in Augenhöhe an überdachten Ständern oder in Pavillons. Dass sie eben keine Formen privat-exklusiver Schriftlichkeit sind, die nur für die jeweilige Empfängerin bzw. den jeweiligen Empfänger bestimmt sind, begünstigt, dass sich durch intertextuelle Praktiken subsistente Normen¹ herausbilden können, die als Textmuster identifizierbar werden.

Was den Vergleich der Urlaubsansichtskarte mit den *ema* produktiv macht, ist freilich der rituelle Charakter der Letzteren. Als Surrogate für Pferde, die als Boten der Götter galten, sind *ema* Medien, die in ihrer bloßen materiellen Existenz eine Beziehung zwischen Mensch und Gott etablieren, ganz unabhängig von der jeweiligen Botschaft. Sie sind darin durchaus mit der Urlaubsansichtskarte vergleichbar, für die die gegenwärtige Forschung die Kontaktnützlichkeit als eine wesentliche kommunikative Funktion herausgearbeitet hat (vgl. Hausendorf 2019: 302–304), wobei die Bezeichnung der »Nützlichkeit« sich nur schlecht mit ritualtheoretischen Konzeptualisierungen verträgt. Dass aber die meisten Urlaubsansichtskarten nur wenige Informationen enthalten und damit »einer freundschaftlichen Geste« ähneln, stellt schon Diekmannshenke (2002: 98) fest.

Im Folgenden möchte ich den rituellen Charakter der *ema* als Ansichtskarten an Götter als Anregung nehmen, um die textuellen Praktiken auf Urlaubsansichtskarten zu deuten. Denn so wie in den rituellen Texten auf *ema* Wahrnehmungsmuster und Werthaltungen ihrer Verfasserinnen und Verfasser sichtbar werden, so lässt sich der Wandel von Textmustern auf den seriellen »Wechseltichtigkeiten« (Goethe 1948–1960: 400), den die Ansichtskarten darstellen, auch als Indikator soziokulturellen Wandels (Linke 2019) deuten.

2 Ritual und rituelle Texte

Rituale werden gemeinhin als mehr oder weniger stark institutionalisierte und geregelte Praxen definiert. Sie unterscheiden sich von bloß institutionalisiertem Handeln durch Inszeniertheit und ästhetische Elaboriertheit, wobei die Übergänge zwischen Ritual und Institution fließend sind (Braungart 1996: 45ff.). Rituelle Handlungen können insofern als geregt gelten, als sie sich an einem Skript orientieren, an normativen Vorgaben, die schriftlich oder mündlich überliefert sind, oder an gewohnheitsmäßigen Handlungsmustern, die man als subsistente Normen fassen kann. Im Unterschied zu anderen *cultural performances*, wie beispielsweise Happenings oder Inszenierungen von Aktions- oder Performance-Künstlern, sind Rituale also wiederholt auftretende Handlungen, die sich

¹ Subsistente, nichtformulierte Normen »haben ihre Verbindlichkeit ohne institutionelle Zwänge erlangt, z.B. im stillschweigenden Konsens oder auf Grund von (unterstellter) Macht, manchen Erklärungen zufolge auch aus einer normativen Kraft des Faktischen« (Gloy 2004: 394).

durch diese Wiederholungen zu handlungsleitenden Mustern verdichtet haben. Rituale sind kein Handlungstyp *sui generis*, das Rituelle ist vielmehr ein Handlungsmodus, der durch Inszeniertheit und ästhetische Elaboriertheit konstituiert wird.

Der Phänomenbereich des Rituellen lässt sich in alltagsakzessorische Ritualisierungen (bspw. das Grüßen) und alltagstranszendierende Rituale (bspw. der Besuch eines Fußballstadions) differenzieren. Alltagsakzessorisch sind jene Handlungen, die zwar rituell gestaltet sind, aber von den Akteuren selbst nicht mehr als solche durchschaut werden. Hingegen werden alltagstranszendierende rituelle Handlungen bewusst als Ritual vollzogen (Soeffner 1992).

Die Postkarte kann einerseits als Teil des Urlaubsrituals aufgefasst werden, in dessen Rahmen sich produktive, jedoch von der Arbeit erschöpfte Werktätige in eine liminale Phase (Turner 1964) begeben, nach deren Verlassen ihre Produktivkräfte als aufgefrischt gelten und dessen Vollzug ein Akt der Sinnstiftung für das Alltagsleben ist. Die Urlaubsansichtskarte ist dann einerseits eine Manifestation der liminalen Welt, die anderen als Beleg für den (zumeist) erfolgreichen Vollzug des Rituals zugesandt wird und sie so zu Zeugen eben dieses rituellen Vollzugs und seiner transformatorischen Kraft macht. Sie ordnet andererseits das rituelle Erleben im Sinn jener Urlaubsskripte, die die Gesellschaft als Deutungshorizonte des Erlebens zur Verfügung stellt und die als unterschiedliche Ausprägungen des »Urlaubsframes« (Diekmannshenke 2008: 90) aufgefasst werden können.

Andererseits kann das Schreiben von Postkarten aber auch als eigenständiges kommunikatives Ritual gedeutet werden, das der Ausgestaltung von Beziehungen dient. Kulturgeschichtlich wird das Aufkommen der Postkarte im späten 19. Jahrhundert mit dem Ende der Brieffreundschaft als Massenphänomen in Verbindung gebracht. An die Stelle des empfindsamen Briefeschreibens als Freundschaftsritual zum Zweck der Selbstaufklärung über Seele und Gefühle tritt demnach das Automatisierte und Genormte der menschlichen Beziehung im Industriezeitalter, das in Telegramm und Postkarte seinen Ausdruck findet (Axster 2014: 62). Die Urlaubsansichtskarte dient in dieser Perspektive der Stabilisierung gesellschaftlicher Beziehungen. Ansichtskarten sind Symbol dafür, dass man auch im Urlaub der Adressatin oder des Adressaten gedenkt, dass man ihr Zeit schenkt, indem man ihr schreibt, und dass man sie an seinem privaten Leben teilhaben lässt. Die Empfängerinnen und Empfänger werden durch den Vollzug des Rituals zum Gegenstand von Wertschätzung. Und obwohl Urlaubsansichtskarten nicht beantwortet werden, sind sie doch insofern ein reziprokes Kommunikationsmedium, als sie auf ihre Empfängerinnen und Empfänger die Obligation übertragen, den Absendern aus dem nächsten Urlaub ebenfalls zu schreiben. Und so ist das Schreiben von Postkarten auch eine wechselseitige Versicherung, dass man die adressierte Person zum wertgeschätzten Familien-, Freundes- oder Bekanntenkreis zählt.

Diese Deutung passt insofern in einen ritualtheoretischen Horizont, als sich alle ritualwissenschaftlichen Ansätze darin einig sehen, dass Rituale eine zentrale Rolle bei der Konstitution der sozialen Ordnung spielen (vgl. Scharloth 2007). Man kann sie beispielsweise in zyklische, lebenszyklische, ereignisbezogene und Interaktionsrituale einteilen. Zyklische Rituale sind solche, die den tageszeitlichen, wöchentlichen, monatlichen und jährlichen Ordnungsrahmen des alltäglichen Lebens konstituieren, beispielsweise Weckrituale, das familiäre Kaffeetrinken am Sonntag oder Silvesterfeiern. Lebens-

zyklische Rituale definieren häufig den Status einer Person in einer Gesellschaft, etwa das Initiationsritual der Taufe oder die Hochzeit. Die ereignisbezogenen Rituale kommen nur beim Eintreten bestimmter Ereignisse zur Anwendung, etwa beim Tod oder bei Katastrophen. Die Urlaubsansichtskarte dürfte häufig Teil zyklischer Rituale sein, insbesondere dann, wenn sie aus dem Sommerurlaub oder den jährlichen Skiferien geschrieben werden.

Eine wichtige Traditionslinie der Ritualwissenschaften sieht Rituale mit Émile Durkheim (1981) vor allem als Repräsentanten der Ordnung jenes Gemeinwesens, in dem sie vollzogen werden. Prägnant formulierte dies der Ethnologe Raymond Firth: »What ritual performances do is to recall and present in symbol form the underlying order that is supposed to guide the members of the community, in their social activities.« (Firth 1973: 167) Und der Soziologe Erving Goffman betont die Funktion der Festigung von Werten durch den Vollzug von Ritualen: »Insofern eine Darstellung die gemeinsamen offiziell anerkannten Werte der Gesellschaft, vor der sie dargeboten wird, betont, können wir sie nach dem Vorbild von Durkheim und Radcliff-Brown als Ritual betrachten, das heißt, als eine ausdrückliche Erneuerung und Bestätigung der Werte der Gemeinschaft.« (Goffman 1969: 35) Damit wird die affirmative Kraft von Ritualen betont. Sie dienen dazu, den *status quo* einer Gesellschaft zu bestätigen, ihre Werte in Erinnerung zu rufen bzw. die soziale Ordnung nach Krisen wiederherzustellen. Diese Lesart von Ritualen betont also vor allem ihren expressiven Charakter.

Dieser Deutungslinie, die auch der oben zitierten Lesart von *ema* als Repräsentanten sozialer Ordnungsvorstellungen entspricht, möchte ich in der vorliegenden Untersuchung folgen. Sie ist angesichts des seriellen Charakters der Urlaubsansichtskarte als Massenprodukt naheliegend. Dabei werde ich meine Untersuchung auf die Texte auf den Ansichtskarten beschränken, die ich als rituelle Texte fassen möchte.

Einige zentrale konstitutive Merkmale ritueller Texte hat Ulla Fix (2014: 123–124) zusammengetragen. Ihre Liste liest sich wie eine Zusammenfassung jener Merkmale, die ich bislang für den rituellen Charakter der Texte auf Postkarten benannt habe. Sie finden sich häufig in Übergangssituationen, in liminalen Phasen, in denen eine Transformation von Personen bzw. ihres sozialen Status erfolgt. Sie weisen einen Wertezug auf und dienen der Stabilisierung von Wertvorstellungen. Durch ihren Mitvollzug eignen sich Akteurinnen und Akteure diese Werte an und integrieren sich in eine Gruppe oder soziale Formation, für deren Identität diese Werte als konstitutiv gelten. Rituelle Texte haben einen expressiven Charakter. In ihnen steht nicht die Sachinformation im Vordergrund, sondern die Gestaltung von Beziehungen und Bindungen. Und sie sind Teil einer Inszenierung, eines normierten Handlungsvollzugs und entlasten dadurch vom Zwang der Originalität und Individualität.

Hoffmann (2010: 125–126) nennt einige sprachliche Merkmale ritueller Texte. Sie sind aufgrund rekurrenter sprachlicher Muster für die Angehörigen einer Sprachgemeinschaft als rituelle Texte identifizierbar. Sie sind nicht von Sprachhandlungstypen geprägt, die differenzierte argumentative Funktionen realisieren, sondern von repräsentativen und expressiven Handlungen wie BESTÄTIGEN, FESTSTELLEN, BEHAUPTEN, AUF- oder ABWERTEN. Sie weisen wie bei Wiedergebrauchstexten üblich eine hochaggregierte und formelhafte Sprache auf, wobei Hoffmann für öffentliche rituelle Texte ein gehobenes Stilniveau beobachtet. Und sie zeigen wenig sprachliche Variation,

und ihr propositionaler Gehalt ergibt sich weniger aus ihrer spezifischen sprachlichen Gestalt, sondern aus dem Musterwissen der Rezipientinnen und Rezipienten.

Abgesehen vom hohen Stilniveau lassen sich diese Merkmale auch in den Texten auf Urlaubsansichtskarten beobachten. Aus ritualtheoretischer Perspektive scheinen mir zunächst jene Aspekte von besonderem Interesse, die sich aus der Repetitivität des Vollzugs des Rituals des Postenkartenschreibens ergeben: die Musterhaftigkeit der Texte und ihre geringe Variation, die indexikalisch auf ihren rituellen Charakter verweist. Texte auf Ansichtskarten können als Phänomene von *Text Reuse* gedeutet werden, einer Wiederholung von Text jenseits simpler Wiederholung der sprachlichen Oberflächenstruktur, und damit als ein intertextuelles Phänomen.

Im Folgenden soll – aufbauend auf einer operationalen Definition von Intertextualität – untersucht werden, welche Elemente der Texte auf Urlaubsansichtskarten zu jedem Repertoire textueller Muster gehören, die zu ihrem rituellen Charakter beitragen. In ihnen, so die These, zeigen sich jene Aspekte der Ansichtskartentexte, die für die Präsentation von Wert- und Ordnungsvorstellungen von besonderer Bedeutung sind.

3 Intertextualität und Paraphrase

Die unterschiedlichen Ansätze zur theoretischen Fassung von Intertextualität lassen sich grob in deskriptive und ontologische Theorien gliedern. Für deskriptive Intertextualitätstheorien sind nur solche Beziehungen zwischen Texten Intertextualitätsphänomene, bei denen angenommen werden kann, dass ein Autor oder eine Autorin einen Vorgängertext absichtlich referenziert hat. Dies ist etwa beim Zitat oder der Übersetzung, aber auch bei Anspielung und der Parodie, bei Kommentar, Interpretation oder Kritik der Fall (vgl. etwa Stierle 1984: 147).

Im Gegensatz dazu gehen ontologische Intertextualitätstheorien von der Annahme aus, dass sich in sprachliche Ausdrücke Bedeutungsdimensionen (»Gebrauchswerte«) eingeschrieben haben, die sich aus vergangenen Verwendungsweisen in konkreten Kontexten ergeben. Nach Bachtin (1990: 130) findet das Mitglied einer Sprachgemeinschaft »das Wort nicht als ein neutrales Wort der Sprache vor, das von fremden Bestrebungen und Bewertungen frei ist, dem keine fremden Stimmen innewohnen. Nein, es empfängt das Wort von einer fremden Stimme, angefüllt mit dieser fremden Stimme. In seinen Kontext kommt das Wort aus einem anderen Kontext, durchwirkt von fremden Sinngebungen. Sein eigener Gedanke findet das Wort bereits besiedelt.« Statt also souverän über die Sprache zu verfügen und Sinn autonom produzieren zu können, ist jeder Sprachgebrauch ein Dialog mit früheren Verwendungen des sprachlichen Materials und den durch sie mitgeprägten Verstehenshorizonten der Adressatinnen und Adressaten.

Ähnlich strukturieren Manfred Pfister (1985a und 1985b) und Ulrich Broich (1985a und 1985b) das Feld der Intertextualität in Einzeltext- und Systemreferenz. Einzeltextreferenz liegt dann vor, wenn »ein Text [sich] auf einen bestimmten, individuellen Prätext [bezieht]« (Broich 1985b: 52). Sie gilt Pfister als Kernbereich der Intertextualität. Der Gegenbegriff zur Einzeltextreferenz ist der der Systemreferenz. Intertextueller Bezugsrahmen ist hier »nicht mehr ein individueller Prätext, sondern wird von Textkollektiva ge-

bildet oder genauer von den hinter ihm stehenden und sie strukturierenden Systemen« (Pfister 1985b: 53).

Für die vorliegende Forschungsfrage kann nur eine Orientierung am ontologischen Intertextualitätsbegriff zielführend sein, denn auch wenn es intentionale Bezugnahmen zwischen Postkarten unterschiedlicher Autorinnen und Autoren geben mag, ist daraus doch nicht die Musterhaftigkeit eines Großteils der Texte auf Urlaubsansichtskarten erkärbare. Diese muss sich vielmehr einem in der Praxis des Lesens und Schreibens erworbenen Musterwissen verdanken, mithin einem Wissen um den Gebrauchswert jener textuellen Praktiken, die Ansichtskartentexte zu rituellen Texten machen.

Im ontologischen Intertextualitätsbegriff verweisen Texte in einem *regressus ad infinitum* immer wieder auf andere Texte und so letztlich auf alle anderen Texte des Textuniversums. Ein solch totaler Intertextualitätsbegriff mag zwar in theoretischer Hinsicht reizvoll sein, verschiebt er doch die Perspektive auf Text, Autor und Leser. Mangels Differenzierung des Phänomenbereichs ist er jedoch für konkrete Forschungsfragen kaum geeignet.

Auch in der Sprachwissenschaft äußern insbesondere Teildisziplinen mit Anwendungsbezug wie die Textlinguistik und die Korpuslinguistik Vorbehalte gegen die ontologische Intertextualitätstheorie. Wolfgang Heinemann (1997) etwa fordert, den Begriff der Intertextualität für die Wechselbeziehungen zwischen konkreten Textexemplaren und die grundsätzliche Textsortengeprägtheit aller Texte zu reservieren, während er für das allgemeine Phänomen der auch impliziten Text-Text-Beziehungen den Terminus der Textreferenz vorschlägt.

Eine vermittelnd-pragmatische Position nimmt Kathrin Steyer ein. Sie bestimmt den »Kernbereich sprachwissenschaftlichen Interesses« im Feld der Intertextualitätsforschung als »Referenzen auf Versprachlichtes« im Sinne von Reformulierungen. Als empirische Wissenschaft müsse die Linguistik sprachproduktbezogene Intertextualität in das Zentrum ihrer Betrachtung stellen. Eine analytische Beschreibung müsse »auch ohne Instrumentarien der Psychologie, kognitivistischer Theorien oder gar der Literaturwissenschaft geleistet werden« können (Steyer 1997: 86). Entsprechend müsse nicht notwendig der Nachweis intentionaler Reformulierungen und direkter Textbezüge im Zentrum des Interesses stehen, sondern die Distribution textueller Muster in größeren Korpora und ihre diachrone Entwicklung. Der Musterbegriff impliziert dabei, dass Ausgangstext(e) und Folgetexte(e) auf dieselbe abstrakte Repräsentation zurückgeführt werden können und diese abstrakte Repräsentation als das Vehikel ihrer wechselseitigen Transformation gedacht werden kann.

Steyers Position ermöglicht es, linguistische Intertextualitätsforschung sowohl als eine Art Textarchäologie zu betreiben, die Beziehungen zwischen einzelnen Textexemplaren in den Blick nimmt, andererseits aber als eine Geschichte sprachlicher Topoi, etwa als Geschichte von Themen, Motiven oder Argumentationen. Eine solche toposorientierte Intertextualitätsforschung ist mehr als das bloße Postulat universeller Intertextualität, weil sie an die Nachweisbarkeit der intertextuellen Bezüge an der sprachlichen Oberflächen- oder Tiefenstruktur der Texte gebunden ist.²

² Die für Ritualität konstitutive Musterhaftigkeit geht jedoch nicht in der Kontextualisierung einer Textsorte auf und kann nicht allein als Ergebnis von Routinisierung gedeutet werden. Wegen

Für die vorliegende Untersuchung bedeutet dies, dass sie dann von intertextuellen Bezügen zwischen Ansichtskartentexten spricht, wenn sich in beiden Texten Formulierungen finden, die sich auf dieselbe abstrakte Repräsentation zurückführen lassen und sich damit die sprachliche Form eines Textes in die des anderen überführen lässt. Hat die abstrakte Repräsentation eine semantische Dimension, dann soll von einer Paraphrase die Rede sein. Doch wie kann diese Transformation operationalisiert werden?

Zur Identifizierung wörtlicher Übereinstimmungen zwischen Texten haben sich n-Gramme, also Sequenzen aus n sprachlichen Einheiten, als hilfreich erwiesen. Damit jedoch auch lexikalisch-semantische oder morphosyntaktische Abwandlungen ansonsten inhaltlich ähnlicher Passagen zweier Texte erfasst werden können, müssen einzelne oder alle Elemente eines n-Gramms durch alternative Repräsentationen (wie etwa interpretative linguistische Kategorien) ersetzt sein (vgl. Scharloth et al. 2019). Dies können zum einen Elemente sein, die sich auf die Tokenebene beziehen und die Wortform funktional oder semantisch deuten (als Repräsentant einer Wortart oder als Teil einer semantischen Klasse). Zum anderen aber auch Elemente, die über die Tokenebene hinausgreifen, etwa das Tempus oder die Modalität einer Äußerung (direkte vs. indirekte Rede). Welche Elemente welcher interpretativer Dimensionen in die Analyse mit einbezogen werden, hängt einerseits von der jeweiligen Forschungsfrage ab, andererseits forschungspraktisch auch davon, welche Ressourcen für die Annotation des Korpus zur Verfügung stehen.

Ein Beispiel: Ein Satz wie »Angela Merkel ist die erfolgreichste Regierungschefin in Europa.« kann beispielsweise maschinell mit interpretativen Kategorien auf folgenden Ebenen repräsentiert werden: Auf der Token-Ebene, also auf der Ebene von Wörtern und Satzzeichen, sind dies Informationen zum Lemma und zur Wortart des jeweiligen Token (Tokenisierung, Lemmatisierung und POS-Annotation erfolgten mittels des TreeTaggers) sowie unterschiedliche semantische Informationen, wie Hyperonyme (aus der semantischen Taxonomie GermaNet) und Synonyme (aus Open Thesaurus). Tokenübergreifend können beispielsweise Informationen zu sog. *Named Entities* und ihrer Klassifikation als Ort, Organisation, Person und anderes identifiziert werden oder die grundlegende syntaktische Einheit des Satzes, bspw. Nominalphrasen-Segmente. Tabelle 1 gibt einen (um der Übersichtlichkeit willen vereinfachten) Überblick über mögliche Repräsentationen von Token oder Tokensequenzen.

Komplexe n-Gramme lassen sich nun einerseits durch syntagmatische Parameter wie die Festlegung von Grenzen (Länge des n-Gramms) und die Möglichkeit von Auslassungen, andererseits durch paradigmatische Ersetzungen erzeugen. Ein durch die Operationen der Begrenzung, Auslassung und Ersetzung erzeugtes n-Gramm ist eine abstrakte Repräsentation des Referenztextes. Wie die n-Gramme jeweils gebildet werden sollen, wird durch die Festlegung der Parameter des Berechnungsalgorithmus gesteuert.

der Fokussierung semantischer Ähnlichkeit zwischen den Karten, wie er in dem in der Intertextualitätsforschung geprägten Begriff der Paraphrase akzentuiert wird, wird hier im Gegensatz zu Hausendorf et al. (2017: 319ff.) nicht der Begriff der Musterhaftigkeit ins Zentrum gestellt.

Tab. 1: Beispielsatz mit paradigmatischen und syntagmatischen Annotationen

	Angela	Merkel	ist	die	erfolgreichste	Regierungschefin	in	Europa	.
Lemma	Angela	Merkel	sein	d	erfolreich	Regierungschefin	in	Europa	.
POS	NE	NE	VAFIN	ART	ADJA	NN	APPR	NE	\$.
NP	[Angela	Merkel]		[die	erfolgreichste	*Regierungschefin]	[in	*Europa]	
NER	[NE	Person]						NE Ort	
Hyperonym					gut, positiv	Regierungsbeamter, Verantwortlicher, Leiter		Erdteil, Kontinent	
Synonym					gelungen, sieghaft	Kanzler, Präsident		Abendland, Okzident	

Wenn bei der Paraphrasensuche beispielsweise Personennamen durch die *Named-Entity*-Kategorie [NE Person] ersetzt werden, Verben als Wortform-Token erhalten bleiben, sämtliche Artikel und Adjektive ignoriert werden, alle Präpositionen durch ihren Part-of-Speech-Tag ersetzt werden und Substantive durch ihr Hyperonym, dann erhält man folgendes n-Gramm als Repräsentation des Referenztextes: [NE Person] ist [Regierungsbeamter, Verantwortlicher, Leiter] [APPR] [Erdteil, Kontinent]. Die Paraphrasensuche besteht nun darin, in potenziellen Folgetexten nach Textstellen zu suchen, deren abstrakte Repräsentation mit der des Referenztextes identisch ist. Dies wären beispielsweise Sätze wie »Putin [...] ist [...] Präsident [...] von Russland.« oder »Alfons der Viertelvorzwölfe [...] ist [...] König [...] auf Lummerland.« Das Beispiel zeigt, dass die gewählten Parameter den Algorithmus womöglich zu »gierig« machen, d.h., dass zahlreiche Textstellen gefunden werden, die nur schwerlich als Paraphrasen gelten können.

Der Suchalgorithmus ist freilich hochgradig konfigurierbar und transparent. In jedem Fall ist anhand der abstrakten Repräsentation von Referenztext und Paraphrasenkandidat überprüfbar, aufgrund welcher sprachlichen Transformationen zwei Textstellen als hinreichend ähnlich aufgefasst werden können, um als Paraphrase gedeutet zu werden.

Im Folgenden soll untersucht werden, ob mithilfe einer datengeleiteten Paraphrasenanalyse nennenswerte intertextuelle Bezüge zwischen Ansichtskarten sichtbar gemacht werden können, die sich als saliente Muster für die Relevanzstrukturen der an der Ansichtskartenkommunikation Beteiligten deuten lassen. Allerdings sollen dabei nicht nur einzelne Paraphrasen als Muster angesehen werden, sondern – wenn möglich – die Musterhaftigkeit ganzer Cluster von Ansichtskartentexten.

4 Paraphrasenattribution zur Identifikation von Textmustern in [anko]

Für die Analyse wurde das Ansichtskartenkorpus [anko] (vgl. Sugisaki/Wiedmer/Hausendorf 2018 und Sugisaki/Wiedmer/Calleri in diesem Band) mit seinen 12.380 Urlaubsansichtskarten untersucht. Zunächst wurden für jede Ansichtskarte sämtliche komplexen n-Gramme berechnet. Dabei wurden folgende Parameter benutzt:

- n-Gramm-Länge: 4
- Window: 8 Wörter
- Mindestanzahl Nomen, Adjektive, Verben, Adverbien und Pronomen: 3
- Wortformen in n-Grammen konnten ersetzt werden durch:
 - Part-of-Speech-Tag: nur im Fall von *Named Entities* (NE)
 - Lemma: im Fall von Adjektiven, Nomen, Verben, Adverbien
 - Hyperonym: im Fall von Adjektiven, Nomen und Verben
- Die Reihenfolge der Token wird nicht berücksichtigt.

Im Anschluss wurde eine Matrix erstellt, die das (Nicht-)Auftreten jedes komplexen n-Gramms auf jeder der Urlaubsansichtskarten verzeichnete. Auf Basis dieser Matrix wurde jede Karte mit jeder anderen Karte im Hinblick darauf verglichen, wie groß die Schnittmenge der in den beiden Karten auftretenden komplexen n-Gramme ist. Eine große Schnittmenge nämlich kann als ein Indikator für die Ähnlichkeit der Texte auf beiden Karten gedeutet werden.

Dieser Analyseschritt ist für die vorliegende Untersuchung insofern zentral, als dadurch vermieden wird, Muster atomistisch zu betrachten. Vielmehr werden Karten mit einer großen Schnittmenge als ähnlich klassifiziert, weil eine große Anzahl komplexer n-Gramme dann gefunden wird, wenn längere oder mehrere Textpassagen ähnlich sind. Dies macht es möglich, die Ansichtskarten auf der Basis der Kookkurrenz der in ihnen häufig auftretenden Muster zu Clustern zu ordnen, die dann als Textmuster gedeutet werden können.

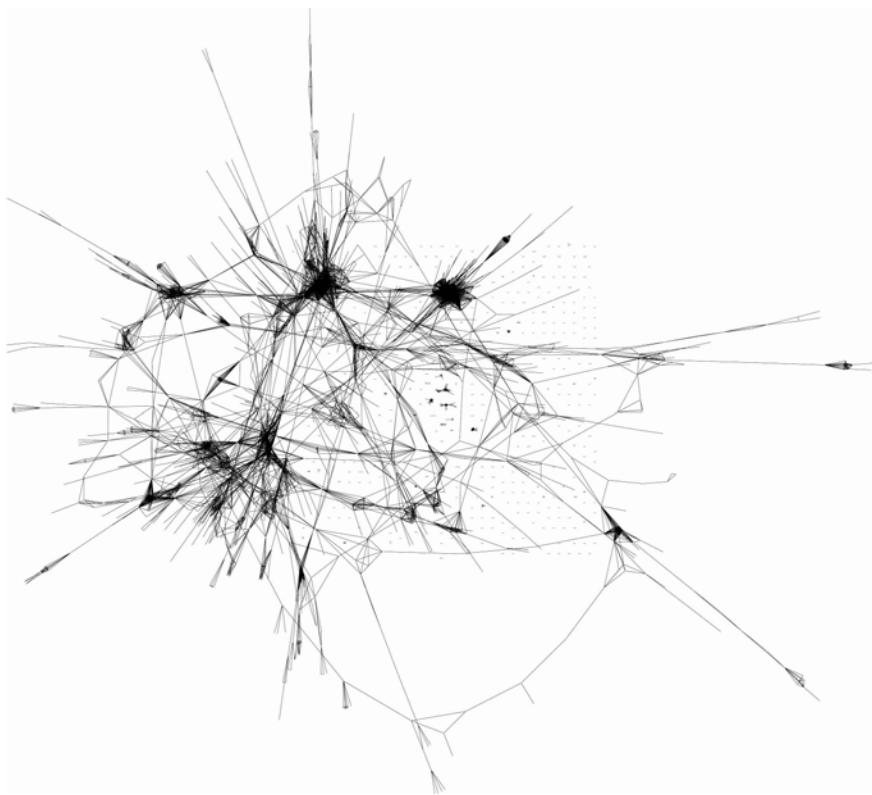
Die Berechnungsmethode bringt es freilich mit sich, dass jedes Fenster von acht Wörtern, das für die Berechnung isoliert wird, durch die skizzierten Transformationsregeln durch eine größere Zahl unterschiedlicher komplexer n-Gramme repräsentiert wird, was bei einem gleichlautenden oder ähnlichen Fenster in einem Vergleichstext auch zu mehreren n-Gramm-Übereinstimmungen führt. Um zu verhindern, dass einzelne wörtliche Übereinstimmungen zu einer Klassifikation von zwei Karten als ähnlich führen, wurde daher ein Mindestwert von 20 n-Gramm-Übereinstimmungen festgelegt.

Die sich daraus ergebende Ähnlichkeitsstruktur der Karten im Korpus wurde dann mittels eines ungerichteten Graphen visualisiert (Abbildung 2). Jeder Knoten repräsentiert eine Ansichtskarte, jede Verbindung zwischen zwei Knoten steht dafür, dass die verbundenen Karten mindestens 20 n-Gramm-Übereinstimmungen aufweisen.³ In diesem Graph werden mehrere Verdichtungsbereiche sichtbar, in denen Ansichtskarten komplex untereinander vernetzt sind. Dies ist ein Indiz dafür, dass sich die n-Gramm-Kookkurrenzen in diesen Ansichtskarten ähneln und damit auch die Texte mehrere Paraphrasen aufweisen.⁴

³ Karten, die nur mit wenigen anderen Karten und nicht mit dem Hauptgraph verbunden sind, formen unabhängige Cluster und werden zufällig platziert. Karten ohne Verbindung zu anderen Karten werden nicht dargestellt. Karten, die nur mit wenigen anderen Karten und nicht mit dem Hauptgraph verbunden sind, formen unabhängige Cluster und werden zufällig platziert. Karten ohne Verbindung zu anderen Karten werden nicht dargestellt.

⁴ Dass hier kein verboses Beispiel ausgebreitet wird, hat seine Ursache darin, dass eine einzige Textstelle aufgrund der durch die Parameter spezifizierten kombinatorischen Möglichkeiten durch

Abb. 2: Ähnlichkeitsstruktur der Karten in [anko] (Force Directed Layout, *sfdp*-Algorithmus, visualisiert mit GraphViz)



Zur Identifizierung von Clustern in diesem Graph wurde der *Chinese-Whispers*-Algorithmus (Biemann 2006) verwendet. Mit dessen Hilfe ließen sich 14 größere Cluster bestimmen, die sich als Textmuster deuten lassen. Der erste Befund lautet damit, dass es nicht ein einziges Textmuster der Urlaubsansichtskarte gibt, sondern dass sich auf der Basis der internen Ähnlichkeit eine größere Zahl unterschiedlicher Textmuster identifizieren lässt, die rund 65 % der Ansichtskarten im Korpus abdecken.

Da es sich um ein historisches Ansichtskartenkorpus handelt, wurde zunächst untersucht, ob die Ansichtskarten in den Clustern eine Zeitspezifik aufweisen. Dabei wurden die Abweichungen von der erwarteten Anzahl Karten bei einer unspezifischen Verteilung der Karten eines Clusters über die jeweiligen Jahrzehnte abhängig von der Anzahl der Karten im jeweiligen Jahrzehnt berechnet. Die Jahrzehnte vor 1950 wurden aufgrund der zu geringen Anzahl Ansichtskarten nicht ausgewertet.

eine zweistellige Anzahl komplexer n-Gramme repräsentiert wird, die mit einer Vielzahl unterschiedlicher Realisierungen in anderen Texten korrespondieren. Diese Mehrdimensionalität, die für ein Textmuster noch um ein Vielfaches komplexer ist, kann nicht in eine übersichtliche Darstellung überführt werden.

Tab. 2: Prozentuale Abweichung der Frequenz von clusterspezifischen Karten vom Erwartungswert im jeweiligen Zeitraum

	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010
Cluster 1	-48,10	-6,16	31,93	-6,46	-4,53	-43,97	28,02
Cluster 2	-63,38	3,07	32,11	8,32	11,49	-217,65	24,37
Cluster 3	18,28	6,28	-18,02	-2,08	-6,34	7,27	12,75
Cluster 4	-33,44	-18,98	-17,82	16,90	11,34	6,65	-31,24
Cluster 5	-22,24	-2,41	-1,49	2,35	2,04	-0,42	14,31
Cluster 6	9,69	-1,57	-0,35	-13,18	0,12	2,93	6,74
Cluster 7	-1,55	-81,99	-2,68	15,35	8,31	15,07	-105,64
Cluster 8	31,63	-220,16	-66,03	2,69	7,76	31,62	-4,36
Cluster 9	-6,89	3,85	12,66	-17,09	3,78	-13,67	4,46
Cluster 10	0,01	5,06	3,09	7,78	-9,96	0,61	3,95
Cluster 11	-3,74	21,85	12,59	-46,78	3,96	-4,20	-30,24
Cluster 12	-0,14	22,69	20,89	9,19	-22,58	-5,65	-102,79
Cluster 13	16,64	33,16	-24,15	-19,83	-6,77	-1,85	17,48
Cluster 14	-30,12	-13,05	29,26	0,22	-0,02	-37,67	8,35

Tabelle 2 zeigt, dass nicht jedes Cluster zeitaffin ist. So weisen Cluster 5, 6 und 9 nur eine geringe zeitspezifische Variation auf, wohingegen die Distribution der Karten in Cluster 2, 7 und 8 in den verschiedenen Jahrzehnten sehr ungleich ist.⁵ In Folgenden sollen einige dieser Cluster einer genaueren Analyse unterzogen werden. Um der besseren Lesbarkeit willen werden nicht die Muster, die für das Cluster typisch sind, sondern ausgewählte konkrete Realisierungen dieser Muster angeführt. Dies geschieht auch deshalb, weil Muster, die ähnliche sprachliche Formen repräsentieren, überlappen und die frequentesten Muster jene mit hohem Abstraktionsgrad sind, also solche, in denen Token bspw. durch Hyperonyme oder Part-of-Speech-Tags ersetzt wurden. Zur weiteren Verbesserung der Lesbarkeit wurden die durchschnittlichen relativen Textpositionen jedes Musters berechnet und die Musterrealisierungen entsprechend angeordnet.

Das häufigste Textmuster ist das von Cluster 3, das keine starke Affinität zu einem bestimmten Jahrzehnt aufweist und sich in 1344 Karten findet. Zu den sprachlichen Mustern, die dieses Textmuster konstituieren, gehören:

hier ist es schön
wir erholen uns in
wir geniessen die Tage
bei sonnigem Wetter geniessen

das Wetter ist gut
das Wetter ist schön
das Wetter ist immer

5 Die Anzahl der Karten der 2010er Jahre ist vergleichsweise gering, sodass einzelne Karten hier ein größeres Gewicht haben und so leicht der Anschein einer sehr großen Veränderung im Vergleich zu früheren Jahrzehnten entsteht. Dies gilt bei kleineren Clustern auch für die 1950er Jahre.

das Wetter ist auch
das Wetter ist wirklich

sind wir viel unterwegs
sind wir in NE gewesen
haben wir noch nicht
wollen wir noch nach

wohnen in einem schönen
wir fühlen uns wohl
fühlen wir uns sehr wohl
das Essen ist gut

hoffe geht Dir gut
hoffe dass es Dir
hoffe Dir geht es

senden Dir beste Grüsse
senden die besten Grüsse
sende ich liebe Grüsse
schöne Grüsse sendet Dir
herzliche Feriengrüsse senden Dir

Es handelt sich hier also um Muster, die zahlreiche Bestandteile des Urlaubsframes (vgl. die Beiträge von Naef, Wiedmer & Sugisaki und vor allem von Wiedmer in diesem Band) kontextualisieren. Dazu gehören die Ortsreferenz, Gefühle und Bewertungen, Bemerkungen über das Wetter, die Nennung der Unterkunft, die Bewertung der Verpflegung und die Darstellung von Aktivitäten. Hinzu treten in diesem Muster noch Wünsche an die Adressatin bzw. den Adressaten und die obligatorischen Grüße, die sich auch – abweichend von obiger Darstellung – am Anfang befinden können (zum Grüßen vgl. den Beitrag von Merten in diesem Band). Selbstverständlich realisieren nicht alle Karten im Cluster alle Muster bzw. kontextualisieren den Urlaubsframe in gleicher Weise. Jedoch weisen die Karten im Cluster im Hinblick auf die Binnendiftribution der Muster eine Familienähnlichkeit auf, die sie als Textmuster deutbar macht. Cluster 3 repräsentiert damit eine Art Standardtextmuster, dessen Stabilität über die Jahrzehnte hinweg sich auch als Stabilität der Vorstellungen vom guten Urlaub deuten lässt.

Es mag auf den ersten Blick irritieren, wenn ein Textmuster, das nur rund 11 Prozent der Texte eines Korpus abdeckt, hier zum Standardmuster erklärt wird. Nachvollziehbarer wird dies allerdings, wenn man zusätzlich die Cluster 1, 4, 5 und 7 berücksichtigt, die eine Nähe zu Cluster 3 aufweisen. Denn auch in diesen Clustern werden zahlreiche Elemente des Urlaubsframes kontextualisiert, es finden sich jedoch einige wenige dominante Muster in ihnen, durch die sie sich von Cluster 3 unterscheiden. In Cluster 4 (965 Karten) finden sich Referenzen auf den Reiseweg (*nach ... Reise/Fahrt ... sind wir ... angekommen*), in Cluster 5 (780 Karten) dominieren Muster mit *genießen* (*wir genießen die Tage*) und Hinweise auf die Vielzahl der Sehenswürdigkeiten (*es gibt viel zu sehen*), auf

den Karten von Cluster 7 (144 Karten) werden häufiger Wünsche formuliert (*wir wünschen euch Gesundheit*) und Dank ausgesprochen (*möchte mich herzlich bedanken*) und in Cluster 1 (126 Karten), ein Cluster mit einer überdurchschnittlichen Menge an Karten aus den 1970er Jahren, in denen Fliegen für den Massentourismus erschwinglich wurde, finden sich zahlreiche sprachliche Referenzen auf Flugreisen (*sind wir in ... gelandet*). Die Elemente des Urlaubsframes sind damit in zahlreichen Clustern dominanter Gegenstand der sprachlichen Gestaltung.

Zum erweiterten Kreis von Clustern, die Ähnlichkeiten zum Standardtextmuster aufweisen, zählen auch die Cluster 2, 6 und 14, die durch Muster konstituiert werden, die auf unterschiedliche Urlaubstypen (Wanderurlaub und Skiurlaub), aber auch auf Besonderheiten des Reisewegs verweisen. Dass unterschiedliche Urlaubstypen aber nicht durchweg konstitutiv für die Cluster sind, ist ein Indiz dafür, dass gesellschaftliche Vorstellungen von Urlaub, wie sie im Urlaubsframe repräsentiert sind, die Wahrnehmung aller Urlaubstypen strukturieren.

Mit einer Einschränkung: Ein Cluster, das von Mustern konstituiert wird, die wenige Aspekte des Urlaubsframes thematisieren, ist Cluster 8 (475 Karten), in dem sich überdurchschnittlich viele Karten aus den 1950er und 2000er Jahren finden. Die frequentesten Muster hier sind:

von NE senden Grüsse
aus senden viele Grüsse

sind ein paar Tage
für ein paar Tage
bin für eine Woche

wir haben heute den
heute haben wir gemacht
mit sind wir gestern
gestern besuchten wir die
haben wir hinter uns

wir denken an dich
es Ihnen gut geht
ich melde mich bei
wir freuen uns auf

Nach Gruß und Situierung sind es Beschreibungen der Urlaubslänge, die Schilderung von Aktivitäten und teilweise Aspekte der Beziehungsgestaltung, die über den Urlaub hinausreichen, die typisch für dieses Cluster sind. Für den Kurzurlaub, so könnte man schließen, steht auch nur ein reduzierter Urlaubsframe als Deutungsschema zur Verfügung, das Aspekte wie Genuss und Erholung in den Hintergrund treten lässt. Auch die Konstruktion der liminalen Sphäre der Urlaubswelt ist weniger rigide und durchlässig für die Belange der Alltagswelt, wofür die Referenzen auf die Zeit nach dem Urlaub (*wir freuen uns auf* und *ich melde mich bei*) ein Indiz sind.

Ein weiteres bemerkenswertes Textmuster, das vom Standardmuster abweicht, findet sich in Cluster 10 (723 Karten), das eine überdurchschnittlich hohe Zahl an Karten aus den 1960er, 1970er und 1980er Jahren enthält. Häufige Muster sind:

möchte mich herzlich bedanken

bei Dir herzlich bedanken

möchte bedanken für die

ich bin hier in

wir sind jetzt in

seit gestern sind wir

wo es gut gefällt

fuhren wir nach NE

das Wetter ist herrlich

das Wetter ist immer

würde dir auch gefallen

würde dir gut gefallen

wie geht es euch

wie geht es dir

hoffe es geht gut

es grüßt dich herzlich

es grüßt sehr herzlich

grüssen wir sehr herzlich

In den Karten dieses Clusters ist der Adressat bzw. die Adressatin mehrfach präsent. Ihr wird in unterschiedlichen Formen Dank ausgesprochen. Zudem wird an sie die Frage nach dem Befinden gerichtet (*wie geht es dir*) und mit dem Wunsch nach Wohlergehen (*hoffe es geht gut*) verknüpft. Schließlich ist die Formulierung der Annahme, der Adressatin würde der Urlaubsort wie dem Autor gefallen, ein Display für intendierte Empathie, geteilte geschmackliche Präferenzen und damit eine Strategie der Stilisierung der Beziehung zu einer mindestens guten Bekanntschaft. Dass dieses Textmuster von den 1960er bis 1980er Jahren eine Konjunktur hatte, kann als Indiz dafür gedeutet werden, dass es zumindest als höflich erachtet wurde, auf der Urlaubsansichtskarte nicht nur über den eigenen Urlaub und das subjektive Erleben zu sprechen, sondern der gedanklichen Auseinandersetzung mit dem Adressaten bzw. der Adressatin Raum zu geben.

Die verbleibenden Cluster werden durch Ensemble wenig aussagekräftiger Muster konstituiert, was teilweise mit der Textmenge auf den Karten der jeweiligen Cluster korreliert, jedoch auch Fragen hinsichtlich der Parameter des Berechnungsalgorithmus aufwirft.

5 Fazit

Im vorliegenden Beitrag habe ich Texte auf Urlaubsansichtskarten als rituelle Texte aufgefasst, für die als Wiedergebrauchstexte die Formelhaftigkeit ein konstitutives Merkmal ist. Weil Repetitivität ein intertextuelles Phänomen ist, hielt ich es für vielversprechend, die Texte des [anko]-Korpus im Sinn des ontologischen Intertextualitätsbegriffs als durch Paraphrasen miteinander verknüpft zu betrachten. Als Paraphrasen galten mir dabei Textpassagen, die auf ein gemeinsames abstraktes Muster aus semantischen und grammatischen Kategorien zurückgeführt werden können. Operationalisiert habe ich diese Muster als komplexe n-Gramme.

Auf der Basis der Distribution der so berechneten Paraphrasen konnte ich im Korpus 14 Cluster identifizieren. Die Texte dieser Cluster realisieren jeweils einen Teil eines Musterensembles, das die Ähnlichkeit zwischen ihnen konstituiert. Als Realisierungen eines Ensembles kookkurrierender Muster habe ich die berechneten Cluster als Textmuster gedeutet. Texte auf Urlaubsansichtskarten weisen damit typische Merkmale ritueller Texte auf. Sie sind geprägt von einer formelhaften Sprache, deren Gebrauch dem Textmusterwissen der Sprachgemeinschaft folgt. Dieses Textmusterwissen sichert auch bei reduzierter Realisierung den erfolgreichen Vollzug des kommunikativen Rituals. Zudem dominieren bei der Realisierung des Urlaubsframes repräsentative und expressive Sprachhandlungen.

Als rituelle Texte indizieren die Texte auf Ansichtskarten freilich auch Wertorientierungen, die durch die unterschiedlichen Textmuster kontextualisiert werden. Das Standardtextmuster, das mit seinen Varianten unterschiedliche Dimensionen des Urlaubsframes realisiert, verweist auf die gesellschaftlichen Erwartungen an den Urlaub. Der Urlaub als Regeneration oder als expressive Praktik mit Lebensstilrelevanz bedarf der Selbstversicherung und der durch die Karte realisierten Zeugenschaft Dritter, um seine gesellschaftliche Funktion zu erfüllen. Der performative Effekt des Schreibens, Lesens, Zeigens und Ausstellens von Postkarten ist Teil der narrativen Konstruktion des regenerierten Subjekts. Gelingensbedingung dieser Konstruktion ist, dass sich das Subjekt in seiner Darstellung an den Normen des glückten Urlaubs orientiert, die sie mit seiner Darstellung rückbezüglich mitkonstruiert. Mit anderen Worten: Nicht das arbeitsfreie Wegsein allein, sondern die Qualität der Unterkunft, die Schönheit des Ortes, die Güte des Essens, der Vollzug bestimmter Aktivitäten und sogar das Wetter müssen so inszeniert werden, dass sie die Qualitäten des Alltags narrativ kompensieren oder komplementieren. Dies gilt auch für die Aneignung einer Identität und Einschreibung in einen Lebensstil durch Urlaubspraktiken. So korreliert z.B. die Konjunktur von Mustern mit dem Verb *genießen* mit der Entstehung eines hedonistischen Selbstverwirklichungsmilieus (Schulze 1996: 312ff.).

Daneben gibt es aber auch Textmuster, in denen die referentielle und expressive Funktion gegenüber der phatischen zurücktritt. Die Kontaktnützlichkeit (Hausendorf 2019: 300) wird dabei neben dem Gruß auch durch Sprachhandlungen der Anteilnahme und des Teilhabenlassens konstituiert, die als Displays der Bedeutung und der Wertschätzung der Empfängerin bzw. des Empfängers fungieren.

Was von der Paraphrasenanalyse kaum erfasst werden konnte, sind die inhaltlich knappen Karten, die kaum mehr als eine lokale Situierung und einen Gruß enthalten. In

ihnen treten der mediale Charakter der Ansichtskarte und ihre Gestaltung noch stärker in den Vordergrund. Sie sind aber zugleich auch Beleg für den rituellen Charakter der Ansichtskarten. Der repetitive Charakter des Schreibens und Lesens von Ansichtskarten erzeugt Redundanz, die rituelle Abbreviaturen ermöglicht, ohne dass die Funktion des Rituals dadurch beeinträchtigt würde. Wie bei den *ema* wird die Verbindung zwischen Sender und Empfänger schon durch die Karte selbst, durch ihre ikonographische Gestaltung und die mit ihr vollzogenen Handlungen des Adressierens, Frankierens und Sendens etabliert.

Übrigens: Beim diesjährigen Besuch am nahegelegenen Schrein schrieb ich »論文が早く終りますように!« auf die *ema*.

Literatur

- Andrews, Dale K. (2014): Genesis at the Shrine: The Votive Art of an Anime Pilgrimage. In: *Mechademia* 9, Origins, Minneapolis/London: University of Minnesota Press, 217–233.
- Axster, Felix (2014): Koloniales Spektakel in 9x14. Bildpostkarten im Deutschen Kaiserreich. Bielefeld: transcript.
- Biemann, Chris (2006): Chinese Whispers – an Efficient Graph Clustering Algorithm and its Application to Natural Language Processing Problems. In: *Proceedings of TextGraphs: the First Workshop on Graph Based Methods for Natural Language Processing*. New York City.
- Braungart, Wolfgang (1996): Ritual und Literatur. Tübingen: Niemeyer.
- Broich, Ulrich (1985a): Formen der Markierung von Intertextualität. In: Ulrich Broich/ Manfred Pfister (Hg.): Intertextualität. Formen, Funktionen, anglistische Fallstudien. Tübingen: Niemeyer, 31–47. (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft 35)
- Broich, Ulrich (1985b): Zur Einzeltextreferenz. In: Ulrich Broich/Manfred Pfister (Hg.): Intertextualität. Formen, Funktionen, anglistische Fallstudien. Tübingen: Niemeyer, 48–52. (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft 35)
- Diekmannshenke, Hajo (2002): »und me' dich mal wieder!« Kommunizieren mittels Postkarte. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 64, 93–124.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. In: Inge Pohl (Hg.): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. Frankfurt a.M.: Lang, 85–107.
- Durkheim, Émile (1981): Die elementaren Formen des religiösen Lebens. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Firth, Raymond William (1973): Symbols: public and private. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- Fix, Ulla (2014): Rituelle Kommunikation im öffentlichen Sprachgebrauch der DDR und ihre Begleitumstände. Möglichkeiten und Grenzen der selbstbestimmten und mitbestimmenden Kommunikation in der DDR. In: Dies.: Sprache, Sprachgebrauch und Diskurse in der DDR. Berlin: Frank & Timme, 83–147. (= Sprachwissenschaft 15)

- Gloy, Klaus (2004): Norm. In: Ulrich Ammon et al. (Hg.): *Sociolinguistics/Soziolinguistik*. Bd. 1. Berlin, New York: de Gruyter. 392–398.
- Goethe, Johann Wolfgang (1948–1960): Aus meinem Leben. Dichtung und Wahrheit. In: Goethes Werke. Hamburger Ausgabe in 14 Bänden. Hg. v. Erich Trunz. 1948–1960. Bd. 9, Hamburg.
- Goffman, Erving (1969): Wir alle spielen Theater. München: Piper.
- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte. Über Randerscheinungen von Textualität. In: Germanistik in der Schweiz. Online-Zeitschrift der SAGG. 6/2009.
- Hausendorf, Heiko (2019): Das Ferienwetter auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. In: Julianne Schröter/Susanne Tienken/Yvonne Ilg/Joachim Scharloth/Noah Bubenhofer (Hg.): *Linguistische Kulturanalyse*. Berlin: de Gruyter, 293–321. (= Reihe Germanistische Linguistik)
- Hausendorf, Heiko/Wolfgang Kesselheim/Hiloko Kato/Martina Breitholz (2017): Textkommunikation. Berlin/Boston: Walter de Gruyter. (= RGL 308)
- Heinemann, Wolfgang (1997): Zur Eingrenzung des Intertextualitätsbegriffs aus textlinguistischer Sicht. In: Josef Klein/Ulla Fix (Hg.): *Textbeziehungen. Linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität*, Tübingen: Stauffenburg, 21–38.
- Hoffmann, Gregor (2010): Sprachliche Deritualisierung und kommunikativer Wandel durch den gesellschaftlichen Umbruch in der DDR. Frankfurt a.M./Berlin/Bern: Peter Lang. (= Leipziger Arbeiten zur Sprach- und Kommunikationsgeschichte 17)
- Linke, Angelika (2019): Musterwandel als Indikator für soziokulturellen Wandel. Ein Abriss zur Veränderung von Grussformeln vom 17. zum 21. Jahrhundert. In: Beate Weidner/Katharina König/Wolfgang Imo/Lars Wegner (Hg.): *Verfestigungen in der Interaktion. Konstruktionen, sequenzielle Muster, kommunikative Gattungen*. Berlin, New York: de Gruyter, 131–157.
- Pfister, Manfred (1985a): Konzepte der Intertextualität. In: Ulrich Broich/Manfred Pfister (Hg.): *Intertextualität. Formen, Funktionen, anglistische Fallstudien*. Tübingen: Niemeyer, 1–30. (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft 35)
- Pfister, Manfred (1985b): Zur Systemreferenz. In: Ulrich Broich/Manfred Pfister (Hg.): *Intertextualität. Formen, Funktionen, anglistische Fallstudien*. Tübingen: Niemeyer, 52–58. (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft 35)
- Reader, Ian (1991): *Ema: Letters to the Gods*. In: *Japanese Journal of Religious Studies* 18 (1), 23–50.
- Robertson, Jennifer (2008): *Ema-gined Community. Votive Tablets (ema) and Strategic Ambivalence in Wartime Japan*. In: *Asian Ethnology* 67 (1), 43–77.
- Scharloth, Joachim (2007): Ritualkritik und Rituale des Protest. Die Entdeckung des Performativen in der Studentenbewegung der 1960er Jahre. In: Martin Klimke/Joachim Scharloth (Hg.): 1968. Handbuch zur Kultur- und Mediengeschichte der Studentenbewegung, Stuttgart: Metzler, 75–87.
- Scharloth, Joachim/Franz Keilholz/Simon Meier-Vieracker/Xiaozhou Yu/Roman Dorniok (2019): Datengeleitete Kategorienbildung in den Digital Humanities: Paraphrasen aus korpus- und computerlinguistischer Perspektive. In: Charlotte Schubert/Paul

- Molitor/Jörg Ritter/Joachim Scharloth/Kurt Sier (Hg.): *Platon Digital: Tradition und Rezeption*. Digital Classics Books 3, Heidelberg: Propylaeum, 61–88.
- Schulze, Gerhard (1996): *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. 6. Auflage. Frankfurt a.M.: Campus.
- Soeffner, Hans-Georg (1992): *Die Ordnung der Rituale: die Auslegung des Alltags* 2. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Steyer, Kathrin (1997): Irgendwie hängt alles mit allem zusammen – Grenzen und Möglichkeiten einer linguistischen Kategorie ›Intertextualität‹. In: Josef Klein/Ulla Fix (Hg.): *Textbeziehungen. Linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität*. Tübingen: Stauffenburg, 83–107.
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Hausendorf, Heiko (2018): ANKO – a picture post-card corpus: Transcription, annotation and part-of-speech tagging. In: Nicoletta Calzolari et al. (Hg.): *Proceeding of the 11th International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'18)*, 255–259.
- Turner, Victor W. (1964): *Betwixt and Between. The Liminal Period in Rites de Passage*. In: June Helm (Hg.): *Symposium on New Approaches to the Study of Religion. Proceedings of the 1964 Annual Spring Meeting of the American Ethnological Association*, 4–20, Seattle WA: University of Washington Press. (= *Proceedings of the Annual Spring Meeting of the American Ethnological Society*)
- Winkler, Hartmut (1994): Technische Reproduktion und Serialität. In: Günter Giesenfeld (Hg.): *Endlose Geschichten. Serialität in den Medien*. Hildesheim: Olms-Weidmann, 38–45.

[anko] - Ansichtskartenkorpus

Entstehung, Aufbereitung und Anwendung

Kyoko Sugisaki, Nicolas Wiedmer, Selena Calleri

1 Einleitung

Dieser Artikel stellt das Ansichtskartenkorpus ([anko]) vor, ein annotiertes Korpus standarddeutscher und schweizerdeutscher Ansichtskarten. Das Ansichtskartenkorpus wurde manuell transkribiert, wobei Textbausteine (Gruß, Anrede usw.) annotiert und Metadaten (Ort des Schreibens, Datum usw.) erfasst wurden. Wir nutzen Technologien der natürlichen Sprachverarbeitung zur Lemmatisierung und Annotation mit Wortarteninformationen. In unserem Beitrag wollen wir auf die Herausforderungen der Digitalisierung eines handgeschriebenen Textes eingehen. Wir zeigen anhand einiger Fallbeispiele aus den Beiträgen dieses Sammelbandes die Eignung des Korpus für die Forschung in der Kultur- und Sprachwissenschaft auf.

Abb. 1a und 1b und 1c: Einsendung und Sammlung



Quelle: Privatbesitz (K. Sugisaki)

Der Beitrag beginnt mit dem Entwicklungsprozess des Korpus (Kapitel 2) von der Datensammlung bis hin zur Datenbank und den Zugriffsmöglichkeiten. In Kapitel 3 wird die Anwendung des Korpus in den Beiträgen dieses Sammelbandes zusammengefasst.

2 Von der Einsendung zur Datenbank

2.1 Einsendung und Sammlung

Die rund 12.000 Ansichtskarten, die als Datengrundlage für [anko] dienen, wurden seit 2009 nach einem Aufruf von Heiko Hausendorf von Privatpersonen für die linguistische Forschung gespendet. Die Karten wurden zum Teil durch sein Zürcher Forschungsteam in Privathaushalten abgeholt und zum Teil per Post zugestellt. Die Karten wurden nummeriert und in Archivschachteln am Deutschen Seminar an der Universität Zürich archiviert (Abbildung 1). Zu Beginn des durch den SNF (Schweizerischen Nationalfonds) und die DFG (Deutsche Forschungsgemeinschaft) geförderten Forschungsprojekts¹ wurden sie manuell eingescannt. Jeder digitalisierten Karte wurden zwei Identifikationsnummern, eine für die Schriftseite und eine für die Bildseite, zugeordnet. Die Nummerierung folgt dabei der Ablage in den Archivschachteln und hat darüber hinaus keine Bedeutung. Das Ansichtskartenkorpus wurde aus diesen Karten zusammengestellt.

Für die Kodierung wurde ein digitales Annotationstool (Abbildung 2) entwickelt. Dieses wurde für die Kartenauswahl (s. unten), die Transkription sowie für die manuelle Erfassung der Textbausteine und Metadaten eingesetzt. Im Annotationstool wurde jede gescannte Karte auf der Web-Oberfläche dargestellt und konnte so direkt abgeschrieben und erfasst werden. Diese Aufgabe wurde durch ein Schreibrbüro in Deutschland anhand einer durch das Projektteam erstellten Gebrauchsanweisung (s. Anhang in diesem Sammelband) durchgeführt. Mit dem Annotationstool sollte eine hohe Effizienz und Effektivität des Schreibbüros sichergestellt und Qualitätskontrollen ermöglicht werden. Dabei wurde das Annotationstool als dynamische Web-Technologie implementiert, wodurch eine Kontrolle in Echtzeit, eine rasche Problembeseitigung und der Support des Schreibbüros gewährleistet werden konnten. Die Qualitätssicherung erfolgte durch studentische Mitarbeiter*innen in Zürich und Dresden. Es wurden einerseits Stichproben durchgeführt und andererseits maschinelle Validierungen der Annotationen vorgenommen.² Rund 12.000 in Standarddeutsch verfasste Ansichtskarten konnten so erfasst werden. Etwa 600 Ansichtskarten waren in Schweizerdeutsch verfasst. Aufgrund der Komplexität, die mit dem Erfassen von schriftsprachlichem Schweizerdeutsch einhergeht, wurden diese Karten gesondert an der Universität Zürich abgeschrieben,

1 »Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte. Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltags-schriftlichkeit« (SNF Nr. 160238) ist ein durch den SNF und die DFG gefördertes Kooperationsprojekt der Universität Zürich und der Technischen Universität Dresden und wurde von Prof. Dr. Heiko Hausendorf (Universität Zürich) und Prof. Dr. Joachim Scharloth (TU Dresden) geleitet.

2 Die Qualitätskontrolle wurde von Maaike Kellenberger (Universität Zürich), David Koch (Universität Zürich) und Jan Langenhorst (TU Dresden) durchgeführt und technisch von Selena Calleri (Universität Zürich) unterstützt.

wodurch ein zusätzliches Sub-Korpus entstanden ist [anko Schweizerdeutsch]. Die aus diesem Transkriptions- und Annotationsprozess entstandenen Daten wurden in einer MySQL-Datenbank gespeichert und dienten als Grundlage für die Erstellung einer XML-Datenbank sowie eines Online-Korpusabfragesystems (Kapitel 3).

2.2 Korpus-Kodierung und manuelle Annotation

Abb. 2: Transkriptions- und Annotationstool



Quelle: <https://postcards.linguistik.uzh.ch>

2.2.1 Kartenauswahl

Die digitalisierten Ansichtskarten wurden nach den folgenden Kriterien unterschieden und weiter verarbeitet oder aussortiert:

- *Standarddeutsche oder schweizerdeutsche Karten:* Das Entscheidungskriterium für die Zuteilung zu einer dieser Kategorien war, in welcher Sprache der überwiegende Teil des Textmaterials verfasst wurde. In vielen Karten wurden einzelne schweizerdeutsche Anreden oder Grußelemente verwendet, wobei der Haupttext in Standarddeutsch verfasst wurde.
- *Urlaubskarten:* Da im Projekt die Kommunikation aus dem Urlaub mittels des Mediums Ansichtskarte im Fokus stand, wurden nur Karten mit einem Urlaubsbezug ins Korpus aufgenommen. Geburtstags- und Weihnachtskarten ohne einen solchen Bezug wurden daher aussortiert.

- *Karten mit Ansicht:* Der Untersuchungsgegenstand im Forschungsprojekt war die klassische Ansichtskarte mit einer Bild- und einer Schriftseite. Exemplare der Vorgängerin der Ansichtskarte, d.h. Postkarten ohne Bildseite, wurden aussortiert.
- *Gesendete Karten:* Da gerade der kommunikative Charakter der privaten Fernkommunikation mittels Ansichtskarte für die Forschungsfragen im Projekt zentral war, wurden Karten, die nicht versendet wurden, also solche mit leerem Adressfeld oder Karten, die aufgrund der Motive auf der Bildseite gesammelt wurden, aussortiert.

Die Karten, welche nicht als Datengrundlage des Forschungsprojekts geeignet waren, wurden zwar aussortiert, sind jedoch im Deutschen Seminar der Universität Zürich archiviert und können somit für andere Forschungsfragen in Nachfolgeprojekten genutzt werden.

2.2.2 Transkription

Die Mitteilungen wurden nach den folgenden Vorgaben für die Schrift- und Bildseite transkribiert:

- Keine orthographische Korrektur: Handgeschriebenes und Gedrucktes wurde orthographisch exakt so abgeschrieben, wie es auf der Karte ersichtlich war.
- Unleserliche Wörter oder Passagen wurden mittels der Markierung [*unclear*] gekennzeichnet.
- Zeichnungen oder komplexe Zeichen, die Teil eines Fließtextes sind, wurden so abgeschrieben, wie man sie vorlesen würde: z.B. wurde *8ung!* als »Achtung!« und *♥Grüsse* als »Herzliche Grüsse« abgeschrieben. Abtippbare Emoticons, z.B. :-) wurden mittels Interpunktionszeichen und Klammern transkribiert.
- Die Anonymisierung wurde zur Sicherstellung des Datenschutzes direkt während der Transkription durchgeführt. Nachnamen wurden durch die Kodierung [NN] und vertrauliche Informationen (wie Mailadressen, Kontodaten, Telefonnummern) durch [*vertraulich*] ersetzt.
- Zeilenumbrüche wurden mittels einfachen Zeilenvorschubs markiert.
- Absatzumbrüche wurden mittels doppelten Zeilenvorschubs markiert. Dabei wurde alles, was sich visuell als Texteinheit abgrenzen ließ, als eigener Absatz markiert. So wurden eine Randnotiz oder eine Einrückung am Anfang oder in der Mitte einer Zeile als Absatz markiert.

2.2.3 Annotation der Textbausteine

Im Textkörper wurden während des Abschreibprozesses die folgenden immer wieder auftauchenden Textbaustein-Kategorien manuell annotiert, welche wertvolle Rückschlüsse auf den Wandel der Musterhaftigkeit der Textsorte Ansichtskarte zulassen:

- *Datum:* Auf vielen Ansichtskarten wird direkt am Anfang der Mitteilung oder nach der Ortsangabe (z.B. *Bonton den 10/10/99*) ein Datum angebracht.
- *Anrede:* Die meisten Ansichtskarten weisen eine Anrede auf, z.B. *Liebe Erika*.

- **Gruß:** Ebenfalls musterhaft für die Textsorte Ansichtskarte ist der Gruß bzw. eine Grußformel, welche(r) meistens vor der Unterschrift platziert ist, z.B. *viele Grüße* oder *bis bald*.
- **Unterschrift:** Fast jede Mitteilung weist eine Unterschrift auf. Dadurch wird die Karte »signiert« bzw. die Urheberschaft angegeben, was für die Pflege des sozialen Kontaktes zwischen Autor*in und Empfänger*in wesentlich ist.
- Die Annotationen wurden direkt im Text mit Hilfe von Markdowns gekennzeichnet. Anstatt eckige XML-Klammern haben wir spezielle Zeichenketten (Markdowns) für jede Textbausteinkategorie entwickelt, damit die Annotation dank besserer Lesbarkeit schnell mit geringerem Aufwand für das Schreibbüro durchgeführt werden konnte. Zum Beispiel wurde eine Anrede mit *|Hoi Heidi |* gekennzeichnet. Im Annotationstool wurde die Validität der Markdowns automatisch geprüft und farblich markiert dargestellt (erst nach einer validen Annotation erschien eine Anrede oder ein Gruß in der entsprechenden Farbe). So konnten die Markdowns leicht in korrekte XML-Tags transformiert werden und Transkribierende hatten ein direktes visuelles Feedback über die Validität der Annotation.

2.2.4 Annotation der Metadaten

Die folgenden Metadaten wurden während des Abschreibeprozesses anhand des Adressfelds, des Textkörpers, gedruckter Einheiten und des Poststempels manuell eingegeben:

- **Autor*innen:** Schreibende (Geschlecht und Anzahl), Ortschaft (Region und Land) und Datum (Poststempel oder handschriftliches Datum)
- **Empfänger*innen:** Angeschriebene (Anrede, Vornamen, Nachnamen, Geschlecht und Anzahl), Ortschaft (Postleitzahl, Region und Land)
- Das Vorhandensein von Zeichnungen und Emoticons jeglicher Art wurde binär, das heißt als vorhanden oder nicht vorhanden, angegeben.

2.3 Automatische Annotation

Transkriptionen, Annotationen und Metadaten wurden in einer MySQL-Datenbank gespeichert und im Anschluss in eine XML-Datenbank umgewandelt. Die MySQL-Datenbankeinträge wurden als JSON exportiert und in eine XML-Datenbank transformiert. Dabei wurden folgende maschinelle Verarbeitungsschritte durchgeführt: Textsegmentierung, Part-of-Speech-Tagging, Lemmatisierung und Kompositadekomposition. Die einzelnen Schritte werden in den folgenden Kapiteln erklärt.

2.3.1 Preprocessing und Annotationsfehler

Um die mehrheitlich automatisierten Analyse- und Verarbeitungsprozesse durchführen zu können, wurde die Transkription einerseits manuell und andererseits automatisch überprüft und falls nötig korrigiert. Die häufigsten Fehler waren unabgeschlossene Markdown-Markierungen, welche durch ein Skript identifiziert und korrigiert wurden. Außerdem wurden die Metadaten in XML-Tags umgewandelt und/oder als XML-Attribute abgespeichert, damit sie durchsuchbar und abfragbar sind. So wurde z.B. [unclear]

in <unclear/> umgewandelt, um interpretative Annotationen vom eigentlichen Text unterscheiden zu können.

2.3.2 Textsegmentierung und Tokenisierung

Der Mitteilungstext wurde automatisch in die Segmente Absatz, Satz, und Wort zerlegt, damit sie durch eine XML-Repräsentation strukturiert werden konnten. Der Absatz wurde bereits während des Transkriptionsprozesses durch einfachen Zeilenvorschub markiert und konnte somit maschinell übernommen werden. Um automatisch einzelne Sätze und Wörter aus Absätzen segmentieren zu können, wurde ein eigenes CRF-Textsegmentierungssystem (CRF, für *Conditional Random Fields*) entwickelt, wobei die Eigentümlichkeiten der unredigierten handgeschriebenen Texte automatisch angepasst wurden (vgl. Sugisaki 2017). Für die Entwicklung wurde ein Zeitungskorpus TüBA D/Z (Tübinger Baumbank des Deutschen Zeitungskorpus, das Korpus von der *tageszeitung* (taz), vgl. Telljohann 2015) als Trainingsdaten eingesetzt und experimentell das beste Segmentations-CRF-Modell für die Ansichtskarten herausgearbeitet.

Während der Systementwicklung der automatischen Textsegmentierung wurde insbesondere beachtet, wie die Schreibweise auf Ansichtskarten sich von derjenigen in Zeitungstexten unterscheidet. Dies betrifft insbesondere die Verwendung von Interpunktionszeichen wie Punkt, Strichpunkt, Ausrufezeichen und Fragezeichen. Diese können auf Ansichtskarten nicht nur am Ende eines Satzes, sondern auch in der Mitte (wie z.B. in *Sat.1*) vorkommen. Daher sind sie für die automatische Textsegmentierung von hoher Relevanz. Konkret wurde für die Implementation berücksichtigt, dass ein paar Dutzend Abkürzungseigentümlichkeiten wie *herzl.* vorhanden sind. Ähnlich wie in anderen Privatkommunikationstexten ist die Kommunikation auf Ansichtskarten außerdem durch Smiley wie ;) oder Wiederholungen wie !!!! geprägt. Solche Sprachphänomene sind in Zeitungstexten, welche der Standardorthographie folgen, praktisch nie vorhanden.

Abb. 3: Satzsegmentierungsproblem



Quelle: [anko] 90133

Außerdem haben wir festgestellt, dass eine automatische Satzsegmentierung von handschriftlichen Texten keine triviale Aufgabe ist – so kommt es auf Ansichtskarten immer wieder vor, dass ein Satz weder mit einem Interpunktionszeichen beendet ist noch eine genügend lange Einrückung zwischen Sätzen aufweist. Ein entsprechendes Beispiel ist in Abb. 3 dargestellt. Durch die Berücksichtigung der Textbausteinannotation konnte für die [anko]-Testdaten in der automatisierten Textsegmentation eine höhere Präzision (F1 Score: 0.96) erlangt werden als in einem bereits bestehenden System (PUNKT vgl. Kiss & Strunk 2006). Der F1-Wert wird durch die Kombination der Genauigkeit und der Trefferquote berechnet. Die detaillierte Evaluation ist in Sugisaki 2017 dargestellt.

2.3.3 Part-of-Speech-Tagging und Lemmatisierung

Für die Qualitätserhöhung des Part-of-Speech-Tagging für Ansichtskarten wurde ein eigener PoS-Tagger entwickelt (vgl. Sugisaki, Wiedmer & Hausendorf 2018). Analog zur automatischen Textsegmentierung haben wir ein Zeitungskorpus als Trainingsdaten verwendet. Prototypisch hat eine Textsorte eine eigene Verteilung der Part-of-Speech Tags. So wird z.B. *Liebe* auf Ansichtskarten häufig nicht als Nomen, wie in einem Zeitungstext, sondern als Adjektiv (*Liebe Erika*) in den Ansichtskarten benutzt. Um die domänenspezifische Verteilung zu umgehen, wurde ein manuell annotiertes Subkorporus von [anko] als Trainingsdaten für das CRF-Modell eingesetzt, als Zusatz zu den bestehenden handannotierten Zeitungskorpora wie TüBa D/Z oder Noah (für Schweizerdeutsch, vgl. Hollenstein & Aeppli 2014). Um die Präzision des Taggers zu erhöhen, wurden auch die Ausgaben der bestehenden Part-of-Speech-Tagger (TreeTagger vgl. Schmidt 1999 und Stanford Tagger, vgl. Toutanova et al. 2003) als Feature berücksichtigt. Unser Part-of-Speech-Tagger erlangt einen F1-Wert von 0.93, wobei der TreeTagger allein nur den F1-Wert von 0.86 erreicht hat. Für die Lemmatisierung haben wir jedoch den TreeTagger benutzt.

2.3.4 Komposita-Dekomposition

Für die Komposita-Dekomposition wurden die Nomen-Nomen-Komposita automatisch in ihre Morpheme zerlegt (vgl. Sugisaki & Tuggener 2018). Die Komposita sind sehr häufig in der deutschen Sprache und die Zerlegung bringt eine Vermehrung des Sprachmaterials und somit eine Erhöhung der Auffindbarkeit der einzelnen Kompositakomponenten mit sich. Um die Komposita automatisch zu zerlegen, wurde die Produktivität der Morpheme im Web-Korpus (SdeWaC, vgl. Faaß & Eckart 2013) gemessen und diese für die Gewichtung der Zerlegungsalternativen (wie z.B. *Hundesteuer* als *Hunde|steuer* oder *Hundes|teuer*) eingesetzt. Das entwickelte System erreichte den F1-Wert von 0.92.

2.4 Korpus als Forschungsressource³

Das Korpus wurde für die Nutzung des Korpus in zwei XML-Formate gebracht. Eines galt als Basis für die Indexierung in CQPweb (Hardie 2012) und eines als Basis für die

³ Die Implementierung, die in Kapitel 2.4 beschrieben wird, wurde durch Josephine Devi Obert (TU Dresden) durchgeführt.

Erstellung des Korpus im TEI-Format. Grundsätzlich unterscheiden sich die beiden Formate nur in der Struktur. Die beiden Formate werden auch parallel durch ein Skript aus den Daten der Datenbank erstellt.

2.4.1 Korpusabfragesystem

Als Korpusabfragesystem haben wir CQPweb (Hardie 2012) online für Forschende zur Verfügung gestellt.⁴ CQPweb ist ein Konkordanz-Programm zur Korpusanalyse. Ein Suchergebnis-Beispiel mit der CQPweb Engine ist in Abbildung 4 dargestellt. Mit CQPweb kann ein Nutzer nicht nur nach der exakten Wortform, sondern auch nach spezifischen Textbausteinen (z.B. <s_disc=>gruss<> []+</s_disc>) oder nach Lemmata (z.B. [lemma=>Hallo<]) und Part-of-Speech-Tags (z.B. [pos=>NN<]) suchen. Ebenfalls möglich ist eine Metadatensuche (z.B. <text_zielland=>Schweiz<>[]+</text_zielland>). Außerdem bietet das Tool nützliche Funktionen an wie Keywordanalysen und die Erstellung von Subkorpora für linguistische Vergleiche mit einer grafischen Benutzeroberfläche.

Abb. 4: CQPweb

Your query "Hallo" returned 499 matches in 490 different texts (in 614,685 words [12,289 texts]; frequency: 811.80 instances per million words) (0.158 seconds - retrieved from cache)						
<	<<	>>	>	Show Page: 1	Line View	Show in random order
No	Filename	Solution 1 to 50 Page 1 / 10				
1	101411	Overland - Gruppe unterwegs . Wir zelten bei unter 10 Grad lunclear	Hallo	Rita . Viele Grüsse von unserer Flusskreuzfahrt durch Holland - noch !		
2	160973	Kartenschreiben ! Liebe Grüsse , Ingrid + Dieti Samstag 17.06.2006	Hallo	Konrad Liebe Grüsse von unserer Rekognosierung La Foldaz - Chamoux wir müssen		
3	100729	und gemütliche Weihnachtstage . liebe Grüsse aus Savognin Priska INNI 18.7.	Hallo	zäme , wir waren am 15. 7. in einem ganz lässigen Wasserpark		
4	302081	die sie zur Hochzeit bei uns zubrachte . Die besten Grüsse lunclear	Hallo	Tu Ich hoffe , Du hast die Ferien noch gut überstanden .		
5	61225	Fr. 5 Ich war nochmals auf dem Weisshorn ! Alice + Frieder	Hallo	Ella es ist eine schöne Toffreise aber anstrengend . Da an der		
6	301045	Strapazen keinerher darfst . Mit ib. Gruss , küsst Dich Dein Clárlí	Hallo	Ihr drei Zuhausegebliebenes ! Nun haben wir fast die Hälfte der Reise		
7	220181	Dank und aus den Ferien die besten Grüsse I. INNI u. Frau	Hallo	lieber Götl , Liebes Götl , Heute waren meine ganze Familie .		
8	151037	Chur und es schaukelt heftig ! liebe Grüsse aus den Alpen Carlo	Hallo	hallo Gott es Schneet es hat schon fast ein halben meter		
9	151037	es schaukelt heftig ! liebe Grüsse aus den Alpen Carlo Hallo	hallo	Gott es Schneet es hat schon fast ein halben meter geschneit .		
10	60981	bei angenommen 29° ! Viele liebe Grüsse Eure Michelle Barbara lunclear	Hallo	Frau INNI Ich habe es schön in Gaorle von NATASCHA Peter Resula		
11	170513	liebe Grüsse von uns allen . Jasmine & Familie 24. 02. '15	Hallo	Beartrice ! Viele Grüße aus dem Erzgebirge ! Seit gestern ist wieder		
12	302043	lunclear! lunclear! Liebe Ella Herrliche Grüsse aus Insel der Seele lunclear	Hallo	Ihr Lieben ! Heute sind wir bei scheinlich schwülsem Wetter in Berlin		
13	81569	25 - 27°C . Herzlich ! Herzliche Grüße von hier von Nat	Hallo	Da id da Lenzherde hämmert immer schön's Wetter (°C) .		
14	300559	, auch an der Seine ist's schön	Hallo	liebe Monika , Wiesbaden grüßt dich und dankt für die Urlaubsgrüße		
15	101303	konnte . Herzliche Grüsse , Johannes INNI Killarney , 14. 9. 04	Hallo	Momami ! Us zweo gods super do in Irland , zwösche grüner		
16	81129	9. und 18. Juni bin ich in der Schweiz die lunclear! eine	Hallo	Kevin Wie immer haben wir natürlich kaum Zeit zum Schreiben . Also		
17	300375	Herz - iche Grüsse 15. 7. 1979	Hallo	Ihr Lieben , wir senden frohe Grüße aus der Rhön .		
18	81533	in Indonesien . Herrlicher Sandstrand und schöne Hotels . Joe + Suri	Hallo	Sarah , Hier in den Skiferien ist sehr schönes Wetter . Auch		
19	210637	weiter , nach Luino . Auf ein fröhliches Wiedersehenhoffend . Thus	Hallo	zäme Ich schicke eu mega heißen Feriergliest us Itali ! Venedig isch		
20	20353	phantastisch schön . Viele Grüße an alle dort Werner 30. 08. 2000	Hallo	liebe Frau INNI Aus einer kleinen Wochenreise von L'Auvergne senden wir Ihnen		
21	100575	Von meinen Skiferien in Saas Fee sende ich Dir sonnige Grüsse Thesi	Hallo	Ihr zwei ! Sitzt zur Zeit mit Tanichen in der Orangerie gleich		
22	301047	Saas - Fee senden Malon , Bibi und Remo Herzl . Grüße Gitti	Hallo	Ihr Lieben Waldemar + ich sind heute in das wunderschöne Quedlinburg gefahren		
23	100717	einmalige Gegend . Herzliche Grüsse Rosmarie + lunclear! Claudia + Kerim Martin	Hallo	Rita u. Yvo Nochmals ein grösstes Dankeschön für die SBB Gutscheine .		

Quelle: <https://pub.cl.uzh.ch/service/cqpweb/>

4 Die Zugangsinformationen finden sich unter: <https://www.ds.uzh.ch/de/projekte/ansichtskartenprojekt/>

2.4.2 Korpus im TEI-XML-Format

Zusätzlich zum Online-Zugriff liegt [anko] zum Zeitpunkt der Veröffentlichung in einem XML-Format vor⁵. Das XML-Format folgt dem Standard der Text Encoding Initiative (TEI). Das TEI-XML-Format ist ein Standardformat für den Austausch der Textdatenbank und erleichtert anderen Forschenden in der Sprachwissenschaft, aber auch anderen Geisteswissenschaften wie Literaturwissenschaft und Geschichte, mit den Daten zu arbeiten.

In der XML-Datenbank ist die einzelne Ansichtskarte so strukturiert, dass für sie zwei verschiedene Datentypen auffindbar sind:

- **Metadaten:** Dies sind Informationen zum Text, die den beschriebenen Metadatenkategorien (Sektion 2.2.4) entsprechen.
- **Textdateien:** Dies ist der Mitteilungstext, der abgeschrieben und mit der Annotation (Sektion 2.2.3) ausgestattet wurde.

Eine solche TEI-XML-Datei ist in Abbildung 5 dargestellt. Die gesamte XML-Datei ist für jede Ansichtskarte separat (XML-Element *TEI*) gespeichert. Für jede Karte sind die Metadaten (XML-Element *teiHeader*) und der transkribierte Mitteilungstext (XML-Element *text*) vorhanden.

Als Metadaten sind neben Sprache (XML-Element *language*) die handerfassten Informationen über Sender und Empfänger (XML-Element *correspDesc*) nach den Gliederungs- und Benennungsstandards der XML-Elemente im TEI-Standard gespeichert.

Der Mitteilungstext ist mit der Angabe der Bild- oder Schriftseite (XML-Element *div* mit den Attributen *type*, dessen Wert als *recto* und *verso* angegeben wird) versehen, um die Schreibseite zu repräsentieren; für Absätze wurde das XML-Element *p* (Paragraph) und für Zeilen das XML-Element *ab* mit Kombination von *lb* (line break) verwendet. Die Textbausteine sind als Attribute (*type*) mit den Werten *greeting*, *signed*, *salutation* oder *dateline* in die Zeilen eingebettet, welche ursprünglich die Markdowns der Transkription waren.

Ziel aller Annotationen war es, sowohl strukturelle als auch formatspezifische Merkmale zu codieren und abfragbar zu machen. Die verschiedenen Zugänge zu den Daten (CQPweb und TEI) haben es ermöglicht, dass Forschende mit unterschiedlichen disziplinären Hintergründen und Kenntnissen mit den Daten arbeiten können und diese ohne größere Hürden zugänglich sind, da in beiden Fällen disziplinäre Standards befolgt wurden.

⁵ Auch diese Zugangsinformationen finden sich unter: <https://www.ds.uzh.ch/de/projekte/ansichtskartenprojekt/>

Abbildung 5a und 5b: Beispiel TEI-XML

```

<teiHeader> [TEI | lines]
<TEI>
  <telHeader>
    <fileDesc>
      <titleStmt>
        <title>10001</title>
      </titleStmt>
      <publicationStmt>
        <publisher>
          <orgName role="hostingInstitution">Deutsches Seminar, Universität
          Zürich, Schweiz</orgName>
          <orgName role="hostingInstitution">Institut für Germanistik, Technische Universität
          Dresden, Deutschland</orgName>
        </publisher>
        <date>2017</date>
      </publicationStmt>
      <sourceDesc>
        <p>Korpus des Forschungsprojekts "Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und
        Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte. Text- und korpuslinguistische Untersuchungen
        zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagsschriftlichkeit." Die hier aufgeführten
        Ansichtskarten wurden nach einem Aufruf als Spende an Prof. Hausendorf, Uni Zürich
        geschickt.</p>
      </sourceDesc>
    </fileDesc>
    <profileDesc>
      <langUsage>
        <language ident="ger">Standard German</language>
      </langUsage>
      <handNote>
        <figure style="standard" type="recto"/>
        <figure style="standard" type="verso"/>
      </handNote>
      <handNotes>
        <creation>
          <date>1971-03-02</date>
        </creation>
        <settingDesc>
          <setting>
            <p/>
          </setting>
        </settingDesc>
        <correspDesc>
          <correspAction type="sent">
            <state type="sex">
              <desc>M</desc>
            </state>
            <state type="number">
              <desc>1</desc>
            </state>
            <location>
              <settlement type="city">Savognin</settlement>
              <country key="OIE"/>
            </location>
          </correspAction>
          <correspAction type="received">
            <state type="sex">
              <desc>Unknown</desc>
            </state>
            <state type="number">
              <desc>Unknown</desc>
            </state>
            <roleName type="honorific">FAM</roleName>
            <name>
              <namePart>
                <address>
                  <postCode>8806</postCode>
                  <location>
                    <settlement type="city">Zürich</settlement>
                    <country key="OIE"/>
                  </location>
                </address>
              </namePart>
            </name>
          </correspAction>
        </correspDesc>
      </profileDesc>
    </telHeader>
  <text>
    <body>
      <div1 type="recto">
        <div2 type="p">
          <ab>VON unserem</ab>
          <lb/>
          <ab>Skilusflug</ab>
          <ab type="greeting">viele<lb/>GRÜSSE sendet<lb/>Euch</ab>
        </div2>
        <div2 type="p">
          <ab type="signed">Matthias</ab>
        </div2>
      </div1>
    </body>
  </text>
</TEI>

```

Quelle: [anko] 10001

3 Anwendung des Korpus

In diesem Kapitel fassen wir zusammen, wie das Korpus [anko] für die Beiträge in diesem Sammelband genutzt wurde. Die folgende Tabelle ist eine Zusammenfassung im Hinblick auf folgende Fragen: (1) Welches Format von [anko] wurde als Zugang zum Korpus benutzt? (2) Was war das Ziel der Untersuchung, für die [anko] als Grundlage diente? (3) Wie wurden die Ansichtskarten im Korpus ausgewertet und/oder analysiert?

Tab. 1: Anwendung des Korpus im Sammelband

Ziel der Untersuchung	Auswertung/Analyse
Diekmannshenke: [anko]-Beispielkorpus, private Ansichtskarten	
Ansichtskarte als Text-Bild-Botschaften	Ansichtskarte von der Entstehung bis zu ihren modernen elektronischen Verwandten wie E-Card und E-Mail
Gansel: [anko]-CQP	
Zeit (Rosa 2005; Luhmann (2016[1995]); Nasehi (2008[1993])); Elias (1988))	1) »Zeit« und ihre Kollokationen; 2) »Zeit zum X« und »Zeit um X zu Y« und ihre exemplarische Analyse; 3) Zeitsemantische Ausdrücke (»vorgestern«, »gestern«, »heute«, »gegenwärtig«, »im Augenblick«, »jetzt«, »morgen«, »übermorgen«, »länger bleiben/noch länger«) exemplarisch analysiert
Hausendorf: [anko]-CQP, private Ansichtskarten	
Lesbarkeit der Ansichtskarte	Lesbarkeit aus der Hand, Lesbarkeit des Feriengrußes, Lesbarkeit der Welt als Sehenswürdigkeit im textlinguistischen Modell (Hausendorf et al. 2017) exemplarisch analysiert
Kellenberger: Korpus [anko], [anko]-CQP	
Formen und Funktionen von Bildverweisen und deren Bedeutung für die Textsorte Ansichtskarte	Manuelle exemplarische Analysen und CQP-Analysen der Verbindung zwischen Bild- und Textraum, Bildverweise explizit, implizit oder fehlend, Musterhaftigkeit der Bildverweise durch Platzierung im Text
Koch: [anko]-CQP	
Konstruktion von »Afrika« als Urlaubsraum in Ansichtskarten (Urlaubsraum, Fremdes/Differenz, Zugehörigkeit)	Exotischer und gewöhnungsbedürftiger Urlaubsraum, Darstellung von fremden Menschen und Armut auf Ansichtskarten aus Afrika exemplarisch analysiert
Langenhorst: [anko]-XML	
Textlänge und Abkürzungen	Verkürzungspraktik korpuslinguistisch analysiert und ihre Ergebnisse visuell dargestellt

Merten: [anko]-CQP	
Stancetaking-Praktik	»Grüße Präposition«, »Nach/nachdem X« und ihre exemplarische Analyse in der kognitiven Grammatik (Langacker 2008)
Müller & Bender: [anko]-XML (Vertikalisiert)	
Kontragenerative Textpraktik (KGTP): KGTP sind »schriftliche Praktiken, mit denen man gegen die Textmustererwartungen anschreibt, die mit einer kommunikativen Gattung verbunden sind«	Ein Subkorpus nach mehreren Suchmustern wie »allerdings«, »jedoch«, »leider«, evaluative Schlüsselwörter, »Arbeit« sowie »Regen« mit der binären Kategorie (KGTP oder nicht) annotiert und qualitativ exemplarisch nach Raible (1992) analysiert
Naef, Wiedmer, Sugisaki: [anko]-XML	
Urlaubsframe/Themen (Wetter, Aktivitäten, Ort, Wissen, Unterkunft, Essen und Trinken, Gefühle, Wahrnehmung, Vorkommnisse, Hin- und Rückreise, Kennenlernen neuer Leute, Urlaubsgrund, Urlaubsart, Extra-Diegetisches)	Ein Subkorpus mit 14 thematischen Kategorien annotiert und Principal Component Analysis (PCA) durchgeführt
Scharloth: Korpus [anko], komplexe n-Gramme	
Identifikation von Textmustern durch Paraphrasenanalyse	Ansichtskartenexte als rituelle Texte, Intertextualität durch Verknüpfung von Paraphrasen, Erstellung komplexer n-Gramme pro Ansichtskarte, Analyse ähnlicher Cluster (Textmuster), Wandel von Textmustern als Indikator soziokulturellen Wandels
Sugisaki: [anko]-XML und Spracherkennung	
Codeswitching (Standarddeutsch vs. Schweizerdeutsch/Urlaubsortssprache)	Codeswitching im textlinguistischen Modell (Hausendorf & Kesselheim (2008) und Hausendorf et al. (2017)) exemplarisch analysiert
Wiedmer: Subkorpus [anko Thema]	
Formulierungsmuster zwischen Selbstdarstellung und Kontaktmöglichkeit – Beschreibung sportlicher Leistung oder »Mitführung« der Leser*in	Manuelle thematische Annotation und exemplarische Analysen von Beschreibungen sportlicher Aktivitäten auf Ansichtskarten; Rekonstruktion des »Urlaubsframes« im Zusammenhang mit Erwartungen an den Urlaubsort
Wolff: [anko]-Beispielkorpus, private Ansichtskarten	
Ansichtskarte aus einer ethnomethodologischen Perspektive	Soziale Lesbarkeit, Sense-Making Maschine, Rezipienten-Orientierung, oder Rezipient-spezifische Gestaltung sowie die Kombinationen des Bilds, Texts und der Briefmarke der Ansichtskarten exemplarisch analysiert

4 Zusammenfassung

In diesem Artikel haben wir den Aufbau und die Nutzungsmöglichkeiten des Korpus [anko] beschrieben. Das Ansichtskartenkorpus beinhaltet ca. 12.000 Ansichtskarten, die digitalisiert, abgeschrieben und mit Textkörper- und Metadaten annotiert wurden. Die automatische linguistische Segmentation (Tokenisierung) und Annotation (Part-of-Speech und Morphologie) wurde speziell für die Textsorte Ansichtskarte angepasst. Das Korpus steht als TEI-XML und für die CQPweb-Suche zur Verfügung.

Zudem haben wir zusammengefasst, wie das [anko]-Korpus in diesem Sammelband für die Untersuchungen genutzt wurde. Es wurde die Vielfalt der korpuslinguistischen, textlinguistischen und kognitivlinguistischen Analysen sowie eine große Breite an Untersuchungsthemen und -ansätzen im Sammelband aufgezeigt. Das Korpus [anko] wird im Jahr 2022 und 2023 veröffentlicht,⁶ und es wird erwartet, dass es nicht nur sprachwissenschaftlichen und kulturwissenschaftlichen, sondern auch soziologischen, mediawissenschaftlichen oder kommunikationswissenschaftlichen Forschungen als Datengrundlage dienen kann.

Literatur

- Elias, Norbert (1988): Über die Zeit. Arbeiten zur Wissenssoziologie II. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Faaß, Gertrud /Eckart, Kerstin (2013). SdeWaC – a corpus of parseable sentences from the web. In Iryna Gurevych/Chris Biemann/Torsten Zesch (Hg.): Language Processing and Knowledge in the Web. Springer Berlin Heidelberg: Berlin, Heidelberg, 61–68.
- Hardie, Andrew (2012). CQPweb – combining power, flexibility and usability in a corpus analysis tool. International Journal of Corpus Linguistics, 17 (3), 380–409.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2008): Textlinguistik fürs Examen. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko/Breitholz, Martina (2017): Textkommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Hollenstein, Nora/Aeppli, Noemi (2014): Compilation of a Swiss German dialect corpus and its application to PoS tagging. In Marcos Zampieri/Liling Tan/Nikola Ljubešić/Jörg Tiedemann (Hg.): Proceedings of the First Workshop on Applying NLP Tools to Similar Languages, Varieties and Dialects. 85–94
- Kiss, Tibor/Strunk, Jan (2006). Unsupervised multilingual sentence boundary detection. In: Computational Linguistics, 32 (4), 485–525.
- Langacker, Ronald W. (2008): Cognitive Grammar. A basic introduction. New York: Oxford University Press.

⁶ Die Zugangsinformationen finden sich unter: <https://www.ds.uzh.ch/de/projekte/ansichtskartenprojekt/>

- Luhmann, Niklas (2016 [1995]): Protestbewegungen. In: Niklas Luhmann: Protest. Systemtheorie und soziale Bewegungen. Hg. und eingeleitet von Kai-Uwe Hellmann. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 201–215.
- Nassehi, Armin (2008[1993]): Die Zeit der Gesellschaft. Auf dem Weg zu einer soziologischen Theorie der Zeit. Neuauflage mit einem Beitrag »Gegenwarten«. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Raible, Wolfgang (1992): Funktion. Eine Dimension der Sprache und ihre Realisierungsformen zwischen Aggregation und Integration, Heidelberg: Winter (Sitzungsberichte der Heidelberger Akademie der Wissenschaften. phil.-hist. Klasse, Jg. 1992, Bericht 2).
- Rosa, Hartmut (2005): Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Taschenbuch.
- Schmid, Hermut (1999). Improvements in part-of-speech tagging with an application to German. In Susan Armstrong/Kenneth Church/Pierre Isabelle/Sandra Manzi/Tzoukermann Evelyne/David Yarowsky (Hg.): Natural Language Processing Using Very Large Corpora, Kluwer Academic Publishers: Dordrecht, 13–26.
- Sugisaki, Kyoko (2017): Word and sentence segmentation in German: Overcoming idiosyncrasies in the use of punctuation in private communication. In: Rehm Georg/Declerck Thierry (Hg.): Language Technologies for the Challenges of the Digital Age, Cham:Springer International Publishing, 62–71.
- Sugisaki, Kyoko/Don, Tuggener (2018): German compound splitting using the compound productivity of morphemes. In: Adrien Barbaresi/Hanno Biber/Friedrich Neubarth/Rainer Osswald (Hg.): Proceedings of the 14th Conference on Natural Language Processing (KONVENS 2018), 141–147.
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Hausendorf, Heiko (2018): ANKO – a picture postcard corpus: Transcription, annotation and part-of-speech tagging. In: Nicoletta Calzolari et al. (Hg.): Proceeding of the 11th International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'18), 255–259.
- Telljohann, Heike; Hinrichs, Erhard W./Kübler, Sandra/Zinsmeister, Heike/Beck, Kathrin (2015): Stylebook for the Tübingen treebank of written German (TüBa-D/Z). Technical Report, Universität Tübingen.
- Toutanova, Kristina/Klein, Dan/Manning, Christopher D./Singer, Yoram (2003): Feature-rich part-of-speech tagging with a cyclic dependency network. In: Marti Hearst/Mari Ostendorf (Hg.): Proceedings of the 2003 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics on Human Language Technology (NAACL '03). 173–180.

Text-Bild-Botschaften

Ansichtskarten und ihre elektronischen Verwandten

Hajo Diekmannshenke

1 Einführung

Als in den Jahren 1869 und 1870 die Kommunikationsform Postkarte unter ihrer damaligen Bezeichnung Correspondenzkarte zuerst in Österreich und anschließend im Norddeutschen Bund eingeführt wird, handelt es sich um eine schlichte Schriftkarte, deren zwei Seiten der Anschrift und dem »Raum für Mitteilungen«, wie es später heißen wird, vorbehalten sind.¹ Die heute auf Ansichtskarten (als einer speziellen Textsorte innerhalb der Kommunikationsform Postkarte) üblichen visuellen Abbildungen, die jeweils eine Seite der Postkarte einnehmen, existieren zu dieser Zeit noch nicht. Auffällig auf der Correspondenzkarte ist die im unteren Teil der Anschriftenseite aufgedruckte »Gebrauchsanweisung« (siehe Abb. 1), die dokumentiert, dass die neue Kommunikationsform noch entsprechender Anweisungen bedarf: »Der obige Vordruck für die Adresse ist deutlich und vollständig auszufüllen.« Doch diese wird nur kurze Zeit benötigt, da der Erfolg der Postkarte, ihre intensive Nutzung für den täglichen Schriftverkehr, die Schreiber*innen schnell mit dem »richtigen« Gebrauch vertraut werden lassen. Ab 1872 schließlich wird die Bezeichnung Postkarte gebräuchlich.

Wann zum ersten Mal die weiße Seite der Correspondenzkarte eine visuelle Gestaltung durch einen Schreiber oder eine Schreiberin erfährt, ist unklar. Bis heute ist umstritten, ob es wirklich der Oldenburger Hofbuchhändler und Druckereibesitzer August Schwartz war, der als Erster illustrierte Postkarten verkauft hat und somit als Erfinder der Ansichtskarten gelten kann (vgl. Täubrich 1997: 115). Gesichert ist, dass er bereits zwei Wochen nach Einführung der Correspondenzkarte im Norddeutschen Bund eine dieser Karten mit einer Vignette bedruckt und an seinen Schwiegervater in Magdeburg verschickt hat (vgl. Kaufmann 1985: 405–406). Denkbar ist aber auch, dass die rein weiße Seite möglicherweise eine Art »Herausforderung« für die Schreiber*innen darstellte

¹ Die Geschichte der Postkarte stellt Holzheid (2011) ausführlich dar. Da die Bebilderung zu Beginn der Postkartengeschichte noch nicht vorhanden ist, wird auch in diesem Beitrag kurz auf die Anfänge (und die Vorläufer der Bebildung) und die weitere Entwicklung zur heutigen Ansichtskarte eingegangen.

und so zur Bildproduktion anregte, oder ebenso, dass die Vorläufer der Postkarte hier Pate gestanden haben. Zugelassen für den Postverkehr sind diese Bild-Postkarten erst ab 1885 (vgl. Schuler 2001: 9), doch es dauert noch bis zum 1. Februar 1905, »als offiziell auch auf der Anschriftenseite Mitteilungen gestattet werden, eine Reform, als deren Kennzeichen der bis heute charakteristische senkrechte Trennstrich gelten kann.« (Hedinger 1992: 12) Dieses Datum kann als die ›Geburtsstunde‹ der heutigen Ansichts- oder Bildpostkarte gelten, bei der eine Seite vollständig dem Bild vorbehalten ist und der eigentliche Postkartentext auf der linken Hälfte der anderen Seite platziert werden muss.

Abb. 1: Correspondenz-Karte des Norddeutschen Postgebiets²



Zwar beeinflussen, wie Holzheid (2011) nachweist, die Kommunikationsformen Brief (hinsichtlich stilistischer Zwänge und der Befreiung davon) und Telegramm (hinsichtlich der Knappeheit und Präzision) die Entwicklung und die Nutzung der Postkarte, daneben spielen aber auch vorher etablierte und verbreitete Kurzformen wie das Billett, die Visitenkarte und weitere eine wichtige Rolle, ist deren Nutzung (und die damit verbundenen Normen und Muster) doch bekannt und verbreitet (vgl. Holzheid 2011: 108–109). Während das Billett für vertraute und vertrauliche Kommunikation genutzt wird und damit sozial-kommunikative Nähe realisiert, steht die Visitenkarte eher für eine Distanzkomunikation, was sich auch darin zeigt, dass sie häufig den Beginn einer Kommunikation markiert, während das Billett erst dann zum Einsatz kommt, wenn eine entsprechende Nähe und Vertrautheit der Kommunikationspartner zueinander besteht. Zugleich manifestiert die Visitenkarte das Image des Kartenbesitzers, welches durch die Annahme der Karte sozial bestätigt wird. Beiden Kommunikationsformen gemeinsam ist, dass sie zwar auch als reine Schriftkarten vorkommen, es daneben aber auch Karten mit visu-

² Bei den in diesem Beitrag abgebildeten Postkarten handelt es sich, sofern nicht anders vermerkt, um Postkarten aus Privatbesitz.

ellen Elementen gibt, sowohl als einseitige als auch als beidseitig genutzte Karten (vgl. Diekmannshenke 2020).

Abb. 2: Visitenkarte des Barons von Braun (1789; Friede 2010)



Aus den englischen Seebädern ist bekannt, dass vor Einführung der Postkarte in Großbritannien im Jahr 1870 dort kleine Zettel mit der jeweiligen Stadtansicht oder Badeszenen als Werbematerialien verteilt wurden (vgl. Prahl & Steinecke 1979: 30). Ebenso verbreitet sind die sog. Glückwunschblätter und Bilderbögen, die sowohl Sammelobjekte als auch Kommunikationsmittel darstellen. Holzheid kommt aufgrund dieser Bestandsaufnahme zu dem Schluss, »dass die Notwendigkeit einer Optimierung in Teilbereichen der Briefkommunikation in der Kommunikationskultur um 1860 an mehreren Stellen dringlich war und die Postkarte weniger als eine mediale Erfindung zu verstehen ist als vielmehr eine aus mehreren Bedürfnissen unterschiedlicher kommunikativer Nutzungen und Bereiche allmähliche Amalgamierung.« (Holzheid 2011: 120)

Aufgrund der inzwischen weit verbreiteten Praxis, die leere Postkartenseite zu illustrieren, werden 1882 erste offizielle – vielleicht nicht zufällig im katholischen und damit ›bildgläubigen‹ Bayern – Bildpostkarten herausgegeben. Betrachtet man solche frühen Bildpostkarten, muten sie heutigen Betrachter*innen möglicherweise seltsam an (vgl. Abb. 3).

Da noch weiterhin eine Seite ausschließlich der Anschrift vorbehalten ist, erfordert dies einen Kompromiss zwischen dem Bildanteil und der noch für die Mitteilung zur Verfügung stehenden Textfläche. Dieser Konflikt, der die Schreiber*innen dazu zwingt, das Bild mit ihrer Mitteilung gleichsam zu umrahmen (und auch, in das Bild hineinzuschreiben), endet erst 1905. Diese Entscheidung erleichtert das Schreiben der Mitteilung, deren Umfang nun nicht mehr von der Bildgröße abhängt, sie führt allerdings dazu, dass von nun an Mitteilung und Bildseite räumlich voneinander getrennt sind, Bezüge zwi-

schen beiden also in der Mitteilung (oder durch eine Markierung auf der Bildseite) explizit hergestellt werden müssen.

Abb. 3: Bildpostkarte aus Coblenz (um 1910)



Welchen hohen kommunikativen Stellenwert die frühen Bildpostkarten haben, belegen die Zahlen zur Postkartenproduktion und zum Verkauf von Bildpostkarten. 1899 werden im Deutschen Reich 88 Millionen Karten produziert, und nur 14 Jahre später, 1913, befördert die Deutsche Reichspost 2 Milliarden Bildpostkarten, was einen durchschnittlichen ›Verbrauch‹ von 30 Postkarten pro Einwohner bedeutet (vgl. Kaufmann 1985: 418). Nach einer offiziellen Zählung des Jahres 1900 liegt der Anteil der Ansichtskarten bei 46 % der beförderten Postkarten (vgl. Gold 1999: 14).

Die Themen der Bildpostkarten sind überaus vielfältig, wie ein Blick in die einschlägigen Publikationen und Untersuchungen zum Thema belegt: Landschaftsansichten, Städte, Kirchen, Heilige, Kinder, Tiere, Pflanzen, Humor, Theater, Film, Erotik, Zirkus, Trachten, Brauchtum, Katastrophen, Autos, Schiffe, Flugzeuge, Spielzeug, Puppen, Essen, Trinken, Stars, um nur die am häufigsten zu findenden zu nennen (vgl. Lebeck & Kaufmann 1985, Weidmann 1996). Postkarten sind allerdings nicht nur ein beliebtes Kommunikationsmittel, sie werden ebenso schnell zu einem nicht minder beliebten Sammelobjekt. Auch in diesem Fall markiert die Postkarte nicht den Beginn solcher Sammelleidenschaften. Zu Beginn der 1860er Jahre legt die Kölner Schokoladenfirma Stollwerck bunte Sammelbilder ihren Produkten bei, um so einen zusätzlichen Kaufanreiz zu bieten und zugleich Werbung für ihre Produkte zu betreiben (vgl. Lorenz 2000: 18f.). Am erfolgreichsten sind nach heutigem Kenntnisstand allerdings die verschiedenen Sammelbilderserien des Fleischextraktherstellers Liebig, die erstmals 1875 als Beigabe verteilt werden (Abb. 4) und die bis zum Jahr 1940 in insgesamt 1.138 Serien erscheinen (vgl. Jussen 2002: 10).

Abb. 4: Liebig-Sammelkarte (1873–1878)



Quelle: Jussen 2002; Serie 2: Rund um den Liebigtopf, Bild 6.

Zugleich ermöglicht die Bildpostkarte den Betrachter*innen, die sich eine reale Reise nicht leisten können, eine virtuelle Reise in ferne Länder. Denn die Postkarte ist auch ein Kind des modernen Tourismus, der durch die Erfindung der Dampfmaschine und in ihrem Gefolge von Dampfschiff und Eisenbahn den entscheidenden Impuls erhält (vgl. Schivelbusch 2000). So wird es nun üblich, anstelle eines langen Briefes einen kurzen Gruß in die Heimat zu senden, und neben den schriftlichen Gruß tritt nun auch der visuelle. Wie stark diese Praxis verbreitet ist, belegt die Postkarte eines amerikanischen Reisenden von der Schmittenhöhe bei Zell am See (Abb. 5), die mit der Bemerkung schließt: »I am well and enjoying myself and follow the fashion, you see, in sending Ansichtskarte.«

Abb. 5: Postkarte aus dem Jahr 1900



Quelle: Phillips 2000: 34

Briefsteller und Stilratgeber aus den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts betonen die Beliebtheit der Ansichtskarte, wobei besonders die Bedeutung der Abbildung hervorgehoben wird: »Eine beliebte Abart der Postkarte, besonders für träge Briefeschreiber ist die Ansichtspostkarte. Diese teilt schon im Bilde mit, was der Absender mit Worten sagen müßte, und läßt nur wenig Raum für kurze Mitteilungen.« (Kronoff 1925; zit.n. Diers 1987: 25)

2 Reisebilder

Die für die Textsorte Ansichtskarte typische Verbindung von sprachlichen und visuellen Elementen verschafft ihr eine besondere Stellung in der Welt der Kommunikationsformen und Textsorten. Kommunikate, die Sprache-Bild-Kombinationen aufweisen, dürfen einen sehr großen Teil der heute existierenden medialen Exemplare ausmachen. Das Besondere der Ansichtskarte besteht nun darin, dass in diesem Fall eine üblicherweise massenhaft hergestellte Ansichtskarte (sieht man von sog. Künstlerpostkarten und individuell erstellten Exemplaren ab) durch den eigentlichen Postkartentext individualisiert wird. Zwar können z.B. auch Plakate durch transgressive Zeichen wie »Einschreibungen«, Überschreibungen, Bemalungen, Kommentare usw., das sog. Adbusting (vgl. Michel & Pappert 2018), verändert und damit individualisiert werden. Im Gegensatz zur Ansichtskarte sind Plakate aber dafür nicht explizit vorgesehen, eine solche Form der Aneignung wird stattdessen vielfach als Vandalismus verstanden.

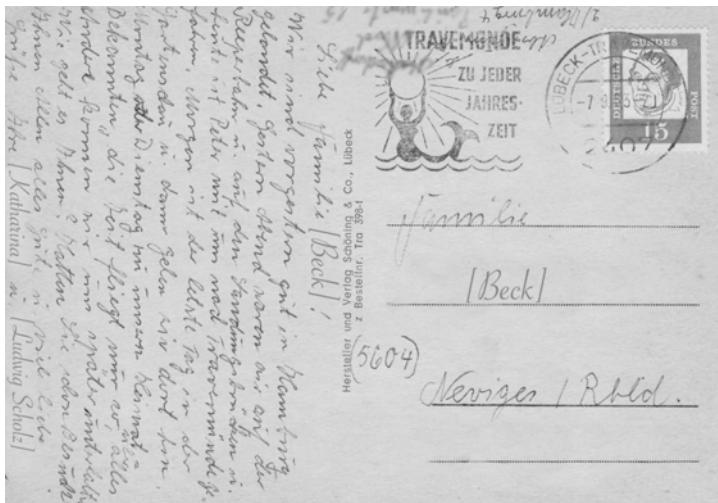
Eine weitere Besonderheit stellt der modulare Charakter des Gesamtkommunikats Ansichtskarte dar. Anders als bei anderen modularen Kommunikaten wie z.B. Reiseführern oder Prospekten sind bei Ansichtskarten die Module an feste Positionen gebunden³. Eine Seite ist dem Bild vorbehalten, die andere Seite in den Anschriftenteil (rechts) und den individuell erstellten Kartentext (links) unterteilt (vgl. hierzu die Beiträge von Hausendorf, Wolff und Kellenberger in diesem Band). Aufgrund des begrenzten »Raums für Mitteilungen« werden diese Kartentexte häufig stark musterhaft (vgl. Stein & Stumpf 2019) realisiert und können als »kleine Texte« im Sinne der von Hausendorf genannten Kriterien (2009: 6) angesehen werden.

- »Größe: »kleine« Texte sind oftmals »klein« im Sinne von kleinräumig-überschaubar;
- Komplexität: »kleine« Texte sind oftmals »einfach« (und bestehen nur aus einem Wort, einem Satz oder einem »Spruch«);
- Funktionalität: »kleine Texte sind oftmals unmittelbar »praktisch«, auf einen handgreiflichen Zweck bezogen;
- Gestaltung: »kleine« Texte sind oftmals sehr schablonenhaft und stereotyp (so dass man ihr Ende vorhersagen kann);
- Anspruch: »kleine« Texte sind oftmals nicht sehr ambitioniert, ihre sprachliche Gestaltung ist in vielen Fällen unaufwendig.« (Hausendorf 2009: 6)

³ Vgl. hierzu auch den Beitrag von Kato et al. (2021).

Im Zusammenspiel mit der Bildseite kann das Gesamtkommunikat allerdings deutlich komplexer werden. Die Begrenztheit des Schreibraumes führt aber auch dazu, dass einzelne Schreiber*innen sehr klein schreiben und auch die Begrenzungen überschreiben (vgl. Abb. 6):

Abb. 6: Überschreibungen (1979)



Die Bedeutung der Bildseite für die Ansichtskarte wird nicht nur dadurch deutlich, dass das Bild schließlich die ganze Seite einnimmt, sondern auch dadurch, dass bei der Aufbewahrung und Zurschaustellung der Ansichtskarte z.B. an Pinnwänden üblicherweise die Bildseite präsentiert wird. Außerdem kann davon ausgegangen werden, dass die Bildseite eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung spielt. Die Untersuchung von Schuler (2001) hat gezeigt, dass 91 % der von ihr befragten Studierenden angaben, das Motiv speziell für die/den jeweilige/n Empfänger*in ausgewählt zu haben (vgl. Schuler 2001: 20). Dieses Ergebnis lässt den Rückschluss zu, dass die Empfänger*innen davon ausgehen, dass die Ansichtskarte speziell ausgesucht wurde, was auch dieser Kartentext nahelegt: »Hallo [Kosename]! Ich habe diese Karte gesehen und mußte sofort an dich denken.« (private Ansichtskarte)

Die eigentliche sozial-kommunikative Handlung, die mit dem Versenden einer Ansichtskarte vollzogen wird, findet sich vielfach schon auf der Bildseite formuliert – das GRÜSSEN –, wie die folgende Karte (Abb. 7) zeigt.

Abb. 7: Ansichtskarte mit explizitem sprachlichem Gruß (2005)



Ähnlich wie in einer anderen für das Reisen typischen Textsorte, dem Reiseführer, präsentieren die Ansichtskarten in aller Regel die jeweiligen örtlichen Sehenswürdigkeiten, welche wiederum der visuellen Selektion des Reiseführers entstammen (vgl. Diekmannshenke 2018). So stellt der Reiseführer eine Sehhilfe, unter Umständen sogar den Versuch einer Normierung des Sehens auf der Reise dar. Das Verschicken einer solchen Ansichtskarte bedeutet die symbolische Bestätigung, dass die jeweilige Destination besucht und die abgebildeten Sehenswürdigkeiten besichtigt wurden. Eine ähnliche Funktion erfüllen auch das Fotoalbum oder auch der heute praktisch verschwundene Diaabend. Da die Abbildungen auf Ansichtskarten in aller Regel eine bessere fotografische Qualität als die meisten privaten Aufnahmen aufweisen, finden sich in vielen Fotoalben auch dort eingeklebte Ansichtskarten. Dass sich sowohl auf der Ansichtskarte aus Mainz (Abb. 7) als auch auf der frühen Postkarte aus »Coblenz« (Abb. 3) ein touristisches Transportmittel findet, ist kein Zufall, sondern bis heute durchaus noch typisch, wenngleich das Schiff heute weniger ein allgemeines Transportmittel als vielmehr ein Ausflugsangebot darstellt.

Zu beobachten ist auch, dass die Abbildungen auf den Ansichtskarten im Laufe der Zeit und mit den Veränderungen des Reisens sich ebenfalls ändern. Neben der Abbildung der Verkehrsmittel finden sich auch Abbildungen weiterer typischer touristischer Infrastruktur wie Bahnhöfe und Skilifte und mit dem Aufkommen der Flugreise auch solche von Flugzeugen, wobei An- und Abreise zum Urlaubsort mitunter explizit thematisiert werden:

Sehr verehrte Frau,/sehr verehrter Herr Oberpharmazierat [Name]!/Nach zügiger Autofahrt bis zum Düsseldorfer/Flughafen und ruhigem Flug mit einer Caravelle/sind wir vor wenigen Tagen wohlbehalten in/Teneriffa angekommen. Seither genießen wir/bei herrlich warmem Wetter die Badefreuden./Natürlich haben wir auch schon Ausflüge

in die/malerische Umgebung unternommen./Dabei sind wir immer wieder sehr beeindruckt/von der vielfältigen Flora./Wir hoffen, daß wir auch weiterhin erholsame/Tage haben werden./Mit herzlichen Grüßen verbleiben/Ihre Ilse und Gerhard [Name] (private Ansichtskarte)

Es kann nicht verwundern, dass die massenhafte Produktion von Ansichtskarten dazu beiträgt, bei aller Vielfalt der Abbildungen visuelle Stereotypen zu generieren. So ist das Wetter auf Urlaubsansichtskarten immer schön⁴, Wintersportgebiete tief verschneit (Abb. 8), das Wasser blau, Hotelanlagen nicht überfüllt, Gleiches gilt für Strände.

*Abb. 8: Ansichtskarte aus dem Skigebiet
(1975)*



Abb. 9: Ansichtskarte aus Venedig (2007)



Venezia

3 Das Zusammenspiel von Sprache und Bild auf Ansichtskarten

Finden sich vielfach visuelle Stereotypen auf Ansichtskarten (Abb. 7, 8 und 9), so verhält es sich mit den Ansichtskartentexten oft ähnlich. Wird auf der Bildseite ein typisches Venedig-Bild präsentiert, so thematisiert der Text zentrale Aspekte von Urlaub – Fahrt, Wetter, Essen, Trinken, Aktivitäten:

Nach einer langen Fahrt (13 Std.) sind/wir hier gut angekommen./Es ist hier mal heiß(!!) mal regnerisch./Venedig war ein Erlebnis (40°),/wir waren den ganzen Tag auf den Bei-

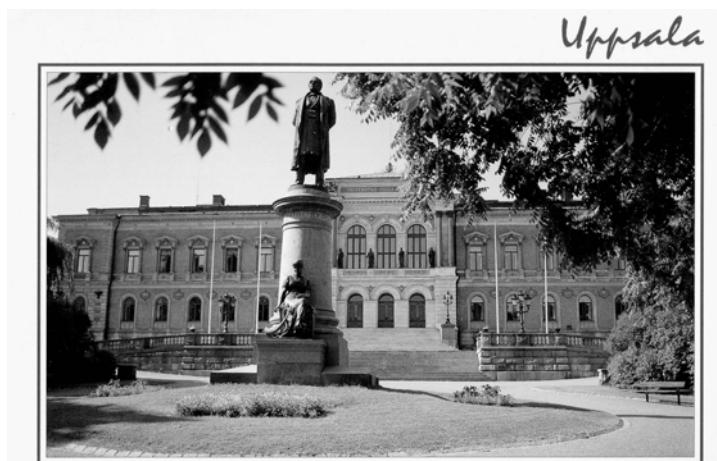
4 Selbstverständlich gibt es Ausnahmen, wie auch später noch gezeigt werden soll, aber das »schöne Wetter« kann als durchgängige Figur betrachtet werden.

nen./Wir genießen Essen, Trinken, Wein und Obstler./Viele Grüße Mariella + Familie
(private Ansichtskarte)

In diesem Fall besteht der Sprache-Bild-Bezug ausschließlich im Reiseort. Liest man die Karte genau, dann könnte man auch überlegen, ob die übermittelten Informationen zwar einerseits typische Urlaubsaspekte thematisieren, aber andererseits die Vorstellung vom »schönen Urlaub« zumindest teilweise konterkarieren – die Fahrt ist sehr lang und sicher anstrengend, es gibt Hitze und Regen, was vielleicht doch ein eher fragwürdiges »Erlebnis« darstellt, die Urlauber*innen sind stundenlang unterwegs, was ebenfalls Anstrengung bedeutet. Hingegen strahlt das Bild eher Ruhe und Entspannung denn Anstrengung aus.

Es soll hier die These vertreten werden, dass die Bildseite einen Einflussfaktor für die Gestaltung des Ansichtskartentextes darstellen kann (und häufig auch darstellt), sodass ein erkennbarer Bezug zwischen beiden Seiten entsteht. Dieser Bezug kann so aussehen, dass die Bildseite gleichsam kommentiert und damit Teil der sprachlichen Handlung wird (Abb. 10):

Abb. 10: Expliziter Bezug zur Ansichtsseite (2011)



[...] Das Bild vorne (oder hinten)/zeigt meine neue Uni./Hochherrschaftlich, was/meinen Sie?
[...] (private Postkarte v. 7.10.2011)⁵

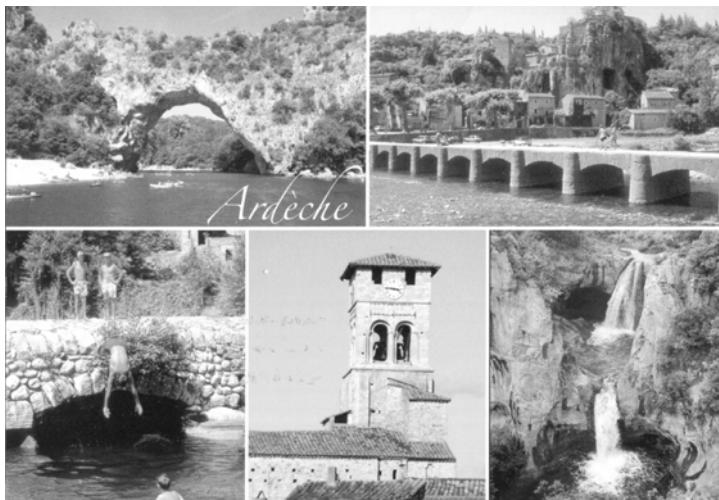
Durch die geäußerte Frage »was meinen Sie« wird ein expliziter Bezug zur Abbildung hergestellt, die damit wesentlicher Teil des gesamten Kommunikats wird. Zugleich ist diese Abbildung Anlass und insbesondere Voraussetzung für die realisierte sprachliche Handlung.

5 Im Text zeigt sich auch die Frage, welche Seite denn nun eigentlich als Vorder- und welche als Rückseite anzusehen ist. Für die Schreiberin dieser Karte ist es offensichtlich die Bildseite.

»Jedes Ding hat zwei Seiten, so auch die Postkarte, und dies per Definition: einerseits die Anschriftseite, andererseits der ›Raum für Mitteilungen‹ [...] Text und Bild sind über die Vorder- und Rückseite ein und derselben Karte aufs engste miteinander verbunden und meist auch aufeinander bezogen. Dem Bild ist der Text als Mitgift auf der Adreßseite der Karte eingeschrieben, und ihr Verhältnis zueinander lässt sich dem von Avers und Revers einer Medaille vergleichen.« (Hedinger 1992: 14f.)

Textlinguistisch gesehen können dementsprechend auf Ansichtskarten unterschiedliche Formen der Kohäsions- und Kohärenzherstellung zwischen der Bildseite und dem Kartentext gefunden werden, der wie bereits erwähnt als sogenannter »kleiner Text« angesehen werden kann, der vor allem als Text auf Urlaubsansichtskarten durch ein hohes Maß an Musterhaftigkeit und sprachliche Stereotypisierung gekennzeichnet ist (vgl. Diekmannshenke 2002, 2011). Visuelle Stereotype werden von manchen Schreiber*innen auch direkt thematisiert (Abb. 11):

Abb. 11: Private Urlaubsansichtskarte (2012)



Hallo Hajo,/das Schlechteste an der Ardéche/sind die Postkarten [...].

Doch nicht nur die Schreiber*innen spielen manchmal mit den Urlaubsstereotypen, es gibt auch Ansichtskarten, die diese in komischer Weise auf der Karte selbst zum Bildthema machen (s. dazu Abb. 12).

Doch nicht immer passen Bildseite und Kartentext zueinander. Während auf der Ansichtskarte in Abb. 13 die abgebildete Schneelandschaft in (jahreszeitlicher) Kohärenz zum Kartentext steht, zeigt sich in Abb. 14 eher eine Dissonanz. In diesem Fall passen die idealisierte verschneite Landschaft und die Festtagsgrüße zusammen, sofern der Schreiber sich am abgebildeten Ort befindet. Im folgenden Beispiel muss man allerdings einen Widerspruch zwischen der Abbildung und dem Kartentext konstatieren.

Abb. 12: Urlaubsansichtskarte mit Ankreuzoptionen (2005)



Abb. 13: Ansichtspostkarte



Quelle: [anko] 91545 Jahr: 2001

16.12.01 Liebe Freunde, Von hier aus entbiete ich Euch meine besten Glückwünsche für die Festtage und das Neujahr. Allegra! Christian |NN| (|NN|)

Abb. 14: Ansichtspostkarte



Quelle: [anko] 140426 Jahr: 1968

Unsere Lieben, Wir geniessen unseren kurzen Aufenthalt bei Sonne und Regen. Es ist richtiges Frühlingswetter. [...]

Die abgebildete Winterlandschaft und das im Text erwähnte Frühlingswetter mit regnerischen Anteilen stehen in deutlichem Widerspruch. Allerdings kann davon ausgegangen werden, dass aufgrund der Kenntnis solcher Karten die Empfänger*innen die Abbildung als idealisierte Winterlandschaft – »Urlaubsidylle« – wahrnehmen, während der Text die realen Bedingungen schildert.⁶ Der begrenzte »Raum für Mitteilungen« fordert manche Kartenschreiber*innen dazu heraus, sprachlich kreativ die übliche Musterhaftigkeit der Texte zu durchbrechen (vgl. Diekmannshenke 2002, 2011). So finden sich sehr häufig Gruß- und Verabschiedungsformeln (zuweilen in der Landessprache) und bei Urlaubskarten Informationen zum Wetter, zur Unterkunft, zu Essen und Trinken, Ausflügen und den spezifischen Gegebenheiten wie Strand, Wasser, Schnee und dergleichen mehr:

Hallo [Vorname]!/Wir sitzen momentan in einer Hotelbar und genießen unseren Urlaub. Hotel und Essen sehr gut, Wetter ok für T-Shirt und Shorts, Wasser warm genug zum Schwimmen und Strand so leer, daß immer ein paar Liegen frei sind./Also ein toller Urlaub! Viele Grüße/F. und N. (private Ansichtskarte)

Ein solcher Urlaubsframe kann dann auch scherhaft realisiert werden:

Edle Mylady [Vorname]!/Erneut verweilt Sire J. und meine Wenigkeit in den Tälern Österreichs. (private Ansichtskarte)

⁶ Allerdings führt die Musterhaftigkeit vieler Kartentexte ebenfalls zu einer sprachlichen Idealisierung. So muss Urlaub immer »schön« sein, ist er es »mal nicht, wird dies auf vielen Ansichtskarten mit Formulierungen wie »das Wetter ist nicht so gut, aber ...« gleichsam sprachlich repariert.

Vielfach bieten die Bildseiten entsprechende Möglichkeiten und Anlässe. Der Schriftsteller Jurek Becker hat in seiner umfangreichen Ansichtskartenkorrespondenz mit dem Schauspieler Manfred Krug ausgiebig von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht (Abb. 15).

Abb. 15: Ansichtskarte von Jurek Becker an Manfred Krug



Quelle: Krug 1997: 185

Sieseby/Süderbarup, 14.8.1993/Lieber Manfred, ich bemühe mich hier oben um mehr Nähe zur Natur, deswegen ist mir der Umseitige ein gewisses Vorbild. Doch wie lange ich auch im Garten stehe, wie angewurzelt und mit festgeschraubtem Grinsen – ich höre nur aus der Ferne die Klosettpülzung der Nachbarn und unter mir das Furzen der Maulwürfe. Wahrscheinlich geht das nicht so schnell, wie ich es mir eingebildet habe./Dein Naturfreund/Jurek (Krug 1997: 185)

4 Neuere Entwicklungen

Die Etablierung des Internets und einer Vielzahl von neuen Kommunikationsformen hat auch die Postkartenkommunikation spürbar beeinflusst. Allerdings haben neue Möglichkeiten, aus dem Urlaub oder von der Reise Verwandte, Freund*innen oder Arbeits-

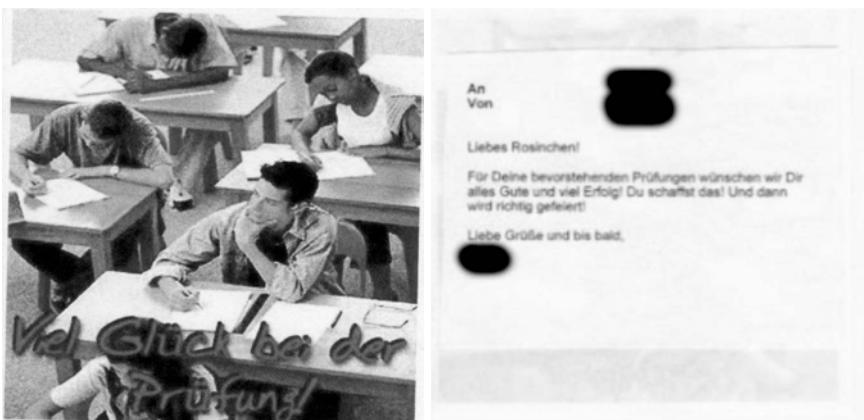
kolleg*innen mittels einer Ansichtskarte zu GRÜSSEN, zwar zu einer Reduzierung der Ansichtskartennutzung geführt, diese aber nicht vollständig verdrängt. Neuerdings wird sogar ein leichter Anstieg erwartet:

Das Briefgeschäft der Deutschen Post DHL Group ist rückläufig, so wurden im Jahr 2020 insgesamt etwa 14,3 Milliarden Briefe befördert, 2019 waren es 15,9 Milliarden. Anteil daran hatte auch die Corona-Pandemie, denn auch weniger Postkarten seien im vergangenen Jahr auf die Reise gegangen: Deren Anzahl betrug 120 Millionen – im Vorjahr waren es noch 147 Millionen, teilt der Konzern mit. So gab es zuletzt weniger Auslandsreisen und Urlaube, von wo aus die oft üblichen Grüße per Post versandt wurden.

Der Postkarten-Anteil könnte in diesem Jahr allerdings wieder zunehmen, prognostiziert Ole Nordhoff, Leiter Marketing der Deutschen Post: »Wir gehen davon aus, dass mit der steigenden Reisetätigkeit auch wieder mehr Postkarten geschrieben werden. Unserer Eindruck nach ist zudem durch Corona das Bedürfnis nach persönlicher, bleibender Kommunikation gewachsen.« (<https://www.logistik-watchblog.de/neuheiten/3054-post-hoheres-aufkommen-postkarten.html> [25.11.2021])

Um die Jahrtausendwende waren elektronisch verschickte Postkarten, allgemein E-Cards genannt, sehr beliebt und vielfach verbreitet. Recherchen im Internet ergaben eine überraschende Bandbreite an Möglichkeiten, diese ›virtuellen Postkarten‹ zu verschicken. So boten Autohäuser, Tanzschulen, politische Parteien, Privatpersonen, Museen, Künstler, Buchhandlungen, Versandhäuser, Basketballvereine, Zeitungen, Reisebüros, Unternehmen, Verlage, Internet-Provider, Universitäten, ja sogar Bahnhöfe – der sog. ›Hundertwasser-Bahnhof‹ im niedersächsischen Uelzen (www.bahnhof2000-uelzen.de) – einen kostenlosen Versand von E-Cards an. Inzwischen ist die Zahl dieser Anbieter deutlich geringer geworden, viele der aufgeführten Institutionen und Unternehmen haben ihr Angebot an E-Cards eingestellt.

Abb. 16a und 16b: E-Card (2007)



Das meiste, was für die ›traditionelle‹ Postkarte gilt, hat(te) auch für ihr elektronisches Pendant Geltung. Die Auswahl des Bildmotivs erfolgt in Hinblick auf den/die Adressaten/in, die Textrealisation geschieht in enger Verknüpfung mit dem jeweiligen Bildinhalt, wobei auch hier das GRÜSSEN als kommunikatives Mittel zur Pflege einer sozialen Beziehung im Vordergrund steht. Bei der obigen Abbildung (Abb. 16) kommt in diesem speziellen Fall das Glückwünschen als weitere sprachliche Handlung dem Anlass entsprechend hinzu. Dennoch lassen sich im Vergleich zur traditionellen Postkarte einige bedeutsame Unterschiede ausmachen. Anders als im ›klassischen Fall‹ wurde man noch durch eine E-Mail des jeweiligen Kartenanbieters darüber informiert, dass auf dessen Server eine Postkarte für den/die Adressaten/in bereitlag, die dann per Mausklick ›abgeholt‹ werden konnte. Bei diesem Verfahren wurde man in vielen Fällen nur darüber informiert, dass eine Postkarte vorlag, nicht unbedingt aber darüber, von wem diese stammte. Zwar kommt es auch bei der traditionellen Postkarte immer wieder vor, dass der Absender nicht auf Anhieb oder gar nicht erkennbar ist, dies entspricht aber nicht – außer bei Scherzen – der Intention der jeweiligen Absender*innen. Der hauptsächliche Unterschied einer E-Card zur Ansichtskarte besteht neben der fehlenden Materialität in der Aufhebung der Beidseitigkeit.⁷ Bildseite und Textfeld stehen neben- oder untereinander und die Montage beider Felder erfolgt dann schließlich in der fertiggestellten Ansichtskarte, ohne allerdings eine reale Vorder- und Rückseite zu generieren. Die meisten dieser E-Cards stell(t)en Grußkarten zu Festen wie Ostern, Weihnachten oder Geburtstagen und ähnlichen privaten Anlässen dar. In manchen Urlaubsorten gab es zwischenzeitlich die Möglichkeit, an speziellen Automaten eine E-Card mit ausgewählten (Urlaubs-)Motiven zu gestalten und diese dann um einen Text ergänzt per E-Mail zu verschicken. Mit dem Erstellen einer E-Card verschwindet auch ein weiteres wesentliches Kennzeichen der (privaten) Postkarte – die Handschriftlichkeit. Indem die Tastaturschriftlichkeit diese ablöst, wirkt die E-Card möglicherweise unpersönlicher als die handschriftlich geschriebene Ansichtskarte (Diekmannshenke 2002). Ebenso entfällt die für das Versenden der Ansichtskarte notwendige Briefmarke, allerdings wird diese manchmal in die E-Card integriert. Bei entsprechenden technischen Voraussetzungen war es jedoch (aber wohl nur ausnahmsweise) möglich, eigene Ansichtskarten zu erstellen und diese als Attachment einer E-Mail zu versenden (Abb. 17).⁸

Nicht repräsentative Befragungen von Studierenden in den letzten Jahren haben gezeigt, dass die Ansichtskarte aus dem Urlaub durch das Versenden einer SMS oder einer WhatsApp-Mitteilung zumindest partiell abgelöst wurde. Dies ist zum einen darin begründet, dass die dafür notwendige Technik, ein Smartphone, inzwischen alltäglich geworden ist und üblicherweise auch ständig mitgeführt wird. Erfordert die Ansichtskarte noch den Kauf derselben, den Erwerb einer Briefmarke und das Aufsuchen eines Briefkastens, so kann die SMS oder die WhatsApp-Mitteilung praktisch an jedem Ort und zu jeder Zeit erstellt und verschickt werden. Alternativ bietet sich heutzutage auch

⁷ Vor einigen Jahren teilte mir eine Studentin mit, dass sie die E-Cards, die sie bekommt, ausdrückt und anschließend beide Seiten wieder zusammenklebt.

⁸ Ob man in diesem Fall noch von einer Post- oder Ansichtskarte sprechen kann, soll hier nicht diskutiert werden.

ein Anruf an, denn das Suchen nach einer Telefonzelle und das Bereithalten des notwendigen Kleingelds entfällt. Zudem werden seit Juni 2017 innerhalb der EU – bis auf wenige Ausnahmen – keine Roaming-Gebühren mehr erhoben. Es kann aber auch nicht übersehen werden, dass neuere internetbasierte Kommunikationsweisen, die ebenfalls durch eine eher geringe Größe und Musterhaftigkeit gekennzeichnet sind, die Frage aufwerfen, ob sie noch als Verwandte der Postkarte angesehen werden können. Wie bei vielen neueren Kommunikationsformen muss möglicherweise eher von einer Hybridisierung neuer und bereits bestehender Kommunikationsformen gesprochen werden.

Abb. 17: E-Mail-Attachment im Stil einer Weihnachts- und Neujahrs-postkarte (2021)



Wie dargestellt, entsteht auch die Correspondenzkarte nicht aus dem »Nichts«, sondern hat ihre Vorläufer, die musterbildend wirken. Neben der Gestaltung der Karte insgesamt ist es sprachlich in einem hohen Maße der Brief. Auch die Postkarte erfüllt im Laufe ihrer Kommunikationsgeschichte diese Funktion (vgl. Diekmannshenke 2021). Der Bonner Friedhelm Hillebrand entwickelte 1984 die SMS für die damalige Deutsche Bundespost. Aufgrund der Übertragung mittels des sogenannten Steuerkanals, der geringere Kapazitäten als der sog. Sprachkanal hatte, war eine Begrenzung der maximal übermittelbaren Zeichenmenge notwendig. Wie Hillebrand vor einigen Jahren in einem Interview erklärte, habe er sich bei der Begrenzung auf 160 Zeichen an der durchschnittlichen Textlänge auf Ansichtskarten orientiert (Bonner General-Anzeiger v. 1./2.12.20012). Wie bei anderen internetbasierten Kommunikationsformen ist diese Begrenzung inzwischen aufgehoben bzw. erweitert worden. Bei der Postkarte ist dies bis heute allerdings nicht möglich.

5 Fazit: Die Zukunft der Ansichtskarte?

In seiner im Jahr 1891 erschienenen »See- und Mordgeschichte« mit dem Titel »Stopfkuchen« lässt der Autor Wilhelm Raabe seinen Reisenden Eduard ein wenig resigniert bemerken: »Die heutige Leichtigkeit der Korrespondenz tut da gar nichts zu; denn – wer schreibt in der heutigen Postkartenperiode noch Briefe?« Seine Skepsis hat sich nicht bewahrheitet. Das Briefeschreiben ist nicht verschwunden, ganz im Gegenteil scheint der handschriftliche Brief in seiner Bedeutsamkeit wieder gestiegen zu sein, sticht er doch unter all den maschinen- und tastaturschriftlichen Kommunikaten deutlich hervor. Ähnliches könnte auch für die Ansichtskarte gelten. Das besondere Zusammenspiel von Bildseite und dem handschriftlichen Text inklusive ihrer Materialität und der damit verbundenen haptischen Erscheinungsweise scheint ihr Weiterbestehen zu garantieren.

Am 14. Juli 2005 startet Paulo Magalhães das Postcrossing-Projekt (www.postcrossing.com). »Postcrossing ist ein an Bookcrossing angelehntes Projekt, das einander unbekannten Menschen ermöglicht, Postkarten an zufällig ausgewählte andere Teilnehmer (›Postcrosser‹) zu versenden. Für jede versendete Karte bekommt man von einem anderen zufälligen Postcrosser eine zurück.« (<https://de.wikipedia.org/wiki/Postcrossing> [15.11.2021]; Hervorhebungen im Original) Inzwischen haben mehr als 800.000 Personen an diesem Projekt teilgenommen, wobei sie über 64 Millionen Ansichtskarten verschickt haben.

Die Ansichtskarte hat sich im Laufe der Postkartengeschichte verändert und wird dies wohl auch weiter tun. Und sie wird neben ihren elektronischen Verwandten weiter ihren Stellenwert behalten.

Literatur

- [Krug, Manfred (Hg.) (1997):] Jurek Beckers Neuigkeiten an Manfred Krug & Otti. Düsseldorf; München: Ullstein Taschenbuchverlag.
- Diekmannshenke, Hajo (2002): »und meld' dich mal wieder!« Kommunizieren mittels Postkarte. In: Eva Lia Wyss/Ulrich Schmitz (Hg.): Briefkommunikation im 20. Jahrhundert. Duisburg: De Gruyter (= Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie, Bd. 64), 93–124.
- 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.
- Diekmannshenke, Hajo (2018): Man sieht nur, was im *Baedeker* steht. Reiseführer zwischen Normierung und Denormierung. In: Uta Schaffers/Stefan Neuhaus/Hajo Diekmannshenke (Hg.): (Off) The Beaten Track? Normierungen und Kanonisierungen des Reisens. Würzburg: Königshausen & Neumann, 31–50.
- Diekmannshenke, Hajo (2020): Eine kurze Geschichte der Postkarte. In: Dirk Streitenfeld/Regina Streitenfeld (Hg.): Lachen à l carte. Humor auf historischen Postkarten. Thun/Gwatt: Weber Verlag, 146–153.

- Diekmannshenke, Hajo (2021): Eine kurze Geschichte kleiner Texte. In: Steffen Pappert/Kersten Sven Roth (Hg.): Kleine Texte. Frankfurt a.M.: Peter Lang (Forum Angewandte Linguistik 66), 41–72.
- Diers, Michael; Rieckhoff, Jan (1987): PostkARTen. Eine Publikation des Bundespostmuseums Frankfurt a.M. Heidelberg: R.v. Decker's Verlag.
- Friede, Klaus (2010): Von der Händlerkarte zur Visitenkarte, eine historische Entwicklung. Online unter: <https://www.kultur-port.de/index.php/kunst-kultur-blog/52-grafik-design/2472-von-der-haendlerkarte-zur-visitenkarte-eine-historische-entwicklung.html> [8.11.2021].
- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte – über Randerscheinungen von Textualität. In: Germanistik in der Schweiz. Online-Zeitschrift der SAGG, H. 6. Online unter: https://www.sagg-zeitschrift.unibe.ch/6_09/hausendorf.html [16.10.2021].
- Hedinger, Bärbel (Hg.) (1992): Die Künstlerpostkarte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart [Ausstellungskatalog], München: Prestel.
- Holzheid, Anett (2011): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt.
- Jussen, Berhard (2002): Die Liebig-Sammelbilder und der Atlas des Historischen Bildwissens. Einleitung. In: Bernhard Jussen (Hg.): Liebig's Sammelbilder. Vollständige Ausgabe der Serien 1 bis 1138, Berlin: DirechtMedia, 3–15 (DVD).
- Kato, Hiloko; Naef, Marcel; Sugisaki, Kyoko; Wiedmer, Nicolas (2021): »Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben« – Eine text- und korpusönguistische Untersuchung der Lesbarkeitswellen kleiner Texte am Beispiel der Ansichtskarte. In: Steffen Pappert/Kersten Sven Roth (Hg.): Kleine Texte, Frankfurt a.M.: Peter Lang, 73–118.
- Kaufmann, Gerhard (1985): Die Postkarte im Spiegel der Kultur und Gesellschaft. In: Lebeck, Robert; Ders. (Hg.): Viele Grüße ... Eine Kulturgeschichte der Postkarte. Dortmund: Harenberg, 399–437.
- Kronoff, Frida von [d.i. Frida Hummel] (1925): Lebensart. Ein Wegweiser des feinen Taktes für Haus und Welt, 6. Aufl., Reutlingen: Ensslin & Laiblin Verlag.
- Lebeck, Robert; Kaufmann, Gerhard (Hg.) (1985): Viele Grüße ... Eine Kulturgeschichte der Postkarte, Dortmund: Harenberg.
- Michel, Sasch; Pappert, Steffen (2018): Wahlplakat-Busting. Formen und Funktionen einer (neuen) Textmustermischung. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik Bd. 68/2018, 3–33.
- Pappert, Steffen; Roth, Kersten Sven (Hg.) (2021): Kleine Texte, Frankfurt a.M.: Peter Lang (Forum Angewandte Linguistik 66).
- Phillips, Tom (2000): The Postcard Century. 2000 Cards and their messages, London: Thames & Hudson.
- Prahl, Hans-Werner; Steinecke, Albrecht (1979): Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit, Darmstadt; Neuwied: Luchterhand.
- Schivelbusch, Wolfgang (2000): Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert, Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuchverlag.
- Schuler, Christiane (2001): Kommunikationsmittel ›Postkarte‹ – Form, Funktion und Gebrauch [Magisterarbeit], Typoskript, Bonn.

- Stein, Stephan; Stumpf, Sören (2019): Muster in Sprache und Kommunikation. Eine Einführung in Konzepte sprachlicher Vorgeformtheit, Berlin: Erich Schmidt.
- Täubrich, Hans-Christian (1996): Alles auf eine Karte. Correspondenz-Postkarte statt Briefkorrespondenz? In: Klaus Beyer/Ders. (Hg.): Der Brief. Eine Kulturgeschichte der schriftlichen Kommunikation [Ausstellungskatalog], Heidelberg: Umschau 1996: Ausstellungskatalog, 112–119.
- Wietek, Gerhard (1977): Gemalte Künstlerpost. Karten und Briefe deutscher Künstler aus dem 20. Jahrhundert, München: Thiemig Verlag.

Strukturwandel der Urlaubswelt(en)

Framesemantische Clusteranalysen zur Erfassung thematischer Muster auf Ansichtskarten¹

Marcel Naef, Nicolas Wiedmer, Kyoko Sugisaki

1 Einleitung

Für die thematische Annotation von Texten haben sich in der Korpuslinguistik Ansätze etabliert, welche die Thema-Entfaltung vorwiegend nach informationsstrukturellen Gesichtspunkten angehen. Besonders prominent belegen dies die Prager Baumbank (vgl. Hajíč 1998) und das Potsdamer Kommentarkorpus (vgl. Stede & Mamprin 2016). Das *Thema* wird dabei als semantische Kategorie gesehen, die auf der Ebene des Satzes angesiedelt ist und hauptsächlich von ihrer syntaktischen Position und ihrer diskursiven Salienz in Bezug auf die im vorangegangenen Satz erwähnten Entitäten bestimmt wird.

Für die thematische Annotation eines Ansichtskarten-Korpus scheint uns der informationsstrukturelle Ansatz allerdings ungeeignet zu sein, insofern *sprachliche Lesbarkeitshinweise* (*sensu* Hausendorf et al. 2017: 69–105) bei dieser Textsorte im Vergleich zu *vertrautheitsbasierten* stark in den Hintergrund treten.² Deshalb gehen wir in unserer Analyse von einer thematischen Struktur im Sinne eines framesemantischen Rahmens aus, welcher für die Ansichtskarte die thematische Kohärenz auch dann gewährleistet, wenn sich wie im folgenden Beispiel auf sprachlicher Ebene (fast) keine typischen Themenentwicklungshinweise in den Mitteilungstexten finden.

-
- 1 Der Beitrag basiert auf einem ursprünglich auf Englisch erschienenen Artikel (Sugisaki et al. 2019). Die darin enthaltenen Beobachtungen wurden 2018 an den Workshops *Computational Methods in the Humanities* (COMHUM) an der Universität Lausanne und *Die Welt als Urlaubsort – Raumreflexion(en) und mehr auf der Ansichtskarte* an der Universität Zürich vorgestellt. Wir danken den Teilnehmer*innen für die wertvollen Vorschläge und Kommentare, die wesentlich zur Weiterentwicklung der hier vorgelegten Ideen beigetragen haben.
 - 2 Es handelt sich dabei um eine prototypische Eigenschaft sogenannter *kleiner Texte* (vgl. Hausendorf 2009: 16; und spezifisch für das Beispiel der Ansichtskarte Kato et al. 2021).

Abb. 1a und 1b: Beispiel für prototypische Themenentwicklung



Quelle: [anko] 150702 und [anko] 150701 (1984)

Transkript: Aus Arosa senden/wir Euch viele/herzl. Grüsse./Essen gut, Wetter gut,/alles O.K.

Anhand des Beispiels wird ersichtlich, dass die eingeführten Themen (*Essen*, *Wetter* und *Zustand/Befinden*) nicht weiter ausgeführt, sondern in willkürlich anmutender Abfolge parataktisch aneinander gereiht werden, wobei sich kein lexikalischer Zusammenhang zwischen den thematischen Feldern feststellen lässt. Dass ein*e Leser*in einen solchen Text nicht als unzusammenhängend empfindet, ist die Leistung eines semantischen Frames, wie wir im Folgenden weiter ausführen werden.

Wir verwenden den Begriff des *semantischen Frames* im Sinne von Busse (2012: 563), welcher den Frame als eine Struktur des Wissens definiert, in welcher der Kern des Frames (das Thema) mit Konstituenten des Wissens verbunden ist. Diese variieren je nach Kontext einer konkreten Situation und legen die Anschlussbedingungen für die Realisierung von zugehörigen thematischen Einheiten fest. Im Fall des »Urlaubsframes« (Diekmannshenke 2008: 90) wird der thematische Kern des Frames durch den Zustand des *im Urlaub Seins* gebildet. Die Konstituenten des Wissens, die Leerstellen des Frames, geben die Anschlussbedingungen vor, welche mögliche Realisierungen von thematischen Einheiten anlässlich des Schreibens einer Urlaubsansichtskarte erfüllen müssen, um als entsprechende Füllwerte des Frames fungieren zu können.

Im Rahmen unserer empirischen Analyse haben wir einen Katalog von Leerstellen des Urlaubsframes rekonstruktiv identifiziert, die beim Berichten über den Urlaub in Ansichtskarten potenziell gefüllt werden. Auf dieser Basis stellen wir im vorliegenden Beitrag einen neuen Ansatz für die thematische Annotation aus framesemantischer und textlinguistischer Perspektive vor und präsentieren eine datengeleitete Analyse zur Entwicklung und Veränderung des Urlaubsframes über den Zeitraum von 1950 bis 2010. Nachfolgend werden wir zuerst auf die thematische Struktur in den Mitteilungstexten eingehen, um dann unser Annotationsschema vorzustellen und den Annotationsprozess zu beschreiben (Kapitel 2). Schließlich werden wir die Ergebnisse unserer korpuslinguistischen Analyse des annotierten Teilkorpus präsentieren, welche wir durch Anwendung

des Clustering-Verfahrens HKA (Hauptkomponentenanalyse, Englisch: Principal Component Analysis) gewonnen haben (Kapitel 3).³

2 Thematische Annotation des Urlaubsframes

Im Berichten über den Urlaub zeigen sich in Ansichtskarten immer wieder gleiche thematische Muster. Diese Muster haben sich über die Zeit hinweg entwickelt und wurden stetig reproduziert (vgl. Hausendorf 2009:13), um die Hauptfunktion von Ansichtskarten im Sinne der Kontakttherstellung (vgl. Hausendorf & Kesselheim 2008: 154–157; Brinker et al. 2014: 118–119) zu erfüllen. Mit dieser Funktion ist die Aufgabe verbunden, während des Urlaubs den sozialen Kontakt zu Familienmitgliedern und befreundeten Personen zu pflegen und aufrechtzuerhalten. Die Muster sind also durch eine Konventionalisierung dieser spezifischen Form der Urlaubskommunikation entstanden, also dadurch, dass die aus dem Urlaub schreibenden Personen immer wieder auf bewährte Lösungsroutinen für das kommunikative Problem der Pflege des sozialen Kontaktes zurückgegriffen haben. Soziale Veränderungen in der Gesellschaft (speziell im Urlaubs- und Ferienkontext des modernen Tourismus) haben zwar auch in der Kommunikation mittels Ansichtskarten einen Niederschlag gefunden (vgl. dazu z.B. den Beitrag von St. Wolff in diesem Band), dennoch lässt die Analyse unserer thematischen Annotation die Vermutung zu, dass die gefundenen Kategorien einen Themenkatalog abbilden, der über die Zeit konstant geblieben ist (vgl. Hausendorf 2008: 333). Das primäre Ziel unserer Annotation war demnach die Definition thematischer Kategorien, welche regelmäßig in den Mitteilungstexten von Ansichtskarten bedient werden, und in einem nächsten Schritt die Auswertung der Veränderungen dieser Kategorien über die Zeit vorzunehmen.

2.1 Entwicklung des Annotationsschemas

Für die Erstellung des Annotationsschemas haben wir nach Sichtung und manueller Analyse von Hunderten von Ansichtskarten aus dem Ansichtskartenkorpus [anko] die in den Mitteilungen immer wieder erwähnten thematischen Hauptkategorien bestimmt. Schließlich haben wir das so entstandene thematische Annotationsschema mit 14 studentischen Testteilnehmer*innen überprüft. Im Laufe dieser Überprüfung haben wir das Schema immer weiter verfeinert und erweitert. Schließlich haben wir das finale Annotationsschema (vgl. Tabelle 1) definiert, mit welchem eine umfangreiche und nachvollziehbare Annotation der thematischen Strukturen in Ansichtskartentexten erstellt

3 Die framesemantische Annotation des Teilkorpus und die im Folgenden beschriebene Entwicklung des thematischen Annotationsschemas entstanden im Rahmen des vom SNF und der DFG geförderten Projektes »Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte« unter Mitarbeit von Noah Bubenhofer, Heiko Hausendorf, Maaike Kellenberger, David Koch, Jan Langenhorst, Marcel Naef, Josephine Obert, Joachim Scharloth, Michaela Schnick, Kyoko Sugisaki und Nicolas Wiedmer. Neben der im vorliegenden Beitrag und in Sugisaki et al. (2019) vollzogenen HKA diente das framesemantisch annotierte Teilkorpus als Grundlage für Wiedmer (i. Vorb.) und den Beitrag von N. Wiedmer in diesem Band.

werden konnte. Die einzelnen Schritte wollen wir nun in den folgenden Abschnitten detailliert ausführen.

2.1.1 Identifizierung thematischer Kategorien

Um die Leerstellen des Urlaubsframes zu bestimmen, haben wir zunächst eine Reihe von Fragen definiert, welche durch die Mitteilungen immer wieder (in ähnlicher, wenn auch nicht immer gleicher Form) beantwortet werden (vgl. Ziem 2008: 94–95). Wir gehen davon aus, dass jeder Satz in einem Ansichtskartentext eine Antwort auf mindestens eine der Fragen darstellt, welche im Annotationsschema in Tabelle 1 aufgeführt sind.

Tab. 1: Annotationsschema zum Urlaubsframe

#	Kategorie	Frage	Beispiel für mögliche Antwort im Text
A	Extra-Diegetisches	Wie thematisiere ich die Welt außerhalb der Urlaubswelt?	Vielen Dank für Deinen lieben Brief!
B	Unterkunft	Wie/wo wohne ich hier?	Unser Campingplatz ist direkt am Meer.
C	Aktivität	Was mache ich hier?	Wir baden jeden Tag im See und wandern viel.
D	Essen und Trinken	Was/wo esse/trinke ich hier?	Riesenplatte mit Meeresfrüchten € 14!
E	Gefühle	Wie fühle ich mich hier?	Wir geniessen es unbeschreiblich hier!
F	Wahrnehmung	Was nehme ich hier mit meinen Sinnen wahr?	Überall blühen und duften die Lavendelfelder.
G	Vorkommnisse	Was ist mir hier Unvorhergesehenes passiert?	Schon am dritten Tag hatten wir eine Autopanne...
H	Wissen	Was weiß ich oder glaube ich zu wissen über diesen Ort?	Diese heilige Stadt ist über 5000 Jahre alt.
I	Ort	Wo bin ich hier?	Dieses Jahr sind wir alle zusammen auf Ibiza.
J	Kennenlernen neuer Leute	Mit wem verkehre ich hier?	Habe gestern einen netten Typen kennengelernt.
K	Hin- und Rückreise	Wie bin ich hierher/von hier weg gekommen?	Der Flug war schrecklich: Turbulenzen ohne Ende!
L	Urlaubsgrund	Was möchte ich mit dieser Art von Urlaub erreichen?	Zum Glück zeigt die Badekur endlich Wirkung!
M	Urlaubsart	Welche Art von Urlaub mache ich hier?	Liebe Grüsse aus unseren Wanderferien!
N	Wetter	Wie ist das Wetter hier?	Jetzt scheint die Sonne und es ist heiß (39°).

Die thematischen Frame-Kategorien haben wir grundsätzlich in zwei Klassen aufgeteilt. Die eine Klasse beinhaltet diejenigen Themen, welche sich auf die Urlaubswelt beziehen (B-N in Tabelle 1), in der anderen Klasse sind diejenigen Themen angesiedelt, welche sich auf etwas beziehen, das sich außerhalb der Urlaubswelt befindet. Die thematischen Kategorien beziehen sich nicht auf einzelne Themenaspekte (wie Sonnenschein, Regen, Schneefall, Kälte oder Hitze), sondern stellen jeweils die thematische Hauptkategorie dar (wie *Wetter*), welche alle Einzelentitäten umfasst. Gerade die Hauptkategorie *Wetter* gehört zu den am häufigsten thematisierten Kategorien, und die einzelnen Varianten ihrer Realisierung zeigen eine Vielfalt an Bedeutungen auf, welche das Wetter für die Urlauber*innen hat. Daraus schließen wir, dass das Wetter eine zentrale Thematik für das Erleben und Beschreiben von Urlaub darstellt (Hausendorf 2019 beschäftigt sich speziell mit der Thematisierung des Wetters in Ansichtskarten und deren Bedeutung). Aufgrund der Häufigkeit der Thematisierung kann auch den Hauptkategorien *Essen und Trinken*, *Kennenlernen neuer Leute* sowie *Unterkunft* eine hohe Relevanz zugesprochen werden. Ebenfalls konnten wir beobachten, dass auch die Kategorie *Aktivität* einen festen Bestandteil des prototypischen Urlaubsberichts darstellt, in welchem die geplanten oder spontan ausgeführten Urlaubsaktivitäten thematisiert werden (vgl. den Beitrag von N. Wiedmer in diesem Band). Im Gegensatz zu geplanten Aktivitäten (wie Wandern, Schwimmen, Sightseeing etc.) bezieht sich die Kategorie *Vorkommnisse* auf unvorhergesehene Ereignisse wie Unfälle, Krankheit, Pannen oder Naturkatastrophen, welche oft einen einschneidenden Einfluss auf den Urlaub der schreibenden Personen haben. Die Thematisierung der Kategorie *Ort* erfolgt in der Regel am Anfang des Textes und umfasst oft die Beschreibung des Aufenthaltsorts – nicht selten mit positiv konnotierten Adjektiven, was gleichzeitig eine Thematisierung der Hauptkategorie *Gefühle* darstellt, welcher wir auch Bewertungen aller Art zugeordnet haben. Erklärende Kommentare zu den Urlaubsorten sowie stereotype Zuschreibungen von Eigenschaften der Länder und ihrer Bewohner*innen werden durch die Kategorie *Wissen* abgedeckt. Demgegenüber stehen Beobachtungen, welche auf der menschlichen Sinneswahrnehmung beruhen (wie Darstellungen von Farben, Gerüchen oder Landschaften) und zur Kategorie *Wahrnehmung* gehören. Ausgehend von den Mitteilungstexten lassen sich auch verschiedene Typen von Urlaub unterscheiden. Beschreibungen dieser Art erfasst die Kategorie *Urlaubsart*. Dazu gehören sämtliche Hinweise auf einen meist mit Aktivitäten im Zusammenhang stehenden Typ von Urlaub (wie z.B. Wanderurlaub, Klassenfahrt, Skiferien). Wenn hingegen Hinweise auftreten, die das mit dem Urlaub verbundene Ziel betreffen (im Sinne z.B. von Genesung in der Kur, Erholung von Strapazen, Erreichen von Fitness für einen Wettkampf), werden diese der Kategorie *Urlaubsgrund* zugeordnet). *Hin- und Rückreise* stellt eine besondere Kategorie im Annotationsschema dar, da sie die Thematisierungen des Übergangs von der Daheimwelt in die Urlaubswelt und zurück beinhaltet. Zwar ist die Hin- und Rückreise nicht alleine in der Urlaubswelt angesiedelt, sie stellt aber die Verbindung zwischen der Kategorie *Extra-Diegetisches* (Grüße, Danksagungen, Bitten während der Abwesenheit) und den Kategorien B-N dar.

Für die thematische Annotation haben wir die Einheit *Satz* gewählt.⁴ Im Gegensatz zu anderen möglichen Einheiten (auf Wort-, Phrasen- oder Absatzebene) sind Sätze ideale Einheiten für die Analyse der thematischen Struktur, da jeder Satz eine Proposition enthält, welche mindestens eine Frage im Annotationsschema beantwortet. Ein Satz kann dabei auch mehr als eine Proposition enthalten, bspw. aufgrund von Koordination (s.u. Beispiel (1)) oder aufgrund der Inhärenz semantischer Kategorien (s.u. Beispiel (2)). In solchen Fällen muss ein Satz mit mehr als einer Kategorie annotiert werden:

(1) Kategorien *Ort* und *Aktivität*:

Heute waren wir in Meissen, nachher kurz wieder Stadt, und gleich dann die Oper. ([anko] 60905) (1996)

(2) Kategorien *Ort* und *Aktivität*:

Gestern waren wir in der Nordsee baden. ([anko] 100327) (1973)

2.1.2 Überprüfung der thematischen Kategorien

Um die Robustheit und die Nachvollziehbarkeit unseres thematischen Annotationsschemas zu überprüfen, haben wir es 2016 an der Universität Zürich im Rahmen der Lehrveranstaltung »Text(sorten)linguistik am Beispiel der Ansichtskarte« mit 14 Germanistik-Student*innen getestet. Die Studierenden wurden nach einer 45-minütigen Einführung in das Annotationsschema dazu aufgefordert, jeweils 12 Karten individuell zu annotieren. Dazu erhielten sie eine Tabelle, in der jeder Satz in einer Zelle angezeigt wurde. Die Studierenden ordneten dann die Sätze den Kategorien des Annotationsschemas zu. Die Kategorie *Vorkommnisse* war zu diesem Zeitpunkt noch nicht Teil des Annotationsschemas, sondern wurde aufgrund dieses Tests nachträglich dem Schema hinzugefügt. Für den Fall, dass ein Satz keiner Kategorie zugeordnet werden könnte, wurde den Probanden das Annotations-Tag X zur Verfügung gestellt. Die durch die Studierenden erstellten Annotationen wurden schließlich mit einem Goldstandard verglichen, welcher durch vier Projektmitarbeiter*innen⁵ erstellt wurde.

Die statistischen Scores der studentischen Annotationen waren unter Berücksichtigung der kurzen Instruktionszeit sehr zufriedenstellend: Die *Precision* lag zwischen 83,89 % und 98,58% (Durchschnitt: 93,30 %) mit einem *Recall* zwischen 85,93 % und 97,20 % (Durchschnitt: 92,61 %). Allerdings gab es bei einigen Kategorien beträchtliche Unterschiede im Hinblick auf *Precision* und *Recall* (vgl. Tabelle 2). Als ausgewogenes Maß benutzten wir *Matthews Correlation Coefficient* (MCC) anstelle des *Cohens Kappa*, um den Divergenzen in den Häufigkeiten der einzelnen Kategorien Rechnung zu tragen (vgl. Powers 2012). Wie in Tabelle 2 ersichtlich wird, erwiesen sich die Kategorien *Unterkunft*, *Ort*, *Wissen*, *Urlaubsart*, *Urlaubsgrund*, *Gefühle* und *Wahrnehmung* als problematisch. Bei der Diskussion der Resultate mit den Studierenden zeigte sich, dass sich der tiefe Recall der Kategorien *Unterkunft* und *Ort* auf Missverständnisse in den Briefings zur

⁴ Als primärer Indikator für die Einheit *Satz* galten bei der Segmentierung die Satzzeichen *Punkt* (.) , *Ausrufezeichen* (!) und *Fragezeichen* (?). Wurden die Satzzeichen weggelassen oder waren sie beispielsweise durch Verbläsung der Schrift nicht mehr erkennbar, so erfolgte die Segmentierung aufgrund der sekundären Indikatoren (a) *neuer Absatz*, (b) *Initialmajuskel* nach potenziellem Satzende und potenziellem neuem Satzanfang.

⁵ Maaike Kellenberger, David Koch, Marcel Naef und Nicolas Wiedmer.

Annotationssystematik zurückführen lässt. Beispielsweise ordneten die Studierenden die Kategorie *Ort* oftmals nicht zu, wenn der Urlaubsort nicht im Fließtext, sondern beispielsweise im Datum (»Paris, 07.08.1966«) erwähnt wurde. Basierend auf dieser Diskussion haben wir Annotationsrichtlinien mit Definitionen der Kategorien und beispielhaften Zweifelsfällen erstellt.

Tab. 2: Precision, Recall und MCC (in Prozent)

#	Kategorie	Precision	Recall	MCC
A	Extra-Diegetisches	88.61	93.23	89.59
B	Unterkunft	88.89	84.21	86.19
C	Aktivität	96.92	92.99	93.91
D	Essen und Trinken	88.89	94.12	91.17
E	Gefühle	81.03	97.92	87.90
F	Wahrnehmung	75.29	81.01	76.90
G	Vorkommnisse	-	-	-
H	Wissen	73.21	98.80	84.13
I	Ort	96.24	86.72	88.79
J	Kennenlernen neuer Leute	84.62	82.50	83.13
K	Hin- und Rückreise	92.86	100.00	96.30
L	Urlaubsgrund	73.33	78.57	75.68
M	Urlaubsart	38.89	50.00	43.53
N	Wetter	97.76	90.34	93.40

2.2 Manuelle Annotation

Basierend auf der im vorherigen Abschnitt beschriebenen Testannotation haben die beiden Annotator*innen⁶ B und C sodann eine satzbasierte mehrklassige thematische Annotation mit 14 Kategorien (vgl. Tabelle 1) von 1.120 Ansichtskarten durchgeführt. Die Karten wurden mittels einer Zufallsstichprobe aus unserem standarddeutschen Ansichtskartenkorpus [anko] (vgl. den Beitrag von K. Sugisaki et al. in diesem Band) ausgewählt, wobei von den 1950er Jahren bis zu den 2010er Jahren jeweils 160 Karten pro Jahrzehnt verwendet wurden. Durch dieses Sampling konnte sichergestellt werden, dass auch für die Jahrzehnte, für welche wir weniger Beispiele im Korpus haben, die gleiche Anzahl an Karten annotiert werden konnte.

Die manuelle Annotation erfolgte in drei Schritten. Zunächst haben die zwei Annotator*innen A und B jedem Satz eine oder mehrere Kategorien des Annotationsschemas zugeordnet. Zusätzlich zum Annotationsschema wurde ihnen ein Annotationsleit-

6 Annotator A: David Koch, Annotatorin B: Maaike Kellenberger, Annotator C: Nicolas Wiedmer.

faden ausgehändigt, in welchem alle Kategorien erläutert und anhand von Beispielen verdeutlicht wurden. Jeder Ansichtskartentext bzw. Satz wurde von einer der beiden Annotator*innen annotiert, welche einen Kommentar notierte, wenn sie sich bei einer Zuordnung nicht sicher war. Nach einer ersten Phase wurden problematische Kategorien bzw. Zuordnungen von den Annotator*innen B und C diskutiert, wobei gemeinsam entschieden wurde, in welchem Fall welche Kategorie annotiert werden sollte. Diese beiden Schritte waren jedoch noch nicht ausreichend, um eine einheitliche und konsistente Annotation zu erhalten. Das Problem war, dass einige Kategorien nicht eindeutig von anderen unterschieden werden konnten, was dazu führte, dass die Annotator*innen A und B die Kategorien *Wahrnehmung*, *Gefühle* und *Wissen* nicht einheitlich annotiert hatten. Unser ursprünglicher Ansatz war, dass diejenige Kategorie gewählt werden sollte, deren Frage durch den Satz bestmöglich beantwortet wurde. Dies ließ jedoch Spielraum für individuelle Interpretationen. So wurde z.B. ein Satz wie »Der Strand ist herrlich zum wandern.« ([anko] 170217 (1998)) von Annotator A der Kategorie *Gefühle* (*Wie fühle ich mich hier?*) und von Annotatorin B der Kategorie *Wahrnehmung* (*Was nehme ich hier mit meinen Sinnen wahr?*) zugeordnet. Aus diesem Grund haben wir eine Reihe von lexikalischen Indikatoren bestimmt, deren Vorkommen die Kategorie *Gefühle* nahelegt (wie »genießen«, »schön«, »wunderbar«, »toll«, »mies« etc.), welche alle Gefühle in Form von Meinungen, Bewertungen sowie vom emotionalen Befinden der schreibenden Person ausdrücken. Solche lexikalischen Indikatoren wurden auch für die Kategorie *Wissen*, welche auch stereotypes Wissen im Sinne von Vorurteilen umfasst, festgelegt (mit Indikatoren wie »alle hier«, »typisch«, »man« etc.). Allerdings ist das Vorkommen eines lexikalischen Indikators kein eindeutiges Kriterium für die Zuordnung zu einer bestimmten Kategorie. Daraus musste der Kontext jedes einzelnen Satzes im Gesamttext einer Karte berücksichtigt werden. Für die Kategorie *Wahrnehmung* wurde die Vorgabe gemacht, dass entsprechende Beschreibungen tatsächlich sinnlich wahrnehmbar (seh-, hör- und/oder riechbar) sein müssen. Nach dieser neuen Definition der Kategorienzuordnung haben die Annotator*innen B und C in einem dritten Schritt sämtliche Karten erneut einheitlich annotiert.

3 Datenanalyse

Basierend auf der manuellen Annotation der 1.120 Karten (49.261 Tokens und 6.713 Sätze) unterzogen wir den annotierten Text einer Hauptkomponentenanalyse (HKA). Die HKA ist ein Verfahren zur Dimensionsreduktion, das latente Dimensionen einer Textsammlung offenlegt, wobei die Kovarianz eliminiert wird und gleichzeitig ein Großteil der Varianz in den Daten erhalten bleibt (vgl. Moisl 2015). Sie wurde in der Korpuslinguistik als Ansatz zur Zuschreibung von Autorschaft oder Stilanalyse (z.B. Baayen et al. 1996) und als Faktorenanalyse zur Untersuchung sprachlicher Register (z.B. Biber 1995) eingesetzt.

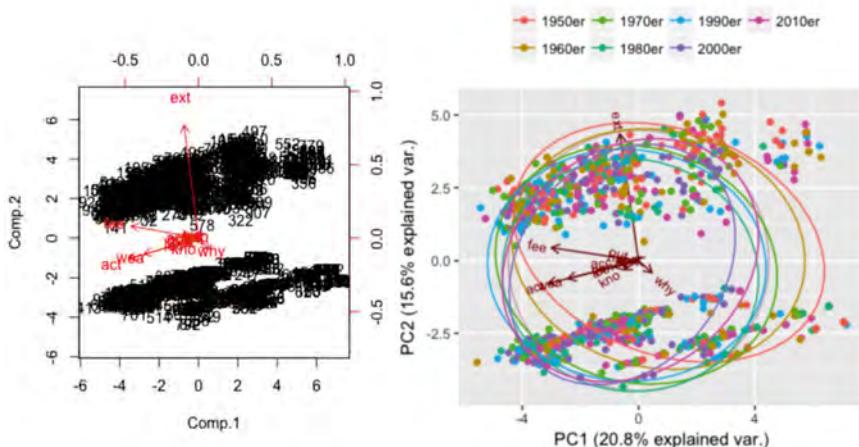
Um für zu wenig häufig vorkommende Kategorien ein besseres Resultat zu erhalten, wurden für die HKA die thematischen Kategorien *Urlaubsgrund* und *Urlaubsart* zu einer neuen Kategorie *Weshalb* zusammengefasst; die Kategorien *Kennenlernen neuer Leute* und *Essen und Trinken* wurden zur Kategorie *Aktivität* aggregiert. Wir erhoben die Frequenz

der 10 verbleibenden Frames (ohne Kategorie X) in jedem Text und normalisierten die log-transformierte Zählung auf 1.000 Wörter.

Tab. 3: HKA-Ladung der Komponenten 1–4

Kategorie	Komp. 1	Komp. 2	Komp. 3	Komp. 4
Extra-Diegetisches	-0.123	0.962		
Unterkunft	-0.140			
Aktivität (Kennenlernen neuer Leute/Essen und Trinken)	-0.595	-0.173	0.307	0.482
Gefühle	-0.574			0.136
Wahrnehmung	-0.126			
Vorkommnisse				
Wissen			0.130	
Ort	-0.167		0.719	-0.644
Hin- und Rückreise				
Wetter	-0.465	-0.136	-0.587	-0.523
Weshalb (Urlaubsgrund/Urlaubsart)			0.116	0.221

Abb. 2a und 2b: Hauptkomponentenanalyse und historische Entwicklung der Komponenten 1 und 2



Die HKA identifizierte vier Hauptkomponenten, die 62,67 % der Varianz von 10 Variablen ausmachen.⁷ In Tabelle 3 findet sich eine Übersicht über die Ladungen. In den Abbildungen 2 und 3 sind alle Karten unseres Datensatzes und die Richtung der Variablen (vgl. für die Komponenten 1–2 Abb. 2a; vgl. für die Komponenten 3–4 Abb.) dargestellt. Im Folgenden besprechen wir diese vier Komponenten unter Berücksichtigung ihrer historischen Entwicklung (vgl. für Komponente 1–2 Abb. 2b; vgl. für Komponente 3–4 Abb. 3b) im Detail.

Komponente 1: Bei der ersten Komponente, die 20,78 % der Varianz ausmacht, deutet die HKA darauf hin, dass *Aktivität*, *Gefühle* und *Wetter* hochgradig korrelieren, d.h., dass sich viele Mitteilungen finden, in denen diese Kategorien zusammen auftreten. Den höchsten Wert weist die untenstehende *Karte A* als linker Pol der Komponente 1 (vgl. Abb. 2a) auf, den tiefsten Wert die *Karte B* als rechter Pol der Komponente 1. Die beiden Karten zeigen nicht nur in der Dimension der Komponente 1 die größte Differenz, sondern auch in den annotierten Karten in Bezug auf die Profilierung des Urlaubsframes insgesamt. Die folgende *Karte A* zeigt stellvertretend, dass der Wert von *Urlaubsart/-grund* (*why* in Abbildung 2a) hoch ist, während *Karte B* in Bezug auf die Kategorien mit einem negativen Wert (*Aktivität*, *Gefühle*, *Wetter*, *Ort*, *Unterkunft*, *Extra-Diagetisches*) in Tabelle 3 stark ausgeprägt ist:

Karte A (höchster Wert):

Ausflug 19.6.93 {Urlaubsart} ([anko] 110187) (1993)

Karte B (tiefster Wert):

Transkript: Zinal, 21.7.64./*Unsere Lieben, nach den paar strengen Stunden der Expo – es war vom Sonntag mörderisch heiss es glich einem langsamen Selbstmord – sind wir nun doch noch für ein paar Tage hier im wirklich malerischen & sehr ruhigen Bergdörfchen Zinal (Walliser Hochthal) gelandet. {Wetter, Aktivität, Wahrnehmung, Gefühle, Wissen, Ort} Im Grande Hotel des Diablons (ganz alt, aber [unclear] mit [unclear] franz. Küche) sind wir in allen Teilen gut aufgehoben. {Ort, Wahrnehmung, Gefühle, Unterkunft, Essen und Trinken} Wir ruhen uns Beide gut aus, mein [unclear] Mann hat dies nach seiner Bruchoperation nötig und ich laufe auch schon lange zum [unclear] {Aktivität, Gefühle} Jetzt bricht eben ein Sturmwind mit Gewitter los, hoffentl. kommt kein Dauerregen. {Wetter} – Frau [NN] hat sich dann wieder fest gemeldet/Liebe Grüsse, Ihre H. [unclear] [NN] ([anko] 150111) (1964)*

Wir interpretieren die Komponente als Etablierung prototypischer Themen auf Ansichtskarten. In Abbildung 2b lässt sich durch die tendenzielle Bündelung der älteren Karten (50er und 60er Jahre) auf der rechten Seite (Phänotyp Karte A) und die Platzierung neuerer Karten auf der linken Seite (Phänotyp Karte B) beobachten, dass sich

7 Die Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)-Faktorenanalyse ergab eine *Adequacy* von 0.6, was auf eine akzeptable *Adequacy* der Stichprobe schließen lässt. Die KMO-Werte liegen zwischen 0.49 und 0.67 und somit weit über dem Akzeptanzlevel (0.5). Der Bartlett-Test auf Sphärizität war signifikant ($\chi^2(55)=383.42$, $p < 0.001$). Alle vier Hauptkomponenten hatten einen Eigenwert über 5.69, was weit über dem Akzeptanzlevel liegt (1).

auf Ansichtskarten eine Bewegung von eher verstreuten und kargen hin zu prototypischen Themenrepertoires (*Aktivität, Gefühle, Wetter, Ort, Unterkunft, Extra-Diegetisches*) nachzeichnen lässt. Außerdem zeigt sich in der Analyse, dass Urlauber*innen vor dem Aufkommen des Massentourismus in den 1960er Jahren öfter über den Grund des Urlaubs geschrieben haben.

Komponente 2: Bei der zweiten Komponente (15,61 % der Varianz) sind unsere Karten deutlich in zwei Cluster gegliedert, hauptsächlich in Abhängigkeit des Vorkommens der Kategorie *Extra-Diegetisches*. *Aktivität* und *Wetter* korrelieren negativ mit *Extra-Diegetisches*. *Karte A* mit dem höchsten Wert beinhaltet die Kategorien *Aktivität* (aber auch *Urlaubsart*) (»Wanderferien«) und *Wetter* (»sonnigen und warmen«), während auf *Karte B* mit dem tiefsten Wert fast ausschließlich die adressierte Person bzw. die Welt außerhalb des Urlaubs, also die Kategorie *Extra-Diegetisches*, zum Thema wird. *Karte A* und *Karte B* stellen die Dimensionen der Komponente 2, also die Adressat*innenorientierung und die Urlaubsaktivität mit Wetterbezug, als antonymische Pole exemplarisch gegenüber:

Karte A (höchster Wert):

Aus unseren bisher sehr sonnigen und warmen Wanderferien im Berner Oberland senden wir Euch herzliche Grüsse {Wetter, Aktivität, Urlaubsart, Ort}

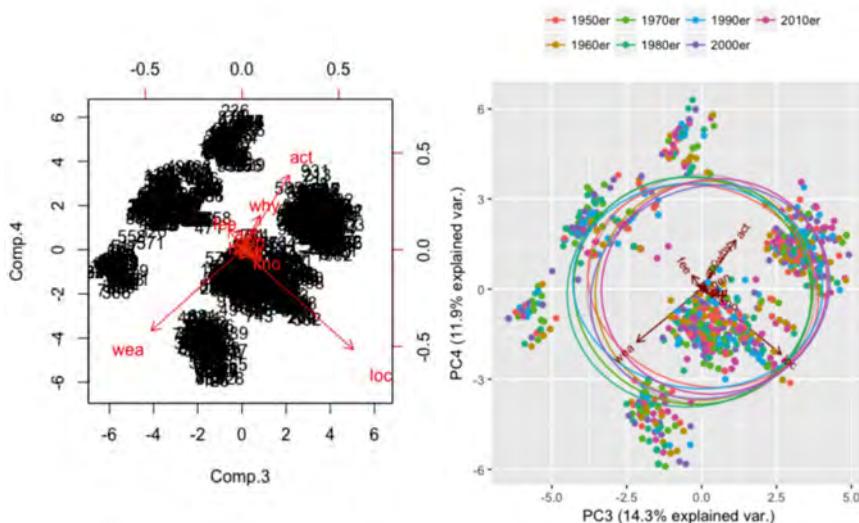
Gret + Ralph [NN] Sandra + Katja ([anko] 100203) (1973)

Karte B (tiefster Wert):

Transkript: Meine liebe große Dame! Besten Dank für Ihre beiden Karten & guten Wünsche zum Geburtstag, worüber ich mich sehr freue. {Extra-Diegetisches, Gefühle} Sind Sie immer noch in Kreuzlingen? {Extra-Diegetisches} Ich glaubte Sie wären ab 4.II. wieder im Clubhaus. {Extra-Diegetisches} – Wie geht es Ihnen – hatten Sie mit der Kur Erfolg? {Extra-Diegetisches} Ich komme Ende dieser oder Anfang nächsten Monats wieder zurück & hoffe dann auf ein Wiedersehen. {Extra-Diegetisches} Bis dahin noch weiterhin recht gute Wünsche & Liebe Grüsse auch an Herrn Sohn von Ihrer kleinen Dame. {Extra-Diegetisches} ([anko] 300233) (1957)

Wir interpretieren die Komponente als Ausdruck des Wandels im Dominanzverhältnis der Textfunktionen von Ansichtskarten: Abbildung 2b zeigt in Hinblick auf Komponente 2, dass sich die Mehrheit der Karten in den 50er und 60er Jahren eher oben befindet, während sich die Ansichtskarten seit den 70er Jahren allmählich nach unten verschoben. Die Anzahl der Karten mit Korrespondenz-Charakter nach Phänotyp *Karte B*, in denen die Adressat*innen-orientierte Thematisierung der Welt außerhalb des Urlaubs (*Extra-Diegetisches*) im Vordergrund steht, nimmt über die Jahrzehnte konstant ab, und es etablieren sich Karten, die sich des »klassischen« Themenrepertoires zur Darstellung der Urlaubswelt bedienen. Es scheint, dass die dominante Funktion der Ansichtskarte sich allmählich verschoben hat von einer kontaktorientierten »Ich denke an Dich«-Schreibweise hin zu einem (selbst)darstellungsorientierten Urlaubsbericht, also von einer Art »Ich-Du«-Botschaft zu einer Art »Ich-Es« (= das Im-Urlaub-Sein)-Botschaft (vgl. dazu und zur funktionalen Ausprägung von Ansichtskarten im Allgemeinen Kato et al. 2021).

Abb. 3a und 3b: Hauptkomponentenanalyse und historische Entwicklung der Komponenten 3 und 4



Komponente 3: Bei der dritten Komponente (14,32 % der Varianz) deutet die HKA darauf hin, dass *Ort* und *Aktivität* (und bis zu einem gewissen Grad auch *Wissen* und *Urlaubsgrund/-art*) miteinander korrelieren. Gleichzeitig lässt sich eine negative Korrelation mit *Wetter* feststellen. *Karte A* mit dem höchsten Wert handelt hauptsächlich von *Ort* (»Silvanien«, »Nordgriechenland« etc.) und *Aktivität* (»durchgewandelt«), aber auch *Wissen* (»ein Relikt aus der Eiszeit, an der mazedonisch-albanischen Grenze«) und *Urlaubsart* (»auf einer Reise von Silvanien durch Nordgriechenland, Mazedonien, Bulgarien«), während es bei *Karte B* mit dem tiefsten Wert hauptsächlich um das *Wetter* (»Leider spielt das Wetter nicht mit. Sehr kalt und Regen«) geht:

Karte A (höchster Wert):

Transkript: 17.05.07 Lieber Coni/Bernhard + ich befinden uns auf einer Reise von Silvanien durch Nordgriechenland, Mazedonien, Bulgarien. {Urlaubsgrund, Aktivität, Ort} Wir haben die Vikos-schlucht durchwandert und am Ochridsee die Eichenwälder an den Hängen. {Ort, Aktivität} Gestern waren wir auf dem Ohrid-See, ein Relikt aus der Eiszeit, an der mazedonisch-albanischen Grenze. - {Ort, Wissen, Aktivität} Ganz herzliche Dank für den feinen Alpkäse u. die Guegi. {Extra-Diegetisches} Beides war über die Ostertage bei dem vielen Besuch hoch willkommen. {Extra-Diegetisches} Mit Gruss/Bernhard/Barbara ([anko] 160869) (2007)

Karte B (tiefster Wert):

Transkript: Von den viel zu kurzen, aber zu [unclear] Ferien-Tage ganz herzliche Grüsse. {Gefühle} Leider spielt das Wetter nicht mit. {Gefühle, Wetter} Sehr kalt und Regen. {Wetter}/A. [NN] ([anko] 110001) (1990)

Wir interpretieren die Komponente als Wandel soziokultureller Aspekte auf Ansichtskarten: In Abbildung 3b ist ersichtlich, dass Urlauber*innen im Zeitraum der 70er, 80er und 90er Jahre ausführlich über das Wetter berichteten (PC 3 auf der rechten Seite in Abb. 3b). In den 2000er und 2010er Jahren wird ausgiebig über *Ort, Aktivität, Wissen und Urlaubsgrund/-art* berichtet (PC 3 auf der linken Seite in Abb. 3b). In der extensiven Thematik des Wetters im Zeitraum von 1970 bis Ende 1990 lässt sich nachzeichnen, dass das Wetter und die Art und Weise, darüber zu schreiben, offenbar einen wichtigen Baustein zur Konstruktion der massentouristischen Urlaubswelt bildete, anhand dessen sich nicht zuletzt Vorstellungen von gelungenem und misslungenem Urlaub ausgedrückt haben (vgl. dazu Hausendorf 2019). Seit der Jahrtausendwende tendieren Urlauber*innen zu einer Orientierung an *Aktivität* in Bezugnahme von *Ort, Wissen und Urlaubsgrund/-art* in der Darstellung der Urlaubswelt. Individualität und Originalität einer Reise und Urlaubserfahrungen gewinnen demnach für die Selbstdarstellung der Urlauber*innen in einer leistungsorientierten Gesellschaft an Gewicht (vgl. auch Bubenhofer et al. 2014).

Komponente 4: Bei der vierten Komponente (11,95 % der Varianz) deutet die HKA auf einen hohen Korrelationsgrad zwischen *Ort* und *Wetter* hin. Die beiden Kategorien korrelieren dabei negativ mit *Aktivität* (und leicht mit *Urlaubsgrund/-art* und *Gefühle*). Den höchsten Wert hat ein mit *Aktivität* und *Urlaubsart* sowie *Gefühlen* (»von den schönen, aber sehr sportlichen Skiferien«) geschmückter Urlaubsgruß *Karte A*, während der tiefste Wert in einer mit *Ort* und *Wetter* kombinierten Grußformel (»Grüsse aus dem sonnigen Spanien«) bei *Karte B* festgestellt wurde. Diese Muster ließen sich jeweils auf den 10 Karten finden, auf denen diese Komponente am stärksten ausgeprägt ist. Komponente 4 zeigt, dass der Gruß typischerweise mit der Thematisierung des *Ortes* und *Wetters* oder der *Aktivität* kombiniert wird:

Karte A (höchster Wert):

Transkript: Lieber Pius,/von den schönen, aber sehr sportlichen Skiferien die herzlichsten Purzelbaumgrüsse {Aktivität, Gefühle, Urlaubsart}/[unclear]/Chlaus/Berthe [NN] Dieter [anko] 110025 (1987)

Karte B (tiefster Wert):

Transkript: Lieben Dank für Fredis Karte und herzlichen Grüsse aus dem sonnigen Spanien, wo ich zwei Ferienwochen verbringe, {Ort, Extra-Diegetisches, Wetter}/Eure Hanni ([anko] 100297) (197X)

Wir interpretieren diese Komponente als Sprachmusterwandel in der Texthandlung (vgl. Hausendorf et al. 2017: 242–244) des Grüssens: In den 70er und 80er Jahren war eine mit *Wetter* und *Ort* kombinierte Grußformel offenbar üblicher als in anderen Jahrzehnten (vgl. Abbildung 3b: unten). Sie bündelte gewissermassen die stereotypen Erwartungen an einen Urlaubs(kurz)bericht im Zeitalter des Massentourismus.

4 Schlussbemerkungen

In unserer Studie haben wir gezeigt, dass die HKA ein geeignetes Verfahren ist, um den Wandel von thematischen Textsortenmustern in Ansichtskarten zu modellieren. Dabei zeigte sich auch, dass unser Annotationsschema eine adäquate Grundlage für datengeleitete Analysen bietet. Die HKA weist auf vier zentrale Aspekte hin, die für den Textsortenwandel entscheidend sind: Erstens kam es zu einer allmählichen Standardisierung in Hinblick auf die Entwicklung des Themas innerhalb eines Urlaubsframes und zu einer Entwicklung hin zu prototypischen Themen-Slots innerhalb des Urlaubsframes (wie *Aktivität*, *Wetter* und *Gefühle*). Zweitens zeigte die HKA, dass die dominante Funktion von Ansichtskarten sich allmählich von der Kontaktfunktion nach dem Typus *Korrespondenzkarte* hin zur Darstellungsfunktion im Sinne einer (selbst-)darstellenden Beschreibung der Urlaubswelt nach dem heute dominanten Typus der *Urlaubsansichtskarte* verschoben hat. Drittens konnten wir zeigen, dass sich über die HKA auch Hinweise auf soziokulturelle Verschiebungen nachzeichnen lassen, deren genaue Interpretation allerdings weitere Forschung erfordert. Viertens deckte das Verfahren auch einen Wandel sprachlicher Muster innerhalb der für Ansichtskarten konstitutiven Texthandlung des Grüßens auf, der Rückschlüsse auf eine besondere Erwartungshaltung gegenüber den Kategorien *Wetter* und *Ort* im Zeitalter des Massentourismus zulässt. Die framesemantische Hauptkomponentenanalyse hat also gezeigt, dass sich auf Ansichtskarten für den Zeitraum von 1950 bis 2010 ein stabiler Themenkatalog nachzeichnen lässt. Dank dieser Stabilität lassen sich die komponentiellen Veränderungen in Verteilung und Gewichtung der thematischen Struktur als Indikator für den Wandel von Versprachlichungsmustern zur textsortenspezifischen Konstruktion von Urlaubswelten auf Ansichtskarten interpretieren.

Literatur

- Baayen, Herald/van Halteren, Hans/Tweedie, Fiona (1996): Outside the cave of shadows. Using syntactic annotation to enhance authorship attribution. *Literary and Linguistic Computing* 11 (3), 121–132.
- Biber, Douglas (1995): Dimensions of register variation. A cross-linguistic comparison. Cambridge: University Press.
- Brinker, Klaus/Cölfen, Hermann/Pappert, Steffen: (2014): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 8., neu bearb. und erw. Aufl. Berlin: Erich Schmidt.
- Bubenhofer, Noah/Scheurer, Patricia (2014): Warum man in die Berge geht. Das kommunikative Muster »Begründen« in alpinistischen Texten. In: Stefan Hauser/Ulla Kleinberger/Kersten Sven Roth (Hg.): Musterwandel – Sortenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik. Bern: Peter Lang (= Sprache in Kommunikation und Medien 3), 245–274.
- Busse, Dietrich (2012): Frame-Semantik. Ein Kompendium. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. In: Inge Pohl (Hg.): Semantik und Pragmatik – Schnittstellen. Frankfurt am Main: Lang

- (Sprache – System und Tätigkeit 59), 85–107. Hajič, Jan (1998): Building a Syntactically Annotated Corpus. The Prague Dependency Treebank. In: Eva Hajíčová (Hg.): Issues of Valency and Meaning. Studies in Honour of Jarmila Panevová. Prag: Karolinum, 106–132.
- Hausendorf, Heiko (2008): Zwischen Linguistik und Literaturwissenschaft: Textualität revisited. Mit Illustrationen aus der Welt der Urlaubsansichtskarte. Zeitschrift für germanistische Linguistik 36 (3): 319–342.
- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte. Über Randerscheinungen von Textualität. In: Germanistik in der Schweiz. Online-Zeitschrift der Schweizer Akademischen Gesellschaft für Germanistik 6. Online unter: https://www.sagg-zeitschrift.unibe.ch/6_09/hausendorf.html
- 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 Bubenofer (Hg.): Linguistische Kulturanalyse. Berlin/Boston: De Gruyter (= Germanistische Linguistik 314), 293–321.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2008): Textlinguistik fürs Examen. Göttlingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko/Breitholz, Martina (2017): Textkommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Kato, Hiloko/Naef, Marcel/Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas (2021): »Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben« – Eine text- und korpuslinguistische Untersuchung zur Rolle der Lesbarkeitsquellen kleiner Texte. In: Stefan Pappert/Kersten Sven Roth (Hg.): Kleine Texte. Bern: Peter Lang, 71–116.
- Moisl, Hermann (2015): Cluster analysis for corpus linguistics. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Powers, David M. W. (2012): The problem with kappa. In: Proceedings of the 13th Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics (EACL), 345–355.
- Stede; Manfred/Mamprin, Sara (2016): Information structure in the Potsdam Commentary Corpus: Topics. In: Proceeding of the 9th International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC), 1718–1723.
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Naef, Marcel/Hausendorf, Heiko (2019): 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), 67–75.
- Ziem, Alexander (2008): Frame-Semantik und Diskursanalyse – Skizze einer kognitionswissenschaftlich inspirierten Methode zur Analyse gesellschaftlichen Wissens. In: Ingo Warnke/Jürgen Spitzmüller (Hg.): Methoden der Diskurslinguistik. Berlin/Boston: De Gruyter, 89–117.

Grüße aus Trujillo

Eine ethnomethodologische Selbstreflexion zur sozialen Kategorisierung beim Schreiben und Lesen von Urlaubskarten

Stephan Wolff

1 Vergebliche Kartensuche

Die Einladung zu der Tagung, aus der dieser Band hervorgegangen ist, hatte mich gefreut, aber zugleich auch ein wenig ratlos gemacht. Ansichts- bzw. Urlaubskarten bildeten für mich bislang kein Forschungsthema. Da ich Herrn Hausendorf sehr schätze und neugierig auf das Zürcher Projekt war, sagte ich trotzdem zu, stellte die Arbeit an meinem Referat aber zunächst zurück, weil eine längere Reise nach Peru und in die USA anstand. Sechs Wochen vor der Tagung erhielt ich dann eine E-Mail mit der Bitte, endlich einen Titel für das zugesagte Referat zu nennen. Zu diesem Zeitpunkt befand ich mich an der peruanischen Nordküste, die ein wenig neben den klassischen Touristenströmen liegt, die eher auf Lima, Machu Picchu und den Titicacasee ausgerichtet sind. Ich hatte mir als alter Archäologie-Begeisterter aber gerade das Gebiet um die Stadt Trujillo als Reiseziel ausgesucht, weil dort in den letzten Jahren spektakuläre Ausgrabungen von Monumenten verschiedener Prä-Inka-Kulturen stattgefunden hatten, die nun für Touristen zugänglich geworden waren.¹

Just in dem Moment, als die E-Mail aus Zürich auf meinem Handy-Display aufpopte, stand ich mit meiner Frau vor einem Andenkengeschäft an der Meerespromenade von Trujillos Vorort Huanchaco. Wir suchten nach Ansichtskarten, fanden aber nichts Rechtes. Zudem war ich unentschlossen: Muss ich überhaupt Karten schreiben? Und wenn, an wen, warum gerade jetzt und welche? Es gibt zwar Leute, von denen ich regelmäßig Urlaubskarten geschickt bekomme, und solche, die gelegentlich bei mir solche anmachen, wie unsere Institutssekretärin, die die Urlaubsgrüße der Kollegenschaft sammelt und sie dann ans Schwarze Brett pinnt. Durch den Kopf ging mir auch: Wem schicke ich sicher keine Karte und wer wäre vielleicht sogar peinlich berührt, eine solche zu erhalten? Ich selbst vermag mich nur selten zum Kartenschreiben aufzuraffen. So kam es mir

¹ Für einen aktuellen Überblick über die Kulturen Nordperus vgl. Kurella 2015.

durchaus gelegen, dass schon eine kurze Durchsicht des ausgestellten Angebots genügte, um mich dem Urteil meiner Frau anzuschließen und auf einen Kauf zu verzichten. Es gab einfach keine für mich und für mögliche Adressaten passenden Karten, sowohl was die Druckqualität als auch was die abgebildeten Motive betraf. Ich verließ den Laden wieder, ohne lange überlegen zu müssen.

In besagter E-Mail hatte man mich auch aufgefordert, die Thematik der Urlaubskarten *als Soziologe aus einer dezidiert ethnomethodologischen Perspektive* anzugehen. Dieser Aufruf folgte leistend und zumal für die Vorbereitung meines Referats nach der Rückkehr von meiner Reise nur wenig Zeit für ausführliche Untersuchungen bleiben würde, entschloss ich mich, meine eigene Erfahrung mit Urlaubskarten zum Gegenstand meines Referats zu machen, d.h. »ethnomethodologische Selbstreflexion« zu betreiben. Bevor ich genauer darauf eingehe, was darunter zu verstehen ist, und anhand empirischer Beispiele aufzuzeigen versuche, warum dies ein zwar in seiner Reichweite begrenztes, aber heuristisch durchaus ertragreiches Vorgehen sein kann, sollen ein paar Bemerkungen zur Besonderheit von Urlaubskarten eingeschoben werden.

2 Urlaub als Entscheidungsproblem

Ich spreche im Folgenden durchgehend von *Urlaubskarten*, weil Ansichtskarten nicht notwendig Teil einer Kommunikation sein müssen und auch in ganz anderen Nutzungskontexten auftauchen (etwa als Kunstkarten, die gesammelt oder als Teil von Geburtstagsgeschenken eingesetzt werden). Allerdings wurden Ansichtskarten jeder Art schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts durch entsprechende Gestaltung ihrer Rückseite grundsätzlich *verschickbar* gemacht.²

Festzuhalten ist dabei, dass *Urlaub* und *Reise* im Hinblick auf Kartengründe nicht das selbe sein müssen. Erst ab etwa 1850 entwickelte sich nämlich, unterstützt durch die Entwicklung des Eisenbahnverkehrs, langsam das, was man heute *Urlaub* nennen würde. Sprachgeschichtlich verweist *Urlaub* auf die Erlaubnis, sich für eine gewisse Zeit aus dem Arbeitsalltag, aus der heimischen Umgebung, aus gesellschaftlichen Konventionen zu entfernen (Hachtmann 2007). Tatsächlich gab es *Urlaub* ursprünglich nur für diejenigen, die in *Diensten* standen. Die *Grand Tours* englischer Oberschichtsangehöriger des 18. Jahrhunderts sowie die bürgerlichen *Sommerfrischen* und *Kreuzfahrten* am Ende des 19. Jahrhunderts standen buchstäblich auf einem anderen Blatt. Das gehobene Bürgertum, Menschen, die empfindsamen bzw. geistigen Berufen und Beschäftigungen nachgingen, und Frauen, die an der Auszehrung der Kräfte und Nerven, an der Neurasthenie und ähnlichen damals aktuellen (Psycho-)Pathologien litten, unternahmen Kuren, bei denen sie sich durch Aufenthalte bei gesunder Luft, bevorzugt in der Höhe und in exklusiven Bäderorten und Sanatorien erholen sollten.³ Um die Wende zum 20. Jahrhundert wurden erste tarifvertragliche Vereinbarungen geschlossen, die den Arbeitern *Urlaub*

² Für Informationen zur Postkarten-Geschichte vgl. u.a. Diekmannshenke 2002; Edwards 1996; Holzheid 2011; Lebeck & Kaufmann 1985; Mey 2018; Philips 2000; Rojan 2005; Willoughby 1993.

³ Anschauliches Material dazu bietet Martykewitz 2013.

einräumten, wobei bis in die Weimarer Republik die Zahl der bezahlten Erholungsstage meist einstellig blieb. Erst nach dem Zweiten Weltkrieg wurde gesetzlich festgelegt, dass jedem Arbeitnehmer zunächst zwei, ab den 1960er Jahren dann drei Wochen und mehr Urlaub pro Jahr – zur Reproduktion der Arbeitskraft – zustehen.

Die Postkarte avancierte Ende des 19. Jahrhunderts »zum neuen und einzigartigen Träger für Reisekommunikation in Verbindung mit Selbstdarstellung« (Holzheid 2011: 66). Die Reise und die Postkarte evolvierten also zusammen. Das Postkartenschreiben als Kulturpraktik⁴ entwickelte sich aber nicht nur in Verbindung mit dem Urlaub, sondern war und ist auch ein Mittel, um dem Urlaub selbst Sinn zu verleihen. Heiko Hausendorf (2019) weist diesbezüglich etwa darauf hin, dass angesichts des Umstands, dass ein Wetterbericht mindestens auf jeder zweiten Karte Erwähnung findet, die Urlaubskarte geradezu zur Konstitution des *Ferienwetters* als relevanter Kategorie beigetragen hat.

Urlaub machen bedeutete zunächst nur: frei haben, weg sein und sich von der Berufssarbeit erholen. In den Kartengrüßen der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ist – wie der Zürcher [anko]-Korpus belegt – entsprechend viel von »sich etwas gönnen, genießen, dauern, verbringen« und Ähnlichem die Rede. Urlaub machte man in der dafür vorgesehenen Saison, die typischerweise mit den heimischen Schul- bzw. mit den Werksferien zusammenfiel. Zur Kategorisierung der Urlaube finden sich eher verallgemeinernde Begriffe wie Bade-, Strand-, Berg-, Wander- oder Kururlaub. Entsprechend betont man bei den Urlaubsorten weniger ihre Besonderheit als ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Klasse von Urlaubsgegenden und Urlaubsformen (wie z.B.: »wir sind für die Skiferien in Waag ...«). Der Fokus der Kartentexte lag also auf der Reise, d.h., man schrieb über den Aufenthaltsort und über das, was man dort machen konnte bzw. was noch geplant war.

Die Zürcher ForscherInnen registrieren in den letzten Jahrzehnten einen wachsenden Trend zum Selbstbezug und zu Feststellungen darüber, wie man den Urlaub findet, ob man ihn genießt oder dies aus diversen Gründen eben nicht kann. Sie diagnostizieren zudem eine gewisse Emotionalisierung der Sprache in den Urlaubskartentexten. Generell erhöhe sich der Anteil bewertender Feststellungen. In den 1950er Jahren sei alles lediglich »gut« gewesen; heute finde man alles »super«, »genial« oder »wunderbar«. Aufällig sei zudem, dass das Verb »genießen«, das auf Postkarten der 1920er bis 1950er Jahre kaum benutzt wurde, heute geradezu inflationär verwendet würde, etwa wenn es heißt: »Wir genießen den Urlaub in vollen Zügen.« ([anko] 140939)

Diese Beobachtungen korrespondieren mit *strukturellen Veränderungen des Urlaubsgeschehens*. Die neue Entwicklung betrifft generell Personenkreise mit größeren sachlichen, zeitlichen und sozialen Dispositionsspielräumen, also nicht nur Gerade-nicht- oder Nicht-mehr-Arbeitende. Wie Pensionäre und Rentner machen diese Personen eigentlich keinen Urlaub im klassischen Sinne. Für sie bedeutet Urlaub *Reisen*, also etwas machen, erleben bzw. etwas geboten bekommen. Mit dem Bedeutungszuwachs der Reise findet eine Verschiebung statt, hin zu mehr Eigenanteil und mehr Verantwortung für das Gelingen dieser Auszeit. Dies geht einher mit dem schon länger anhaltenden Trend zur Verkürzung der Urlaubsdauer (von sechzehn auf zwölf Tage in den letzten zwanzig Jahren) wie des Aufenthaltszeitraums an einem Ort (in Deutschland bleibt

4 Östman 2004 spricht von der Praktik des postcarding.

man momentan je nach Gegend zwischen drei und vier Tagen am Stück). Entsprechend erhöht sich die Zahl der jährlichen Urlaubsepisoden. Somit verschwimmt zunehmend die Vorstellung davon, woher (»woraus«) denn eigentlich gegrüßt wird. Karten kann man ja u.a. von einem Ausflug, von der Reise, aus den Ferien, aus der Kur, aus einem Bildungsurwahl oder von einem Studienaufenthalt schicken. Die dabei angesprochenen Gesichtspunkte und Implikationen dürften sich nicht unerheblich unterscheiden.

Da man heute in breitem Maße wählen kann, ist man als Urlauber für Unterkunft, Urlaubsort und -form, ja sogar für das Urlaubswetter zumindest mitverantwortlich. Wer in den Werks- und/oder Schulferien Urlaub machen muss, ist dem Wetter natürlich mehr oder weniger ausgeliefert. Das Wetter ist aber für diejenigen kein Schicksal mehr, die selbstbestimmt auf Reisen gehen und Reisetermine wählen können. Man hätte den Reisetermine auch anders, d.h. in den trockeneren bzw. wärmeren oder nicht so heißen Monaten platzieren können. Reisen wird also in vielerlei Hinsicht von einem mehr oder weniger gefährlichen zu einem *riskanten* Unternehmen. Man muss entsprechende Warnungen abwägen, ggf. sogar mehrdimensionale Risikolisten abarbeiten und entscheiden (vgl. Brückner & Wolff 2014). Wer das Risiko kennt, ist selbst schuld, wenn ihm etwas passiert.

Das spätmoderne Reisen entspricht einem Trend, den Andreas Reckwitz als typisch für eine *Gesellschaft der Singularitäten* diagnostiziert. Hier werde das Reisen zunehmend als eine *Tätigkeit* verstanden, bei der es gilt, fremde Orte aktiv zu erkunden. »Die Singularisierung der Orte geht beim spätmodernen Reisen Hand in Hand mit einer Singularisierung der zeitlichen Momente. Der Reisende ist immer auf der Suche nach außergewöhnlichen Augenblicken, idealerweise ist die Reise eine Sequenz von solchen Events oder Erlebnissen« (Reckwitz 2017: 325). War der Urlaub eher ein Zustand, so ist das moderne Reisen mehr ein Prozess. Orte sind dann nicht mehr Rückzugs- und Erholungsrefugien, sondern mutieren zu Startpunkten für Exkursionen. Damit verändert sich der *touristische Blick* – weg von dem romantischen und hin zum erlebnisorientierten Tourismus (Urry 2000). Vor diesem Hintergrund wird die im Zürcher Projekt seit 2000 festgestellte erhöhte Korrelation von Ort und Aktivität bzw. der in diesem Zeitraum immer weniger ausgeprägte Zusammenhang von Ort, Wetter und Einschätzung plausibel (vgl. den Beitrag von Naef, Wiedmer & Sugisaki in diesem Band).

Angesichts all dessen überrascht es nicht, dass es eine *strukturelle Präferenz für eine positive Grundstimmung* als Resümee des eigenen Befindens zu geben scheint. In den Kartentexten finden sich praktisch keine gänzlich negativen Reisebeschreibungen, jedenfalls in dem Datensatz des Zürcher Projekts. Negatives erscheint, wenn überhaupt, als erster Teil einer Paarsequenz, die im zweiten Schritt zumindest durch Hoffnung auf Besserung oder die Betonung des eigenen Durchhaltevermögens konterkariert wird. Die Reise verlangt noch mehr als der klassische Urlaub – sozusagen kategorial – eine *positive Emotion*. Jedenfalls gilt es, nicht zu jammern, allein schon deshalb, weil man selbst es war, der oder die sich dafür entschieden hat. Nimmt man den Hinweis von Niklas Luhmann (2009) hinzu, dass im Grunde keine Handlung vor der retrospektiven Deutung als *Entscheidung mit Motiven* sicher ist, dann besteht ein Grundproblem von Kartenschreibern darin, dass ihnen die verschickte Karte mit der darauf thematisierten Reise als *Resultat einer Entscheidung* zugerechnet werden kann.

3 Ethnomethodologische Selbstreflexion

Der Prozess des Karten-Schreibens beginnt mit der *Auswahl einer Karte* aus einer Vielzahl alternativer Angebote. Urlaubskartenschreiber haben in der Regel ziemlich klare Vorstellungen davon, welcher Typ von Bildern für ihre jeweiligen »Urlaubskarten-Partner« bzw. die gemeinsame Beziehung(ssituation) passt. Dazu müssen sie nicht lange überlegen, sie wissen es einfach.⁵ Dass der gesamte Suchprozess gleichwohl oft lange dauern kann, steht auf einem anderen Blatt. Sicherlich werden nicht selten auch als weniger passend empfundene Karten gekauft und abgeschickt. Die weniger gelungene Auswahl wird aber dann in aller Regel im Text erklärt und entschuldigt, d.h. als dispräferierte Handlung markiert (vgl. zu solchen und ähnlichen Text-Bild-Bezügen auf der Ansichtskarte den Beitrag von M. Kellenberger in diesem Band).

Gerade solche scheinbaren Selbstverständlichkeiten sind es, die es Ethnomethodologen angetan haben, gehen sie doch von der heuristischen Unterstellung aus, dass eben darin *Methode steckt*. Die Frage wäre also, wie Passungen bei der Kartenwahl überhaupt zustande kommen, genauer gesagt, wie sie praktisch *gemacht* werden. Zur Klärung derartiger Fragen bietet sich die *ethnomethodologische Selbstreflexion* als heuristischer Zugang an. Der Begriff »ethnomethodologische Selbstreflexion« stammt von David Francis und Stephen Hester (2004: 35–53), die sich dabei auf die Forschungsstrategie von Harvey Sacks (1984), einem der Gründerväter der Ethnomethodologie, berufen. Ansatzpunkt ist die Beobachtung, dass Gesellschaftsmitglieder offensichtlich keine eigene komplexe (Text-)Analyse benötigen, um z.B. den Sinn hochverdichteter Texte wie einer Zeitungsüberschrift (»Ehemann begeht Selbstmord, Frau erwacht aus Koma«, vgl. Wolff 2006) oder einer Kurzerzählung einer Vierjährigen (»The baby cried. The mommy picked it up«; vgl. Sacks 1974) intuitiv zu erfassen. Offensichtlich verfügen sie über Kompetenzen, sich die Bedeutung solcher Kurzerzählungen bzw. des Tenors eines durch die Überschrift annoncierten Artikels in unproblematischer Weise zugänglich zu machen, d.h. eine tragische Geschichte über ein Ehepaar zu erwarten oder »mommy« als die sorgende Mutter des weinenden Kindes zu identifizieren, ohne dass im Text davon explizit die Rede gewesen wäre. Die analytische Aufgabe, die sich die Ethnomethodologie stellt, ist es nun, solche Kompetenzen (mitunter auch Methoden, Praktiken oder Ressourcen genannt) zu identifizieren und in ihrer Verwendung zu beschreiben.

Ethnomethodologische Selbstreflexion hat also nichts mit Psychologie zu tun und besteht auch nicht im Nachdenken über den Eigenanteil der Subjektivität der Forschenden an der Analyse. Es geht dabei auch nicht um Meinungen oder Einstellungen, die man in Interviews erheben könnte, sondern um die Rekonstruktion sozialer Wissensbestände und impliziter Schlussweisen, über die wir als kompetente Gesellschaftsmitglieder intuitiv verfügen und mit denen wir unsere soziale Praxis gestalten sowie verständlich machen. Gesucht wird zum Beispiel

- die Kompetenz, achtsam eine Fahrbahn zu überqueren bzw. als Auto- oder Radfahrer diesbezüglich unsichere Kandidaten auf einen Blick zu erkennen und ihnen dies ggf. zu signalisieren (Ryave & Schenkein 1974);

⁵ Harold Garfinkel (1967, 37–38) spricht von seen but unnoticed background expectancies.

- die Kompetenz, eine Ansammlung von Personen auf einem Bürgersteig spontan als Familie wahrnehmen zu können bzw. sich selbst als Familien-Mitglieder so im Raum zu verteilen, dass man für Außenstehende mühelos als diese soziale Einheit erkennbar ist und bleibt (Holstein & Gubrium 1999);
- die Kompetenz, Pointen und genau belachbare Witze erzählen zu können bzw. in der Lage zu sein, über einen Witz selbst bei Nicht-Verstehen an der richtigen Stelle zu lachen (Sacks 1989);
- die Kompetenz, bei politischen Reden mit den anderen Zuhörern selbst ohne Absprache und ohne Blickkontakt gemeinsam zu applaudieren bzw. als Redner eine Rhetorik zu entwickeln, die dies den Zuhörern erleichtert (Atkinson 1984);
- die Kompetenz, sich durch entsprechendes situationsangepasstes Verhalten als »ganz normal« zu präsentieren (Sacks 1984) bzw. von Polizisten präsentierte soziale Oberflächen situationsbezogen transformieren zu können, d.h. die »lokale Identität« von Personen als mögliche Verdächtige zu erfassen (Sacks 1972).

Eine ethnomethodologische Selbstreflexion geht von dem eigenen intuitiven Verständnis aus und fragt dann danach, wie wir es anstellen, eben dies zu wissen. Dabei wird unterstellt, dass diese Kompetenzen von jedem Gesellschaftsmitglied gewöhnlich und routinemäßig genutzt werden (können). Dies ist natürlich nur bei solch hoch institutionalisierten Aktivitäten eine plausible heuristische Strategie, für die, wie für das Urlaubskartenschreiben, (fast) jedes Gesellschaftsmitglied eine »gewöhnliche Kompetenz« besitzt (genauso wie für Autofahren, Spazierengehen, Gespräche führen, Geschichtenerzählen und andere Alltagsphänomene).⁶ Dieses Vorgehen entspricht der grundsätzlichen ethnomethodologischen Forschungshaltung, die bekanntlich nicht auf Beobachtungen und Befragungen ausgerichtet ist, sondern versucht, in einen sozialen Zusammenhang »einzutauchen«. Ethnomethodologen »eignen sich idealerweise auch die Kompetenzen der Teilnehmer in der jeweiligen Umgebung an. Das Prinzip der *einzigartigen Adäquanz (unique adequacy)* beruht auf der Annahme, dass die Aktivitäten von Teilnehmern in sozialen Situationen am besten nachvollzogen werden können, wenn der Forscher sich in deren Lage versetzt und am eigenen Leib erfährt, wie die Teilnehmer die Organisation der Situation erfahren.« (vom Lehn 2012: 77).

Die Rekonstruktion dieser Wissensbestände und Schlussweisen kann sich die *Reflexivität praktischer Beschreibungen und Erklärungen* zunutze machen. Gemeint ist damit, dass Gesellschaftsmitglieder praktisch ohne Unterlass damit beschäftigt sind, sich selbst zu beschreiben und zu erklären. Durch das, was sie tun, und dadurch, wie sie es tun, thematisieren und zeigen sie in einer Art mitlaufendem Kommentar, wer sie gerade sind, was sie gerade tun und wie sie es gerade meinen – und zwar im Hinblick auf die aktuelle Situation und die für sie in Frage kommenden Rezipienten. In dem, was sie sagen und tun, finden sich fortwährend Bezüge auf die »Gegebenheiten«, unter denen dieses Sprechen und Handeln im gegenwärtigen Moment stattfindet, und das heißt auch: Instruktionen bzw. Hinweise für die anderen Akteure, wie sie die aktuelle Situation und das, was gerade passiert, zu sehen und zu verstehen haben.

6 Harold Garfinkel und Lawrence Wieder sprechen diesbezüglich von *vulgary competent* (vgl. Garfinkel & Wieder 1992: 182).

Das Lesen wie das Verfassen von Urlaubskarten (und dabei meine ich: Text *und* Bild) besteht demnach aus ethnomethodologischer Perspektive – ganz im Sinne der Zürcher Forschungsgruppe – im Platzieren bzw. Realisieren von *Lesbarkeitshinweisen*.⁷ Die Ethnomethodologie geht zudem davon aus, dass Schreiber und Leser dabei grundsätzlich auf dieselben methodischen Ressourcen intuitiv zurückgreifen. Es erscheint deshalb sinnvoll, von *sozialer Lesbarkeit* zu sprechen. Soziale Lesbarkeit bedeutet freilich nicht, dass der betreffende Text oder das betreffende Bild für jeden faktischen Leser und in jeder situativen bzw. sozialen Konstellation vollständig transparent und (gleich) verständlich sein müsste oder nicht auch *in schräger Weise* oder mutwillig (miss)verstanden werden könnte. Lesbarkeit lässt sich aus Sicht der Verfasser von Texten bzw. der Versender von Urlaubskarten überhaupt nur in einer für die praktischen Erfordernisse des täglichen Lebens ausreichenden Weise (*for all practical purposes*) erreichen, hängt sie doch immer von der Bereitschaft der jeweiligen Leser und Betrachter ab, etwaige Unklarheiten in Kauf zu nehmen und Sinnlücken ad hoc interpretativ zu überbrücken. Lesbarkeit ist so gesehen ein genuin interaktives und situationsbezogenes Phänomen, ethnomethodologisch gesprochen ein *practical accomplishment*.

Eine zentrale und für mein Thema besonders relevante Praktik, um soziale Lesbarkeit herzustellen, besteht in der *Kategorisierung* von Personen, Aktivitäten, Eigenschaften und Sachverhalten. Für die Untersuchung solcher Kategorisierungsprozesse hat sich eine eigene ethnomethodologische Subdisziplin, die *membership categorization analysis* herausgebildet.⁸ Harvey Sacks (1974) hat die Funktionsprinzipien dieser *Kategorisierungsmaschinerie* rekonstruiert, zu der auch bestimmte Interpretationsmaximen gehören. Der Grundgedanke ist einfach: Wenn wir die Mitgliedschaftskategorien kennen, mit der sich eine Person beschreibt oder beschreiben lässt (oder eben gerade nicht), dann wissen wir etwas über die betreffende Person. Kategorien sind reich an Verweisungen und impliziten Hinweisen, insoweit als mit einer Kategorie bestimmte sozial erwartbare Handlungsweisen und Attribute verbunden sind; sie konstituieren *Erwartbarkeiten* in Bezug auf Attribute, Verpflichtungen, Rechte und Aktivitäten. Dies gilt auch umgekehrt: Wenn man von einer Person erfährt, dass sie eine bestimmte Aktivität ausübt, dass sie über bestimmte Attribute verfügt oder dass sie bestimmte Erfahrungen macht, kann man

7 »Textkommunikation beruht anders als die Interaktion von Angesicht zu Angesicht nicht auf der Anwesenheit der Kommunikationsteilnehmer, sondern auf Lesbarkeit, d.h. darauf, dass es ein lesbares Etwas gibt. Weil Texte genau diese Funktion erfüllen, können sie zum Dokument einer von der Anwesenheit entlasteten Kommunikation werden ... Aus diesem Grund verschiebt sich die gesamte Last der Textkommunikation auf das, was mit einem Text und durch einen Text jeweils in einer konkreten Lektüresituation lesbar gemacht wird. Als lesbare Etwas ist der Text nicht mehr und nicht weniger als ein Ensemble von Lesbarkeitshinweisen. ... Dahinter steckt die Vorstellung, dass es so etwas wie eine nahegelegte Lesbarkeit gibt, für die der Text mit seinen Lesbarkeitshinweisen einsteht...« (Hausendorf 2020: 70 und 81).

8 »The focus of MCA (Membership Categorization Analysis) is on the use of membership categories, membership categorization devices and category predicates by members, conceptualized as lay and professional social analysts, in accomplishing (the sociology of) >naturally occurring ordinary activities<. MCA directs attention to the locally used, invoked and organized >presumed common sense knowledge of social structures< which members are oriented to in the conduct of their everyday affairs, including professional sociological inquiry itself.« (Hester/Eglin 1997: 3).

dies als Hinweis auf eine entsprechende Kategorie, der diese Person zuzurechnen ist, interpretieren. Die gewählte Beschreibungskategorie gibt ggf. auch Hinweise darauf, welchen sozialen Verpflichtungen die betreffende Person unterliegt und welche Ansprüche man an sie stellen kann.

Typischerweise verstehen wir Mitgliedschaftskategorien zur Beschreibung von Personen nicht isoliert, sondern als Bestandteil von *Kollektionen*, also von Kategoriengruppen, wie etwa Mutter, Vater, Kinder, die allesamt zur Kollektion Familie gehören. Bestimmte Kategorienpaarungen (*standardized relational pairs*) wie Ehemann-Ehefrau, Therapeutin-Patientin, Arbeitgeber-Arbeitnehmer u.Ä. sind zudem insoweit institutionalisiert, dass man von ihren Bestandteilen erwarten kann, dass sie bestimmte Rechte, Verpflichtungen und Einstellungen gegenüber dem jeweils anderen Teil haben. Im oben genannten Beispiel einer Kindergeschichte werden »*baby*« und *mother*« als Teile einer Kollektion (Familie) und eines institutionalisierten Kategorienpaares (Eltern-Kind) sowie die geschilderten Aktivitäten als zu eben diesen Kategorien zugehörig (*category bounded activities*) hörbar.

Für die praktische Anwendung von Mitgliedschaftskategorien gibt es *Anwendungsregeln*, etwa die von Harvey Sacks so genannte *Konsistenzregel*, nach der dann, wenn jemand mit einer Kategorie von einer bestimmten Kollektion beschrieben wird, die Kategorie, die zur Beschreibung der anderen Person herangezogen wird, derselben Kollektion zu gehören sollte. Umgekehrt die *Hörermaxime*: Wenn du zwei nacheinander verwendete Kategorien hörst, die zu derselben Kollektion passen, dann höre sie so und zweifle nicht, wenn du keinen guten Grund dafür hast! Höre also das Kind und die Mutter als Teil einer Familie. Auch hinsichtlich der sozialen Lesbarkeit bestimmter Aktivitäten gibt es Anwendungsregeln: Die entsprechende *Seher-(oder auch: Leser-)Maxime* lautet dann: Wenn eine Handlung so gesehen werden kann, dass sie von einem Inhaber einer bestimmten Kategorie konventionellerweise getätigkt wird, dann versteh sie so! Verstehe also das geschilderte Weinen als das Weinen *eines Kindes* und nicht das einer erwachsenen Person, die »*Baby*« gerufen wird.

Sich oder andere Teilnehmer zu kategorisieren, ist keine moralisch neutrale Aktivität. Kategorisierungen stellen keine bloßen Beschreibungen oder Klassifikationen dar. Sie legen auch bestimmte normative bzw. moralische Erwartungen an die betreffenden Kategorieninhaber nahe, konstruieren Identitäten und soziale Normen, was wiederum soziale Interaktionen ebenso wie die daran Beteiligten massiv beeinflussen kann (grundlegend dazu Bowker & Star 1999). Mitgliedschaftskategorien, Kollektionen und Aktivitäten verweisen also aufeinander. Damit wird freilich kein Interpretationsautomatismus beschrieben. Die Membership Categorization Analysis legt lediglich Mechanismen und Ressourcen offen, die soziale Verstehbarkeit (bzw. soziale Lesbarkeit) als interaktive Leistung anleiten. Man kann durchaus eine Beschreibung oder ein Bild anders verstehen bzw. anders gemeint haben, also z.B. *baby* oder *mother* jeweils anderen Kollektionen zuweisen oder z.B. *baby* als Bezeichnung eines Erwachsenen »lesen« oder das Kind und die Mutter nicht einer Familie zuordnen, d.h. ihre Tat ihrer sozialen Mütterlichkeit und nicht ihrer spezifischen Mutterschaft zuordnen. Ein solches quer zur sozialen Lesbarkeit stehendes Verstehen würde aber zusätzliche Plausibilisierungen und situationsbezogene Relativierungen erfordern, weil es gegen die konventionellen Hörer- oder Sehermaximen verstieße.

Nach dem frühen Tod von Harvey Sacks 1975 wurde die *membership categorization analysis* vor allem von britischen Ethnomethodologen auf die Untersuchung der Darstellung nicht-personaler Objekte und Entitäten ausgeweitet (vgl. Fitzgerald & Housley 2015; Lepper 2000). Zudem ist das Interesse an Bildern und anderen visuellen Phänomenen als Datenmaterial gestiegen (einen einschlägigen Überblick bieten Ball & Smith 2011).

4 Implikationen der Kartenwahl

Konventionellerweise lassen Schilderungen in Kartentexten von Aktivitäten wie Gipfel Besteigen, Rekognoszieren und Marschieren und Kofferabliefern an Männer denken. Wenn hingegen von Danken, Sichkümmern, Entspannen oder Beglücktsein die Rede ist, besteht eher die Vermutung, dass hier Frauen die Verfasserinnen sind. Tatsächlich ergeben entsprechende Auszählungen des Zürcher Beispielkorpus erstaunlich hohe Trefferquoten.⁹ Natürlich ist aber die kategorienbezogene *recognizability of activities* (Sacks 1974: 218) nicht in jedem Fall gegeben. Welche Kategorie jeweils »operational relevant« gemacht wird, ist also nicht *a priori* festgelegt. Eine solche Unterstellung fiele aus ethnomethodologischer Sicht unter das Verdikt des *Kulturalismus* (vgl. Francis & Hester 2017).¹⁰ Die Lesbarkeit von Kategorisierungen wechselt u.U. von Situation zu Situation; sie kann sich auch in verschiedenen Phasen einer Beziehung nicht unerheblich unterscheiden.¹¹ Man kann deshalb Situationen und Identitäten der daran Beteiligten »machen«, indem man bestimmte Kategorisierungen und Beschreibungsattribute verwendet oder variiert. Auch die besondere Kategorisierbarkeit eines Ortes ebenso wie die lokale Ver-Ortung eines Geschehens sind Ressourcen der Sinnstiftungsarbeit.¹² Im Hinblick auf die Urlaubskarte kommt dafür in erster Linie die Auswahl des *Bild-Motivs* in Frage, das ja im Kern eine *Formulierung des lokalen* oder auch des *sozialen Standpunkts des Absenders* darstellt. Insoweit Bildmotive auf bestimmte Mitgliedschaftskategorien verweisen, lassen sie sich im Sinne kategorienbezogener Aktivitäten als *implizite Selbst-kategorisierungen* der Absender lesen. Ein großer Teil der Postkarten-Versender macht sich deshalb erhebliche Mühe, eine *besondere* Karte vor Ort zu erstehen. Dabei kann es natürlich gelegentlich zu *Diskrepanzen* zwischen den unter den Beteiligten gewohnten und den durch die Bildauswahl nahegelegten Kategorisierungen kommen, sowohl was den Absender wie was den Rezipienten, aber auch was den Ort und die Aktivitäten

9 Vgl. <https://sugisaki.ch/anko/>

10 Auf die ethnomethodologieinterne Auseinandersetzung über den Status der Membership Categorization Analysis kann an dieser Stelle nicht eingegangen werden. Schegloff (2007) und Watson (1997) markieren die Spanne der einschlägigen Diskussion.

11 Konversationsanalytische Untersuchungen zeigen, dass selbst scheinbar »natürliche« Eigenschaften wie Geschlecht oder Ethnizität keineswegs immer oder in jeder Situation relevante Kategorien zur Kennzeichnung einer Person sind (vgl. Schönenfeld 2017).

12 Harvey Sacks' kongenialer Kollege Emanuel Schegloff hat schon früh darauf hingewiesen, dass »on each occasion in conversation on which a formulation of location is used, attention is exhibited to the particulars of the occasion. In selecting a ›right‹ formulation, attention is exhibited to ›where-we-know-we-are‹, to ›who-we-know-we-are‹, to ›what-we-are-doing-at-this-point-in-the-conversation.‹« (Schegloff 1972: 115)

betrifft, die auf der Karte abgebildet sind. Entsprechend gehen die Rezipienten von Urlaubskarten üblicherweise davon aus, dass die Wahl einer Postkarte nicht willkürlich erfolgt, sondern das Ergebnis bewusster Entscheidungen ist und als solche gelesen werden soll. Hajo Diekmannshenke berichtet über Untersuchungsergebnisse, nach denen über 90 % der dabei befragten Urlaubskartenschreiber angegeben hätten, das jeweilige Postkartenmotiv speziell für den jeweiligen Empfänger ausgewählt zu haben. Auch für ihn spricht angesichts dessen viel dafür, »daß Postkartenempfänger auch in ihrer großen Mehrheit davon ausgehen, daß das jeweilige Postkartenmotiv speziell für sie ausgesucht wurde.« (Diekmannshenke 2002: 14)

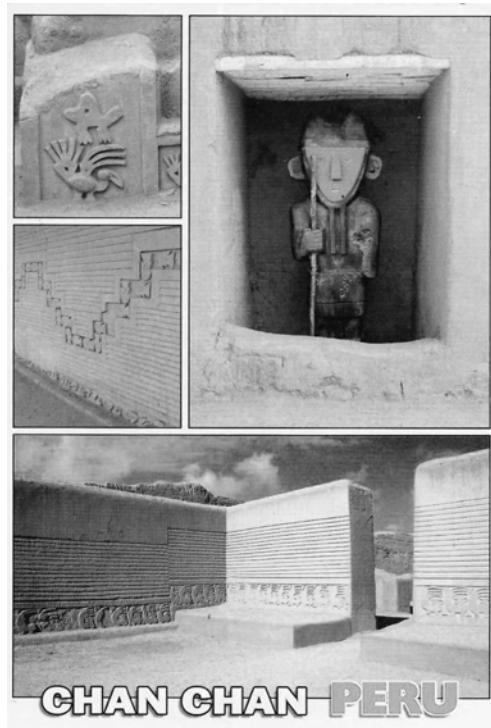
Immer, wenn man eine Karte bekommt, springt gleichsam eine *sensemaking-machine* an: Was will der Absender oder die betreffende Absenderin mir sagen? Als wer schreibt er oder sie? In welche gemeinsame Kategorien-Kollektion werde ich durch die Bildauswahl eingeordnet? Was teilen die Besonderheiten der Karte, des Kartentextes und der Gestaltung der Sendung über die Verfasser und über ihre Reise mit? Ein Kartengruß reiht sich unweigerlich in die gemeinsame Interaktionsgeschichte ein und schreibt diese fort. Urlaube sind in dieser Hinsicht kein *time-out*. Wenn mit der Auswahl der Karte auch eine implizite *Beschreibung der Rezipienten* und *Beziehung zu ihm oder ihr* verbunden ist, hängt das, was angemessen ist, von der Art und dem jeweiligen Stand der Beziehung ab. Eine Kartenauswahl ist infolgedessen eine durchaus *delikate Angelegenheit*. Daher ist Vorsicht geboten, etwa bei Versendung anzüglicher oder anderweitig möglicherweise missverständlicher Postkarten. Auf was kann/muss man z.B. schließen, wenn jemand Urlaubskarten mit Meeresansichten von Küsten sendet, die über 10.000 Kilometer entfernt liegen? Wie passt ein Strandurlaub in über 13 Flugstunden Entfernung zu einem 74-jährigen emeritierten Sozialpädagogikprofessor, zumal in Zeiten des Klimawandels? Und wer geht schon zum Baden gerade nach Peru angesichts der bekannten Kälte des Humboldtstroms? Kaum ein Peruaner tut dies. Vom Rest der Welt kommen dafür bestenfalls die Schotten in Frage. Selbst gute Surfbedingungen legitimieren nur für junge Australier eine transatlantische Reise. Aber ein deutscher Pensionär zum Surfen nach Nord-Peru?¹³ Damit würde ich als 74-jähriger umweltbewusster Nichtsurfer, der schon um seine empfindliche Haut zu schonen, Strandurlaube und Sonnenbäder meidet, aus allen mit mir sonst verbundenen Assoziationen herausfallen, natürlich noch mehr, wenn ich Strandbilder leichtbekleideter Badenixen versenden würde. Für eine zu mir, zumindest aus der Sicht guter Bekannter, passende Archäologie-Reise fanden sich, wie gesagt, am Strand-Boulevard von Trujillo aber keine passenden Kartenmotive.¹⁴ Man kann sich natürlich, insbesondere, wenn man mit den Adressaten eine besondere Beziehung unterhält oder diese in bestimmter Weise (neu) akzentuiieren will, auf »unpassende« Bilder kaprizieren und mit der betreffenden Irritation zu spielen versuchen. Dabei riskiert

¹³ Hielt es nicht schon Henry David Thoreau für fragwürdig, die Welt zu umwandern, nur um die Katzen in Sansibar zu zählen?

¹⁴ Allerdings beehrte mich jüngst die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (vom 28. Februar 2021, 47), dass in der Nähe von Huanchaco die längste Links-Welle der Welt anrollt und dass dort »schon die alten Kulturen der Moche und Chimú vor 2000 Jahren den Schwung der Wellen erfasst« hätten. Sollte dem Surfen in diesen Gewässern ein archäologisch-historischer Mehrwert zuzubilligen sein, müsste ich meine obigen Feststellungen natürlich relativieren.

man freilich missverstanden zu werden. Eine denkbare, aber im betreffenden Moment seinerzeit nicht verfügbare *sicherere* Option wäre zum Beispiel die in der Abbildung 1 dargestellte Postkarte gewesen, die ich später im Internet gefunden habe.

Abb. 1: Archäologische Zone Chan Chan, Peru



Quelle: <https://postcardstravelaroundtheglobe.blogspot.com/2019/09/chan-chan-archaeological-zone-peru.html>
[29.8.2021]

5 Die Poesie der Urlaubskarte

Historisch ist es – nimmt man zumindest das Zürcher [anko]-Korpus zum Maßstab – seit den 1970er Jahren zu einer *Ausdifferenzierung* der *Urlaubskarte* aus der allgemeinen Postkartenpopulation gekommen. In der Zeit davor kann man eine größere Unschärfe der Genregrenzen beobachten: Urlaubskarten wurden mit Geburtstagsgrüßen, Danksagungen, Neujahrgrüßen, Nachfragen, Entschuldigungen dafür, dass man keinen richtigen Brief schreibt, und Ähnlichem kombiniert. Alle diese Optionen stehen Kartenschreibern natürlich auch heute noch offen, wenngleich, wie die Zürcher Forschergruppe feststellt, nach 1970 die Musterhaftigkeit im Hinblick auf die prototypischen Themenbereiche grundsätzlich zugenumommen hat. Ob man angesichts der Evolution der Urlaubskar-

te aber von einer *Abnahme der Rezipienten-Orientierung über Jahrzehnte* sprechen kann, wie in einer ihrer Veröffentlichungen vermutet wird (Sugisaki et al. 2018), würde ich bezweifeln. Da scheint mir ein (zu) enges Verständnis des Prinzips der *recipientengerechten Gestaltung* vorzulegen, bezüglich dessen Harvey Sacks, Emanuel Schegloff und Gail Jefferson (1974) in ihrem klassischen Aufsatz von einer *Vielzahl von Möglichkeiten* gesprochen hatten.¹⁵ Das Grundproblem jedes schriftlichen Verkehrs, die Mischung von Bestimmtheit und Unbestimmtheit, teilt die Urlaubskarte mit dem Brief. Beide müssen mit einem vergleichsweise begrenzten Repertoire an Lesbarkeitshinweisen auskommen.¹⁶ Urlaubskarten changieren zwischen Konvention und Individualisierung, zwischen abstrakter Ware und persönlichem Geschenk. Einerseits reproduzieren sie typische Motive und Ansichten, werden in Mengen gedruckt und en gros verkauft. Andererseits sollen sie ein gewisses Maß an Individualität und Persönlichkeit ausdrücken, das der Beziehung zwischen Schreibern und Empfängern sowie dem Zustand ihrer Beziehung angemessen ist. Es gilt deshalb, sie in Bezug auf Absender wie Adressaten angemessen zu *indexikalisieren*, d.h. sie mit entsprechenden Lese- und Interpretationshinweisen auszustatten. Das, was zu einem bestimmten Aufenthaltsort thematisch passt, ist möglicherweise nur für bestimmte Adressaten anschlussfähig, in meinem Fall für jene, die von meinen entsprechenden Neigungen (in diesem Fall von meinem Interesse für süd- und mittelamerikanische Archäologie) wissen bzw. durch Bild und erklärenden Text diesbezüglich nicht überrascht werden. Andere, die mich z.B. nur als passionierten Bergwanderer kennen, wären wiederum ob der abgebildeten Ruinen in Strandnähe irritiert.¹⁷ Die in den Karten beobachtbare Alltagskreativität manifestiert sich in einer Vielzahl von Formen und Varianten der Kartengestaltung. Jede Sendung stellt eine Kombination von Überraschung und Erwartbarem dar: gleichsam eine Individualität/Individualisierung des Konventionellen. Die Postkarte kann deshalb auch als *Tarnmedium* genutzt werden, sei es im Hinblick auf

15 »With ›recipient design‹ we intend to collect a multitude of respects in which talk by a party in a conversation is constructed or designed in ways which display an orientation and sensitivity to the particular other(s) who are the co-participants.« (Sacks, Schegloff & Jefferson 1974: 727).

16 »Tatsächlich aber pflegt sich der Empfangende nicht mit dem rein logischen Wortsinne zu begnügen, den der Brief freilich unzweideutiger als die Rede überliefert, ja unzählige Male kann er dies gar nicht, weil um auch nur den logischen Sinn zu begreifen, es mehr als des logischen Sinnes bedarf. Darum ist der Brief, trotz oder, richtiger, wegen seiner Deutlichkeit, viel mehr als die Rede der Ort der »Deutungen« und deshalb der Mißverständnisse ... Drückt man dies an den Kategorien der Freiheit und der Gebundenheit aus, die der Empfangende gegenüber der Äußerung besitzt, so ist sein Verständnis in bezug auf ihren logischen Kern durch den Brief gebundener, in bezug auf ihren tieferen und persönlichen Sinn aber freier, als gegenüber der Rede.« (Simmel 1908: 287–288)

17 Jayyusi (1984: 106) zeigt auf, wie durch kategoriale Transformationen die Bedeutung eines Ereignisses und der Charakter der betreffenden Geschehnisse radikal verändert werden können: »... category transformation serves to shape the sense of what occurred in the events being examined. That is, the category ›young man‹ permits inferences that, say, ›old man‹ or ›young woman‹ do not. If the person with the bloody nose is a ›young man,‹ then it may be supposed that he may well have had a hand in his own injury, through participating in a fight perhaps. Contrastively, had the category selected been a ›young woman,‹ then it may be supposed that she was a victim of some kind, perhaps of domestic violence.« Politische und juristische Auseinandersetzungen laufen nicht selten auf den Versuch hinaus, durch strategische Neukategorisierung eine solche Transformation zu erreichen. Ein besonders dramatisches Fallbeispiel schildern Eglin & Hester (2003).

Liebesbotschaften (Holzheid 2011) oder im Bereich der klandestinen politischen Kommunikation (Holzheid 2006). Eine gewisse Poesie der Urlaubskarte wird allein schon durch das begrenzte Format erzwungen bzw. nahegelegt. Die Knappheit des Platzes fördert die Produktion kommunikativer Miniaturen.¹⁸ Bei der adressatenbezogenen Gestaltung ihrer Sendung können sich Urlaubskartenschreiber verschiedener Instrumentarien bedienen. Im Grunde ist allein schon die *Zusendung* einer Urlaubskarte für sich genommen eine Demonstration, dass man an den Empfänger denkt und sich für dessen oder deren diesbezügliche Erwartungen sensibel zeigt. Ich möchte in diesem Abschnitt aber noch einige weitere Optionen für eine rezipientenspezifische Gestaltung beispielhaft vorstellen.

Auf die klassische Frage, welche Seite der Postkarte denn eigentlich die Vorder- und welche die Rückseite darstellt bzw. welche analytisch die wichtigere ist, kann es schon deshalb keine eindeutige Antwort geben, weil typischerweise zwischen beiden Seiten thematische, semantische und andere Arten von Verweisungen und Bezugnahmen bestehen. Erst beide Seiten zusammen konstituieren die Urlaubskarte als Gegenstand und Mittel der schriftlichen Kommunikation. Schon eine kurSORISCHE Durchsicht des Materials offenbart vielfältige, teilweise ausgesprochen fantasievolle Verbindungen und Bezugnahmen zwischen Kartenbild und Kartentext. Der Inhalt von Urlaubskartentexten ist bekanntlich meist von eher geringem Informationswert. Man kann sogar so weit gehen zu sagen, dass für die Erfüllung der Doppelfunktion der Postkarte, nämlich zu zeigen, dass man an den Adressaten denkt, und sich selbst in Erinnerung zu bringen, im Grunde genommen schon die bloße Unterschrift ausreichen würde. Eine gewisse Implizitheit macht geradezu den besonderen Wert einer solchen Zusendung aus. Je exklusiver die Botschaft auf eine bestimmte Person hin formuliert ist, je mehr man sich dabei auf Andeutungen beschränken kann, d.h. je mehr ihre Rezeption der Botschaft von der Besonderheit der Adressaten und der Beziehung zu ihnen abhängt, desto wertvoller ist das kommunikative Geschenk. Das kann so weit gehen, dass das Bild schon alles oder zumindest fast alles sagt, so dass nicht mehr viele zusätzliche Worte gemacht werden müssen.

Ein schönes Beispiel dafür bietet die Abbildung 2, die eine Urlaubskarte zeigt, auf der die Absenderin den Gruß paradoxaLweise mit dem Hinweis verbindet, gerade nicht schreiben zu können. Bei genauerer Inspektion wird zudem sichtbar, dass das Bild durch ein als Löwen stilisiertes Selbstporträt ihres Ehemanns und einen kurzen Gruß unter Verwendung eines Spitznamens der Adressatin (»Olaf an Hanna Mor«) ergänzt wird. D.h., dass nicht nur die Zeichnung, sondern auch der Text das Kartenbild erweitert und rezipientenspezifisch komplettiert.¹⁹

18 Zur kommunikativen Struktur derartiger kleiner Grußbotschaften finden sich interessante Ausführungen bei Jörg Bergmann (1994).

19 Künstler, wie in diesem Fall der norwegische Karikaturist Olaf Gulbransson, lieben bekanntlich solche selbstgestalteten »vielsagenden« Bildergrüße. Ihnen »bietet sich die Postkarte als kreative Spielfläche für sprachliche und bildliche Kodierungen an, die die Grenzen des Mediums und seine etablierten Nutzungskonventionen austesten oder gar konterkarieren.« (Holzheid 2006, 107) Man denke diesbezüglich nur an Marcel Duchamp, Franz Marc, Ernst Ludwig Kirchner oder auch an Jurek Becker (vgl. für einen entsprechenden Überblick Hedinger 1992).

Abb. 2: Grete und Olaf Gulbransson an Frau Dr. Wolff
(23.7.1918)



Quelle: Privatbesitz

Text auf der Rückseite: Tausend Grüße! Ich komme nicht zum Schreiben. Alles Liebe Estella.

Das Gegenbeispiel einer besonders hohen Kongruenz von Bild und Text zeigt Abbildung 3, die auf der Bildseite eine kaleidoskopartige Kombination verschiedener Motive und eine Ortsangabe enthält. Hier werden die verschiedenen Bildmotive geradezu ›wörtlich‹ in den Text übersetzt – von der Landesbezeichnung über die Vielzahl der bereisbaren Orte und ihrer Natur bis hin zum zentral abgebildeten Elch.

Abb. 3a und 3b: Grüße aus Schweden

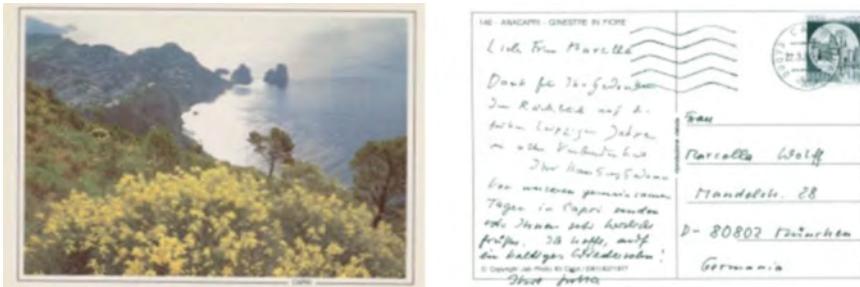


Quelle: [anko] 12010

Die in der nächsten Abbildung 4 reproduzierte Karte zeigt den Fall, dass sich die beiden Kartenschreiber in ihren jeweiligen Einlassungen unterschiedlich auf das Bildmotiv beziehen: Während der eine (Hans Georg Gadamer) auf eine frühere Zusendung und auf eine vom aktuellen Urlaub unabhängige gemeinsame Geschichte Bezug nimmt (die in diesem Falle mehr als 50 Jahre zurückliegt), also im Grunde das Medium Urlaubskarte ignoriert, referenziert die andere Schreiberin (seine Tochter Jutta Gadamer) explizit auf

den auf der Bildseite gezeigten und bezeichneten Ort und produziert damit prototypisch das Urlaubskartenformat.

Abb. 4 und 4b: Jutta und Hans Georg Gadamer aus Capri an [Gabriela Signer] (22.3.1995)

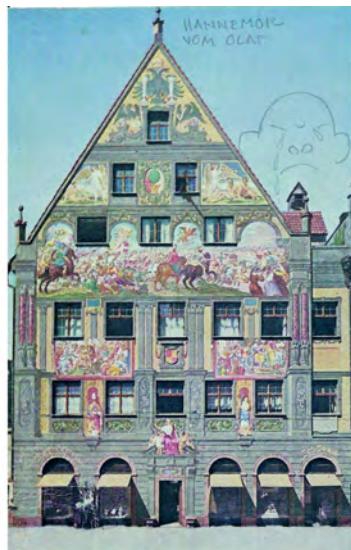


Quelle: Privatbesitz

Transkript: Liebe Frau Wolff. Dank für Ihr Gedenken im Rückblick auf d. frühen Leipziger Jahre in alter Verbundenheit. Ihr Hans Georg Gadamer.

Transkript: Von unseren gemeinsamen Tagen in Capri senden wir Ihnen sehr herzliche Grüße. Ich hoffe auf ein baldiges Wiedersehen! Ihre Jutta.

Abb. 5: Grete und Olaf Gulbransson an
Frau Dr. Wolff (22.9.1918)



Quelle: Privatbesitz

Transkript: Tausend Grüsse von unserer ersten Etappe. Es ist abenteuerlich und schön. Der Olaf bittet um Entschuldigung wegen neulich. Ich kann das Mondkalb melken(?).

Die Abbildung 5 zeigt einen Kartengruß, der wieder von dem Ehepaar Gulbransson stammt. Bei diesem Beispiel ist die Komplexität der Bild-Text-Relation noch einmal gesteigert. Grete Gulbransson grüßt aus ihrer ersten Reiseetappe, deren Schönheit durch das Kartenbild veranschaulicht wird. Sie berichtet zudem, dass sich ihr Ehemann für irgendeine Verfehlung entschuldigen möchte. Der reuige Sünder selbst tritt als Karikatur im Kartenbild auf und setzt zusätzlich einen eigenen Gruß hinzu. Der Zusatz auf der Textseite: »Ich kann das Mondkalb melken(?)« ist für Nicht-Eingeweihte unverständlich, markiert damit die besondere Intimität der Beziehung zur Adressatin.

Selbst Karten, die Motive enthalten, die kategorienbezogen einschlägig sind, können durchaus Irritationen auslösen, wenn sie verfremdende Elemente enthalten. Ein Beispiel dafür zeigt die folgende Abbildung 6, mit der wir wieder nach Peru und meinen dortigen Kartenauswahl-Problemen zurückkehren. Hier ist es eine Sonnenbrille, die man dem in der Bildmitte platzierten Lama aufgesetzt hat, ein in Peru häufig anzutreffendes Motiv. Ein solch vermutlich humorvoll gedachtes Accessoire dürfte bei den ernsthaften meiner universitären KollegInnen Irritationen hervorrufen, wahrscheinlich weniger bei etwaigen Empfängern aus dem Karnevalsverein (wenn man denn in einem solchen Mitglied ist, was ich nicht bin), die einer anderen Kollektion angehören, bei deren Mitgliedern man konventionellerweise erwarten kann, dass sie sich offener gegenüber derartigen Bildspäßen zeigen.

Abb. 6: Peruanische Ansichten mit Lama



Quelle: <https://www.shadowlark.com> [29.8.2021]

Urlaubskartenbilder werden nicht nur durch die Texte auf der Rückseite ergänzt, kommentiert oder konterkariert, sondern u.U. auch durch *andere Bildelemente* angereichert. Ein in der Literatur bislang wenig beachtetes Instrument der Individualisierung

von Urlaubskarte ist die *Kombination von Postkarten- und Briefmarkenmotiv*.²⁰ Mit Hilfe des Internets lassen sich optimale und weniger optimale Karten-Briefmarken-Passungen konstruieren, die ich angesichts des archäologischen Reisezwecks bei entsprechend informierten und interessierten Adressaten hätte realisieren können: Bei der optimalen Passung bilden Karte und Briefmarke dasselbe Motiv ab, in meinem besonderen Fall etwa die zum Weltkulturerbe gehörenden archäologischen Komplexe der Sonnen- und die Mondpyramide, die aus der Zeit der Moche-Kultur stammen und deren Relikte sich in der unmittelbaren Nähe von Trujillo befinden. *Optimale Passung* bedeutet hier, dass durch die eng abgestimmte Bild- und Briefmarkenauswahl der Adressat in die Kollektion der *Kenner* eingeladen bzw. als Mitglied einer In-Group von Wissenden bestätigt wird.

Abb. 7a und 7b: Postkarte und Briefmarke mit Motiven der Sonnen- und Mondpyramide, Trujillo, Peru



Quelle: https://es.wikipedia.org/wiki/Huaca_de_la_Luna#/media/Archivo:Huaca_de_la_Luna_-_El-Dios_Degollador.jpg [29.8.2021]; <https://www.serpost.com.pe/SellosPostales2013.html> [29.8.2021]

Natürlich hätte ich ggf. auch ein anderes der während meines Aufenthalts verfügbaren peruanischen Postwertzeichen verwenden können. Der poetische Effekt wäre dann aber vermutlich geringer ausgefallen: nur leicht verändert bei der Briefmarke, die ein Motiv aus Chavín de Huántar, einem anderen berühmten archäologischen Komplex in Peru, zeigt (s.u. Abb. 8a); deutlich geringer oder möglicherweise sogar ins Gegenteil verkehrt, wenn man die Ruinenansicht auf der Textseite mit einer Briefmarke kombiniert hätte, die an den internationalen Tag des Autismus erinnert, oder gar sich für eine Briefmarke zur Einhundertjahrfeier der Erscheinung der Heiligen Jungfrau in Fátima entschieden hätte (s.u. Abb. 8b und c). Durchaus denkbar wäre, dass solche überraschenden Kombinationen bei manchen meiner möglichen Adressaten

20 Jan-Ola Östman (2004) nennt zusätzlich noch die Positionierung der Briefmarke, die Verwendung bestimmter Tintenfarben, konsequente Groß- oder Kleinschreibung. Holzheid (2011: 312–343) widmet sich im Rahmen einer historischen Analyse der Liebeskommunikation ausführlich der Briefmarkensymbolik und schildert, wie mit Hilfe bestimmter Briefmarkenpositionen zwischen den Partnern heimliche Botschaften ausgetauscht werden konnten. Für die Codierung bzw. Decodierung dieser Briefmarkensprache existierten sogar eigene Handbücher.

Anlass für ironische Kommentare und/oder spielerische Vermutungen über alternative Kategorisierbarkeiten meiner Person gegeben hätten.

Abbildung 8a, 8b und 8c: 2019 in Peru verfügbare Briefmarken



Quelle: <https://www.serpost.com.pe/SellosPostales2019.html> [29.8.2021]

<https://www.serpost.com.pe/SellosPostales2017.html> [29.8.2021]

<https://www.serpost.com.pe/SellosPostales2016.html> [29.8.2021]

6 Grenzen

Sicherlich kann eine ethnometodologische Selbstreflexion im Hinblick auf die Funktionsweise und den Gebrauch der Mitgliederkategorisierung eine Vielzahl an direkten und indirekten Möglichkeiten aufzeigen, um Bilder und Texte von Urlaubskarten auf die vermuteten (oder strategisch: die unterstellten) Eigenheiten der Empfänger hin zu entwerfen und entsprechende Lesbarkeitshinweise zu geben. Stephen Hester (2016) weist aber zu Recht darauf hin, dass solche selbstreflexiven Beobachtungen eher einen Start- als den Endpunkt einer ethnometodologischen Analyse darstellen. Ihre Stärke besteht darin, bestimmte für selbstverständlich gehaltene Phänomene zu fokussieren und sie als methodisch gestaltete Phänomene sichtbar sowie für vertiefte empirische Analysen zugänglich zu machen. In diesem Sinne haben sie hauptsächlich eine *pädagogische Funktion* (ähnlich wie die Garfinkelschen *tutorials*).

Bei Texten und noch mehr bei Bildern ist die Validierung der Befunde über soziale Lesbarkeiten schon deshalb schwierig, weil die Reaktionen der Interaktionspartner ausfallen oder zumindest stark verzögert eintreffen, die ja sonst die wichtigsten Ressourcen für die Abschätzung der Trifigkeit von analytischen Vermutungen darstellen (Sacks 1984). Man arbeitet stattdessen mit Gedankenexperimenten, stellt Daten für Vergleiche nach dem Prinzip des *theoretical sampling* mit Minimal- bzw. Maximalkontrasten zusammen, nutzt das analytische Potenzial von *deviant cases* oder verwendet vielleicht prozess-orientierte Varianten klassischer Methoden wie das *episodische Interview* oder das *Laute Lesen* bzw. das *Laute Denken* (vgl. für einen entsprechenden Versuch Wolff 1995). Denkbar wäre z.B. die Kontrastierung von Urlaubskarten, bei denen man das Geschlecht und die Entstehungszeit in hohem Maße erkennt, mit solchen, bei denen die Fehlerquote höher ist oder wo es zu zufällig verteilten Zuschreibungen kommt. Innovative Strategien deuten Studien wie jene von Jari Martikainen (2020) an, der sich experimentell mit den Ka-

tegorisierungsprozessen bei der *Personenwahrnehmung* von Führungskräften und Dozenten beschäftigt, oder jene von Robin Smith (2019), der mit Hilfe der Methode des *running commentary* und zeitgleichen Videoaufzeichnungen von Helm kameras versucht, sich der *Organisation des Sehens* von Läufern zu nähern, die ja nicht zuletzt in der kategorialen Identifikation von Individuen und Gruppen besteht.

Literatur

- Atkinson, J. Maxwell (1984): Our masters' voices. The language and body language of politics. London und New York: Routledge.
- Bergmann, Jörg R. (1994): Kleine Lebenszeichen. Über Form, Funktion und Aktualität von Grußbotschaften im Alltag. In: Walter M. Sprondel (Hg.): Die Objektivität der Ordnungen und ihre kommunikative Konstruktion. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 192–225.
- Bowker, Geoffrey C./Star, Susan L. (1999): Sorting things out: Classification and its consequences. Cambridge: MIT Press.
- Brückner, Fabian/Wolff, Stephan (2014): Die Listen der Organisation – und der Blick zwischen die Zeilen. In: Victoria von Groddeck/Sylvia Marlène Wilz (Hg.): Formalität und Informalität in Organisationen. Wiesbaden: VS-Springer, 341–370.
- Diekmannshenke, Hajo (2002): »und meld' dich mal wieder!« Kommunizieren mittels Postkarte. In: Ullrich Schmitz/Eva Lia Wyss (Hg.): Briefkommunikation im 20. Jahrhundert. Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (OBST) 64, 93–124.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. In: Inge Pohl (Hg.): Semantik und Pragmatik – Schnittstellen. Berlin, Bern u.a.: Lang, 85–107.
- Edwards, Elisabeth (1996): Postcards: Greetings from another world. In: Tom Selwyn (Hg.): The tourist image: Myth and myth-making in tourism. Chichester: John Wiley, 197–221.
- Eglin, Peter/Hester, Stephen (2003): The Montreal Massacre. A story of membership categorization analysis. Waterloo, Ontario: Wilfrid Laurier University Press.
- Francis, David/Hester, Sally (2017): Stephen Hester on the problem of culturalism. In: Journal of Pragmatics 118, 56–63.
- Francis, David/Hester, Stephen (2004): An invitation to ethnomethodology. Language, society and interaction. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Garfinkel, Harold (1967): Studies in ethnomethodology. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Garfinkel, Harold/D. Lawrence Wieder (1992): Two incommensurable, asymmetrically alternate technologies of social analysis. In: Graham Watson/Robert M. Seiler (Hg.): Text in context: Contributions to ethnomethodology. London: Sage, 175–206.
- Hachtmann, Rüdiger (2007): Tourismus-Geschichte. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hausendorf, Heiko (2019): Das *Ferienwetter* auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. In: Julianne Schröter/Susanne Tienken/Yvonne Ilg/Joachim Scharloth/Noah Bubenhofer (Hg.):

- Linguistische Kulturanalyse. Berlin/Boston: De Gruyter (= Reihe Germanistische Linguistik 314), 293–321.
- Hausendorf, Heiko (2020): Deutschstunde(n). Erkundungen zur Lesbarkeit der Literatur. Stuttgart: Kröner.
- Hedinger, Bärbel (Hg.) (1992): Die Künstlerpostkarte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart. München: Prestel.
- Hester, Stephen/Eglin, Peter (1997): Culture in action: Studies in membership categorization analysis. Boston: International Institute for Ethnomethodology and Conversation Analysis & University Press of America.
- Holstein, James A./Gubrium, Jaber F. (1999): What is family? Further thoughts on a constructionist approach. In: Marriage and Family Review 28 (3/4), 3–20.
- Holzheid, Anett (2006): Wo das Kommunizieren zur Kunst wird. Funktion und Gebrauch der Postkarte in der DDR. In: Language in different contexts. Vilnius: Leidykla, 106–115.
- Holzheid, Anett (2011): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Jayyusi, Lena (1984): Categorization and the moral order. London: Routledge and Kegan Paul.
- Kurella, Doris (2015): Kulturen und Bauwerke des Alten Peru. 2. aktualisierte und ergänzte Auflage. Stuttgart: Kröner.
- Lebeck, Robert/Kaufmann, Gerhard (Hg.) (1985): Viele Grüße ... Eine Kulturgeschichte der Postkarte. Dortmund: Harenberg.
- Leclerc, Herbert (1986): Ansichten über Ansichtskarten. In: Archiv für deutsche Postgeschichte. Ausgabe 2, 6–9.
- Lehm, Dirk vom (2012): Harold Garfinkel. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Luhmann, Niklas (2009): Zur Komplexität von Entscheidungssituationen. In: Soziale Systeme 15, 3–35.
- Martikainen, Jari (2020): Membership categorization analysis as means of studying person perception. In: Qualitative Research in Psychology 19 (3), 703–721.
- Martynkewicz, Wolfgang (2013): Das Zeitalter der Erschöpfung. Die Überforderung des Menschen durch die Moderne. Berlin: Aufbau Verlag.
- May, Stefan (2014): Geschichte der Postkarte. Die SMS des 19. Jahrhunderts. In: Deutschlandfunk Kultur, online unter https://www.deutschlandfunkkultur.de/geschichte-der-postkarte-die-sms-des-19-jahrhunderts.976.de.html?dram:article_id=306503 [11.08.2021].
- Michael Ball/Gregory Smith (2011): Ethnomethodology and the visual: Practices of looking, visualization, and embodied action. In: Eric Margolis/Luc Pauwels (Hg.): The Sage handbook of visual research methods. London: Sage, 392–414.
- Östman, Jan-Ola (2004): The postcard as media. In: Text 24 (3), 423–442.
- Phillips, Tom (2000): The postcard century. London: Thames and Hudson.
- Reckwitz, Andreas (2017): Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne. Berlin: Suhrkamp.
- Rogan, Bjarne (2005): An entangled object: The picture postcard as souvenir and collectible. Exchange and ritual communication. In: Cultural Analysis 4, 1–27.

- Ryave, Alan L./Schenkein, Jim N.: Notes on the art of walking. In: Roy Turner (Hg.): Ethnomethodology. Harmondsworth: Penguin 1974, 265–274.
- Sacks, Harvey (1972): Notes on Police Assessment of Moral Character. In: David N. Sudnow (Hg.): Studies in Social Interaction. New York: Free Press, 280–293.
- Sacks, Harvey (1984): Notes on methodology. In: J. Maxwell Atkinson/John Heritage (Hg.): Structures of social action. Studies in conversation analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 21–27.
- Sacks, Harvey (1989): An analysis of the course of a joke's telling in conversation. In: Richard Bauman/Joel Sherzer (Hg.): Explorations in the ethnography of speaking. Cambridge: Cambridge University Press, 337–353.
- Sacks, Harvey/Schegloff, Emanuel A./Jefferson, Gail (1974): A simplest systematics for the organization of turn-taking in conversation. In: Language 50, 696–735.
- Schegloff, Emanuel A. (2007): A tutorial on membership categorization. In: Journal of Pragmatics 39, 462–482.
- Schönefeld, Daniel (2017): Arbeiten und Unterscheiden. Zur Praxis des Diversity-Managements. Weinheim, Basel: Beltz/Juventa.
- Smith, Robin James (2019): Visually available order, categorisation practices, and perception-in-action: A running commentary. In: Visual Studies 34, 28–40.
- 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 (COMHUM), Lausanne, 4 June 2018–5 June 2018, 67–75.
- Urry, John (2002): The tourist gaze. Second edition. London: Sage.
- Watson, D. R. (1997): Some general reflections on ›categorization‹ and ›sequence‹ in the analysis of conversation. In: Stephen Hester/Peter Eglin (Hg.): Culture in action: Studies in membership categorization analysis. Washington: University Press of America, 49–75.
- Willoughby, Martin (1993): Die Geschichte der Postkarte. Ein illustrierter Bericht von der Jahrtausendwende bis in die Gegenwart. Erlangen: Karl Müller Verlag.
- Wolff, Stephan (1995): Text und Schuld. Die Rhetorik psychiatrischer Gerichtsgutachten. Berlin: de Gruyter.
- Wolff, Stephan (2006): Textanalyse. In: Ruth Ayaß/Jörg R. Bergmann (Hg.): Qualitative Methoden in der Medienforschung. Reinbek: Rowohlt, 245–273.

Was auf Ansichtskarten geschrieben steht

Codeswitching auf Ansichtskarten

Eine textlinguistische Analyse¹

Kyoko Sugisaki

1 Einführung

Einen Dialekt bzw. eine Varietät der deutschen Sprache neben der Standardsprache zu sprechen und zu schreiben, gehört in der Deutschschweiz zum Alltag, und es herrscht eine *Diglossie*: Die Sprecher*innen verwenden in einer Sprachsituation die Standardsprache als ›They-Code‹ (›offizielle Sprache‹, ›formelle Sprache‹ usw.) und ›ihren‹ Dialekt als ›We-Code‹ (›informelle Sprache‹, ›Familiensprache‹ usw.): mehr zur *Diglossie* in der Deutschschweiz z.B. bei Ruoss 2019, Petkova 2012, Werlen 2004 und zu »We-Code« vs. »They-Code« in Gumperz 1982 (66)). Was noch bei Sieber und Sitta (1987: 390–392) als *mediale Diglossie* bezeichnet wurde, erweist sich heute als zu simplifizierend: Die Sprachsituation in der Deutschschweiz ist komplexer und lässt sich nicht als eindeutige Trennung zwischen schriftlichem Standarddeutsch und mündlichem Schweizerdeutsch zusammenfassen. So wird Standarddeutsch durchaus auch gesprochen, z.B. im Unterricht oder in der Politik. Andererseits wird Mundart nicht nur in der Kunst, der Mundartliteratur oder der Musik, sondern auch in Situationen des Alltags schriftlich verwendet. Häcki Buhofer sieht in ihrer Habilitationsschrift (1985: 198) »Schriftlichkeit im Alltag« die dialektale Schriftlichkeit zwar im »Vormarsch«, stellt aber fest, dass sich dieser Trend auf »Werbung, Geburtsanzeigen und Individuelle[s]« beschränke. Lage-Müller (1995: 276) hält fest, dass Todesanzeigen in der deutschsprachigen Schweiz normalerweise im Standarddeutsch geschrieben sind, dass sich Schweizerdeutsch aber immer häufiger finden lässt, sei es in einzelnen Abschnitten oder auch in der gesamten Todesanzeige. In Werlen (1998: 28–30) wird weiter berichtet, dass der geschriebene Dialekt kaum in den gedruckten Medien, also im öffentlichen Bereich, vorhanden sei. Ausnahmen bildeten persönliche Anzeigen (Todesanzeige, Geburtsanzeige, Klein- und Kontaktinserate). Dialektale Schriftlichkeit fände sich eher in der Privatkommunikation, wie beispielsweise in Ansichtskarten, Briefen oder Notizen. Seit dem Millennium

¹ Dieser Artikel ist mit Unterstützung des SNF-DFG-Projektes »Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagschriftlichkeit« entstanden (Nr. 100015L_160238).

und der vermehrten digitalen Kommunikation über Kurznachrichtendienste und andere Kanäle ist in Untersuchungen zur Schreibpraxis von der *Zweischriftlichkeit* die Rede (Christen 2004: 13–14). In E-Mails, Chats oder Kurznachrichtendiensten wie SMS oder WhatsApp wird offenbar bevorzugt Schweizerdeutsch geschrieben. So stellt Scharloth schon im Jahr 2005 (240) auf der Basis einer Befragung fest, dass »bereits 75 % der Deutschschweizer ihre SMS und 58 % ihre E-Mails teilweise in Schweizerdeutsch verfassen«. In regionalen Schweizer Chaträumen »stellt die Mundart mit Anteilen um 80 % bis 90 % die unmarkierte Varietät dar«, so Siebenhaar (2005: 691). Gemäß der Zusammenfassung von Brommer (2014: 57) schreiben Jugendliche in der Deutschschweiz »E-Mails mit 8,7 Prozent noch am häufigsten auf Standarddeutsch«, SMS hingegen »mit nur noch 1,2 Prozent«, und »die Kommunikation im gesprächsähnlichen Chat (0,8 Prozent) und in Sozialen Netzwerken (keine Vorkommen) findet praktisch ausschließlich im Dialekt statt.« Auch für Ansichtskarten lässt sich dieser Befund bestätigen: Dialektale Schriftlichkeit nimmt seit den 1980er Jahren prozentual zu. Im Ansichtskartenkorpus [anko] (dazu Sugisaki et al. 2018; Sugisaki in diesem Beitrag) stieg ihr Anteil kontinuierlich von 1 % in den 1970er Jahren auf 4 % in den 80ern, 5 % in den 90ern und auf 10 % nach 2000.² Dieser Beitrag setzt an diesem Befund an und wird primär darauf eingehen, wann, wie, wo und warum Ansichtskarten im Mitteilungstext teilweise auf Standarddeutsch und teilweise auf Schweizerdeutsch verfasst werden. Untersucht wird dabei, was das *Codeswitching* (oder Codewechsel, Sprachwechsel, Sprachenwechsel: vgl. dazu z.B. Auer & Eastman 2010, Poplack 2008, Myers-Scotton 1998) zwischen dem Standarddeutsch und Schweizerdeutsch im Mitteilungstext der Ansichtskarte aus der Perspektive der pragmatischen Funktion leistet. Unter *Codeswitching* wird hier verstanden, dass auf einer Karte sowohl Standarddeutsch als auch Dialekt verwendet wird. Wir benutzen dabei Codewechsel, Sprachwechsel und Sprachenwechsel als Synonym von *Codeswitching*. In diesem Beitrag wird dabei hauptsächlich der Wechsel zwischen Standarddeutschem und Schweizerdeutschen im Mitteilungstext untersucht. Ergänzend und kontrastiv vergleichend betrachten wir auch den Wechsel vom Standarddeutschen zum Englischen und Italienischen. Als Schweizerdeutsch bezeichne ich hier die dialektale Verschriftlichung der gesprochenen alemannischen Mundart, die eindeutig von der orthographischen Norm des Standarddeutschen abweicht. Im Fall der Ansichtskarte als Privatkommunikation handelt es sich um geschriebene Mundart, bei der die Autor*innen an keiner kodifizierten orthographischen Norm orientieren (dazu vgl. Löscher 1989). Sie folgen also keinem Kodifizierungssystem wie z.B. dem von Dieth (1938), der eine phonologisch treue Verschriftlichung entwickelt hat, die oft in der Dialektologie (z.B. im ArchiMob-Korpus (Scherrer et al. 2019: 432)) eingesetzt wird. Dieser Beitrag beachtet den Codewechsel zwischen Hand- und Druckschrift auf der Ansichtskarte nicht, obwohl die Ansichtskarte als Medium einen polyphonen Schreibraum konstituiert.

Als Datengrundlage dient das Ansichtskartenkorpus [anko]. Für die Untersuchung werden die Karten verwendet, deren Hauptsprache Standarddeutsch ist, auf denen aber mehrere schweizerdeutsche, englische oder italienische Worte vorkommen. Bei der Erstellung des Ansichtskartenkorpus [anko] wurde die Hauptsprache der Karte

² Prozentzahlen bezeichnen das Verhältnis von Karten mit Hauptsprache Schweizerdeutsch an der Gesamtzahl deutschsprachiger Karten (Dialekt und Standarddeutsch).

(entweder Standarddeutsch oder Schweizerdeutsch) als Metadaten erfasst. In diesem Beitrag benutzen wir die Karten mit Hauptsprache Standarddeutsch. Um die Sprache der einzelnen Worte zu erfassen, wurde eine automatische Spracherkennung als weiterer Verarbeitungsschritt eingesetzt.³ Zum Zwecke dieser Untersuchung berücksichtige ich als eindeutigen Codeswitch zum Schweizerdeutschen nur Wechsel, die aus Phrasen von mehr als einem Wort in Folge bestehen. Häufig genügt ein einzelnes Wort nicht, um den Sprachenwechsel eindeutig als solchen zu erkennen, und einzelne Worte tragen zumeist keine eindeutige pragmatische Funktion. Ich folge darin Auer & Eastmans (2010: 86–87) und fokussiere auf eine syntaktische Einheit als Untersuchungsobjekt.

Anschließend untersuche ich genauer, welchen Beitrag der Sprachenwechsel für die Textkommunikation leistet, genauer gesagt, welche pragmatische Funktionen er in der Ansichtskarte übernimmt. Zur Beantwortung dieser Frage wird das textlinguistische Modell von Hausendorf & Kesselheim 2008 und Hausendorf et al. 2017 als Grundgerüst verwendet (vgl. dazu auch Hausendorf in diesem Band). Das Modell bietet für die textlinguistische Analyse die Möglichkeit, Text als Untersuchungseinheit, Codeswitching als Untersuchungsobjekt und die Rekonstruktion der Textualität (oder Lesbarkeit nach Hausendorf et al. 2017) aus den Erscheinungsformen als Untersuchungsziel zu setzen (vgl. Hausendorf & Kesselheim 2008: 15–19). Die empirischen Analysen sollen zeigen, was der Codewechsel als Erscheinungsform für die Textualität der Ansichtskarte leistet und auf was das Codeswitching als Ressource der Sprachlichkeit des Textes hinweist (im Vergleich mit den Hinweisen aus anderen Textualitätsquellen wie Wahrnehmbarkeit und Vertrautheit i. S. v. Hausendorf & Kesselheim 2008: 31–35). Die Gliederung des Beitrags folgt der Systematik der Textualitätsmerkmale: Kap. 2 beginnt mit der Begrenzbarkeit (2.1), dann folgen die thematische Zusammengehörigkeit (2.2), Verknüpfbarkeit (2.3) und Intertextualität (2.4). Der Artikel schließt mit der pragmatischen Nützlichkeit (oder Textfunktion) und der Diskussion und Bezugnahme zum Sprachwechsel in anderen Textsorten (SMS).

2 Codeswitching auf der Ansichtskarte

2.1 Begrenzbarkeit

Die Abgrenzung und die Gliederung eines Textes (Hausendorf & Kesselheim 2008: 39–57; Hausendorf et al. 2017: 127–159) leisten eine erste Orientierung beim Lesen. Welche textuellen Untereinheiten gehören zusammen? Wo sind der Anfang und das Ende einer Un-

³ Für die Spracherkennung (Englisch und Italienisch) habe ich die automatische Spracherkennung in Google Translate in Minuskeln wortweise benutzt. Für das Schweizerdeutsch habe ich nach sprachspezifischen orthographischen Mustern wie Doppelvokal (wie »üä«) oder Wortendung (wie »ä«) sowie nach bestimmten Zeichenketten (wie »gs«) und mithilfe der Wortliste gesucht. Die wortbasierte Spracherkennung durch diese automatischen Methoden ist nicht präzise, vor allem für das Schweizerdeutsch, aber auch Englisch-Deutsch-Paare (wie z.B. »see/See« und »seen/Seen«, aber auch die gleiche Orthographie »Museum« oder »Winter«) und Italienisch-Deutsch-Paare (wie z.B. »porto/Porto« »prima/Prima« »stelle/Stelle«) werden nicht disambiguiert. Daher habe ich die Suchtreffer für die Analyse manuell überprüft.

tereinheit? Wie erkennbar ist die Gliederung einer Ansichtskarte? Und letztlich: Leistet der Sprachenwechsel auch etwas in Bezug auf die Begrenzbarkeit?

Abb. 1: Ansichtskarte Sali Schätzli



Quelle: [anko] 60549

Transkript: Sali Schätzli!/Wie Du siehst ist die RS [Rekrutenschule] vorbei. Ich versuche mich hier in London wieder ans Zivilleben zu gewöhnen. Ich hoffe, wir sehen uns wieder einmal. Es sind ja bereits 3 Monate her./Es Grüßen dr [Unleserlich, Scotti?], no e dicke Schmatz uf d'Backe [es grüssen der [Name?], noch einen dicken Kuss auf die Backe]/[Unterschrift]

Die erste erkennbare Gliederung auf der Schriftseite der Ansichtskarte ist die Texträumverteilung zwischen dem Adressfeld (rechts) und dem Mitteilungstext (links). Die Trennung ist durch einen Vordruck als Muster vorgegeben: Das Adressfeld ist durch einen Trennstrich (wie auf Karte 1) vom Mitteilungstext getrennt. Auf der Ansichtskarte wird außerdem der Mitteilungstext klar durch den Wechsel zwischen der Hand- und Druckschrift (vgl. *mediale Abgrenzungshinweise* in Hausendorf 2009), aber auch allein durch die Handschrift (Schreibrichtung) vom Adressfeld getrennt.

Im Mitteilungstext sind die textuellen Untereinheiten teils durch die Handschriftlichkeit und teils durch die Raumnutzung visuell erkennbar. Auf Karte 1 (ebenso 2 und 3) wird die signaturartige Unterschrift der Absender*innen visuell durch die Unterschiede in der Handschriftlichkeit (typographisch kryptische oder hervorgehobene Schrift) und die Nutzung des Raumes (einen erkennbar leeren Platz gegen das Ende der Karte zur Hauptmitteilung) signalisiert. Bereits vor dem Lesen ist es dadurch visuell erkennbar, wo der Namen der Verfasser*innen steht. Die Kartenempfängerin wird den Absender in der Regel noch vor dem Lesen des Mitteilungstextes erkennen wollen. Der eigentliche Anfang und das Ende des Mitteilungstexts werden durch mehrere sprachliche Signale markiert. Karte 1 zeigt die Grenze des Mitteilungstextes durch die formelhafte Eröffnung und Beendigung, kombiniert mit dem Sprachenwechsel: Die Karte fängt mit einer

Anrede auf Schweizerdeutsch (»Sali Schätzli!«) an und wechselt unmittelbar danach zum Standarddeutsch. Am Ende erfolgt eine Art Ergänzung zum Schlussgruß wiederum auf Schweizerdeutsch »Es Grüßen dr [Unleserlich] no e dicke Schmatz uf d' Backe« (es grüssen der [Name?], noch einen dicken Kuss auf die Backe).

Abb. 2: Ansichtskarte [Daniela] und [Flavio]



Quelle: [anko] 10991

Transkript: Cara mia! Die Käte hab' ich am Flohmarkt Lugano erstanden... ist sie nicht hübsch? Wir schlagen uns die Bäuche mit Coniglio, Polenta, Grappa Steinpilzen, Amaretti voll und natürlich scheint die Sonne!/Bis bald/ (Zeichen eines Herzens) [Daniela]/Da hetts na Platz gha! [Da hat es noch Platz gehabt]/e [Flavio]

Anrede und Gruß sowie die Unterschrift gehören zu den festen Textbausteinen der Ansichtskarte. Sie stellen den Kontakt her und rahmen die Mitteilung. Der Sprachenwechsel zum Schweizerdeutsch weist darauf hin, dass das Schweizerdeutsch die Sprache der Empfänger*innen ist und die Ansichtskarte eine persönlich adressierte Textkommunikation ist. Der Sprachenwechsel bietet hier den Kontext an, in dem der Text verstanden werden sollte, ist also ein »contextualization cue« im Sinne von Gumperz (1982: 130–152). Anrede und Gruß sind außerdem auch diejenigen Textbausteine, bei denen nicht nur zum Schweizerdeutsch (als ›Wir-Sprache‹ und als Ausdruck der Positionierung der Rezipienten) gewechselt wird, sondern häufig auch zu anderen Sprachen, die z.B. einen Bezug auf die Sprache des Urlaubsortes darstellen. So fängt Karte 2 aus Lugano in der Sprache des Urlaubsortes der Absender an, also auf Italienisch mit »Cara mia!« (Meine Liebe/Geschätzte!). Auch in der Unterschrift »[Daniela] e [Flavio]« ([Daniela] und [Flavio]) wird das italienische »und« (e) verwendet. Der Wechsel zur Sprache des Urlaubsortes weist nicht nur auf die Grenze des Hauptmitteilungstexts hin, sondern dient gleichzeitig auch dazu, den Kartenschreiber geographisch, d.h. an seinem aktuellen Urlaubsort zu verorten. Sie beantwortet also implizit schon die Themenfrage nach dem Urlaubsort (›Wo bin ich?«) mit.

Auf Karte 2 findet sich noch ein weiterer Sprachenwechsel. Während die erste Autorin ([Daniela]), die auch das Adressfeld ausgefüllt hat, ihre Hauptmitteilung auf Standarddeutsch verfasst und den Beginn auf Italienisch markiert, schreibt der zweite Autor ([Flavio]) auf Schweizerdeutsch einen Kommentar mit räumlichem Abstand zu [Danielas] Text. [Flavio] nutzt den verfügbaren Schreibraum der Karte für einen Kommunikationsbeitrag, um genau auf diese Beschreibbarkeit hinzuweisen: »Da hetts na Platz ghal!« (*Da hat es noch Platz gehabt*). Der Kommentar lässt den Schreiberwechsel nicht nur durch die Unterschiede in der Handschriftlichkeit (typographisch kleinere und weichere Schrift) und die Nutzung des verfügbaren Raums erkennen, sondern auch durch den Sprachwechsel. Hausendorf & Kesselheim (2008: 40) weisen bereits auf die mehrfach redundanten Signalisierungen der Textgrenzen hin, die auch hier für die textuelle Eingrenzung der Mitteilung des zweiten Autors deutlich werden. Hier erweist sich der Sprachwechsel auf Schweizerdeutsch (als ›Wir-Sprache‹) nicht nur als ein Hinweis auf die Abgrenzung zu [Danielas] Text auf Standarddeutsch (als ›Sie-Sprache‹) mit der Kombination der Urlaubssprache (als implizite Thematisierung des Urlaubsorts), sondern bildet einen thematischen Kontrast durch seine selbstreferentielle Metakommunikation zur ersten Autorin [Danielas], die den Urlaubsort mal auf Standarddeutsch und mal auf Italienisch wie »Coniglio« (*Hasengericht*) thematisiert.

Abb. 3: Ansichtskarte [Maria] et al.



Quelle: [anko] 140781

Transkript (von oben nach unten): 18.10.2009/Liebes Grossmueti [Grossmutter]./Bist du + [Vreneli] in den Ferien? Wie schöne Ferien! Wir haben Schnee! Im Herbst! Natürlich in den Bergen! Wir sind in der Nähe der Kaminhütte! Von [MARIA]/Hallo Grossmueti/Hallo [Verena]/Hoffentlich habt ihr es so schön wie wir hier oben! Wir wandern viel! Ganz liebe grüsse [Sarah]/Hoi Mueti, jetzt hast Du es sicher auch so schön gemütlich, was für eine schöne Gegend ... wir erhalten uns sooo gut. Liebe Grüsse, [Felix]/Hoi Grossmueti und [Verena]. Da oben isches sehr

schön. Viel Sunne und viel Schnee häts [Da oben ist es sehr schön. Viel Sonne und viel Schnee gibt's.]/[Lukas]/Hallo Grossmueti geht es dir gut? Wir sind in St. Antönien, es hat Schnee. Wir sind in der Nähe der Kaminhütte. Habt irs gut? Wir haben es sehr schön!/[SARINA]/[SYLVAN] (Zeichen)

In Karte (3) sind verschiedene Mitteilungen von mehreren Autor*innen unterschiedlich gestaltet worden. Die Karte stellt daher eine echte Herausforderung dar, was den Beginn und die Reihenfolge beim Lesen anbelangt. Es stellt sich die »Frage der Zeitlichkeit der Textkommunikation« (Hausendorf et al. 2017: 127). Als erste Orientierung zur Gliederung dient der verwendete Schreibstift. Die Autor*innen verwenden zwei blaue Stifte. Durch diese farbige Differenzierung wird die Hauptmitteilung grob in zwei Unterteile gegliedert. Oben in der Karte schreibt die erste Autorin ([Maria]) auf Standarddeutsch. Im Anschluss kommen zwei weitere Autor*innen. Sie schreiben ebenfalls Standarddeutsch. Die Schreiber verwenden denselben Stift, nutzen aber unterschiedliche Bereiche ([Sarah] links, [Felix] rechts) und trennen diese durch eine Linie. Nach [Sarahs] Text folgen noch zwei weitere Beiträge: [Sarah] links und [Lukas] rechts. Alle drei benutzen denselben Stift. Zwischen [Sarahs] und [Sarahs] Text gibt es einen erkennbar leeren Platz als Abgrenzung, während [Lukas] auf der rechten Seite nur wenig Platz zur Verfügung gestellt wurde. An dieser Stelle trägt die »Skriptualität« (die wahrnehmbare typographische Gestaltung im Sinne von Hausendorf et al. 2017: 91–94) zur Abgrenzbarkeit des Textes bei. Der Sprachwechsel zum Schweizerdeutsch bietet einen Hinweis auf die Abgrenzung einer weiteren Mitteilung, die sich eben durch die durchgängige Verwendung des Schweizerdeutschen auszeichnet: »Hoi Grossmueti und [Verena]. Da oben isches sehr schön. Viel Sunne und viel Schnee häts [Lukas]« (*Halbo Grossmutter und [Verena]. Da oben ist es sehr schön. Viel Sonne und viel Schnee gibt's. [Lukas]*).

Abb. 4: Ansichtskarte PS



Quelle: [anko] 21083

Transkript: Viele liebe Grüsse aus dem sonnigen, etwas »feuchten« und sehr lustigen Saas Fee. Wir sitzen gerade in der ca. 25 Beiz! [Annatinas] Freund und die beiden Ticinesi halten uns mächtig auf Trab! / Ciao bella! [Sandra] e io! / P.S. Gestern sind wir ca. 20 km getschumpelt! / P.S. Jetzt liegen gerade vorbei, [Widmer] + [Doorli] + [Jonas] ...! / (sorry!) + schade (Ähhh!) (Ich kann nimme!) [ich kann nicht mehr!] / ig hane Schreichrampf! [ich habe einen Schreikrampf!] / PS2! Es hat keinen Wert, Dir die Namen einzeln aufzuzählen! Kurz + bündig der ganze FC Biberist ist gerade im Anmarsch!! (Der [Ädu] [Gerh.] hani grad gsichtet! [habe ich gerade gesichtet!])

Die mit dem Schreiberwechsel verbundene Abgrenzung des Nachtrags wird häufig durch das Layout, aber auch durch den Sprachwechsel gewährleistet. In Karte 4 werden mehrere Nachträge allein durch visuell wahrnehmbare Hinweise (wie die Schreibrichtung oder die Nutzung des leeren Platzes), aber auch durch die gewählte Sprache markiert. Die Nachträge in Karte 4 werden performativ deutlich durch den formelhaften Gliederungshinweis »P.S.« oder – weniger deutlich – durch Pluszeichen »+« gekennzeichnet, aber auch durch den Wechsel zum Schweizerdeutschen: »ig hane Schreichrampf!« (*ich habe einen Schreikrampf!*). Das Codeswitching signalisiert die Abgrenzung der Nachträge ohne explizite Benennung der Textgliederung.

Zusammenfassend gesagt ist der Sprachwechsel also ein Hinweis in Sinne eines Indexes bezüglich der Abgrenzung von Textuntereinheiten auf der Karte: Was danach kommt, ist etwas anderes als das vorher Geschriebene. Dabei wird die neue Textuntereinheit nicht nur durch den Sprachwechsel, sondern auch durch weitere Mittel mehrfach markiert, oftmals schon durch die visuelle Gestaltung der Karte. Der Sprachwechsel ist allerdings nicht nur ein Hinweis auf die Textgliederung (Autorschaft, Mitteilungsfeld, Unterschrift des Absenders, Postscript), sondern auch ein Hinweis auf die Art der Adressierung der Kommunikation und den Zweck der Kommunikation: Es geht, was die Textfunktion betrifft, auch und gerade um Kontaktherstellung. Absender*innen und Empfänger*innen werden durch die Verwendung des Dialekts als ›Wir-Sprache‹ in einer gemeinsamen sozialen Zugehörigkeit verortet.

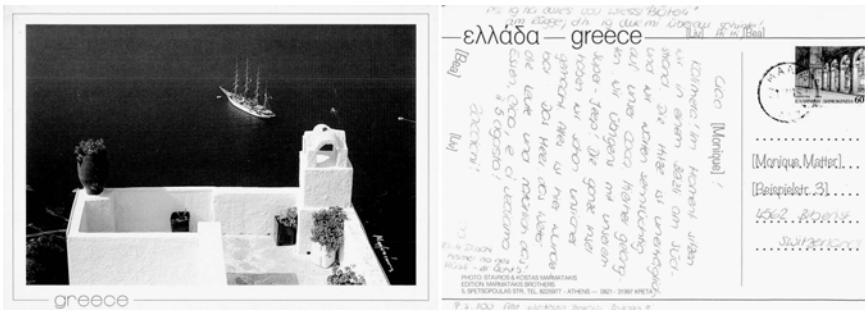
2.2 Thematische Zusammengehörigkeit

Die thematische Zugehörigkeit eines Textes (Hausendorf & Kesselheim 2008: 103–138; Hausendorf et al. 2017: 189–227) leistet eine sinnhafte Orientierung beim Lesen. Welche textuellen Untereinheiten gehören sinngemäß zusammen? Worum geht es beim Text bzw. bei dem gerade zu lesenden Textteil? Trägt der Sprachwechsel zur Signalisierung thematischer Zusammengehörigkeit bei?

Die Themen der Ansichtskarte sind bereits durch das Vorgedruckte stark geprägt. Das Ansichtskartenschreiben beginnt in gewisser Weise nicht erst mit dem Schreiben und hört auch nicht mit dem Schreiben auf. Dem Schreiben zeitlich vor- und nachgelagert finden Tätigkeiten wie vorher das Aussuchen und Anschaffen und später das Einwerfen der Ansichtskarte statt. Bevor Autor*innen mit dem Schreiben beginnen, ist das Thema *Ferienwelt* in der Regel bereits mit der Bildseite gegeben. Die Bildseite besteht in der Mehrzahl der Fälle aus örtlichen Motiven im Sinne touristischer Sehenswürdigkeiten, zudem häufig mit dem Ortsnamen beschriftet. Die Ansicht kann somit als allgegenwärtige Präsposition der Mitteilung gelten (vgl. dazu Kellenberger in diesem Band).

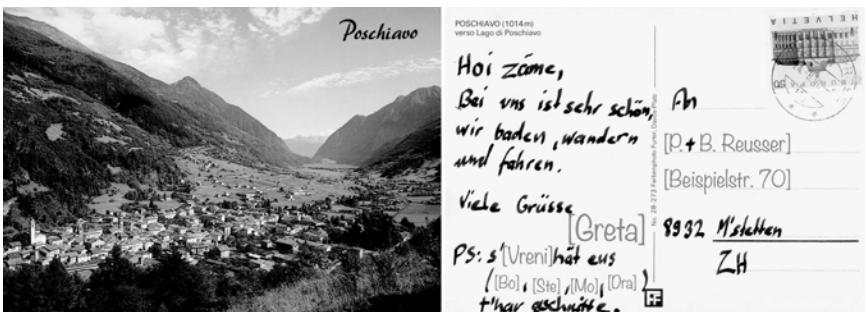
Neben der *Ferienwelt* wird das Thema *Privatwelt* durch die Druckschrift auf dem Adressfeld der Schriftseite eingeführt.

Abb. 5a und 5b: Ansichtskarte Müsli



Quelle: [anko] 60005, [anko] 60006

Abb. 5c und 5d: Ansichtskarte Haarschnitt



Quelle: 80123 und [anko] 80124

Transkript: Ciao [Monique]!/Kalimera! Im Moment sitzen wir in einem Beizli [in einer kleinen Kneipe] am Südstrand. Die Hitze ist unerträglich und wir warten sehnüchsig auf unser Coca. Hierher gelangten wir übrigens mit unserem Super-Jeep! Die ganze Insel haben wir schon unsicher gemacht. Alles ist hier wunderbar. Das Meer, das Wetter, die Leute und natürlich das Essen. Ciao, e ci vediamo il 5 agosto!/Baccioni!/[Liv]/[Bea]/PS: ig ha aues vou wiessi »Blöterli« am Rügge, d.h. ig due mi überau schinte! [mein Rücken ist voll mit weissen »Blatern, d.h. ich schäle mich überall!]/[Liv]/Hi Hi, [Bea]/PS: Ir Duschi heimer no nes Müsli – es ächt's! [In der Dusche haben wir noch ne Maus – eine echte!]/PS: 100 Alle weiteren Details folgen!!

Transkript: Hoi zäme [Hallo zusammen], Bei uns ist sehr schön, wir baden, wandern und fahren./Viele Grüsse/[Greta]/PS: s'[Vreni] hät eus ([Bo], [Ste], [Mo], [Dra]) t'har gschnitte [[Vreni] hat uns ([Bo], [Ste], [Mo], [Dra]) das Haar geschnitten].

Die thematische Abgrenzung der einzelnen Textuntereinheiten wird z.T. bereits durch die schon besprochenen Gliederungshinweise markiert. Die Nachträge in Karte 5b sind nicht nur durch die Abgrenzungssignale (»P.S.,«, Handschriftlichkeit (Schriftrichtung) sowie Schreibraumnutzung am Rand der Karte), sondern auch durch die Themen vom Haupttext getrennt. Im Hauptmitteilungstext wird das Thema *Ferienwelt* mit Referenzen auf Sonne, Hitze, Coca-Cola, Wetter, Meer, Leute vor Ort entwickelt, während die Nachträge von den negativen Ereignissen in den Ferien (Maus im Ferienhaus, Ausschläge am Rücken) auf Schweizerdeutsch berichten. Während die Ankündigung weiterer Ferienberichte (»PS: 100 Alle weiteren Details folgen!!«) auf Standarddeutsch erfolgt, ist die Abweichung vom zu erwartenden Ferienbericht in ihrer negativen Ausrichtung auf Schweizerdeutsch verfasst. Der Sprachwechsel signalisiert also einen Themawechsel. Ähnlich zeigt Karte 5d eine Differenzierung der Themen durch einen Sprachwechsel an. Während Themen wie die Ferienaktivitäten (Baden, Wandern oder Ausfahrten), die stereotypisiert zu Ferien gehören, im Haupttext platziert sind, ist das Nebenthema Haarschneiden (»PS: s'[Vreni] hät eus ([Bo], [Ste], [Mo], [Dra]) t'har gschnitte.« [Vreni] hat uns ([Bo], [Ste], [Mo], [Dra]) das Haar geschnitten) als Nachtrag auf Schweizerdeutsch verfasst.

Abb. 6: Ansichtskarte Zürich am Montag



Quelle: [anko] 40049

Transkript: a/3220m Höhe, 10.9.71/Liebes Fräulein [Baumann],/Flims Waldhaus begeistert mich auch diesmal. Ich war auf X Crap Sogu Sion & von dort entlang der Panoramastrasse; ein grossartiges Panorama und das Wetter ganz prächtig. Am So geht's wieder Züri zue [nach Zürich], am Mo fängt dann das »Nichtstun« an. Mal sehen, dass ich dabei nicht roste! Herzl. Grüsse entbietet Ihnen Ihre [C. Füllemann]

Zum Schweizerdeutsch gewechselt wird in diesem Fall im Übergang zur Thematisierung der *Privatwelt* (mit Zuhause, Wohnsitz, Arbeit) im Gegensatz zur *Ferienwelt*. So wird die Nicht-Ferienwelt durch den Sprachwechsel deutlich markiert: »Am So geht's wieder Züri zue, am Mo fängt dann das »Nichtstun« an.« (Am Sonntag geht's wieder nach Zürich, am Montag fängt dann das »Nichtstun« an). Die Abweichung von der normativen Urlaubsthemenvorlage⁴ ist hier also auch sprachlich markiert. Dabei handelt es sich jedoch um einen Grenzfall, da der Sprachwechsel hier nur aus einer Postposition »zue« und einer lokalen Abkürzung des Ortsnamens »Züri« besteht.

Abb. 7a und 7b: Ansichtskarte *guet heicho* und *das blödi Telephon!!*



Quelle: [anko] 50015 und [anko] 110249

Transkript: 25.8.81/Salve [Petra]!/Bisch guet heicho [Bist du gut nach Hause gekommen]? Ich tippel vom Gott-/hard nach Göschenen und wusste nicht mehr, wie die lieblichen weissen Sterne (langstielig, wie Hahnenfüessli) heissen (szackig). Keine Blumenkennerin war bei der Hand!! – Das +WortRätsel fand ich dann doch noch her-/aus. Es war nett mit Dir über dem Foopass (Dias ebenfalls nett.) Ein andermal! Tschüss! Herzlich/[Unterschrift]

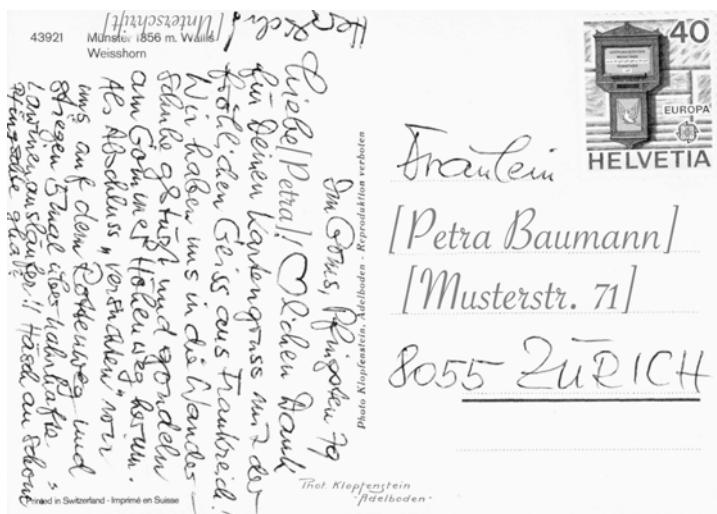
Transkript: 19.2.75/Unsere lieben Eltern,/ja das blödi Telefon!! I bi geschterverrückt gsi [ja, das blöde Telefon. Ich war gestern verrückt (verärgert) gewesen]! Aber heute fuhren wir wieder gut Ski. Doch bald gingen wir nach Hause, weil die Sichtverhältnisse schlecht wurden. Aber Gott sei Dank ging alles wieder gut. Wir freuen uns an jedem neuen Tag. Herzliche Grüsse senden/[Mia] + [Robi]

Auch in diesem Fall markiert der Sprachwechsel wieder den Übergang von der *Privatwelt* (hier mit den Komponenten Zuhause, Arbeit und Beziehung) zur *Ferienwelt*. So erscheint das Thema der Privatwelt auf Karte 7a und Karte 7b im Anschluss an die Anrede,

4 Unter der normativen Ferienthemenvorlage verstehe ich die *filler* der Urlaubsframeslots in Hau-sendorf 2019 (vgl. Kato et al. 2021 und Naef et al. in diesem Band). Es sind dies (in der Projek-tversion): Weather, Accommodation, Activity, Eating and Drinking, Feeling, Happenings, Location, Knowledge, Outward and Return Journey, Type, Reason, Weather, General. Dabei wird das Thema Extra-Diegetic als Nicht-Urlaub kategorisiert, während das Thema Urlaub sich so gliedert, dass der *filler* »General« als Oberthema von allen weiteren Kategorien definiert wird.

die den Kontakt herstellt, auf Schweizerdeutsch: »Bisch guet heicho?« (Bist Du gut nach Hause gekommen?) bzw. »ja das blödi Telephon!! I bi geschter verrückt gsi!« (Ja, das blöde Telefon. Ich war gestern verrückt (verärgert) gewesen). Das Thema der *Privatwelt* wird durch die Nennung gemeinsamer beziehungskommunikativer Ereignisse (letztes Treffen in Karte 7a und letztes Telefongespräch in Karte 7b) eingeführt. Danach wechseln die Autor*innen dann zum Standarddeutsch und mit ihm zum Thema der *Ferienwelt* (»Ich tippelte vom Gotthard nach Göschenen« bzw. »Aber heute fuhren wir wieder gut Ski«), was in dieser Systematik ein erstaunlicher Befund ist, belegt er doch sehr anschaulich die beziehungskonstitutive Funktion des Dialekts auch in der schriftsprachlichen Alltags- und Fernkommunikation.

Abb. 8: Ansichtskarte Häsch au schöni Pfingschte gha?



Quelle: [anko] 51349

Transkript: Im Goms, Pfingsten 79/Liebe [Petra]! [Zeichen eines Herzens]-lichen Dank für Deinen Kartengruß mit der fröhlichen Geiss aus Frankreich! Wir haben uns in die Wanderschuhe gestürzt und gondeln am Commer Höhenweg herum. Als Abschluss »versuchten« wir uns auf dem Rottenweg und stiegen 5mal über wahrhafte Lawinenausläufer!! Häsch au schöni Pfingschte gha [Hast Du schöne Pfingsten gehabt]?/Herzlich!/[Unterschrift]

Die *Privatwelt* zwischen den Kartenschreiber*innen und -empfänger*innen wird nicht nur im Anschluss an die Anrede am Anfang der Hauptmitteilung thematisiert, sondern auch am Ende der Hauptmitteilung vor dem Schlussgruß. Dabei wird der Empfängerin nach dem Ferienbericht (Wanderung in Goms) eine Frage gestellt: »Häsch au schöni Pfingschte gha?« (Hast Du schöne Pfingsten gehabt?). Der Sprachwechsel lässt sich als Verstärkung und Intensivierung der Aufforderung verstehen, mit der von der Empfängerin eine Antwort in der Zukunft erwartet wird – zugleich vielleicht ein Vorverweis auf die

Fortführung der Kommunikation im Medium der Mündlichkeit, was gut zum Dialektgebrauch passen würde.

Abb. 9a und 9b: Ansichtskarte Bisch dänn immer uf dä Leutsch? und frag de [Dean]



Quelle: [anko] 80435 und [anko] 210385

Transkript: Liebe [Clara]/habe Dir schon mehrmals telefoniert – doch leider er-/folglos. Habe Deine Geburtstagskarte erhalten und habe mich sehr darüber gefreut! Bin wieder für ein Wochenende in Paris bei Thierry. Montagabend fliege ich nach Hause und werde es nochmals versuchen, Dich zu erreichen. »Bisch dänn immer uf dä Leutsch [Bist Du dann immer unterwegs]?«/An grossa Chuss vo dä [Einen grossen Kuss von der] [Sofie]

Transkript: Liebe [Theresa]. [Unleserlich] Wetter sind wir mal hier mal dort: Lenzerheide, Toggenburg, Lägern, Schaffhausen u.s.w. Ich weine kartoffelgrosse Tränen, dass es kein Treffen gibt! Aber ... hoffentlich bald. Am Wochenende seid Ihr ja besetzt wie Du sagtest gell [oder]! Also chum bald go lisme s'wienachtet scho bald + frag de [Dean] wann er au chunnt [Also komm bald zum Stricken, es weihnachtet schon bald und frag [Dean] wenn er auch kommt]/[Unleserlich]

Ähnlich wie auf Karte 8 ist es auch auf Karte 9a eine Frage, die vom Sprachwechsel erfasst wird. Zunächst werden die telefonische Unerreichbarkeit und die baldige Heimkehr thematisiert. Dann wird angekündigt, dass man nochmals anrufen wird. Und es folgt »Bisch dänn immer uf dä Leutsch?« (Bist Du dann immer unterwegs?). Der Sprachwechsel signalisiert also auch in diesem Fall die Aufforderung zur Fortsetzung der Kommunikation in der Mündlichkeit: Die Empfängerin soll die Autorin anrufen, wenn sie nicht zu Hause ist. Auf Karte 9b, ähnlich wie auf Karte 9a, wechselt die Autorin von der *Ferienwelt* (Ferien-Wetter) zur *Privatwelt* und kontextualisiert diesen Welt- und Modalitätswechsel mit dem Wechsel zum Dialekt. Dabei nutzt sie den Imperativ »Also chum bald go lisme s'wienachtet scho bald + frag de [Dean] wann er au chunnt« (also komm bald zum Stricken, es weihnachtet schon bald und frag [Dean] wenn er auch kommt) zur direkten Adressierung. Der Sprachwechsel unterstützt also den direktiven, auffordernden Charakter der Mitteilung. Auf den Karten 9a und 9b signalisiert der Wechsel zum Schweizerdeutschen deshalb nicht nur einen Themenwechsel (von den Ferien auf die Beziehung),

sondern auch einen Wechsel der pragmatischen Funktion (vom Berichten hin zu einer Aufforderung). Leser und Empfänger werden also nicht nur zum Lesen, sondern auch zum Antworten verpflichtet. Aus Textsicht findet ein Funktionswechsel von der Darstellung zu Kontakt und Steuerung (i. S. v. Hausendorf & Kesselheim 2008: 139–169) und Textsortenwechsel (vom Ferienbericht zur Korrespondenz) statt.

Abschließend lässt sich festhalten, dass der Sprachwechsel einen Themenwechsel begleitet und kontextualisiert. Der Sprachwechsel unterstreicht thematische Wechsel zwischen Gegensatzpaaren wie *Ferienwelt* und *Privatwelt*, zwischen typischen und atypischen Ferienthemen, positiven und negativen Ferienberichten. Insbesondere tritt die Polarität von Ferienwelt vs. Zuhause/Arbeit und Ferienbericht vs. Beziehungspflege (Korrespondenz) hervor. Wir haben zudem gesehen, dass der Sprachwechsel zum Schweizerdeutschen eine Kontextualisierung des Themen-, Handlungs- und Textfunktions- sowie Textsortenwechsels leistet.

2.3 Verknüpfbarkeit

Die Verknüpfbarkeit der textuellen (Unter-)Einheiten (Hausendorf & Kesselheim 2008: 59–102; Hausendorf et al. 2017: 161–187) betrifft die Erwartung an den Gesamtzusammenhang der Textganzheit. Wie hängt der schon gelesene Textteil mit dem noch zu lesenden zusammen? Was trägt der Sprachwechsel zur Verknüpfbarkeit von Textteilen bei?

Die letzten beiden besprochenen Karten (9a und 9b) illustrieren, dass ein Sprachwechsel nicht nur einen Themen-, sondern auch einen Handlungswechsel markiert. Sprachwechsel signalisieren damit eine Veränderung gegenüber der vorherigen Textuntereinheit, was die pragmatische Adressierung des Lesers betrifft. Das gilt auch für die Verknüpfungen in einem Text.

Abb. 10a und 10b: Ansichtskarte Biberist und Ansichtskarte Rommé



Quelle: [anko] 20279 und [anko] 220375

Transkript: 15/1/91/Hoi [Monique]/Wie du siehst, gibt es recht viel zu sehen hier in Rio. Hier geniessen wir nun den Rest unseres Trips und lassen es uns noch ein wenig gut gehen um so richtig ger『stet zu sein für neu Pub-Treff's./Liebe Gruessli/[Reto]/[Peti]/Sorry Aber du muesch

verschtoh uf dire charte mues oppis speziell si [Sorry, aber Du musst verstehen auf deiner Karte muss etwas speziell sein] (Original: grossbuchstabiert)

Transkript: Sali mitenand,/wir geniessen unsere Winterferien auf den Brettern! Nach den Ferien ist's höchste Zeit für einen weiteren Spielabend, evtl. mit Rommée (wie schribt mer das [wie schreibt man das?]), wenn Ihr die Spielregeln noch habt .../Liebe Grüsse i. V./[AI.]

Der Sprachwechsel betrifft in diesen Fällen das Kommentieren des *schon* Geschriebenen, mit dem sich die Autor*innen rück- und selbstbezüglich auf Aspekte des Textes selbst beziehen und dafür sozusagen kurzzeitig aus der üblichen Verkettung ihrer Mitteilungen aussteigen. Karte 10a zeigt, dass der falsch geschriebene Ortsname des Empfängers durchgestrichen wurde und ein Accounting mit »Sorry Aber du muesch verschtoh uf dire charte mues oppis speziell si« (Sorry, aber Du muss[musst?] verstehen auf deiner Karte muss etwas speziell sein) am Rand der Karte platziert wurde. Hier verbindet sich die Sprachhandlung des Kommentierens des schon Geschriebenen mit der des Erklärens. Ein Kommentar zur Schreibkorrektur ist auch in Karte 10b zu beobachten. Die Unsicherheit der Rechtschreibung von Rommée (korrekt ist Rommé) löst den unmittelbaren Kommentar »(wie schribt mer das?)« (wie schreibt man das?) aus. Dass diese Kommentare im Dialekt eingefügt werden, zeigt ihren besonderen Status im Hinblick auf die Verknüpfung der Mitteilungen: Der Leser und die Leserin müssen den Übergang zur Ebene der Metakommunikation verstehen, was durch den Sprachwechsel unterstützt wird.

Abb. 11: Ansichtskarte Seevogel



Quelle: [anko] 60849

Transkript: an einem Donnerstag (?) auf irgendeinem Ostsee Insel (Zeist?)/Hellö! Seevogel ist also mass-los untertrieben, Sturm vogel wäre viel passender./Oder Zug-vögel – unsere Zeltauf-

stell-Rekordzeit liegt bei 3,472 min! – wir reisen an der Ostsee von Ost nach West./Leider ohne Erfolg bei der Bernsteinsuche und mit Baden wird das bei dieser steifen Brise auch nix. Schaaade, schaade. Stattdessen senden wir dir eine Strandmuschel (Zeichen von einer Muschel) (Smiley)/Stimmt gar nöd, mir händ kei [stimmt gar nicht, wir haben keine!] (Zeichen von einer Muschel)!/Ahjo... ! Bis bald wieder in heimischen Stürmen ... ! Liebe Grüsse/[Lisa]/[Oliver]/(Möw)

Karte 11 zeigt wieder, dass ein selbst- und rückbezüglicher Kommentar (hier im Sinne einer Korrektur) auf Schweizerdeutsch erfolgt: »Stimmt gar nöd, mir händ kei (Zeichen von einer Muschel)!« (stimmt gar nicht, wir haben keine!). Diese Korrektur widerspricht der vorherigen Aussage (»Schaade, schaade. Stattdessen senden wir dir eine Strandmuschel (Zeichen von einer Muschel)« und lässt sich als Wechsel der Modalität verstehen (z.B. im Sinne eines Scherzes). Der Sprachwechsel signalisiert hier ein anderes Footing⁵; mit der Aussage verändert sich die Modalität von ernst zu spielerisch: Die Korrektur soll als Scherz verstanden werden, anstatt als Beitrag zu einem wahrhaftig-seriösen Bericht. Das Codeswitching verdeutlicht den Footing-Wechsel, um ein potenzielles Verständnisproblem zu beseitigen. Neben der Textfunktion und dem Frame wechselt hier auch die Schreiberrolle von einer seriösen Urlaubsberichterstatterin zur spielerischen Urlaubsunterhalterin. Die Grundtextfunktion, d.h. »was mit dem Text getan werden sollte« (Hausendorf & Kesselheim 2008: 139), ändert sich durch den Sprachwechsel: Die grundlegende Textfunktion der Darstellung (für die die Wahrheit der Aussage von Relevanz ist) wechselt an dieser Stelle zur Funktion der Unterhaltsamkeit und Reflexion (»Selbst- und Rückbezüglichkeit des Textes auf die Sprache« i.S.v. Hausendorf & Kesselheim 2008: 160–161).

Abb. 12a und 12b: Ansichtskarte Wässerli und Ansichtskarte Regen-Schnee-Regen



Quelle: [anko] 21485 und [anko] 210487

Transkript: Liebe [Petra],/Schade, dass man in dieser herrlichen Weingegend so mittelmässige Wässerli [Kur-/Trinkwasser] trinken muss, aber was soll's stuet guet [tut gut]. Dir würde es

5 Goffman (1981, 128) erklärt den Footing-Wechsel folgendermaßen: »A change in footing implies a change in the alignment we take up to ourselves and the others present as expressed in the way we manage the production or reception of an utterance. A change in our footing is another way of talking about a change in our frame for events.«

sicher auch gut gefallen es scheint auch eine schöne Wandergegend zu sein. Viele liebe Grüsse u. auf Wiedersehen Deine/[Kerstin]

Transkript: 2 – 2 – 90/Meine Lieben,/Man kann nichts machen es isch eso – Räga [Regen] – Schnee – Räga. Doch in der Stube ist es kurzweilig und schon. Ganz liebe Grusse von Muetti

Neben der Korrektur dienen Kommentare auf Schweizerdeutsch auch der Bewertung des bereits Geschriebenen. Im Anschluss an den Bericht über das enttäuschende Ereignis in den Ferien (das schlecht schmeckende Kur-/Trinkwasser im schönen Weinland auf Karte 12a) löst der rückbezüglich-evaluative Kommentar auf Schweizerdeutsch Trost und Resignation aus: »Schade, dass man in dieser herrlichen Weingegend so mittelmässige Wässerli trinken muss, aber was soll's stuet guet.«. Ähnlich löst auf Karte 12b der schweizerdeutsche Kommentar über das schlechte Wetter Resignation aus: »Man kann nichts machen es isch eso – Räga – Schnee – Räga.«. Das Codeswitching signalisiert damit Selbstreflexion und -positionierung der Autor*innen gegenüber dem schon Geschriebenen und Geschehenen. Der Sprachenwechsel kontextualisiert den Wechsel der Sprechhandlung vom Assertivum zum Expressivum.

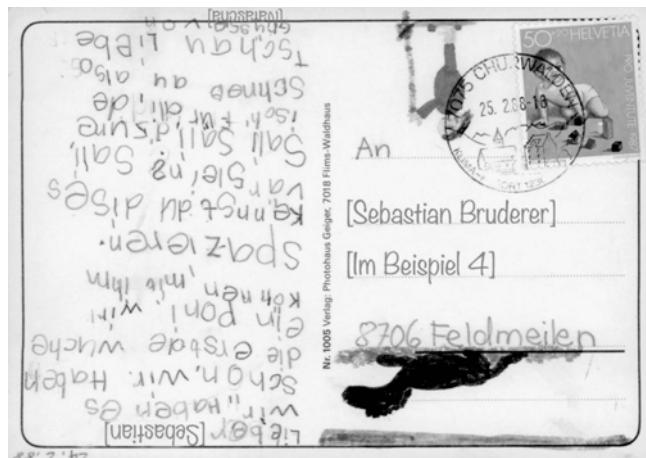
Zusammenfassend zeigt sich, dass der Sprachwechsel zur Hervorhebung des Kommentierens des zuvor Mitgeteilten dient und somit einen Beitrag zur textuellen Verknüpfung leistet. Es wurde aufgezeigt, dass das Codeswitching insbesondere einen Textfunktionswechsel von der Darstellung zur Reflexion und einen Wechsel des Footing signalisiert.

2.4 Intertextualität

Intertextualität (Hausendorf & Kesselheim 2008: 187–201; Hausendorf et al. 2017: 273–318; Fix 2000: 449) beschreibt den Bezug auf andere Texte und Textwelten beim Lesen. Welche anderen Texte sind für die Lektüre des gerade zu lesenden Textes relevant? Wir betrachten nun, welche Rolle der Sprachwechsel für die Intertextualität spielt.

Bezugnahmen auf einen anderen Text (d.h. Text-Text-Beziehungen) können explizit durch sprachliche Mittel wie Nachweise oder Wiedergaben (Zitate) kenntlich gemacht werden. Auf Ansichtskarten trifft man ausdrückliche Text-Text-Hinweise selten an. Karte 13 ist eines der wenigen Beispiele dafür. Zitiert wird (ohne Quellenangabe) ein Vers auf Mundart, der das Mittel der Wiederholung nutzt (»Kennst du dises Värslein? Sali, Sali, Sali s'sune isch'für ali, de Schnee au, also Tschau«). Man kann auch sagen: Der Wechsel zur Mundart macht die Textwiedergabe deutlich (im Sinne einer Art von Vielstimmigkeit (Polyphonie)), ersetzt also in gewisser Weise die Markierung des Zitats z.B. durch (die hier entsprechend fehlenden) Anführungszeichen. Für Intertextualitätshinweise ist es unerheblich, ob es die zitierten Texte außerhalb des Textes tatsächlich gibt, so dass es in diesem Fall offenbleiben kann, ob das fragliche »Värslein« nicht gerade erst für die Karte und den Empfänger erfunden worden ist. Interessant ist, dass die Ankündigung suggeriert, dass es das Verslein tatsächlich gibt (»Kennst du ...«).

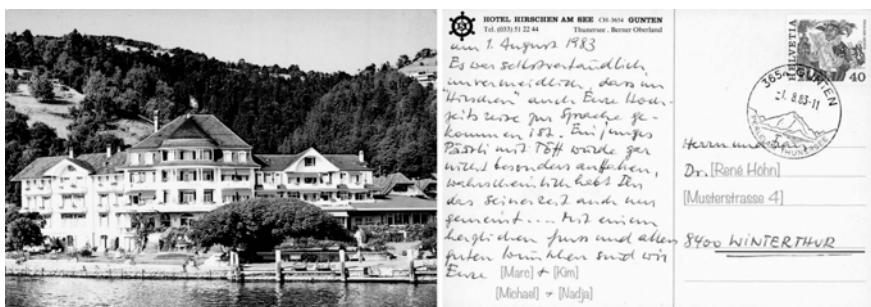
Abb. 13: Ansichtskarte Sali Sali Sali



Quelle: [anko] 161121

Transkript: 24.2.88/Lieber [Sebastian]/wir haben es schön. Wir. Haben die erstde wuche ein poni. wir können mit ihm spazieren. Kennst du dises Värslein? Sali, Sali, Sali d'sune isch `für ali, de Schnee au, also Tschau [Hallo, Hallo, Hallo die Sonne ist für alle, der Schnee auch, also Tschau] Liebe Grüsse von [Natasha]

Abb. 14a und 14b: Ansichtskarte Hotel Hirschen



Quelle: [anko] 250515

Transkript: am 1. August 1983/Es war selbstverständlich unvermeidlich, dass im »Hirschen« auch Eure Hoch-/zeitsreise zur Sprache gekommen ist. Ein junges Päärli [Paar] mit Töff [Motorrad] würde gar nicht besonders auffallen, wahrscheinlich habt Ihr das seinerzeit auch nur gemeint Mit einem herzlichen Gruss und allen guten Wünschen sind wir/Eure [Marc] + [Kim] + [Nadja] + [Michael]

Der Sprachwechsel kann auch die Bezugnahme auf etwas bereits Gesprochenes andeuten. So beruht die Intertextualität in der Ansichtskarte 14b auf dem gemeinsamen Diskurs, insbesondere dem geteilten Wissen.

Die Karte nimmt mit einem Anführungs- und Schlusszeichen Bezug zum Hotel »Hirschen«, welches bereits auf der Bildseite sichtbar ist. Der Sprachwechsel bei der Referenz auf die Empfänger (von Ihr (»Eure«) zu »ein junges Päärli mit Töff«) legt nahe, dass es sich um eine Wendung aus der mündlichen Kommunikation handelt, die den Empfänger*innen bereits bekannt ist (im Sinne eines Insider-Spruches) und hier entsprechend zitiert wird. Intertextualität ergibt sich in diesem Fall aus der Quelle der Vertrautheit, die gemeinsames Wissen durch vorausgehende mündliche Kommunikationen zwischen Kartenautor*innen und -empfänger*innen ergibt – was auch den für Außenstehende leicht kryptischen Inhalt der Karte erklärt.

Im Vergleich zum Codeswitching vom Standarddeutschen zum Schweizerdeutschen leistet der Sprachwechsel zur Sprache des Urlaubsortes der Schreiber*innen primär und in der Regel eine Bezugnahme nicht auf konkrete Texte, sondern auf unspezifische Textwelten. Die Text-Textwelt-Bezugnahme (Fix 2000: 449) kann z.B. durch Eigennamen, Schlüsselworte und Topoi/Motive gewährleistet werden (Hausendorf & Kesselheim 2008: 196–201). Bereits im Kapitel 2.1 wurde gezeigt, dass der Bezug auf das Thema der Welt der Ferien durch einen Sprachwechsel zugunsten der Urlaubsprache verstärkt werden kann. Karte 2 aus Lugano beginnt mit der Anrede »Cara mia« und endet mit der Unterschrift »[Daniela] e [Flavio]«. Und Karte 5b aus Griechenland verwendet den Gruß »Calimera«. In der jeweiligen Ortssprache weisen diese Textbausteine prototypisch auf die *Ferienwelt* hin. Nicht zufällig finden sich auf Karten aus dem englischsprachigen und italienischsprachigen Raum deshalb immer wieder Grußfloskeln in Ortssprache (»how are you«, »see you soon« sowie »have a nice time«, »I am having such a good time«, resp. »Tanti saluti«, »Cari Saluti«, »Baci«). Besonders auffällig sind dabei Eigennamen für Städte (wie »Milano«, »Napoli«, »Firenze«, »Roma«) oder Regionen (»Toscana«, »Sicilia«, »Scotland«), die in der lokalen Sprache wiedergegeben werden. Ebenfalls verbreitet sind touristische Floskeln (*lingua touristica*) in Ortssprache wie »good old England« oder »dolce fa(r) niente«, »bella italia«. Auf Karten aus Italien werden außerdem häufig Ausdrücke aus der Speisekarte in Ortssprache wiedergegeben (»vino«, »gelati«, »piatti«, »ristorante«). Der Effekt des Lokalkolorits, der damit erzielt werden soll, ist unmittelbar mit dem Sprachwechsel verknüpft und lässt sich durchaus als Hinweis auf die lokalen Textwelten (der Mündlichkeit des Grüssens und Sich-Verabschiedens, des Essens und Trinkens) verstehen, also als Intertextualitätshinweis im Sinne des *schon* Gehörten oder Gesehenen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Codeswitching zur Ortssprache am häufigsten auftaucht, um Intertextualität herzustellen (im Sinne von Text-Textwelt-Bezügen). Je nach Sprache, zu der gewechselt wird, finden sich eigene intertextuelle Merkmale wie Eigennamen, touristische Ortsnamen oder Lokalkolorit. Der Sprachwechsel zum Schweizerdeutschen hat im [anko]-Korpus dagegen nur punktuell die Funktion eines intertextuellen Verweises.

3 Pragmatische Nützlichkeit: Diskussion und Zusammenfassung

In diesem Beitrag wurde empirisch untersucht, was Sprachwechsel auf der Ansichtskarte für die Textualität der Mitteilungen leisten. Häufig geht mit Sprachwechseln ein auch textuell relevanter Wechsel im Sinne eines der Textualitätsmerkmale einher. Das entspricht der Auffassung des Sprachwechsels bei Auer & Eastman (2010: 97), die Codeswitching als Signal des »Otherness« of the upcoming contextual frame« und als Leistung von »change of footing« zusammengefasst haben. In diesem Beitrag konnte mit Bezug auf den Sprachwechsel auf Ansichtskarten und speziell mit Bezug auf den Wechsel zwischen Standarddeutsch und Schweizerdeutsch im Einzelnen gezeigt werden:

- Sprachwechsel unterstützen die Gliederungshinweise, indem sie textuelle Untereinheiten und einen damit verbundenen Schreiberwechsel markieren.
- Sprachwechsel können auch Themenwechsel zwischen der Ferienwelt und Privatwelt einleiten sowie Wechsel von stereotyp erwartbaren zu atypischen Themen.
- Sprachwechsel signalisieren außerdem einen Footing-Wechsel und den Verweis auf etwas außerhalb des Textes Vorhandenes (Intertextualität) sowie den Wechsel der Textfunktion zwischen der Darstellung (Ferienbericht) und der Kontakt herstellung (Kapitel 2.2) und Steuerung (Kapitel 2.2), Unterhaltung (Kapitel 2.3) und Reflexion (Kapitel 2.3).
- Im Vergleich zwischen dem Wechsel zum Schweizerdeutschen und dem Wechsel zur Ortssprache (Urlaubsort des Verfassers) zeigt sich, dass der Einsatz der Ortssprache primär als Hinweis auf die Intertextualität im Sinne von Text-Textwelt-Bezügen funktioniert.
- Im Vergleich zum Wechsel zur Ortssprache hat der Wechsel zum Schweizerdeutschen eine andere Musterhaftigkeit des Sprachgebrauchs gezeigt.

Die Ergebnisse legen nahe, dass der Sprachwechsel auf Ansichtskarten eine textfunktionelle Bedeutung im Sinne der Textualitätsmerkmale hat, ähnlich wie das auch für andere Textsorten in der Privatkommunikation gezeigt werden konnte. Sprachwechsel kommt etwa auch in SMS-Kommunikation vor, z.B. als Anfangs- und Schlussgruß oder Forderung (vgl. Cathomas et al. 2015: 14) oder für Gruß und Anrede sowie Verortung der Absender und Empfänger (vgl. Pekarek Doehler 2013: 61–64). In diesem Beitrag sind wir nicht speziell auf die Verbindung des Codeswitching mit dem Ausdruck von Expressivität und Affektivität eingegangen (wie das z.B. bei Pekarek Doehler 2013 geschieht). Auch haben wir nicht speziell das Schweizerdeutsche als Sprache der »Emotionalität«, »Authentizität« oder »Personalisierung« (Werlen 1997) betrachtet und auch nicht die Diskussion über Identität und Globalisierung in der multilingualen Gesellschaft (vgl. z.B. Lee 2015) einzbezogen. Wie die vorgelegten Beispiele zeigen, dürfte es sich lohnen, die Sprachwechsel im [anko]-Korpus auch in diesen Bereichen systematisch auszuwerten.

Literatur

- Auer, Peter/Eastman, Carol M. (2010): Code-switching. In: Jürgen Jaspers/Jan-Ola Östman/Jef Verschueren (Hg.): Society and Language Use. Amsterdam: Benjamins (= Handbook of Pragmatics Highlights Vol. 7). 84–112.
- Brommer, Sarah (2014): Wird Standarddeutsch für Deutschschweizer aufgrund der neuen Medien zur Fremdsprache? Anmerkungen zu einem Topos des sprachreflexiven Diskurses. In: Deutschblätter 66, 53–62.
- Cathomas, Claudia/Morel, Etienne/Bucher, Claudia/Feretti, Nicola. (2015): Same same but different: Code-Switching in Schweizer SMS – ein Vergleich zwischen vier Sprachen. In: Travaux neuchâtelois de linguistique 63, 171–189.
- Christen, Helen (2004): Dialekt-Schreiben oder »sorry ech hassä Text schribä«. In: Elvira Glaser/Peter Ott/Rudolf Schwarzenbach (Hg.): Alemannisch im Sprachvergleich. Wiesbaden: Franz Steiner Verlag, 71–85.
- Dieth, Eugen (1938): Schwyzerütschi Dialäktschrift: Leitfaden nach den Beschlüssen der Schriftkommission der Neuen helvetischen Gesellschaft, Gruppe Zürich. Zürich: O. Füssli
- Fix, Ulla (2000): Aspekte der Intertextualität. In: Klaus Briker/Gert Antos/Wolfgang Heinemann/Sven Sager (Hg.): Text- und Gesprächslinguistik. Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science (HSK). Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 449–457.
- Goffman, Erving (1981): Forms of Talk. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Gumperz, John J (1982): Discourse Strategies. Cambridge: Cambridge University Press
- Häckli Buhofer, Annelies (1985): Schriftlichkeit im Alltag: theoretische und empirische Aspekte – am Beispiel eines Schweizer Industriebetriebs. Bern: Peter Lang.
- 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 [01.08.2021].
- 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 Kulturana- lyse. Berlin/Boston: De Gruyter (= Reihe Germanistische Linguistik 314), 293–321.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2008): Textlinguistik fürs Examen. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko/Breitholz, Martina (2017): Textkommunikation: Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Kato, Hiloko/Naef, Marcel/Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas (2021). »Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben« – Eine text- und korpuslinguistische Untersuchung der Lesbarkeitsquellen kleiner Texte am Beispiel der Ansichtskarte. In: Steffen Pappert/Kersten Sven Roth (Hg.): Kleine Texte. Bern: Peter Lang, 71–116.

- Lage-Müller, Kathrin von der (1995): Text und Tod. Eine handlungstheoretisch orientierte Textsortenbeschreibung am Beispiel der Todesanzeige in der deutschsprachigen Schweiz. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Lee, Carmen (2015): Multilingual resources and practices in digital communication. In: Alexandra Georgakopoulou/Tereza Spilioti (Hg.): *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. London: Routledge, 118–132.
- Lötscher, Andreas (1989). Probleme und Problemlösungen bei der Mundartschreibung des Schweizerdeutschen. In: Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik, 56 (3), 273–297.
- Myers-Scotton, Carol (1998): Code-Switching. In: Florian Coulmas (Hg.): *The Handbook of Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell, 217–237.
- Pekarek Doepler, Simona (2013): Hallo! Voulez vous luncer avec moi hüt? Le »code switching« dans la communication par SMS. In: *Linguistik Online*, 48 (4/11), 49–70. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/333/500> [05.08.2021]
- Petkova, Marina (2012): Die Deutschschweizer Diglossie: eine Kategorie mit fuzzy boundaries. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 42 (4), 126–154.
- Poplack, Shana. (2008). Code-Switching. In: Ulrich Ammon,/Norbert Dittmar/Klaus Mattheier/Peter Trudgill (Hg.): *Soziolinguistik, Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (HSK)*, Bd. 1, Berlin/New York: De Gruyter Mouton. 589–596.
- Ruoss, Emanuel (2019): Schweizerdeutsch und Sprachbewusstsein: zur Konsolidierung der Deutschschweizer Diglossie im 19. Jahrhundert. Berlin: De Gruyter
- Scharloth, Joachim (2005): Asymmetrische Plurizentrität und Sprachbewusstsein. Einstellungen der Deutschschweizer zum Standarddeutschen. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik 33 (2), 236–267.
- Scherrer, Yves/Samardžić, Tanja/Glaser, Elvira (2019): ArchiMob: Ein multidialektales Korpus schweizerdeutscher Spontansprache. *Linguistik Online*, 98 (5), 425–454. Online unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/5947/8191> [22.08.2021]
- Siebenhaar, Beat (2005): Die dialektale Verankerung regionaler Chats in der deutschsprachigen Schweiz. In: Eckhard Eggers/Jürgen Erich Schmidt/Dieter Stellmacher (Hg.): *Moderne Dialekte – Neue Dialektologie*. Stuttgart: Steiner (ZDL-Beiheft 130), 691–717.
- Sieber, Peter/Sitta, Horst (1987): Deutsch in der Schweiz. In: Zeitschrift für Germanistik 8 (4), 389–401.
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Hausendorf, Heiko (2018): Building a Corpus from Handwritten Picture Postcards: Transcription, Annotation and Part-of-Speech Tagging. In: Nicoletta Calzolari/Khalid Choukri/Christopher Cieri/Thierry Declerck/Sara Goggi/Koiti Hasida/Hitoshi Isahara/Bente Maegaard/Joseph Mariani/Hélène Mazo/Asuncion Moreno/Jan Odijk/Stelios Piperidis/Takenobu Tokunaga (Hg.): *Proceeding of the 11th International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'18)*, 255–259.
- Werlen, Iwar (1998): Mediale Diglossie oder asymmetrische Zweisprachigkeit? Mundart und Hochsprache in der deutschen Schweiz. In: *Babylonia* 1, 22–35.

Werlen, Iwar (2004): Zur Sprachsituation der Schweiz mit besonderer Berücksichtigung der Diglossie in der Deutschschweiz. In: *bulletin vals/asla* 79, 1–30.

Wie kurz ist eine Ansichtskarte?

Jan Langenhorst

1 Einleitung

Die Befassung mit Ansichtskarten beinhaltet immer auch, dass sie als kurze bzw. kleine Texte besprochen werden (z.B. Kato et al. 2021, Hausendorf 2009), dass also die Bedeutung des begrenzten Umfangs, der aus der physischen Beschränkung des Textfeldes resultiert, für die Ansichtskarte als *Text* reflektiert wird. Ansichtskarten sind so gefasst einfache, formelhafte und unmittelbar praktische Texte (Hausendorf 2009). Die aus der Begrenztheit des Textfeldes folgende Kürze der Textsorte soll in diesem Beitrag als ein eigener Untersuchungsgegenstand besprochen werden. Dabei wird als Datengrundlage mit dem rund 12.000 Texte umfassenden Schweizer Ansichtskartenkorpus [anko] gearbeitet, welches aus digitalisierten und annotierten Ansichtskarten kompiliert wurde (vgl. Sugisaki, Wiedmer & Calleri in diesem Band). Dieses soll teils auf synchroner, besonders aber auf diachroner Ebene erschlossen werden.

Es soll mithilfe korpuslinguistischer Methodik untersucht werden, inwiefern die Textlänge der Ansichtskartentexte einer diachronen Entwicklung unterlag und inwiefern sich Muster bei der Verwendung von Abkürzungen als einem Mittel, Texte auf graphematischer Ebene zu verkürzen, feststellen lassen: In Kapitel 2 wird die Kürze der Ansichtskarte nicht einfach vorausgesetzt, sondern es wird nachvollzogen, inwiefern es spezifische, unterschiedliche Textlängen in [anko] gibt, welche Formen von Texten sich für diese wiederum als repräsentativ erweisen und wie sich die Verteilung der verschiedenen Textlängen in [anko] seit den Fünfzigern entwickelt hat. Anschließend wird in Kapitel 3 mit der Verwendung von Abkürzungen eine Form schriftsprachlicher Kompression untersucht, welche in [anko] äußerst frequent auftritt. Es soll sich also von der Makroebene – der Textlänge und ihrer diachronen Entwicklung – auf eine Mikroebene – graphematische Besonderheiten und ihr bedingtes Auftreten – bewegen und aufgezeigt werden, inwiefern beide Untersuchungsgegenstände miteinander verschränkt sind. Die besprochenen Phänomene werden dabei zuerst an Einzelbelegen exemplifiziert, um sich anschließend von diesen zu lösen und zu einem explorativ-quantitativen Vorgehen überzugehen, das eine Gesamtanschau über die vorhandenen Daten ermöglicht. Damit soll sowohl ein Beitrag zur Erforschung der verschiedenen Phänomene der Sprachökonomie (z.B. Siever 2011; Bär, Roelcke & Steinhauer 2007) als

auch zur Genese und Spezifität der Textsorte Ansichtskarte auf Grundlage von [anko] geleistet werden.

Dabei wird mit einem Subkorpus aus sämtlichen Karten gearbeitet, die zwischen 1950 und 2016 verfasst wurden. Da nicht bei allen transkribierten Karten das Datum zu entziffern war, ist durch die vorliegende Annotation nicht jede Karte, die im Gesamtkorpus enthalten ist, einem Jahrzehnt zuzuordnen. Die betreffenden Karten wurden nicht miteinbezogen. Ebenso wurden die Ansichtskarten vor 1950 nicht miteinbezogen, da hier für jedes Jahrzehnt nur unter Hundert Belege vorlagen. Insgesamt blieben noch 9771 Karten für die Auswertung übrig.

2 Textlänge

2.1 Überblick

Die Nachrichten auf Ansichtskarten sind kurze Texte. Holzheid (2011: 213) berichtet, dass auch die Postkarte im Allgemeinen seit ihrer Einführung »als Träger kleiner Botschaften« verstanden wird. Dies liegt selbstverständlich erst einmal daran, dass den Autor:innen begrenzter Platz zur Verfügung steht. Aber wie kurz sind diese Texte eigentlich genau? Wie weit wird der begrenzte Platz beim Verfassen von Urlaubsgrüßen ausgenutzt? Bei der Durchsicht der einzelnen Belege finden sich neben Karten, auf denen nur wenige Wörter notiert wurden, auch solche, die mit kleiner Schrift vollständig ausgefüllt sind. Auch Holzheid stellt in ihrem Korpus aus Postkarten eine solche Bandbreite von knappen Notizen bis hin zu »mikrografischen Kunststück[en]« fest (ebd.; vgl. auch Hausendorf 2019: 299). Durch Kato et al. (2021) wurden – gefasst unter dem Begriff der *Akkomodativität* – bereits die Formen untersucht, in denen Autor:innen ihren Text an den begrenzten Platz anpassen und welche unterschiedlichen Typen von Texten so entstehen bzw. welche konkreten Textfunktionen in den Vordergrund treten, wenn man kurze und lange Karten gesondert untersucht (vgl. insb. 95–102). Solche feinkörnigeren Analysen der Eigenschaften kurzer und langer Karten in [anko] sollen im Folgenden nicht geleistet werden. Trotzdem werden die Extreme der ganz kurzen und ganz langen Karte knapp vorgestellt.

Der mit Abstand längste Text in [anko] umfasst 348 Wörter¹ ([anko] 301653, Abb. 1) und dies ist mehr oder weniger das Maximum an Text, das sich auf einer Ansichtskarte unterbringen lässt: Gedruckter Text am Rand der Karte musste überschrieben werden, um noch die vollständige Nachricht unterzubringen. Die Linie zwischen der Seite der Karte, auf der das Adressfeld zu finden ist, und der Seite, auf die der eigentliche Text geschrieben werden soll, wird mit der ersten Zeile überschrieben (vgl. – auch zum selben Beleg – Kato et al. 2021: 99–101):

¹ ›Wort< ist im Folgenden als Wortform i.S.v. tokenisierter Einheit im Korpus gemeint, dazu zählen auch Satzzeichen u.Ä. Näheres zur Tokenisierung und Satzsegmentierung in [anko] in Sugisaki (2017).

Abb. 1: Die längste Ansichtskarte im Korpus, 1969 gesendet von Beirut nach Wuppertal



Quelle: [anko] 301653

Transkript: Beirut, d. 18.4.1969/Ihr Lieben!/Wie sehr haben wir uns über Euren Brief gefreut. Es ist schön, auch in der Fremde Post, und damit eine Verbindung nach »zu Hause« zu bekommen. Besonders hat uns gefreut, daß es dem Spatz so gut geht und gefällt mir das er sich anscheinend doch gut einlebt. So können wir ganz ruhig sein. Hoffentlich macht [unclear] doch zuviel Arbeit. Wir haben ein ganz schlechtes Gewissen, daß wir nicht schon wieder geschrieben haben, aber unsere Tage waren so ausgefüllt, da wir meistens abends erst um 12 Uhr (oder später) müde ins Bett fanden. Das Wetter war häufig nicht so gut (wolkig, sehr windig und zeitweise Regen), sodaß wir den Strand nicht lohnend genug war und wir viel unternommen haben. ([unclear] leicht groß, Damaskus, dann sind wir von Leuten aus der Gemeinde ans [unclear] mitgenommen worden zu [unclear] in die Berge und weitere Umgebung von Beirut, so daß wir das Land in seiner Vielseitigkeit kennen lernen konnten. Zusätzlich hatten wir verdentlich abends Besuch oder wir waren oft im Pfarrhaus, wo wir viele interessante Leute kennenlernen konnten und von Ihren Tätigkeiten hörten (z.B. [unclear] angestellt von Brot für die Welt, der in Vorderasien die Verhältnisse der Entwicklungshilfe und Mission prüfte, oder der [unclear] in Athen usw.) die Diskussionen waren immer interessant und wir bekamen einen Eindruck von den Problemen der Auslandsgemeinden. Ab heute wollen wir nun endlich »faulenzen« und gemütl. Urlaub machen, wenn das Wetter sonnig bleibt. Wir haben viele Bilder + Filme gemacht und werden viel zu erzählen haben. Es hat sich sehr gelohnt. Aber nur haben wir jetzt mal »Schlaf- und Ruhe« verdient.

Euch Lieben recht liebe herzliche Grüße von hier und viele Küßchen für den Spatz, drückt ihn mal ordentlich von uns.

Herzlichst

Eure [Gerda] und ebenso herzliche Grüße von Eurem [Siegmund]
(unleserliche Wörter wurden bei der Transkription durch [unclear] ersetzt)

In diesem Text wird ein Aufenthalt im Nahen Osten beschrieben, der gleichzeitig Urlaub und eine Art Dienstreise ist. Es wird ausführlich auf vorausgegangene Kommunikation eingegangen und auch Themen besprochen, die mit der Reise nichts zu tun haben – gleichzeitig werden schon prototypische Urlaubsthemen wie das Wetter und der Strand benannt. Der Text weist einen hohen Grad an Detaillierung auf. Inhaltlich wird nicht einfach ein Urlaubaufenthalt vorgestellt, indem zu den klassischen Themen der Ansichtskarte ein Satz ›ingeschrieben‹ wird – vielmehr entsteht ein Hin und Her von ›eigentlichem‹ Urlaub und den sonstigen Gesichtspunkten der Reise. Die Einleitung ist schon so lang, wie viele Ansichtskarten es insgesamt sind, und mehrmals werden Einschübe in Klammern verwendet. Die Vielfalt von Elementen des Aufenthalts, die in der Erzählung untergebracht werden soll, steht dann im Widerspruch zum Raum, den die Karte für das Schreiben gibt, und in Klammern wird kompakt untergebracht, was ausformuliert im Weg wäre. Dass das erzählerische Moment von Ansichtskartentexten zunimmt, je länger sie werden, gilt nicht nur für dieses Extrembeispiel, sondern ganz allgemein (vgl. Kato et al. 2021: 102–107). Nun soll das andere Extrem, nämlich sehr kurze Ansichtskarten, betrachtet werden (Abb. 2).

Abb. 2: »Klaus grüßt Martin«



Quelle: [anko] 150477

Insgesamt gibt es in [anko] ganze 744 Texte, die aus zehn oder weniger Wörtern bestehen. In »*Klaus grüßt Martin!*« ([anko] 150477) ist der Text tatsächlich nur auf ein wesentliches Element heruntergebrochen – das Grüßen. Der Text konnte bequem diagonal über das Textfeld verteilt werden. Tatsächlich sind fast alle ganz kurzen Karten solche, auf denen nur der Gruß ›ausgesprochen‹ wird (vgl. Kato et al. 2021: 90–91). Der Text übernimmt hier in erster Linie bzw. oft ausschließlich die Kontakt- und Belegfunktion (vgl. ebd.) und kann auf eine Art fast überflüssig erscheinen, da nur noch einmal aufgeschrieben wird, was die Karte ohnehin leisten soll bzw. was die Karte bereits zu leisten vermag, wenn sie noch gar nicht mit Text versehen ist (vgl. Hausendorf 2019: 300). Denn es macht die Ansichtskarte – die ja an der Bildseite schon als solche erkannt wird – mit aus, dass sie als Urlaubsgruß verstanden wird, ohne dass der Text überhaupt wahrgenommen werden muss (vgl. Hausendorf 2008: 332; vgl. auch Hausendorf et al. 2017: 320). Im Gegensatz zu diesem Befund stellt Holzheid (2011) fest, dass es in ihrer Postkartensammlung gerade die Grußelemente sind, die *wegfallen*, wenn eine Karte sehr kurz ist (vgl. 214–215). Auch dies lässt sich darüber erklären, dass andere Postkartentypen offener sind, was ihren Inhalt angeht. Es scheint sich also bei einem anders gelagerten kommunikativen Bedarf so zu verhalten, dass der ›eigentliche Inhalt‹ als das Notwendigste aufgeschrieben wird. Eine Karte wie »*Klaus grüßt Martin!*« ist hingegen das Äquivalent zu einer Geburtstagskarte, auf die z.B. »*Alles Gute zum Fünfzigsten!*« schon gedruckt ist, aber der Glückwunsch noch einmal handschriftlich von den Autor:innen wiederholt wird – um eben ein Stück *persönlicher* Kommunikation zu schaffen. Anders als bei der Geburtstagskarte gäbe es ja vom Urlaub etwas zu berichten, was man aber nun entweder bewusst auslässt, weil man es für nicht so wichtig hält, oder aber man kommt gar nicht auf den Gedanken, noch mehr zu schreiben. Ein solcher Text ist zudem interessant, weil er – dadurch, dass er nur aus einem Satz besteht – eigentlich ja schon an der Grenze dessen ist, was gemeinhin als *Text* verstanden wird. Diese Karten sind prototypische ›kleine Texte‹, was die von Hausendorf vorgeschlagenen Merkmale betrifft (2009: 6):

- Größe: »kleine« Texte sind oftmals »klein« im Sinne von kleinräumig-überschaubar;
- Komplexität: »kleine« Texte sind oftmals »einfach« (und bestehen nur aus einem Wort, einem Satz oder einem »Spruch«);
- Funktionalität: »kleine« Texte sind oftmals unmittelbar »praktisch«, auf einen handgreiflichen Zweck bezogen;
- Gestaltung: »kleine« Texte sind oftmals sehr schablonenhaft und stereotyp (so dass man ihr Ende vorher sagen kann);
- Anspruch: »kleine« Texte sind oftmals nicht sehr ambitioniert, ihre sprachliche Gestaltung ist in vielen Fällen unaufwendig.

Dass *Klaus grüßt Martin!* diesen Kriterien entspricht, ist augenfällig. Aber auch unser ganz langes Beispiel lässt sich mit diesen Kriterien fassen, wobei hier jeweils die Einordnung nicht ganz eindeutig erscheint: Die *Größe* wird ausgereizt. Die *Komplexität* wird erhöht, indem mit Einschüben gearbeitet und sehr unterschiedliche Themen verhandelt werden. Die *Funktionalität* wird erweitert, indem neben das Grüßen aus dem Urlaub und Berichten vom Urlaub noch ein zusätzlicher Bericht tritt. Die *Gestaltung* hebt sich – durch die erweiterte Funktionalität – ebenfalls vom klassischen Kartentext ab. Beim *Anspruch*

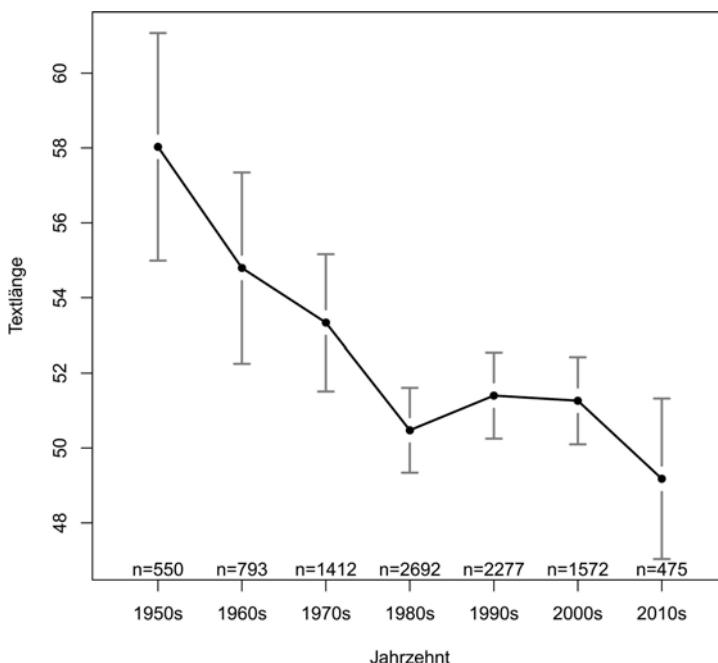
kann man feststellen, dass sich im Sinne des verwendeten Stils wohl keine großen Unterschiede zu anderen Karten erkennen lassen.

Nachdem nun die beiden Extreme der Textlängen auf Ansichtskarten vorgestellt wurden – detailliertes Erzählen mit vielen Einschüben und ein einfacher Gruß –, soll im nächsten Schritt untersucht werden, wie die verschiedenen Textlängen über das gesamte Korpus verteilt sind und inwiefern sich diachron Muster von Textlängen herausgebildet haben.

2.2 Verteilung und Entwicklung der Textlängen

Der durchschnittliche Ansichtskartentext in [anko] ist über die hier untersuchte Zeit von 1950 bis 2016 hinweg ca. 52 Wörter lang. Er sinkt über den besagten Zeitraum von ca. 58 Wörtern pro Karte auf ca. 49 Wörter pro Karte (Abb. 3). Als erster Befund lässt sich also festhalten, dass der Ansichtskartentext in [anko] zwar eine kurze Textsorte ist, dabei aber zwischen den Fünfzigern und den Zweitausendzehnern immer kürzer geworden ist, während sich bei der Größe des Textfeldes, welche das Maximum an Textumfang bestimmt, keine stetige Verkleinerung feststellen lässt.²

Abb. 3 : Durchschnittliche Anzahl von Wörtern pro Karte nach Jahrzehnt. Fehlerbalken zeigen 95%-Konfidenzintervalle.



² Dies lässt sich nicht vollständig klären, da eine grafische Auswertung der Scans vonnöten wäre. Bei der Durchsicht der Karten in [anko] ist jedenfalls keine entsprechende stetige Verkleinerung des Textfeldes zu erkennen.

Neben der Betrachtung der durchschnittlichen Textlänge ist auch die Häufigkeitsverteilung der Textlängen von Interesse (Tab. 1, Abb. 4). Auch wenn die Interpretation der Streuung durch die unterschiedlich großen Subkorpora pro Jahrzehnt sowie durch die abweichenden Mittel etwas erschwert ist, so lässt sich doch ein Trend zu einer Vereinheitlichung der Textlängen feststellen – von Jahrzehnt zu Jahrzehnt scheint die Textlänge weniger zu streuen.

Tab. 1: Textlänge in [anko] nach Jahrzehnt

Jahrzehnt	Anzahl Karten	Mittelwert	Median	Standardabweichung	Mittlere absolute Abweichung	Variationskoeffizient
1950er	550	58.03	56	36.31	26.5	62.57 %
1960er	793	54.8	52	36.57	25	66.75 %
1970er	1412	53.34	49	34.96	24	65.54 %
1980er	2692	50.47	47	30.05	19	59.55 %
1990er	2277	51.4	47	27.94	17	54.36 %
2000er	1572	51.26	49	23.52	14	45.9 %
2010er	475	49.18	46	23.79	13	48.37 %

Abb. 4: Textlängenverteilung nach Jahrzehnten. Breite der Boxen proportional zur Anzahl der Karten des jeweiligen Jahrzehnts

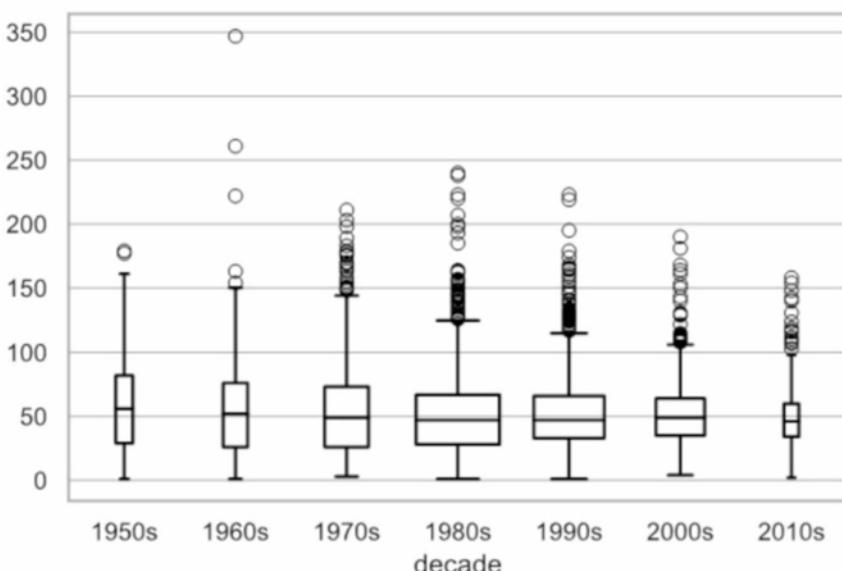
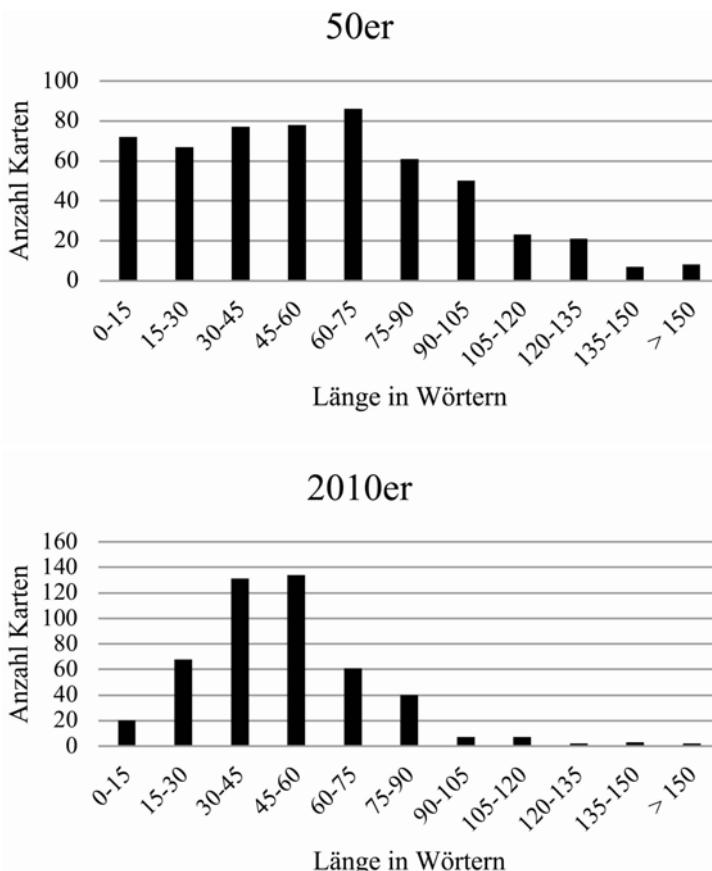


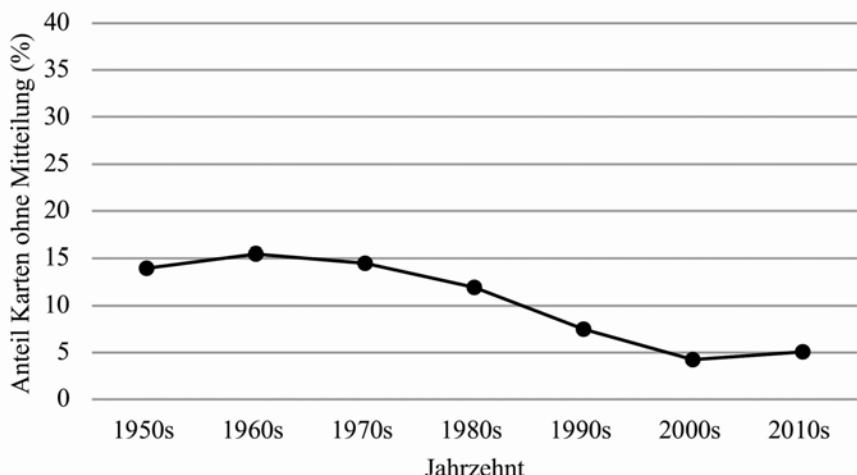
Abb. 5a und 5b: Verteilung der Textlängen nach Häufigkeitsklassen, Fünfziger und Zweitausendzehner



In den früheren Jahrzehnten in [anko] existierten noch verschiedenste Vorstellungen unter den Autor:innen, was eine angemessene Länge für eine Karte aus dem Urlaub ist. Über die Zeit ist die Textlänge in [anko] dann immer weniger gestreut. Betrachtet man speziell das Phänomen der ganz kurzen Karten noch einmal gesondert, so stellt man fest, dass diese nahezu verschwinden (Abb. 5a und 5b). Dass die mittlere Textlänge in [anko] nicht über die Zeit konstant bleibt, sondern in jüngerer Vergangenheit ca. 16 % kürzere Ansichtskartentexte geschrieben wurden als auf den älteren Karten, wird mit einer geänderten Vorstellung von der Textsorte als solcher korrespondieren. Die Autor:innen der Karten passen also die Textlänge nicht einfach dem begrenzten Platz an, sondern auch einer vorher feststehenden Vorstellung von textsortenspezifischer Textlänge. Denkt man an die oben exemplarisch besprochenen Extreme bezüglich der Textlänge, so kann man schließen, dass ab einem gewissen Punkt ein bloßer Gruß oder eine bloße Unterschrift auf der Ansichtskarte zu wenig sind, um einen vollständigen Ansichtskartentext darzustellen. Kato et al. (2021: 87–91) besprechen insbesondere auch den – relativ prominent auftretenden – Fall von Ansichtskarten, die keinen Mitteilungsblock enthalten, sondern

nur Datum, Anrede, Unterschrift und/oder Gruß. Auch hier lässt sich diachronisch eine Entwicklung nachvollziehen, die zeitlich mit der tendenziellen Verkürzung des Wortumfangs einhergeht: Während in den Fünfzigern gut 14 Prozent der Ansichtskarten ohne Mitteilung auskamen, so waren es in den Zweitausendzehnern nur noch gut 5 Prozent (Abb. 6). Die Karten wurden kürzer, kamen dabei aber seltener ohne eine Mitteilung aus, welche also – in Übereinstimmung mit dem gerade besprochenen Befund, dass bloßes Grüßen mit der Zeit verschwindet – wichtiger zu werden schien.

Abb. 6: Prozentualer Anteil der Ansichtskarten ohne Mitteilungsblock über die Zeit



Aber auch sehr lange Texte mit 150 Wörtern oder mehr verschwinden aus der Menge der Texte – sie stellten wohl historisch gesehen so etwas wie einen Versuch dar, das Medium der Ansichtskarte als eine Art kürzeren Brief benutzen zu wollen.

3 Abkürzungen

3.1 Überblick

Ansichtskartentexte sind nicht nur auf Ebene des Umfangs an Wörtern kurz, sondern auch innerhalb der Texte wird mit Verkürzungstechniken gearbeitet, wobei insbesondere Abkürzungen ins Auge fallen.³ Diese treten auf den Ansichtskarten in [anko] relativ prominent auf. Dies wird bereits deutlich, wenn man die Liste mit den häufigsten To-

³ Daneben sind z.B. Phänomene wie die bei Hausendorf beschriebenen »elliptischen Schwundformen [...] innerhalb listenförmiger, telegrammartiger Aufzählungen« zu nennen (2019: 310).

ken in [anko] betrachtet (Tab. 2). Unter den 30 häufigsten Token finden sich gleich zwei Abkürzungen für das Wort *und*.⁴

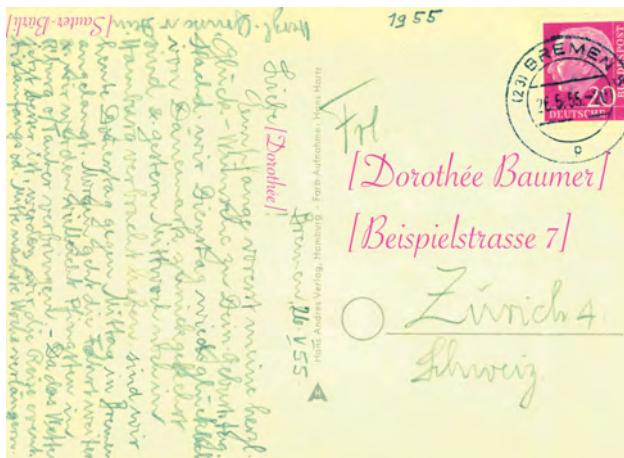
Tab. 2: Häufigste Token in [anko]

Rang	Token	Frequenz
1	.	34835
2	,	24173
3	und	11418
4	!	9388
5	unclear	7866
6	wir	7835
7	Grüsse	7009
8	die	6558
9	in	6529
10	ist	5694
11	ich	5508
12	Liebe	5299
13	-	5024
14	es	4878
15	der	4291
16	von	4187
17	NN	4145
18	+	3551
...
28	u.	2809
29	im	2801
30	"	2759

Eine naheliegende Hypothese, um dieses starke Auftreten von Abkürzungen zu erklären, wäre, dass beim Schreiben einer Ansichtskarte manche Wörter aufgrund des Platzmangels abgekürzt werden müssen. Der von den Autor:innen erdachte Text also nur in teils graphematisch komprimierter Form auf der Karte Platz finden kann. Und tatsächlich finden sich Karten, die bis eng an die Ränder beschriftet sind und auf denen viele Abkürzungen verwendet werden ([anko] 20815, Abkürzungen hervorgehoben, Abb. 7):

4 Nur auf diese häufigsten Token bezogen ist das Verhältnis von abgekürzter zu nicht abgekürzter Form also schon 2:1.

Abb. 7: Dicht beschriftete Karte mit Abkürzungen



Quelle: [anko] 20815

Transkript: Liebe [Dorothee]! Empfange vorerst meine herzl. Glück-Wünsche zu Dein. Geburts-tag. Nachd. wir Dienstag wieder glücklich von Dänemark zurück gekehrt sind & gestern Mittwoch noch in Hamburg verbracht haben, sind wir heute Donnerstag gegen Mittag in Bremen angelangt. Morgen geht die Fahrt weiter + wir werden vielleicht Pfingsten in R'burg o/Tauber verbringen. – Da das Wetter jetzt besser ist, werden wir die Reise event. bis anfangs od. Mitte nächste Woche verlängern. Herzl. Grüsse v. Dein. [Sauter-Bürl]

Dieser Text enthält zehn Abkürzungen und die Karte ist tatsächlich sehr gedrängt beschriftet. Der Autorin ging – so kann man hier wohl annehmen, weil die ersten Zeilen größer und mit mehr Abstand geschrieben sind als die folgenden – der Platz aus und Wörter wurden darum abgekürzt. Gleichzeitig finden sich aber auch Karten, auf denen nur ein sehr kurzer Text steht, deren Verfasser:innen aber trotzdem Abkürzungen verwenden haben ([anko] 91455, Abb. 8). Insgesamt werden fünf Abkürzungen verwendet, der gesamte Text besteht aus 23 Wörtern: »Liebe Nachbarn, hier haben wir den Sommer gefunden & so geniessen wir die warmen Mauern + Meereswellen. Herzl. Grüsse [R. + L. Strebel]«

In solchen Fällen kann der ganz praktische Grund des Platzmangels eigentlich nicht vorliegen: Die Verfasser:innen der Karte sahen sich keinem Zwang zur sparsamen Verwendung von Zeichen ausgesetzt, jedes *und* hätte auch ausgeschrieben werden können. Auch das Wort *herzlich* und die Vornamen hätten genug Platz gehabt.

Diese Beobachtung wirft die Frage auf, ob die Verwendung von Abkürzungen wirklich eine Form des Umgangs mit begrenztem Platz zum Schreiben ist. Diese Frage lässt sich kaum beantworten, wenn man bei der – stets einer gewissen Willkür unterliegenden – Analyse von Einzelbelegen bleibt. Vielmehr muss das Auftreten von Abkürzungen systematisch ins Auge gefasst werden. Dazu müssen möglichst viele Abkürzungen in [anko] erkannt und gezählt werden. Anschließend lässt sich mithilfe einer Korrelationsberech-

nung bestimmen, ob es einen Zusammenhang zwischen der Textlänge und der Zahl der gebrauchten Abkürzungen gibt. Wenn Abkürzungen bei der Bewältigung des Platzproblems auf der Karte helfen, so müssten sie häufiger in langen und seltener in kurzen Texten auftreten.

Abb. 8: Kurze Karte mit Abkürzungen



Quelle: [anko] 91455

3.2 Identifikation und Kategorisierung der Abkürzungen

Bei der Erkennung der Abkürzungen wurde semi-automatisiert und regelbasiert vorgegangen. Alle Tokens des Korpus wurden in einem ersten Schritt daraufhin untersucht, ob sie den folgenden Bedingungen entsprechen und damit eine Abkürzung sind:

- Wenn die Wortform zwischen einem und 13 Buchstaben lang ist und mit einem Punkt endet
- oder aus einem einzigen Buchstaben besteht
- und es sich nicht um eine Kardinalzahl, ein gewöhnliches Satzzeichen oder eine Temperaturangabe in Grad Celsius o.Ä. handelt

Die Grenze von 13 Buchstaben wurde gewählt, um zu vermeiden, dass falsch tokenisierte Wortformen miteinbezogen werden, also Fälle, in denen der Punkt eigentlich als ein eigenes Token – eben ein satzbeendendes Satzzeichen – hätte interpretiert werden müssen, aber stattdessen noch der Wortform, nach der er steht, zugeschlagen wurde. Umgekehrt gibt es auch Fälle, in denen ein Punkt, der eigentlich ein Wort abkürzt, vom Wort abgetrennt und zu einem eigenen Token gemacht wurde. Durch die verwendete Methode nicht auffindbar sind Fälle, in denen Wörter ohne einen Punkt am Ende abgekürzt wurden. Nur Wörter, die z.B. mit einer Konsonantenkombination enden, die es im Deut-

schen nicht gibt, könnte man ohne Punkt noch als Abkürzung identifizieren, z.B. *evtl* oder *freundl* (vgl. z.B. Fuhrhop 2008: 216; vgl. auch Steinhauer 2007). Hier gäbe es aber wiederum Ungenauigkeiten, wenn man bedenkt, dass dialektale Kosenamen wie *Friedl* auftreten können, weswegen auf die Erkennung solcher Formen verzichtet wurde.

Tab. 3: Die häufigsten Abkürzungen in [anko]⁵

Rang	Abkürzung	Frequenz
1	+	3550
2	u.	2750
3	&	1013
4	u	235
5	Herzl.	225
6	St.	178
7	v.	167
8	M.	157
9	ca.	148
10	herzl.	140

Die vier häufigsten Abkürzungen in [anko] kürzen das Wort ›und‹ bzw. eine gleichbedeutende nebenordnende Konjunktion ab (Tab. 3). Häufig scheinen in [anko] auch Vornamen abgekürzt worden zu sein, wie mit *M.* Sehr häufig treten zudem Abkürzungen von *von/vom* und *herzlich/herzliche* auf. Daneben gibt es auch viele Abkürzungen, die unabhängig von der Textsorte sehr gebräuchlich sind, z.B. *ca.*, oder z.B. sowie *St* als Teil von Ortsnamen. Diese Abkürzungen sollen für die vorliegende Auswertung nicht mitzählen, da sie nicht als typisch für die Ansichtskarte angesehen werden können. Identifiziert werden sollen Abkürzungen, die über das normale Maß an Abkürzung, das ohnehin in jedem Text verwendet wird, hinausgehen: Während *ca.* so gut wie nie ausgeschrieben wird, findet man das Wort *und* fast immer ausgeschrieben, seine Abkürzung stellt also eine Besonderheit dar.

Alle gefundenen Abkürzungen, die häufiger als 20 Mal in [anko] auftraten, wurden in einem zweiten Schritt daraufhin geprüft, ob sie nach den oben skizzierten Kriterien als Ad-hoc-Abkürzungen gelten können, die von den Autor:innen beim Schreiben spontan gebildet wurden und nicht schon als fest lexikalisiert einzuschätzen sind. Wenn die Frage *Wird dieser Ausdruck ohnehin immer abgekürzt?* mit Nein zu beantworten war, so wurde die Abkürzung in die Auszählung miteinbezogen:

5 Abweichungen zu Tab. 2 ergeben sich daraus, dass versucht wurde, Kombinationen wie *u.a.* einzeln zu zählen (solche mehrgliedrigen Abkürzungen spielten aber in der Auswertung schließlich keine Rolle).

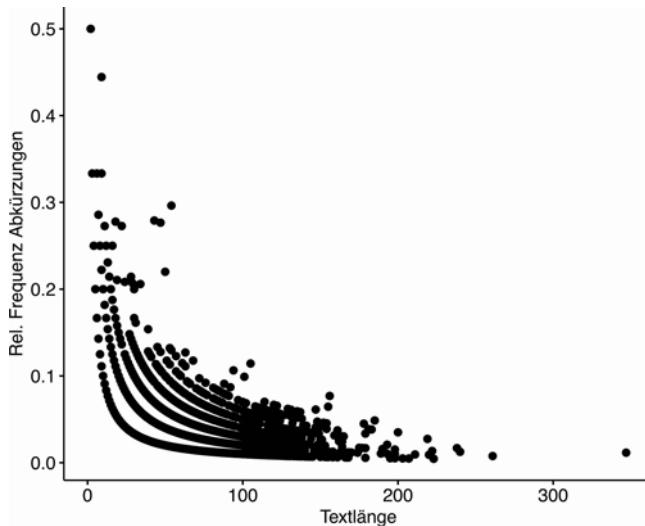
Abkürzung	Zählen?
M	ja
ca	nein
herzl	ja
d.	ja
m	ja
I	ja
...	

Hier existieren allerdings auch Zwischenstufen, da z.B. die Abkürzung *Herzl.* so prominent auftritt, dass man sie wohl – im Rahmen unserer Textsorte – selbst als eine usuelle Kurzform ansehen könnte. Allerdings würde es – im Gegenteil zu Abkürzungen wie *ca.* oder z.B. – auch nicht auffällig sein, würden sie ausgeschrieben werden. In diesem Fall wurde darum z.B. entschieden, die Form mitzuzählen. Auf die beschriebene Art wurden insgesamt 67 verschiedene Abkürzungen kategorisiert – am Ende blieben 54 übrig, die in die Analyse einbezogen werden sollten.

3.3 Auswertung

Mithilfe einer Korrelationsberechnung lässt sich prüfen, inwiefern Textlänge der Karten und Zahl der verwendeten Abkürzungen miteinander zusammenhängen. Um zu bestimmen, ob sich ein Zusammenhang nachweisen lässt, wurden also zu jeder Karte die beiden genannten Werte bestimmt. Es wurde mit einer Tabelle dieser Form gearbeitet (Abb. 9):

Abb. 9: Verwendung von Abkürzungen vs. Textlänge



Textlänge in Wörtern	Relative Häufigkeit Abkürzungen
45	0,02
32	0,03
54	0
52	0,02
77	0,03
12	0,17
...	

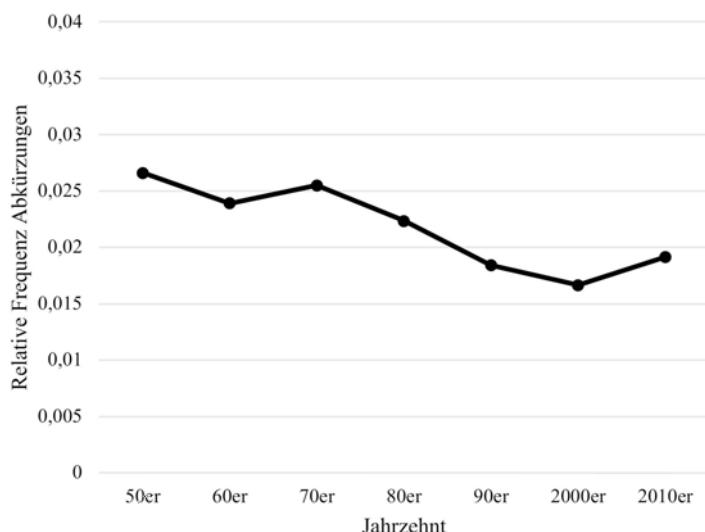
Diese Werte-Paare wurden mithilfe der Rangkorrelation nach Spearman auf eine Korrelation hin untersucht. Es wurden alle Karten miteinbezogen, auf denen mindestens eine Abkürzung verwendet wurde (insgesamt 5125, ca. 52 % des Subkorpus). Hierbei konnte ein statistisch signifikanter Zusammenhang festgestellt werden ($r_s = -0,56$, $p < 0,0001$). Es handelt sich um eine stark ausgeprägte gegenläufige Korrelation (vgl. Cohen 1992). Die oben aufgestellte Hypothese, dass Autor:innen Abkürzungen verwenden, um Platzmangel, der während des Schreibens entsteht, auszugleichen, lässt sich also nicht stützen – kürzere Ansichtskarten weisen eine höhere Dichte an Abkürzungen auf. Die weitere Verkürzung auf graphematischer Ebene ist ein Merkmal von ohnehin schon kurzen Texten.

Abkürzungen sind allerdings innerhalb der Ansichtskartentexte nicht gleichmäßig verteilt: *Herzl.* dürfte z.B. in erster Linie in Grüßen auftreten, welche einen großen Teil – oder wie oben dargelegt den gesamten Text – einer kurzen Karte einnehmen können. Auch werden Namen in Unterschriften häufig abgekürzt, wodurch das Ergebnis ebenfalls verzerrt werden könnte. Da Datum, Anrede, Mitteilungstext, Gruß und Unterschrift bei der Transkription mit annotiert wurden, lassen sich diese Abschnitte der Karte isoliert betrachten: Am häufigsten wird in Unterschriften abgekürzt, wo die relative Häufigkeit von Abkürzungen bei 0,08 liegt. In Grüßen liegt sie bei 0,016, in Anreden bei 0,009 und in der Mitteilung bei 0,02. Überprüft man nur die Mitteilungstexte aller Karten des Subkorpus gesondert, so lässt sich ebenfalls eine gegenläufige Korrelation feststellen (2990 Karten mit Abkürzungen im Mitteilungstext, $r_s = -0,63$, $p < 0,0001$).

Betrachtet man die Entwicklung der Verwendung von Abkürzungen über die Zeit, so stellt man fest, dass immer weniger Abkürzungen verwendet werden (Abb. 10). Während in den Fünfzigern noch ca. 0,03 Abkürzungen auf jedes Wort kommen, so sinkt dieser Wert über die Jahrzehnte auf 0,02 Abkürzungen pro Wort. Die Textlänge hat über die Zeit – wie im vorigen Kapitel dargelegt – allerdings kontinuierlich abgenommen. Untersucht man jeweils die Jahrzehnte von 1990 bis in die 2010er Jahre, in denen weniger abgekürzt wird, gesondert, so lässt sich ebenfalls eine gegenläufige Korrelation von Zahl der Abkürzungen pro Wort und Textlänge beobachten.⁶

6 1990er: 1151 Karten mit Abkürzungen, $r_s = -0,51$, $p < 0,0001$; 2000er: 807 Karten mit Abkürzungen, $r_s = -0,58$, $p < 0,0001$; 2010er: 239 Karten mit Abkürzungen, $r_s = -0,62$, $p < 0,0001$.

Abb. 10: Zahl der durchschnittlich verwendeten Abkürzungen pro Wort über die Zeit



Betrachtet man diese beiden Erkenntnisse gemeinsam, lässt sich schließen, dass Ansichtskarten kurze bzw. kleine Texte sind, aber sie sind im engeren Sinne keine *komprimierten* Texte. Sprachökonomische Erwägungen im Sinne eines im Falle begrenzten Platzes »erzwungenen« Bemühens um Effizienz aufseiten der Autor:innen, also der Versuch, mit möglichst geringem Aufwand i.S.v. aufgebrachter Zahl an Zeichen möglichst viel Information zu vermitteln, um so den begrenzten Platz bestmöglich zu nutzen, scheint keine so große Rolle zu spielen, wie man vielleicht vermuten würde⁷. Ein Mittel der Sprachökonomie bleibt die Abkürzung aber auch hier natürlich in dem Sinne, dass sie einen als kurz geplanten Text effizienter macht. Abkürzungen verringern zudem die Zeit, die zum Schreiben aufgebracht werden muss, auch dann noch weiter, wenn der Text ohnehin kurz geplant ist. Gleichzeitig kann die Verwendung von Abkürzungen auch als eine textortenspezifische Konvention gedeutet werden – der Rückgang bei der Verwendung von Abkürzungen ließe sich dann so interpretieren, dass die Autor:innen sich einer überkommenen Konvention entledigen, die vielleicht ursprünglich einmal einen spezifischeren sprachökonomischen Hintergrund hatte. Sie könnte historisch aus einem anderen Medium übernommen sein, wobei einem das Telegramm als ein vor dem Aufkommen der Ansichtskarte sehr verbreitetes Medium in den Sinn kommt, dessen Texte sich durch starke sprachliche Kompression auszeichneten. Allerdings waren abgekürzte Wörter hier gerade keine Technik, die bei dieser Kompression eingesetzt wurde, da Telegramme nach Zahl der Wörter und nicht nach Länge der Nachricht in Buchstaben bezahlt wurden (vgl. Schwitalla 2002: 36). Holzheid bemerkte, dass auch

⁷ Zu Formen und Techniken der Sprachökonomie in begrenztem Raum: Siever (2011) sowie Gibbon & Kul (2010).

frühere Formen von Postkarten bereits häufig Abkürzungen und andere Formen der Reduktion aufwiesen (vgl. 2011: 212). Eine Vorstellung von sprachlicher Kürze wurde also wohl durchaus aus anderen Kartentypen übernommen, auch wenn sich nicht vollständig klären lässt, wie und warum sich dieses Prinzip der Verkürzung entwickelte (vgl. auch Diekmannshenke 2021: 54–57).

4 Fazit

Die vorgestellten Untersuchungen ergaben zwei sich auf den ersten Blick widersprechende Ergebnisse: Zum einen werden die Texte in [anko] kürzer und in ihrer Festlegung auf bestimmte (kurze) Längen starrer, von einer größeren Vielfalt an verschiedenen langen Texten entwickelt sich die Ansichtskarte zu einem gewissen Standardumfang. Zum anderen nimmt die ‚Verkürzungspraktik‘ der Abkürzung auf Wortebene ab und scheint dabei – von einer Hypothese des Platzmangels als zu lösendem Problem aus gedacht kontraintuitiv – stärker auf kurzen Karten in Erscheinung zu treten. Dieser Widerspruch löst sich allerdings auf, wenn man die Textlänge bzw. die grundlegende Kompaktheit des Ansichtskartentextes nicht bloß als eine autor:innenseitige Reaktion auf eine gegebene Beschränkung des Raums, der für den Text zur Verfügung steht, versteht, sondern als eine – bedingt variable – Eigenschaft des Textes, der auf einer vorgelagerten Entscheidung und vorgelagertem Textsortenwissen beruht. Die Abkürzung kann neben ihrer nicht bestrittenen Funktion als sprachökonomisches Mittel auch als eine textsortenspezifische Konvention verstanden werden, die die Ansichtskarte als kurzen Text mit konstituiert.

In [anko] lässt sich ein Prozess nachvollziehen, in dem ausführliches Erzählen und bloßes Grüßen immer mehr in den Hintergrund rücken zugunsten eines Textes, der auf einem gewissen Raum die einzelnen, relativ festen Elemente des Urlaubsframes (vgl. Naeff, Wiedmer & Sugisaki in diesem Band; Kato et al. 2020: 107–111; Sugisaki et al. 2019; Diekmannshenke 2011: 35) ›abarbeitet‹. Mangelnder Platz stellt hierbei nicht unbedingt ein Problem dar, das gelöst werden muss, sondern die Vorstellung davon, was ein vollständiger Ansichtskartentext ist, entspricht dem verfügbaren Raum bereits.

Inwiefern sich die vorliegenden Ergebnisse verallgemeinern lassen, also auch über das Sample, welches [anko] darstellt, hinaus Gültigkeit besitzen für die Textsorte als Ganzes, lässt sich dabei nicht sagen. Hier müssen auch die Limitationen des Korpus, wie z.B. die Tatsache, dass eine unbekannte Zahl Texte von denselben Autor:innen verfasst wurden, für unterschiedliche Zeiträume unterschiedlich viele Daten vorliegen usw., mit bedacht werden. Ob das beobachtete Muster bei der Verwendung von Abkürzungen spezifisch für die Textsorte Ansichtskartentext ist, wäre durch weitere Untersuchungen kurzer Textsorten zu klären.

Literatur

- Bär, Jochen A./Roelcke, Thorsten/Steinhauer, Anja (Hg.) (2007): Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte (= Linguistik. Impulse & Tendenzen 27). Berlin/New York: de Gruyter.

- Cohen, Jacob (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences (2. Auflage). Hillsdale: L. Erlbaum.
- 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 (Sprache in Kommunikation und Medien, 2). Bern: Peter Lang, 19–50.
- Diekmannshenke, Hajo (2021): Eine kurze Geschichte kleiner Texte. In: Pappert, Steffen; Roth, Kersten Sven (Hg.): Kleine Texte (= Forum Angewandte Linguistik 66). Bern: Peter Lang, 41–72.
- Fuhrhop, Nanna (2008): Das graphematische Wort (im Deutschen): Eine erste Annäherung. In: Zeitschrift für Sprachwissenschaft 27, 129–228.
- Gibbon, Dafydd/Kul, Małgorzata (2010): Economy Strategies in Restricted Communication Channels. A Study of Polish Short Text Messages. In: J. Normann Jørgensen (Hg.): Vallah, Gurkensalat 4U & Me! Current Perspectives in the Study of Youth Language. Frankfurt a.M.: Peter Lang (= Sprache – Kommunikation – Kultur. Soziolinguistische Beiträge 8), 75–98.
- Hausendorf, Heiko (2008): Zwischen Linguistik und Literaturwissenschaft. Textualität revisited. Mit Illustrationen aus der Welt der Urlaubsansichtskarte. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik. Deutsche Sprache in Geschichte und Gegenwart 36, 219–342.
- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte. Über Randerscheinungen von Textualität. In: Germanistik in der Schweiz. Online-Zeitschrift der Schweizerischen Akademischen Gesellschaft für Germanistik 6, 2–19.
- 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 (= Germanistische Linguistik 314), 293–322.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko/Breitholz, Marina (2017): Textkommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/Boston: de Gruyter (= Germanistische Linguistik 308).
- Holzheid, Anett (2011): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie (= Philologische Studien und Quellen 231). Berlin: Erich Schmidt.
- Kato, Hiloko/Naef, Marcel/Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas (2021): »Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben«. Eine text- und korpuslinguistische Untersuchung der Lesbarkeitsquellen kleiner Texte am Beispiel der Ansichtskarte. In: Steffen Pappert/Kersten Sven Roth (Hg.): Kleine Texte (= Forum Angewandte Linguistik 66). Bern: Peter Lang, 73–118.
- Schwitalla, Johannes (2002): Kleine Botschaften. Telegramm- und SMS-Texte. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 64, 33–56.
- Siever, Torsten (2011): Texte i. d. Enge. Sprachökonomische Reduktion in stark raumbegrenzten Textsorten (= Sprache, Medien, Innovationen 1). Frankfurt: Peter Lang.

- Steinhauer, Anja (2007): Kürze im deutschen Wortschatz. In: Jochen A. Bär/Thorsten Roelcke/Anja Steinhauer (Hg.) (2007): Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte (= Linguistik. Impulse & Tendenzen 27). Berlin/New York: de Gruyter, 131–159.
- Sugisaki, Kyoko (2017): Word and Sentence Segmentation in German. Overcoming Idiosyncrasies in the Use of Punctuation in Private Communication. In: Proceedings of the International Conference of the German Society for Computational Linguistics and Language Technology (GSCL), 62–71.
- 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: Workshop on Computational Methods in the Humanities 2018 (COMHUM), Lausanne, 4.-6. Juni 2018, 67–75.

Feriengrüße positionierungstheoretisch

Ansichtskarten als Artefakte einer Stancetaking-Praktik

Marie-Luis Merten

1 Einführung und Beitragsanliegen¹

Die Auswahl eines dem Anlass, der Botschaft und den ästhetischen Ansprüchen genügenden Kartenmotivs, das mehr oder weniger ausschweifende Beschriften der dazu vorgesehenen Leerfläche, das Bekleben mit Briefmarken, die die Beförderung sicherstellen, sowie das Aufsuchen des nächstgelegenen Postbriefkastens zum Versenden der Feriengrüße in Ansichtskartenform sind weitestgehend feste Bestandteile der (freizeitlichen) Reiseerfahrung, seit Jahrzehnten tradiert und trotz digitaler Konkurrenzangebote fortbestehend. Handschriftlich verfasst, einen kurzen (teils vorgeformten) Urlaubseindruck sowie Grüße an die in der Ferne verweilenden Verwandten, Freunde und Bekannten vermittelnd, längere Wege zu jenen Adressierten zurückgelegt, ist die Ansichtskarte in ihrer spezifischen »Kombination von Individualkommunikation und Massenbild« (Holzheid 2020: 428) ein sozialsymbolisch aufgeladenes Format der privatschriftlichen Fernkommunikation. Sowohl das aus dem angebotenen Sortiment zum Versand erkannte Bild als auch die (inhaltliche) Gestaltung der Kartenschreibfläche entwerfen zum einen den Ferienerfahrungsraum. Sie geben Einblick in den Raum der Ferienerfahrung, verorten, bebildern und schildern das Erlebte. Zum anderen tragen Bild und Sprache zur (Selbst-)Inszenierung des/der Reisenden bei und lassen die Empfänger*innen am Urlaubserlebnis teilhaben. In ihrer visuellen und haptischen Erfahrbarkeit sind Ansichtskarten grundsätzlich Materialisierungen sozialer Praxis (Diekmannshenke 2002). Als Artefakte einer ferienalltäglichen Positionierungspraktik bringen sie die Haltung bzw. den Stance² des/der Sendenden (vgl. Kap. 2.2) zum Ausdruck (Holzheid 2020: 426).

1 Für wertvolle Hinweise danke ich Kyoko Sugisaki sowie Heiko Hausendorf.

2 Vor allem die (interaktionale) Soziolinguistik widmet sich Phänomenen des Stance bzw. Stancetaking (Du Bois 2007; Jaffe 2009). Angesprochen sind damit (kokonstruierte) Positionierungen in einem weiten Verständnis, wobei insbesondere deren Polyfunktionalität charakteristisch ist. Akte des Stancetaking umfassen – sprachlich mehr oder weniger prominent und häufig zeitgleich bzw. integrativ realisiert – (1) das Bewerten von Stance-Objekten (Gegenstände/Inhalte/Sachverhalte, die evaluiert werden), (2) die (affektive, epistemische usw.) Selbst- und Fremdpo-

Genutzt werden dafür (schriftbasierte) Techniken des Positionierens, die sich für diesen Sprachverwendungszusammenhang bewährt haben.

Der vorliegende Beitrag widmet sich Ansichtskarten unter positionierungstheoretischen Gesichtspunkten (Du Bois 2007; Jaffe 2009). Der Fokus richtet sich auf sprachliche Positionierungsressourcen, wie sie wiederkehrend im Schreiben von Feriengrüßen genutzt werden. Als empirische Grundlage dient das an der Universität Zürich angesiedelte Ansichtskartenkorpus [anko], das 12.277 transkribierte und annotierte Ansichtskarten von 1900 bis in die 2010er Jahre umfasst (vgl. Sugisaki, Wiedmer & Calieri in diesem Band). In ihrem Zuschnitt auf das Positionieren als Reisende(r) werden insbesondere zwei Cluster verwandter Form-Funktionspaare zum Thema: (1) Zum einen handelt es sich dabei um *Grüsse-aus/von-X-Muster* (vgl. Hausendorf 2019) als komplexe und polyfunktionale Techniken. Sie dienen nicht nur dem Lokalisieren, sondern vielfach auch dem affektiven Positionieren der Schreibenden sowie zeitgleich der Evaluation des Urlaubsortes und/oder der Reiseerfahrung. Zudem sind sie mit Blick auf den Aspekt der Beziehungspflege funktionalisiert. (2) Zum anderen sind hier *nach/nachdem-X (nun/jetzt/heute/hier) Y-Muster* angesprochen, die auf der (Re-)Konstruktion des Reiseerlebnisses in seiner temporal-direktionalen/spatialen Dynamik fußen und den/die Reisende(n) als Explorierende(n) in/von Zeit und Raum entwerfen.

Entsprechend diesem Anliegen dient das Kap. 2 der theoretischen Fundierung. An einen kommunikativ-praxeologischen Umriss des Kommunikationsformats Ansichtskarte, der einschlägige Ergebnisse der bisherigen Forschung zusammenträgt (Kap. 2.1), schließt sich ein stärker auf Konzepte der Positionierungs- und Stancetaking-Forschung abzielender Abschnitt an (Kap. 2.2). Einer kurzen Vorstellung der zugrundeliegenden Datenbasis sowie des methodischen Zugangs (Kap. 3) folgt der empirisch fundierte Teil dieses Beitrags: Kapitel 4 widmet sich korpusbasierten Einsichten in lexikogrammatische Stance-Techniken der Ansichtskarte mit den beiden zuvor skizzierten Clustern im Mittelpunkt.

2 Theoretische Fundierung: Ansichtskarten als Artefakte einer Stancetaking-Praktik

2.1 Ansichtskarten (im Wandel): Kommunikativ-praxeologischer Umriss

Ansichtskarten lassen die Materialität des Sozialen in mehrfacher Weise sichtbar werden: Im Praktikengeflecht von Produktion, Distribution und Rezeption (Holzheid 2020: 409), samt sich ggf. anschließender Aufbewahrung des Feriengrußes, ist zum einen die Körperlichkeit der Partizipierenden (Plewia 2021: 22–23) zentral – vom Karten schreibenden und versendenden Reisenden bis hin zum Empfangenden, der/die im Lese- und Betrachtungsprozess »manuell« zwischen bebildeter und beschriebener Fläche hin- und herwendet (Hausendorf 2019: 299), die Karte möglicherweise an den Sitznachbarn weiterreicht und sie ggf. an prominenter Stelle aufhängt. In ihrem Vollzug beobachtbar

sitionierung (i.e.S.) im Verhältnis zu jenen Stance-Objekten sowie (3) das Ausrichten an anderen Stance-Akteuren, die sich etwa vorgängig positioniert haben.

werden Körpertechniken, die Hand in Hand gehen mit habitualisierten und in jene Techniken eingeschriebenen Schemata der Perzeption, Kognition und Aktion. Zum anderen sind Ansichtskarten selbst Materialisierungen des Sozialen. Als Artefakte der (textuellen) Ansichtskarten-Praxis überbringen sie »im präfabrizierten normierten Kleinformat« (Holzheid 2020: 409) Feriengrüße. Adressiert ist damit die »Materialität der Dinge« (Reckwitz 2003: 290; Deppermann et al. 2016: 4f.). (Be-)Schreibmaterialien sowie weitere in das Praktikengeflecht eingewobene materielle Instanzen (Postkartenständer am Reiseort, Briefmarke, Postbriefkasten usw.), denen (ihre) Bedeutung in actu wiederkehrend zugeschrieben wird, konstituieren die soziale Praxis der Ansichtskarte (Diekmannshenke 2002) wesentlich mit. Praxiskompetente Akteure bringen ihr (habitualisiertes) praktisches Know-how im Nexus von Technik, Ding- und Sozialwelt zum Einsatz, um – im Falle der Ansichtskarte: multimodal vermittelt – sozial in Erscheinung zu treten. Dem praxeologischen Anspruch, sich der alltagspraktischen Konstitution sozialer Wirklichkeit unter Berücksichtigung der materiellen Dimension zuzuwenden, lässt sich damit am Beispiel der Ansichtskarte umfassend nachkommen. Sprachliche Habitualisierungen, z.B. textkulturelle Muster in Gestalt sprachlicher Form-Funktionskorrelationen, finden ihren festen Platz in diesem Praktikengefüge.

Ansichtskarten – »ein mehr als hundert Jahre altes Medium der privaten Fernkommunikation« (Hausendorf 2019: 295) – kommt das Image eines Formats »für harmlos-heitere Botschaften« (Holzheid 2020: 419) zu. Als ein Subtyp der Postkarte (Holzheid 2011), der in der Funktion einer Reisegrußkarte insbesondere mit dem in den 1950er Jahren aufkommenden Massentourismus assoziiert und handlungspraktisch verknüpft ist, sind Ansichtskarten Ausdruck eines sich über die Jahre festigenden (sowie wandelnden) Schreibrituals im Reise- und Ferienalltag (Hausendorf 2019: 301; Diekmannshenke 2011). Ihren Erfolg verdanken sie dabei nicht primär ihrer Lesbarkeit, »sondern [...] wohl vor allem der Kombination von Betrachtbarkeit und Zustellbarkeit« (Hausendorf 2019: 295), dient doch eine Seite der Karte der Ansicht. In ihrer visuell-haptischen Erfahrbarkeit steht die Ansichtskarte im Dienste des Betrachtens, Veranschaulichens, also der bildlichen Konstruktion des Ferienortes. Holzheid (2020: 410) erklärt den Bildaspekt mit seiner ästhetischen wie auch inhaltlich-konstruktiven Dimension mithin zum Leitmotiv der Ansichtskarte. In der privat-freizeitlichen Schreibdomäne zu verorten, vermitteln Ansichtskarten Inhalte wenig dringlicher Natur und tragen vordergründig der Inszenierung als Reisende(r) sowie der Pflege sozialer Beziehungen bei. In funktionaler Hinsicht handelt es sich bei Ansichtskarten dementsprechend um phatische Texte (Diekmannshenke 2002; Hausendorf 2019).

Mit Blick auf ihre Genese bildet sich auf der Rückseite (zum Versand) vorgefertigter Bildkarten erst allmählich ein eigenes Schreibfeld aus, in dem Mitteilungen schriftlich fixiert werden können (Hausendorf 2019: 295). Der Platz für jene Mitteilungen ist angesichts der Zweiteilung der Bildrückseite in Adress- und Frankier- sowie Mitteilungsfeld begrenzt. Infolge der gebotenen Kürze wird im zugrundeliegenden Ansichtskartenkorpus [anko] von den Schreibenden mehrfach darauf verwiesen, dass Weiteres z.B. mündlich (v.a. vor der Jahrtausendwende) bzw. per Mail (in jüngerer Zeit) ausgetauscht werden könne (Bsp. 1 und 2). Auch werden Briefe als Möglichkeit der ausführlicheren Berichterstattung genutzt (Bsp. 3):

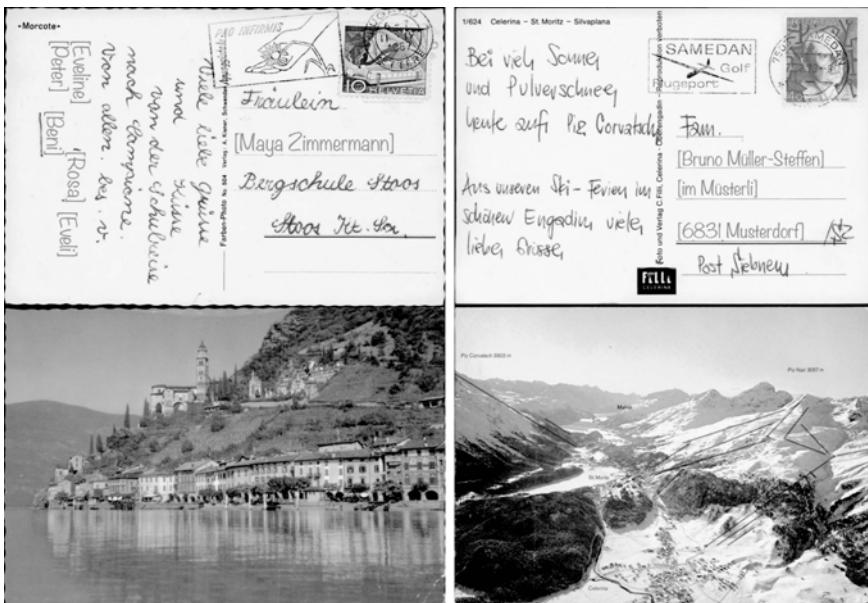
- (1) Es ist schön und anstrengend. Entschuldige, aber »es schaukelt!« »Alles andere mündlich« schrieb jeweils die Grossmutter, |unclear| Erik ([anko] 90775)
- (2) 12.05.2010 Herzliche Grüsse vom Ziel unserer Velotour! Wir hatten es toll, keine Pannen, kühles (aber trockenes) Wetter und sind froh, dass wir gut angekommen sind! Alles Weitere per Mail. Liebe Grüsse! Barbara ([anko] 60621)
- (3) 8.2.85 Hoi zamä Der Brief folgt mit der Karte. Im Brief werdet ihr den ganzen Inhalt finden, der auf der Karte keinen Platz hatte! Tschüss!!! Beatrice ([anko] 300505)

Typische Themen, die auf Ansichtskarten verhandelt werden, stehen primär im Zeichen von Welt »als Ferien- und Urlaubsort« (Hausendorf 2019: 301–306). Anliegen ist es, »eine Darstellung der »Ferien« zu geben – mit allem, was dazu gehört« (Hausendorf 2019: 302). Mitunter werden Reisestationen sowie räumlich verortete Reiseerlebnisse (re)konstruiert und in der Rückschau bewertet. Die Karten geben Einblick in zunehmende Mobilitätsmöglichkeiten und das Explorieren von Raum. Dabei sind dieses Erkunden und Erfahren des Ferienraumes (massen)touristisch vorgeprägt. Der Großteil der bereisten Orte kann als bereits mehr oder weniger bekannt und bereisens- sowie sehenswert ausgezeichnet gelten. Diese (gesellschaftlich) geteilten Vorstellungen und Werte bestätigt die Ansichtskarte mithin. Entwicklungen der Tourismusbranche, infrastrukturelle Neuerungen und Innovationen im Transportwesen hinterlassen auch sprachlich ihre Spuren. Dass die Karten – konträr zu bestimmten Brieftypen – kaum vertrauliche Informationen enthalten, ist vordergründig ihrer »semi-öffentliche[n] Versendungsform« (Holzheid 2020: 409) geschuldet. Ebenfalls im Gegensatz zum Brief sind Anschrift- und Absenderangabe wie auch Briefmarke textkonstitutiv, d.h., »ihre rein postalischen Elemente bleiben erhalten und sichtbar« (Diekmannshenke 2002: 98).

Typischerweise konstituieren drei Textbausteine die Ansichtskarte: Auf eine Anrede- und Begrüßungssequenz folgen ein thematischer Hauptteil sowie ein sich daran anschließender Schlussteil, die Signatur. Nicht obligatorisch, aber im [anko]-Korpus häufig auszumachen ist zudem eine am oberen Schreibrand angebrachte Datierung, mitunter auch die Angabe des Schreib- und Ferienortes (Diekmannshenke 2002: 101), wobei die Bildseite sowie der thematische Hauptteil größtenteils auf eben diesen Ort referieren.

Im [anko]-Korpus finden sich zahlreiche Ansichtskarten, die lediglich aus einer (um verschiedene Informationen angereicherten) Grußformel bestehen (Hausendorf 2019: 300). Erwecken die bisherigen Ausführungen auch den Anschein eines standardisierten Texttyps, so bieten Ansichtskarten ebenfalls Raum für Variation und kreative Gestaltungsoptionen. Mitteilungen oszillieren zwischen der Konstruktion individueller (aber immer schon soziokulturell überformter) Reiseindrücke und einem überschaubaren Alternieren lexikogrammatischer Verfahren, um diesen Reiseerlebnissen – gewissermaßen: der Reisepraxis – sprachliche Form zu verleihen. Beispiele für diese Alternanz finden sich vor allem in Kapitel 4. In dieser Reisepraxis sind das Reisen als Exploration des Raumes, der als Ferienerfahrungsraum wahrgenommen, konzeptualisiert und (schriftlich) konstruiert wird, und das Schreiben als Bericht-Erstellen aus eben jenem Raum von Anfang an verwoben. Die Ansichtsseite als Zeichen der Zeit, die u.a. einem Wandel zeitgenössischer Fotografietechnik und Darstellungsmuster unterliegt, bildet vielfach einen Ausschnitt des Ferienerfahrungsraumes ab (vgl. Abb. 1). Sie wird »als deiktischer Verweis auf das Hier-und-Jetzt des Senders« (Holzheid 2020: 430) lesbar.

Abb. 1a und 1b: Kartenschreibfläche und Ansichtsseite



Quelle: [anko] 140989 und [anko] 121059

Diese Abbildung des Ferienraums unterliegt jedoch einer beabsichtigten Inszenierung (der/des Fotografin/-en sowie der Kartenproduzierenden), ist mittels der jeweiligen technischen Möglichkeiten bearbeitet und insgesamt in hohem Maße konstruktiv. Die Karten in Abb. 1 entwerfen zum einen einen malerisch am Übergang von Berg zu See gelegenen Urlaubsort (links), zum anderen mit Schnee bedeckte Bergformationen als Destination für Wintersportfreudige (rechts). Der Entwurf als (nach touristischen Maßstäben) betrachtenswerter Ferienort – als *sight*, die »man gesehen haben muss/sollte« (Hausendorf 2019: 302) – kann wiederum im sprachlichen Teil aufgegriffen und um eigene Reiseaktivitäten (Bsp. 4 und 5) angereichert werden (s. dazu die von mir kursiv hervorgehobenen Formulierungen):

- (4) Liebe Lydia, Von unserem letzten schönen Ausflug nach Planplatten möchten wir Euch ganz herzlich grüßen *auf der Karte siehst Du ein Ausschnitt unserer schönen Wanderrung.* Vilen Dank fürs Telefon Käthi Berti Elsbeth ([anko] 250803)
- (5) 20.07.08 Liebe Ruth! Wir machen hier im Elbsandsteingebirge Familienurlaub und genießen das sehr. Es ist eine beeindruckende Landschaft. *Den Schrammstein, den Du auf der Karte siehst haben wir bestiegen.* Mit Leitern und Treppen steigt man abenteuerlich hinauf. [...] Liebe Grüsse Claudia + Markus + Kinder ([anko] 110445)

2.2 Ansichtskarten: Artefakte einer Stancetaking-Praktik

Auf einen frühen Zeitpunkt in der Geschichte dieses Textyps bezogen, charakterisiert Holzheid (2020: 418) die Postkarte als »kleine Korrespondenzbühne für bürgerliche Selbstinszenierung«. Dieser selbstinszenierende bzw. positionierende Charakter kennzeichnet die Ansichtskarte bis heute. Das Setzen thematischer Schwerpunkte, die Wahl der Bildmotivik, zum Einsatz kommende sprachliche Mittel, die Konstruktion von Sendeanlass sowie -ort stehen im Dienste der Positionierung des/der Schreibenden. Dieser »Imperativ der Auswahl« (Holzheid 2020: 432) korrespondiert – wenn eingelöst – mit einem mehrdimensionalen Stance-Akt (Du Bois 2007). Liegt diese Perspektivierung der Ansichtskarten-Schreibpraxis auch nahe und wird sie in den bisherigen Forschungsbeiträgen wiederkehrend zum Thema, so steht eine systematische Analyse des (auch) der Positionierung dienenden Schreibphänomens Ansichtskarte anhin weitgehend aus (vgl. aber speziell zur Bild- und Motivwahl den Beitrag von St. Wolff in diesem Band). Das nachfolgend in den Mittelpunkt zu rückende Beitragsanliegen besteht daher darin, in einer ersten Annäherung Ansätze der linguistischen Positionierungs- und insbesondere der soziolinguistischen Stancetaking-Forschung (Du Bois 2007; Hunston 2007; Jaffe 2009) auf den Gegenstand der Ansichtskarte zu übertragen. Der Fokus richtet sich auf sprachliche Form-Funktionskorrelationen, die allerdings ausschließlich im Horizont des Gesamtphänomens Ansichtskarte zufriedenstellend beschrieben und erklärt werden können.

Soziale Positionen können mit Hausendorf (2012: 102) »als Verfestigungen und Erstarrungen kommunikativer Erwartungen [...], die sich losgelöst von Personen aus Fleisch und Blut (>Akteuren<) kommunikativ verselbständigt haben und unterschiedliche Formen sozialer Kategorisierung annehmen können«, begriffen werden. Infolge dieser Entkopplung von konkreten Akteuren avancieren die entsprechenden Verfestigungen zu kollektiv geteilten Positionierungsressourcen, derer sich potenziell jede(r) bedienen kann. Die Verwendung jener kommunikativ aufgeladenen Sprachmittel in der Praxis kann mit dem Einnehmen der damit assoziierten Positionen gleichgesetzt werden. Wer auf diese geprägten Verfestigungen (Feilke 1996) zurückgreift, ruft den damit verknüpften situativen (Positionierungs-)Kontext und damit korrespondierende Erwartungshaltungen auf. Zum Einsatz gebracht wird ein soziales Kapital, das diesen Sprachmitteln anhaftet und das jene Spracheinheiten in ihrer Verwendung aufrufen sowie aktualisieren (Jaffe 2009: 203). Damit indiziert ein Großteil sprachlicher Form-Funktionskopplungen soziale Kategorien und Werte, wobei die Vielzahl an divergierenden Positionierungspraktiken, an denen wir im kommunikativen Alltag partizipieren, ebenso vielfältige Sprachmittel mit Positionierungspotenzial motiviert. In diesem Beitrag wird davon ausgegangen, dass die grundlegende (sprachliche) Positionierungsaktivität, die mit der Ansichtskarte verknüpft ist, darin besteht, sich als (touristisch) Reisende(r) zu entwerfen. Dieses *doing traveler/vacationer* – als »gelebte Strukturen« (Deppermann et al. 2016: 7) – beginnt mit der Auswahl der Ansichtskarte und wird im Ergebnis – vorausgesetzt, die entsprechende Deutungsofferte glückt – zur naheliegenden Lesart in den Händen der Empfängerin/des Empfängers.

Neben (der Verschränkung von) phatischen Elementen und ortsreferenziellen Bezügen (Hausendorf 2019: 300) charakterisieren ebenso die Reise bzw. den Ferienort,

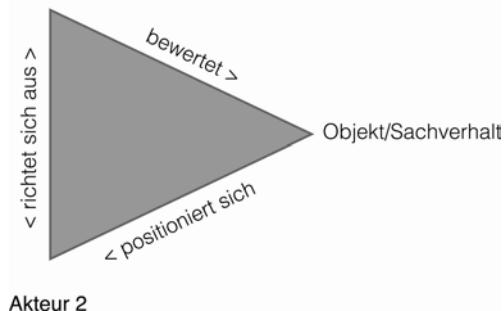
das Ferienwetter usw. evaluierende sowie affektiv-positionierende Bestandteile die Ansichtskarte. Es liegt nahe, die Positionierungspraktik Ansichtskarte als eine Form des Stancetaking zu modellieren.³ Das Stance-Modell, wie es in den Arbeiten Du Bois' (u.a. 2007) entworfen wird, ist dialogtheoretischer Provenienz und hat früh Eingang in die soziolinguistische Forschung gefunden (u.a. Jaffe 2009; Spitzmüller et al. 2017).⁴ Ursprünglich bezieht sich das Modell mithin auf dialogische Face-to-face-Kommunikation, wobei Stancetaking grundsätzlich eine mehrdimensionale (sprachliche) Praxis umfasst. Sie integriert das Evaluieren von (u.a. sprachlich konstruierten) Stance-Objekten, das (Fremd-/Selbst-)Positionieren von Stance-Subjekten (als Akteure) in Bezug auf diese Stance-Objekte (vgl. dazu auch den Beitrag von D. Koch in diesem Band) sowie das Alignment zwischen Stance-Akteuren als reziproke Ausrichtung untereinander. In Anbetracht dieser Polyfunktionalität formuliert Du Bois (2007) folgenden Stance-Begriff:

Stance is a public act by a social actor, achieved dialogically through overt communicative means, of simultaneously evaluating objects, positioning subjects (self and others), and aligning with other subjects, with respect to any salient dimension of the sociocultural field (Du Bois 2007: 163).

Abilden lässt sich das Modell in Form des Stance-Dreiecks (Abb. 2). Sprachliche Formate profilieren häufig eine der aufgeführten funktionalen Dimensionen, die übrigen treten dabei in den Hintergrund, werden aber nicht gänzlich ausgeblendet. Beim Stance-Modell handelt es sich um »a productive way of conceptualizing the processes of indexicalization that are the link between individual performance and social meaning« (Jaffe 2009: 4). Stance ist sozial situiert wie auch »socially consequential« (Jaffe 2009: 2; Englebretson 2007: 6f.).

Abb. 2: Stance-Dreieck

Akteur 1



-
- 3 Dabei versteht sich bereits die Auswahl einer durch und durch konstruktiven und (massen-)touristisch vorgeformten Bildseite als Teil des Positionierens. Die Ansichtskarte stellt in ihrer Einbettung in die touristische Erfahrung und in ihrer multimodalen Gestalt als Ganzes eine Positionierungspraktik dar.
- 4 Eine korpuslinguistische Auseinandersetzung mit dem Stance-Modell legt Hunston (2007) vor.

Zwar stellen gesprochensprachliche Positionierungsanlässe die Grundlage des Modellentwurfs dar, dennoch lassen sich zentrale Stance-Überlegungen auf Textkommunikation in ihren vielfältigen Erscheinungsformen übertragen (u.a. Merten i. Dr.). (Komplexe) Stance-Techniken – insbesondere transphrastischer Natur – können in der schriftkonstituierten Kommunikation als Textprozeduren (Feilke 2010) in Erscheinung treten. Über ihre positionierende Funktion hinaus besetzen sie in diesen Fällen »eine textfunktionale Position« (Feilke 2010: 2), ihnen kommt textkonstituierender Charakter zu, wie er am Beispiel des *Grüße-von/aus*-Musters (Kap. 4.1) deutlich wird. Das komplexe Form-Funktionspaar, das sich um die lexikogrammatische Verfestigung *Grüße von/aus* formiert, ist eine für die Ansichtskarte im hohen Maße typische Stance-Ressource. Ihre Verwendung setzt zudem eine entsprechende Text- und Praktikenkompetenz – ein Wissen um basale Inhalte und Prozeduren des Schreibens von Ansichtskarten – voraus. Gemeinsam mit weiteren lexikogrammatischen Stance-Ressourcen, die für die Ansichtskarte charakteristisch sind, steht sie exemplarisch für ein *social shaping of grammar* (Fox 2007): Soziale Praktiken in ihren je spezifischen Verschränkungen von Materialität, Medialität, Kontextualität, Historizität sowie Partizipationsstruktur (vgl. Deppermann et al. 2016) nehmen Einfluss auf die Gestalt routinisierter Vollzugsformate (Merten 2018).

Dass für die multimodale Ansichtskarte sowohl die Ansichtsseite als auch die beschriebene Kartenfläche textkonstitutiv wirken, korrespondiert mit einem ebenso multimodalen Stance, der also auf bildlichen und sprachlichen Elementen (und deren Integration) fußt: Beispielsweise konstruiert die Ansicht das zur Evaluation stehende Objekt (z.B. den Strand, das Wetter oder die Landschaft) mit, die bildliche Komponente ist wesentlich am Entwurf des Reiseorts (*als sight*) bzw. der Reise, zu dem/der sich (sprachlich) positioniert wird, beteiligt. Evaluationen, die vielfach auf Ansichtskarten auszumachen sind (vgl. Hausendorf 2019: 310), können als »index of coherent individual or community value systems« (Jaffe 2009: 5) gelesen werden. Ein wiederkehrendes Format mit evaluativem Zuschnitt liegt u.a. mit Kopulastrukturen samt *es*-Expletivum in Subjektfunktion vor, also *[es ist X]*. Während das *es*-Expletivum auf ein nur sehr vage umrissenes Stance-Objekt (als das Ferien-Hier) Bezug nimmt, wird die prädiktative X-Leerstelle für gewöhnlich von evaluativen Adjektivphrasen (etwa *urgemütlich paradiesisch* oder *super*) besetzt (Bsp. 6 und 7), seltener von Nominalphrasen (Bsp. 8), in denen der nominale Kopf (z. B. *Gegend*) das Stance-Objekt (mit)konstruiert und ein entsprechendes Adjektivattribut (z. B. *herrliche*) evaluativ zum Einsatz kommen kann. Die folgenden Beispiele exemplifizieren nicht nur diese Stance-Konstruktion, sondern enthalten darüber hinaus zahlreiche weitere Evaluativphrasen (hervorhebende Kursivierungen von mir):

- (6) 20.1.91 Hoi zäma [Hallo zusammen], Strahlend blauer Himmel (und das jeden Tag eine Rundtour nach Parpau und Lenzerheide, viele feine Mahlzeiten. *Es ist urgemütlich paradiesisch*, wenn man an andere Gegenden denkt. Herzliche Grüsse Rolf + Romy ([anko] 91341)
- (7) Liebe Feriengrüsse von der wunderbaren, sonnigen Adriaküste, *es ist alles super*, bis bald Emil und Rösli ([anko] 120889)
- (8) Winchester, 2. Juli 96 Liebe Doris bin nochmals zu Ruth + Familie gefahren. Wir haben hier noch einen mässigen Sommer. [...] *Es ist eine herrliche Gegend*, leider haben wir

gerade einen Regentag erwischt. Mit lieben Grüßen Ida |NN| Ruth & Familie ([anko] 31187)

Ob in attributiver oder prädikativer Funktion, Adjektive sind vielfach mit der Aufgabe des (sprachlichen) Evaluierens betraut. Im [anko]-Korpus finden sich allerdings auch Evaluativformate, für die der (syntaktisch) uneingebettete Status der entsprechenden Phrasen charakteristisch ist (zu ähnlichen Formaten in Leserkommentaren Merten i. Dr.). In ihrer reduzierten Form sind diese Syntagmen Ausdruck der Kürze und Dichte auf der begrenzten (Karten-)Fläche. Sowohl desintegrierte Adjektiv- als auch Nominalphrasen treten evaluierend auf: Während im Falle der Nominalphrasen das Verhältnis von evaluativer Komponente (etwa attributive Präpositionalphrasen wie *mit so viel Sehenswürdigkeiten* oder Adjektivattribute wie *wunderschöne*) und Stance-Objekt, hier: *Stadt*, weiterhin syntaktisch organisiert wird (Bsp. 9 und 10), ist dies für uneingebettete Adjektivphrasen wie *Fantastisch!* (Bsp. 9) oder *herrlich!* (Bsp. 11) nicht der Fall. Das Verhältnis gestaltet sich syntaktisch deutlich loser, infolge der konsentierten Routinisierung entsprechender Formate glückt die (vom Schreibenden intendierte) Interpretation allerdings problemlos. In Bsp. 11 etwa wird der Umstand, *nach rund 30 Jahren wieder hier oben* zu sein, als Stance-Objekt konstruiert, das mittels *herrlich!* – zugleich Ausdruck des affektiven Positionierens – positiv evaluiert wird.

(9) 9.3.01 Ihr Lieben von unserer 1-wöchigen Kulturreise nach Madrid und Umgebung senden wir Euch ganz herzliche Grüsse. Eine Stadt mit so viel Sehenswürdigkeiten. *Fantastisch!* Vor allem die Museen Prado und Thyssen-B. Es grüssen ganz herzlich Hella u. Dieter ([anko] 81143)

(10) 12.2.88 Ihr Lieben, nach einer wunderschönen und |unclear| Reise über Bali und Perth, Tasmanien sind wir hier gelandet. Eine wunderschöne Stadt. Wo habt Ihr wohl gewohnt? [...] Liebe Grusse alle |unclear| ([anko] 100855)

(11) 16/9/71 Liebe Mammy, nach rund 30 Jahren wieder hier oben – *herrlich!* [...] Liebe Grüsse und alles Gute Monique Fred ([anko] 100487)

Empfänger*innen sind dazu eingeladen, diese Evaluationen zu teilen. Die Möglichkeit eines unmittelbaren Alignments ist für die Ansichtskarte aufgrund der Zerdehnung der Kommunikationssituation (sensu Ehlich 1984) nicht angelegt. Grundsätzlich ist hinsichtlich der Beteiligungsstruktur zu berücksichtigen, dass – konträr zum typischen Brief – sogenannte Kollektivkarten von mehreren Personen, ergo potenziellen Stance-Subjekten als einem ›Wir‹, verfasst sein können. Vielfach lässt sich ein(e) Hauptschreibende(r) ausmachen, die Unterschriften mehrerer gemeinsam Reisender kommen nach dem Verfassen des thematischen Hauptteils hinzu (Holzheid 2020: 430).

3 Korpus und Herangehensweise

Als Datengrundlage des vorliegenden Beitrags dient, wie bereits exemplarisch herangezogen, das Ansichtskartenkorpus [anko] (Sugisaki et al. 2018), das an der Universität Zürich angesiedelt ist und für die AutorInnen dieses Bandes zugänglich gemacht wurde (Zugriff über CQPweb). Es umfasst insgesamt 12.277 korpuslinguistisch aufbereite-

te Texte (resp. Ansichtskarten), die sich aus 614.685 Wortformen zusammensetzen. Das Korpus besteht aus (anonymisierten) deutschsprachigen Ansichtskarten, die von 1900 bis in die 2010er Jahre in die Schweiz versandt wurden. Damit zeigt sich im Prozess der Korpuskomilation eine Teilpraktik der sozialen Praxis Ansichtskarte, von der die rekonstruktive Forschung profitiert: Die empfangenen Karten wurden – über Jahrzehnte hinweg – aufbewahrt und konnten von der interessierten Öffentlichkeit nach entsprechenden Aufrufen den Projektverantwortlichen zur Verfügung gestellt werden.

Das korpusanalytische Vorgehen lässt sich grundsätzlich als explorativ beschreiben. Um sich Stancetaking als einem »type of meaning, or several types of meaning, rather than a form« (Hunston 2007: 27) bzw. wenn man so möchte: als pragmatischem Phänomen anzunähern, bedarf es einer umfassenden Sichtung des Materials einhergehend mit der Identifikation von Schlüsselstellen des Positionierens. Dabei konzentriert sich der vorliegende Beitrag weniger auf einzelne bereits intensiv in der Forschung behandelte lexikalische Stance-Elemente, sondern nimmt vielmehr komplexe Techniken (v.a. transphrastische Form-Funktionspaare), die die Ansichtskarte entscheidend mitkonstituieren, in den Blick. In einem ähnlichen Vorgehen hebt Hunston (2007) die besondere Rolle sogenannter *phraseologies*, die mit dem Konstruieren von Stance assoziiert sind, hervor:

[W]hat distinguished *subjective* (or *stance-heavy*) from *objective* (or *stance-light*) texts is not the quantity of explicitly evaluative lexical items in each, but the embedding or otherwise of those items in *phraseologies*, which frequently co-occur with stance. Those *phraseologies* can be identified intuitively, but intuition in this regard is unreliable, and an examination of many instances of the target phrase is required to corroborate the perception of its role in the text under investigation. A corpus can provide just such a set of instances (Hunston 2007: 45).

Es gilt, korpusbasiert komplexe Stance-Muster (vgl. Hunston 2007: Kap. 3), vorliegend verstanden als rekurrente Form-Funktionspaare, herauszuarbeiten. Instruktiv ist in diesem Zusammenhang das Identifizieren lexikalischer Anker, also lexikalischer Bestandteile, die wiederkehrend im Rahmen entsprechender Stance-Muster zum Einsatz kommen und allem Anschein nach verfestigt sind. Diese lexikalischen Anker können im Zuge der Korpusanalyse z.B. für *kwic*-Anfragen (*keywords in context*), also zur Zusammenstellung von Beleglisten relevanter Muster(realisierungen), genutzt werden (zur korpuslinguistischen Erschließung grußspezifischer Muster vgl. Scharloth in diesem Band). Auf dieser Grundlage können wiederum weitere Analyseschritte (Abstrahieren von individuellen Fällen, (Sub-)Kategorienbildung usw.) erfolgen.

4 Korpusbasierte Einsichten: Komplexe Stance-Techniken des Feriengrußes

Als komplexe Stance-Techniken des Feriengrußes erweisen sich u.a. die beiden nachfolgend intensiver zu beleuchtenden lexikogrammatischen Formate, in deren Fall nicht nur verschiedene Funktionen bzw. kommunikative Nützlichkeiten fusionieren und in einem transphrastischen sowie polyfunktionalen Form-Funktionspaar Ausdruck finden, sondern die zudem zwischen sprachlicher Vorgeformtheit und Spielräumen der Variation

oszillieren und damit für den vermeintlich individuellen (mitunter kreativen) Ausdruck genutzt werden können. Als Cluster zusammengefasst werden jeweils hinreichend ähnliche Formate, also solche Techniken, die große formale wie auch funktionale Gemeinsamkeiten aufweisen und sich wiederum von anderen Formaten deutlich unterscheiden.

4.1 Cluster I: Liebe Feriengrüsse von der wunderbaren, sonnigen Adriaküste ...

Ansichtskarten – als u.a. phatisches Medium (Holzheid 2020: 432) der Kontaktaufnahme mit den Daheimgebliebenen – kennzeichnet eine Allgegenwart des Grüßens (Hausendorf 2019: 300). Kaum verwunderlich ist daher, dass *Gruß/Grüße* (Lemma *Gruß*; 9.096 Belege) die häufigste nominale Form im [anko]-Korpus darstellt (Hausendorf 2019: 307). Allerdings wird dieser Gruß typischerweise um den Ort bzw. Raum, von dem aus gegrüßt wird, ergänzt. Zur Kontaktaufnahme tritt somit ein explizites Lokalisieren als raumreferentielle Positionieren, das die Frage *Von wo/aus welchem Ort/Raum erreichen dich/euch/Sie die Grüße?* zum Ausgangspunkt nimmt. Holzheid (2020: 430) spricht mithin von der Ansichtskarte als »Gruß-aus-Karte«. Hausendorf (2019: 300) sieht »in dieser Kombination von phatischer und lokal- bzw. raumreferentieller Kommunikation die pragmatische Nützlichkeit der Ansichtskarte«.

Einen ersten Eindruck der Muster, die aufgrund ihrer zahlreichen Überschneidungen zu einem *Grüße*-PrÄP-Cluster⁵ als partiell lexikaliertem Form-Funktionspaar zusammengefasst werden können, vermittelt ein Blick auf die Auftretenshäufigkeiten: Es finden sich insgesamt 1.258 Belege für die Lemmata-Kombination von *Gruß* sowie darauffolgendem *von*, worunter mithin die Verschmelzung von Präposition und Artikel in Form des syntaktischen Wortes *vom* fällt. Bei der (semantisch-pragmatischen) Interpretation ist zu berücksichtigen, dass *von* samt nachfolgender Nominalphrase – es finden sich nur wenige Ausnahmen, in denen etwa ein Adverb wie *hier* im präpositionalen Skopus steht – nicht in jedem Fall lokalisierend eingesetzt wird. Denn ebenfalls begegnet das Muster *Grüße von NACHNAME*, das expliziert, von wem die Grüße stammen. Für die Kombination der Lemmata *Gruß* sowie darauffolgendes *aus* finden sich 1.202 Belege im [anko]-Korpus, hier ist die lokal-/raumreferentielle Funktion der Präpositionalphrase eindeutig. Für beide Muster – *Grüße von X/Grüße aus X* – ist die Antepositionierung der Präpositionalphrase, die in dieser Stellungsvariante vielfach den thematischen Hauptteil einleitet, geläufig. Jene Fälle eindeutig zu identifizieren und einen quantitativen Eindruck zu vermitteln, gestaltet sich angesichts der Distanzstellung der lexikalischen Anker (*von/aus* sowie *Gruß/Grüße*) als deutlich herausfordernder. In beiden Formaten ist die Pluralform *Grüße* deutlich häufiger vertreten als das niedrigfrequente *Gruß*.

In den *Grüße-von*-Realisierungen wird insbesondere auf *Reise* oder *Ausflug* als nominaler Kopf der Präpositionalphrase zurückgegriffen. Mitunter finden sich Bezeichnungen für spezifische Regionen/landschaftliche Sehenswürdigkeiten (z.B. die *Sonneninsel Kreta*, die *Adriaküste*, die *Aareschlucht*) oder die Nomen *Urlaub* und *Ferien*. Wiederkehrend (dennoch seltener) belegt sind Nomen wie *Fahrt*, *Abstecher*, *Trip* oder *Tour*. So-wohl die Substantive *Reise* und *Ausflug* als auch letzteres Nominalcluster zeichnet ein dynamisch-direktionales Bedeutungspotenzial aus. Gegrüßt wird (sprachlich) nicht aus

5 Die Abkürzung »PrÄP« steht hier mithin für Präpositionalphrase.

einem spezifischen Ort, sondern im Laufe einer Reisetätigkeit (von unterschiedlicher Dauer: bspw. *Reise* vs. *Abstecher*). Dieser dynamisch-direktionale Charakter wird durch die sich anschließenden spezifizierenden Präpositionalphrasen mit Richtungspräpositionen wie *nach* und *ins* unterstrichen:

- (12) Ganz liebe Grüsse von meiner Reise nach Jordanien und speziell Petra sendet Dir Edith ([anko] 40925)
- (13) 5.10.91 Von unserem Ausflug nach Kleinwelka senden wir Dir herzliche Grüße Deine Sunhild, Thomas Sebastian und Christian. ([anko] 21181)
- (14) Von unserem kurzen Abstecher nach Barcelona senden wir liebe Grüsse. »San Miguel« muss ein grosser Heiliger gewesen sein – überall trifft man »San Miguel« weiteres mündlich Hans + Martha ([anko] 90277)
- (15) 30.10.77 Herzliche Grüsse von meinem trip ins wahrscheinlich grösste Shopping-Center der Welt. [...] Alles Gute und bis bald Sepp ([anko] 120701)
- (16) 9.8.1983 Von einer Tagestour nach dem wunderschönen Yvoire, senden wir Dir herzliche Grüsse und wünschen Dir gute Besserung Fridy |NN| und Hedy |NN| ([anko] 11385)

Die Autor*innen geben nicht selten weitere Zusatzinformationen zur Reise: Sie spezifizieren mitunter die zum Einsatz kommenden nominalen Köpfe, indem sie – ähnlich der konstruierten zeitlichen Begrenzung in Form von *Tagestour* (Bsp. 16) – etablierte wie auch ad hoc gebildete Determinativkomposita nutzen. Als Determinans treten den Zweck oder die Art der Reise explizierende Formen wie *Geschäft(s)-*, *Erkundung(s)-* oder *Ski-*, zudem *Wander-*, *Bade-*, *Erholungs-* usw. auf. Als Teil des Selbstentwurfs wird das Reiseanliegen als berufliches oder freizeitliches konstruiert. Auch können lokale (bspw. *Schwiz(er)-*) oder auf die Dauer der Reise Bezug nehmende Bestimmungen erfolgen (etwa *Kurz-*). Formen wie *Super-* (Bsp. 22), die u.a. auf eine adjektivische Basis zurückgehen (aber auch nominal: *Traumreise* ([anko] 301033) oder *Troumferie* ([anko] 81109) u.Ä.), erfüllen einen evaluativen Zweck (mit dem Determinatum als Stance-Objekt) und weisen zugleich einen affektiv-positionierenden Anstrich auf:

- (17) 8/2/91 Von meiner Geschäftsreise nach Malaysia/Singapore herzliche Grüsse und baldiges Wiedersehen über Ostern! Bucht den Freihof für Pizza!!! Urs |NN| ([anko] 121173)
- (18) Vo euserem schöne Schwizerreisli id' Westschwiz schicked mer Eu liebi Grüess und bedanked eus nomal herzlich für das schöni Wuchenend. Daniela + Familie ([anko] 101579)
- (19) Tausend Grüsse von unsere FogalLaden-Erkundungsreise nach Tokyo, Honkong und Singapore H. & H. |NN| ([anko] 10939)
- (20) Von unserem Kurzurlaub nach Talfang und einem Ausflug nach Trier liebe Grüsse Euch Allen [...] ([anko] 300747)
- (21) Aus meinen Ski-FrühlingSommer-Ferien sende ich Euch viele liebe Grüsse. Monika |unclear| ([anko] 91211)
- (22) Ciao Aschi, Aus einem Superurlaub (abgesehen vom ausgeräumten Auto und den Touris) sende ich Dir ganz liebe und sonnige Grüsse. [...] Machs gut Sara ([anko] 21552)

Die Grüße-aus-Realisierungen unterscheiden sich von der Grüße-von-Gruppe insofern, dass vor allem Toponyme – wie *Tokyo*, *Gran Canaria*, *Thailand* – wiederkehrend lokalreferentiell auftreten. Ebenfalls finden sich *aus*-Phrasen mit den Nomen *Ferien*, *Lager*

bzw. topographischen Bezeichnungen wie *Stadt* oder *Bergen*. Das *Grüße-aus*-Subcluster scheint damit aus deutlich statischer angelegten Realisierungen zu bestehen. Profiliert wird nicht eine (dynamische und fortschreitende) Reise, auf der man gerade (aktiv) ist und von der aus man grüßt, sondern ein mehr oder weniger eingrenzbares Gebiet, in dem man sich zu Reisezwecken aufhält – damit wird der jeweilige Ort, das jeweilige Land als Urlaubsgebiet entworfen – und aus dem man die Grüße entrichtet (zu diesen unterschiedlichen Construal-Möglichkeiten Langacker 2008: Kap. 3, besonders 73–85).

- (23) 6-5-81 Sehr geehrter Hr. Doktor, Beste Grüsse aus Tokyo Ihr Hermann |NN| ([anko] 140097)
- (24) Viele herzliche Feriengrüsse aus Gran Canaria sendet Euch Theri und Erich ([anko] 100989)
- (25) Viele herzliche Grüsse aus Thailand vom wunderschönen Katlathani Beach Resort Hotel. Walti und Paula ([anko] 170445)
- (26) viele liebe Grüsse aus dem Lager in Gurnigel sendet Dir Astrid Christoph ([anko] 101467)
- (27) Liebe Tante Marianne viele Grüsse aus dieser schönen Stadt Helene Bernhard ([anko] 120045)

Im zuletzt angeführten Beispiel unterstützt die Ansichtsseite der Karte maßgeblich bei der Auflösung, von welcher schönen Stadt die Rede ist. In besonderem Maße wird an dieser Stelle deutlich, dass Bedeutung im Falle der Ansichtskarte multimodal entfaltet wird. Jene sprachliche Realisierung erklärt sich gerade aus den besonderen Schreibbedingungen, die von der vorgefertigten (und lokalisierenden) Ansichtskarte als Beschreibmaterial ausgehen. Der entsprechende Korpusauszug zeigt zudem, dass evaluierende Elemente vor den nominalen Kopf der Präpositionalphrase treten. Neben solchen adjektivischen Attributen, die fast ausschließlich als eindeutig evaluierend eingestuft werden können (von *herrlich* über *bellissima* bis hin zu *eher unfreundlich*), ermöglichen auch auf das jeweilige Nomen (als nominale Konstruktion des Stance-Objekts) folgende Präpositionalphrasen oder Attribut-sätze einen detaillierteren Entwurf der Urlaubserfahrung:

- (28) Patras im April 1956 Von einer herrlichen Erholungsreise per Schiff, das uns bis nach Patras brachte sendet herzliche Grüsse Max Es ist hier sehr heiss. ([anko] 10973)
- (29) 12.8.80 Meine Lieben, Viele herzliche Grüsse aus den immer wieder so herrlichen Schweizer Bergen – deren Schönheit auch durch mondernste zivilisatorische Bemühungen stets wieder da ist. [...] Nini« ([anko] 130407)
- (30) Ganz liebi Grüess us bellissima Sardegna Carmen Tamara Sandro Rolf ([anko] 130221)
- (31) 17. April 77 Meine Lieben von unserer schönen Reise mit vielen Eindrücken sende ich Euch herzliche Grüße Eure Mami B E. ([anko] 90970)
- (32) Von meinem wunderbaren sonnigen Nordseearlaub sendet Ihnen Liebe Frau |NN| und Ihrem Mann herzliche Grüsse Ihre |unclear| ([anko] 10813)
- (33) 20.7.74 Unsere Lieben! Aus gegenwärtig kalten und eher unfreundlichen Regionen, aber mit einer herrlichen ersten Woche senden wir Euch herzliche Grüße. [...] Tante |unclear| Vater und Juni ([anko] 90997)

Dass Spezifizierungen wie *mit vielen Eindrücken* evaluativ gelesen werden können, erschließt sich auf Grundlage eines sehr wahrscheinlich geteilten (und mithilfe des [anko]-Korpus untersuchbaren) Verständnisses darüber, was zumindest die meisten Tourist*innen mit einer positiven Reiseerfahrung bzw. einer guten Reise assoziieren: interessante, eindrucksvolle Ferien. In Analogie dazu kann sowohl Adjektiven wie *sonnig* oder *neblig* sowie Präpositionalphrasen wie *bei herrlichem Sonnenschein* – als zwei der möglichen Formate, die auf das Wetter Bezug nehmen – evaluierender Charakter zugesprochen werden. Zwar charakterisiert das evaluative Adjektiv *herrlichem* das Stance-Objekt *Sonnenschein* bereits als ein überaus willkommenes Ferienwetter. Aber auch ohne dieses bewertende Element scheint hier auf »ein verlässliches und deshalb voraussetzbares Wissen« (Hausendorf 2019: 310) rekurriert zu werden, zu dem nicht nur gehört, was unter gutem und schlechtem (Ferien-)Wetter, sondern auch grundlegender, was als eine herrliche Reise oder eine *bellissima* Region (etwa Sardinien) verstanden werden kann.

Zusätzlich kann das stärker statische *Grüsse-aus-TOPONYM*-Format von prozessual konstruierenden *wo*-Attributsätzen erweitert werden. Integriert werden so Tätigkeiten bzw. Ferienunternehmungen (mit dynamischem Profil), die den Urlaub als eine erlebnisreiche Zeit und mithin den/die Kartenschreibende(n) als aktive(n) Reisende(n) entwerfen:

(34) Viili liebi Grüässli us London, womer Sehenswürdigkeite bestuned und d' Stadt leerchau fed. Corinne Martina [Viele liebe Grüsse aus London, wo wir Sehenswürdigkeiten be staunen und die Stadt leerkaufen] [...] ([anko] 90083)

(35) Sehr geehrte Frau |NN| Aus dem schönen Bulgarien wo wir viel baden + lesen und uns erholen senden wir Ihnen viele Grüsse René |NN| + Christina |NN| ([anko] 60209)

Das *Gruß-von/aus*-Muster bietet verschiedene (formale) Möglichkeiten, evaluative Bestandteile zu integrieren. Gewissermaßen zeichnen sich hier textsortentypische Komprimierungsstrategien ab: Auf der begrenzten Kartenfläche wird verhältnismäßig dicht – unter Hinzunahme von Relativsätze, sekundären Prädikationen usw. – geschrieben. Vielfach können diese evaluativen Elemente ebenfalls als affektive Positionierungen zum (mehr oder weniger klar umrissenen) Stance-Objekt interpretiert werden. Mitunter liegt nahe, dass übergeordnet die Reise/die Ferien, wenn auch nicht sprachlich in den Vordergrund gerückt, als (übergreifendes) Stance-Objekt fungiert. Jene affektiven Positionierungen sind (konstruierter) Ausdruck des Gefallens bzw. Missfallens. Stance-Akteure, die sich mittels der Ansichtskarte entwerfen, schließen dabei nicht nur an ein geteiltes Wissen-Werte-Geflecht des Urlaubs an, ihre Relevantsetzungen und sprachlichen »Entscheidungen« spiegeln auch Veränderungen des Ferienrahmens (Hausendorf 2019: 305).

Im Falle des formal komplexen und polyfunktionalen *Grüsse-aus/von*-Musters lässt sich die »Amalgamierung mehrerer Ferienelemente« (Hausendorf 2019: 313) beobachten. Die Korpusauszüge vermitteln einen ersten qualitativen Eindruck davon, wie Stance-Objekte entworfen werden und sich Reisende als (evaluierende) Schreibende und (evaluierende) Schreibende als Reisende positionieren. Bislang weniger in den Blick geraten ist, dass auch die adjektivische Attribuierung von *Gruß/Grüsse* Möglichkeiten der Variation und (phatischen) Positionierung in Bezug auf den/die Adressierte(n) bietet. In den bisherigen Korpusauszügen werden mittels einer überschaubaren Gruppe an Adjektiv-

phrasen die Grüße spezifiziert bzw. intensiviert: vom weniger verbindlichen *viele Grüsse* sowie *sonnige Grüsse* über *herzliche Grüsse* hin zu (Kern-)Grußphrasen wie *tausend Grüsse*, *viele herzliche Feriengrüsse* oder das dialektale *viili liebi Grüässli*, in denen ein Mehr an Wortformen einem Mehr an Nachdrücklichkeit bzw. konstruierter Verbundenheit entspricht.

4.2 Cluster II: Nachdem wir im Süden tüchtig schwitzten ...

Eine zweite wiederkehrend zum Einsatz kommende Stance-Technik, mit der Reisende sich als Personen mit einer spatio-temporalen Reise-Vorgeschichte positionieren, liegt mit dem *nach/nachdem*-X (*nun/jetzt/heute/hier*) Y-Muster mit mindestens zwei hinreichend ähnlichen, aber in nicht zu vernachlässigendem Maße divergenten Realisierungsformaten vor: (1) *nach-* sowie (2) *nachdem*-Strukturen. Diese grammatisierten bisegmentalen Verfahren dienen der (Re-)Konstruktion des Reiseerlebnisses in seiner temporal-direktonalen/spatialen Dynamik und entwerfen den/die Reisende(n) als Explorierende(n) in/von Zeit und Raum, der ein bereits vorgeformtes Feld an möglichen und erlebenswerten Urlaubsaktivitäten eröffnet. Exploriert werden vordergründig Orte, die bereits als nach touristischen Vorstellungen bereisenswert ausgezeichnet (und bekannt) sind. Die Ansichtskarte fängt das Andauern der Reise in seiner durativen Gestalt ein und gewinnt an narrativ-prospektiver Qualität, indem auch Geplantes zum Thema wird. Mitunter wird im wahrsten Sinne des Wortes das Vorankommen in der spatialen Dimension in einer vorausgehenden Zeitspanne in den Vordergrund gerückt und so auf Erwartungen, die an das (Fern-)Reisen und den kulturell-emergenten Identitätsentwurf Reisender geknüpft sind, rekuriert. Damit geben Realisierungen dieses Clusters auch Einblick in die Selbstwahrnehmung der Autor*innen. Grundsätzlich wird in dieser rekonstruktiven und (aufeinanderfolgende) Erlebnisse/Stationen beschreibenden Funktion die narrative Dimension der Praktik des Schreibens von Ansichtskarten berührt. In den sprachlichen Vordergrund rückt ein (entschleunigender) Moment als Hier und Jetzt des Kartenschreibens, das vor einem bereits erlebten Reise-Hintergrund entworfen und ggf. als (lokaler sowie temporaler) Aussichtspunkt⁶ (Langacker 2008: 75) eines antizipierten weiteren Reisevorhabens profiliert wird.

Sowohl das präpositionale *nach-* als auch das subjunktionale *nachdem*-Format konstruieren ein Figur-Hintergrund-Verhältnis (Zima 2021: Kap. 3.1), in dem ein (Reise-)Hintergrund, dessen Entwurf auf *nach/nachdem* folgt, in ein zeitliches Verhältnis zum Schreibjetzt – Figur im Matrixsatz – gesetzt wird. Mit dieser Abfolge ist das entsprechende Verhältnis zeitlich ikonisch organisiert: Etwas Vorgängiges wird typischerweise auch vor dem konstruierten Hier und Jetzt auf der Ansichtskarte positioniert (Langacker 2008: 79). Im [anko]-Korpus finden sich verhältnismäßig wenig Fälle, die von dieser Abfolge abweichen. Das präpositionale *nach*-Format zeichnet sich durch eine reifizierende Darstellung aus (Langacker 2008: 103–108). Der zeitliche Hintergrund

6 Vgl. zu diesem *vantage point*: »One component of the viewing arrangement is a presupposed vantage point. In the default arrangement, the vantage point is the actual location of the speaker and hearer. The same objective situation can be observed and described from any number of different vantage points, resulting in different construals which may have overt consequences.« (Langacker 2008: 75)

wird nominal konstruiert, ausgeblendet werden prozessuale Aspekte. Die Präposition *nach* setzt mithin eine reifizierende Größe (Segment A) in ein temporales Verhältnis zu einer prozessualen Umschreibung des Hier und Jetzt des/der Kartenschreibenden (Segment B). Sehr häufig wird dabei Segment A als ein Zeitraum gefasst, in dem bspw. gewisse Orte bereist oder Aktivitäten umgesetzt wurden. Angesichts des temporalen Profils der Präposition *nach* ist dieses Relevantsetzen zeitlicher Aspekte (*nach Tagen, nach einer Woche* usw.) kaum verwunderlich. Der bisherige Urlaub wird als Reise (durch einen temporalisierten Raum) entworfen, er findet als ein zeiteinnehmendes Explorieren Ausdruck. Hervorgehoben werden Reisestationen, die bereits hinter den Reisenden liegen, also gewissermaßen als ›abgereist‹ gelten können:

- (36) Unsere Lieben, *nach Tagen in Denver + Ketchum, Idaho* sind wir nun auf leisen Fährten in den Canyons. [...] Herzlichst Eure Bruno + Ruth Maya + |unclear| ([anko] 140079)
- (37) 18/09/07 Liebe Maria und Ramses *Nach 4 prächtigen Wandertagen* regnet es heute und das gibt Zeit, um Euch ganz herzliche Grüsse aus unseren wunderschönen Ferien zu schicken. [...] Herzlichst Eure Hedy + Hans ([anko] 121467)
- (38) Hi Anna *Nach einer Woche San Francisco, verschiedenen NationalParks, Las Vegas, El Paso bei Onkel Carlos* sind wir in San Diego angekommen. die Reise ist sehr abwechslungsreich und spannend [...]. Viele Grüsse Martina, Carlos, Melvin, Miles ([anko] 10469)
- (39) 22.7.90 Liebe Maria, Lieber Ernst, *Nach einer Woche intensiver Besichtigungen in der Normandie* verbringen wir jetzt die 2. und 3. Woche südlich von |unclear|. Heinz u. Vreni ([anko] 250187)

Rauminformationen treten typischerweise attributiv zu kopfbildenden Zeitnomen wie *Tage* oder *Wochen* hinzu, u.a. in präpositionaler Form (*in Denver + Ketchum, Idaho*) oder als (komplexes) Genitivattribut (*intensiver Besichtigungen in der Normandie*). Auch können Aktivitäten als Determinans in Kompositumbildungen wie *Wandertagen* integriert werden. Wie auch im *Grüße-von/aus*-Muster werden vor allem vor die jeweiligen Nomen tretende Adjektivattribute evaluierend eingesetzt, etwa können *Wandertage* (Stance-Objekt) als *prächtige* qualifiziert werden. Wiederkehrend wird im Matrixsatz – der Figur, die sich vor dem entsprechenden *nach*-Hintergrund entfaltet – auf Adverbien wie *nun, heute, jetzt*, aber auch lokaldeiktisches *hier* zurückgegriffen. Die entsprechenden Formen heben den Kontrast von bisherigem Erlebnis und derzeitiger Urlaubssituation hervor. Zudem lokalisieren sich die Schreibenden häufig, indem sie mittels *in-TOPONYM*-Konstituenten ortsreferenziell Bezug nehmen. Das (Verorten im) Hier und Jetzt (und Gestern und Morgen), in das sich die Praktik des Kartenschreibens einfügt, wird in den sprachlichen Vordergrund gerückt.

Weiters wird wiederkehrend die Anreise – bspw. der *Flug* oder die *Fahrt* – als Hintergrund zum ›jetzigen‹ Urlaubsabschnitt entworfen. Zum Einsatz kommen deverbale Nomen, die grundsätzlich auf einen Prozess, der allerdings verdinglicht und summativ entworfen wird, referieren. Dabei scheint es fast obligatorisch, die Anreise adjektivisch zu evaluieren, also bspw. als *prächtigen Flug* oder *lange und anstrengende Fahrt* auszuzeichnen:

- (40) 8.9.76. Liebe Nachbarn, *nach prächtigem Flug* haben wir hier doch noch etwas Sommer erwischt. Jedenfalls können wir noch baden & sonnige Spaziergänge machen. Auf

baldiges Wiedersehen & herzl Grüsse N. + K. |NN| ([anko] 90973)

(41) HALLO IHR VIER – 31.8.77 NACH LANGER/ANSTRENGENDER/DREI TÄGIGER FAHRT (AUCH DURCH DAS DRECKIGE JUGOSLAWIEN) SIND WIR SEIT DIENSTAG HIER IN VRIA + BEI EINHEIMISCHEN GRIECHEN FÜR EINE NACHT. [...] HEUTE FAHREN WIR NACH ATHEN WEITER – VIELE LIEBE GRÜßE EURE FLAVIA ([anko] 301947)

Adressiert werden können mögliche Anschlusspläne (Bsp. 41). In einigen Beispielen werden Pläne für den darauffolgenden Tag zum Thema. Das Schreibhier und -jetzt dient in diesen Fällen als Referenzpunkt dieser prospektiven Perspektive. In die Gruppe der de-verbalen Nomen, die die Schreibenden verwenden, reiht sich ebenfalls *Reise* ein, womit sowohl die Anreise als auch eine mehrere Etappen umfassende Reise als spezifische Urlaubsform angesprochen sein kann. Beispiel (42) unten ist interessant, insofern die Evaluation der Reise nicht nur adjektivisch, sondern auch mittels des Derivationssuffixes erfolgt. Im Kontrast dazu steht die lakonisch (und infinit) verfasste Figur *nun doch im Paradies gelandet* (eine der wenigen Ausnahmen vom typischen prozessualen Charakter des Segments B):

(42) Liebe Ella, *nach umständlicher Reiserei* nun doch im Paradies gelandet. Gut akklimatisiert Wärme + Feuchtigkeit. [...] Liebe Grüsse Deine Magdalene + Irma ([anko] 11365)

(43) Vola amigos *Nach einer wunderschönen Reise von Mexiko-City Richtung Süden* sind wir nun hier auf der Insel Cozumel gelandet. Es ist herrlich warm hier. Viele liebe Grüsse an alle Rothristen Liselotte |unclear| ([anko] 161077)

Das subjunktionale *nachdem*-Format unterscheidet sich von *nach*-Strukturen, insofern der Hintergrund prozessuell konstruiert wird (Langacker 2008: 112): In Form des Adverbialsatzes kann der dynamische Charakter des vorgängigen Explorierens von Raum deutlich in den Vordergrund treten. Ebenfalls typischerweise auf die Adressierung folgend wird zunächst im *nachdem*-Segment die spatio-temporelle Geschichte finit konstruiert. Sowohl Akteur*innen, bei denen es sich zugleich um die Autor*innen der Ansichtskarte handelt (etwa *wir* oder *ich*), als auch verschiedene Tätigkeiten (i.w.S.) – *schwitzen, fahren, besichtigen, bewundern* usw. – werden relativ zur Schreibzeit verankert (etwa durch Gebrauch des Präteritums oder Perfekts).

Verben wie *fahren* (in anderen Belegen auch: *ankommen, fliegen* usw.) profilieren das Fortbewegen im Raum. Verbalausdrücke wie *besichtigen* oder *bewundern* heben das bewusste Explorieren von (bereits touristisch erschlossenem wie auch geprägtem) Raum hervor. Dabei bringen ausgewählte Formen – z.B. *bewundern* – eine affektive Positionierung des Stance-Subjekts zum Ausdruck. Die Schreibenden orientieren sich dabei an touristisch geprägten Vorstellungen und Werten, sie bewundern Bewundernswertes und besichtigen Orte, deren Besichtigung – touristischen Maßstäben entsprechend – eine gelungene Reise komplettiert. Rauminformationen – ob spatialer oder direktionaler Natur – werden im *nachdem*-Segment nicht attributiv, sondern als Adverbial oder gar Objekt (bspw. *die Verdonschlucht bewundert*) gefasst. Die Figur – als der Matrixsatz – nimmt auf den jetzigen Aufenthalt, das Hier und Jetzt des Schreibenden Bezug, auch in diesen *nachdem*-Fällen begegnen wiederkehrend die Adverbien *jetzt, nun, heute bzw. hier*. Mittels entsprechender Verben kann expliziert werden, dass nun eine Zeit des Erholens und Genusses angebrochen ist.

Tab. 1: nachdem-Realisierungen gegenübergestellt

Adressierung	Vorgeschichte	Schreibhier & -jetzt
Liebe NN ,	nachdem wir genug in altygyptischen Tempeln und Königsgräbern geschwitzt haben,	erholen wir uns jetzt am Roten Meer von dem erlebten »Kulturschock« ([anko] 60895)
Liebe Ursi Lieber Bruno	Nachdem wir in der ersten Woche durch die Toskana und Teile Umbriens gefahren sind,	geniessen wir nun die zweite Woche in der Heimat des Brunellos! ([anko] 61119)
Liebe Lisa	Nachdem wir in Köln Dom, Museum und eine Menge romanischen Kirchen besichtigt haben,	sind wir heute nach Aachen gefahren. ([anko] 21595)
Liebe Kinder,	nachdem wir gestern die Verdonschlucht ausgiebig bewundert haben,	sind wir heute am Strand in der Nähe von St. Tropez, wo wir so etwas wie Zwangsbadende sind. ([anko] 90935)

Sowohl (1) eine Nicht-Initialstellung des *nachdem X (nun/jetzt/heute/hier) Y*-Gefüges im thematischen Hauptteil als auch (2) die Nachstellung des *nachdem*-Adverbialsatzes samt vorausgehender Figur sind deutlich weniger gebräuchlich und durchaus markiert. In Fall (1) werden etwa in pragmatischer Hinsicht dringlichere bzw. priorisierte Informationen (z.B. Dank für Geburtstagsglückwünsche) vorangestellt (Bsp. 44). Im zweiten Szenario wird die Figur zusätzlich – d.h. auch topologisch – in den Vordergrund gerückt (Bsp. 45). Diese Form der Hervorhebung geht im ausgewählten Korpusauszug mit dem ausgeprägt narrativen Duktus Hand in Hand.

(44) Bremen, 26.V.55 Liebe Carol! Empfange vorerst meine herzl. Glück-Wünsche zu Dein. Geburtstag. *Nachd. wir Dienstag wieder glücklich von Dänemark zurück gekehrt sind + gestern Mittwoch noch in Hamburg verbracht haben*, sind wir heute Donnerstag gegen Mittag in Bremen angelangt. Morgen geht die Fahrt weiter [...]. Herzl. Grüsse v. Dein. Reise-Werly ([anko] 20815)

(45) 4.10.59 Liebe Tante Olga, sei sehr herzlich begrüßt aus Gent. An einem sehr sonnigen Oktobertag sitze ich hier in einem Strassencafé, *nachdem ich sehr viel Sehenswertes besucht habe*. Im Belfried schlagen jede viertel Stunde 52 Glocken zu einem Glockenspiel an [...]. Deine Monika ([anko] 300205)

5 Diskussion und Zusammenfassung

Die beleuchteten lexikogrammatischen Formate, auf die im Schreibprozess wiederkehrend rekurriert wird, vermitteln einen Eindruck von der Ansichtskarte als kommunikativem Schauplatz des Positionierens: Urlaubende-als-Reisende avancieren zu evaluierenden Schreibenden, Schreibende entwerfen sich als Explorierende von/in Raum und Zeit, die sich an (massen-)touristischen Vorstellungen orientieren. Die Ansichtskarte ist materialisierter Ausdruck, mithin Artefakt einer Stancetaking-Praktik, in der verschie-

dene Funktionen (u.a. das Positionieren, Evaluieren, die Beziehungspflege) in komplexen Medienformaten amalgamieren. Diese polyfunktionalen Sprachressourcen lassen sich als Textprozeduren der Ansichtskarte fassen, sie tragen wesentlich zur Konstitution des multimodalen Artefakts bei, kontextualisieren die abgebildete Ansicht und geben schriftbasiert Einblick in die Reisegeschichte, das Reise-/Schreibjetzt und mögliche Reisepläne. Bietet das Stance-Modell einen gewinnbringenden Beschreibungs- und Erklärungsrahmen für Evaluations- und Positionierungstechniken, so sieht die kommunikative Praxis der Ansichtskarte nicht die Möglichkeit eines direkten Alignments vor. Adressierte werden dazu eingeladen, die entsprechenden Evaluationen zu teilen, mit ihnen übereinzustimmen. Dabei fußen die verfassten Bewertungen und Positionierungen immer schon auf einem (vorausgesetzten) Geflecht von Wissen und Werten, das im Sinne eines Common Ground zu Welt als Ferienort sehr wahrscheinlich geteilt (und massentouristisch geprägt) wird. Das Schreiben von Ansichtskarten ist (beinahe obligatorischer) Bestandteil der touristischen Erfahrung, es fügt sich in das Reiseerlebnis ein. Funktionalisiert sind Ansichtskarten daher nicht nur mit Blick auf die Adressierten (Kontakt-nützlichkeit), die Schreibenden betreiben auch Identitätsarbeit um ihrer selbst willen: Sie erfahren und (re-)konstruieren sich »im präfabrizierten normierten Kleinformat« (Holzheid 2020: 409) als jemanden, der im erlebnisreichen Urlaub schreibend innehält und Einblick in seine Erfahrungswelt gewährt.

Literatur

- Deppermann, Arnulf/Feilke, Helmuth/Linke, Angelika (2016): Sprachliche und kommunikative Praktiken. Eine Annäherung aus linguistischer Sicht. In: Dies. (Hg.): Sprachliche und kommunikative Praktiken. Berlin/Boston: De Gruyter (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2015), 1–23.
- Diekmannshenke, Hajo (2002): »und meld' dich mal wieder!« Kommunizieren mittels Postkarte. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 64, 93–124.
- 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: Lang (= Sprache in Kommunikation und Medien 2), 19–50.
- Du Bois, John W. (2007): The stance triangle. In: Robert Englebretson (Hg.): Stancetaking in Discourse. Subjectivity, evaluation, interaction. Amsterdam: John Benjamins (= Pragmatics & Beyond New Series 164), 139–182.
- Ehlich, Konrad (1984): Zum Textbegriff. In: Annely Rothkegel/Barbara Sandig (Hg.): Text – Textsorten – Semantik. Linguistische Modelle und maschinelle Verfahren. Hamburg: Buske, 9–25.
- Englebretson, Robert (2007): Stancetaking in discourse. An introduction. In: Robert Englebretson (Hg.): Stancetaking in Discourse. Subjectivity, evaluation, interaction. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins (= Pragmatics & Beyond New Series 164), 1–25.
- Feilke, Helmuth (1996): Sprache als soziale Gestalt. Ausdruck, Prägung und die Ordnung der sprachlichen Typik. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Feilke, Helmuth (2010): »Aller guten Dinge sind drei«. Überlegungen zu Textroutinen & literalen Prozeduren. In: Iris Bons/Thomas Gloning/Dennis Kaltwasser (Hg.): Festplatte für Gerd Fritz. Online unter: <https://tip.de/3zw2> [6.9.2021].
- Fox, Barbara A. (2007): Principles shaping grammatical practices: an exploration. In: Discourse Studies 9 (3), 299–318.
- Hausendorf, Heiko (2012): Soziale Positionierungen im Kunstbetrieb. Linguistische Aspekte einer Soziologie der Kunstkommunikation. In: Marcus Müller/Sandra Klutwe (Hg.): Identitätsentwürfe in der Kunstkommunikation. Berlin/Boston: De Gruyter (= Sprache und Wissen 10), 93–123.
- Hausendorf, Heiko (2019): Das Ferienwetter auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. In: Julianne Schröter/Susanne Tienken/Yvonne Ilg/Joachim Scharloth/Noah Bubenhofe, (Hg.): Linguistische Kulturanalyse. Berlin/Boston: De Gruyter (= Reihe Germanistische Linguistik 314), 293–322.
- Holzheid, Anett (2011): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie. Berlin: Schmidt.
- Holzheid, Anett (2020): Die Postkarte als text- und bildkommunikatives Phänomen. In: Eve-Marie Becker et al. (Hg.): Handbuch Brief. Berlin/Boston: De Gruyter, 409–438.
- Hunston, Susan (2007): Using a corpus to investigate stance quantitatively and qualitatively. In: Robert Englebretson (Hg.): Stancetaking in Discourse. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins (= Pragmatics & Beyond New Series 164), 27–48.
- Jaffe, Alexandra (2009): Introduction. The Sociolinguistics of Stance. In: Alexandra Jaffe (Hg.): Stance. Sociolinguistic Perspectives. New York: Oxford University Press, 3–28.
- Langacker, Ronald W. (2008): Cognitive Grammar. A basic introduction. New York: Oxford University Press.
- Merten, Marie-Luis (2018): Literarer Sprachausbau kognitiv-funktional. Funktionswort-Konstruktionen in der historischen Rechtsschriftlichkeit. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Merten, Marie-Luis (i. Dr.): Textbildend und interaktionsorientiert. Komplexe Stance-Konstruktionen in der textformen-basierten Interaktion. In: Stephan Stein/Sören Stumpf (Hg.): Texte, Textsorten und Textmuster als Konstruktionen. Tübingen: Stauffenburg.
- Plewnia, Moritz (2021): Me, My Selfie and I. Eine Genealogie digitalfotografischer Praktiken. In: Digitale Praktiken. Mittelweg 36. Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung 30 (1), 15–39.
- Reckwitz, Andreas (2003): Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozial-theoretische Perspektive. In: Zeitschrift für Soziologie 32 (4), 282–301.
- Spitzmüller, Jürgen/Flubacher, Mi-Cha/Christian Bendl (2017): Soziale Positionierung: Praxis und Praktik. Einführung in das Themenheft. In: Wiener Linguistische Gazette 81, 1–18.
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Hausendorf, Heiko (2018): Building a corpus from handwritten picture postcards: Transcription, annotation and part-of-speech tagging. In: Proceeding of the 11th International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'18), 255–259.
- Zima, Elisabeth (2021): Einführung in die gebrauchsisierte Kognitive Linguistik. Berlin/Boston: De Gruyter.

Sport im Urlaub?

Wie man auf Ansichtskarten über sportliche Aktivitäten schreibt –
das Berichten aus dem Aktivurlaub

Nicolas Wiedmer

1 Einleitung

In den Mitteilungstexten auf Ansichtskarten finden sich Manifestationen des semantischen ›Urlaubsframes‹ (s.u. 3.1), in dem sich gesellschaftlich geteiltes Wissen zum Urlaub und zum Berichten über den Urlaub spiegelt. In den folgenden Analysen stehen Berichte über sportliche Urlaubsaktivitäten im Fokus. Aktivitäten im Allgemeinen stellen eine zentrale Kategorie des Urlaubsframes dar, da die Auswahl des Urlaubsortes zumeist mit den geplanten Aktivitäten zusammenhängt. Die Analysen zeigen, dass über die Bezugnahmen auf die sportlichen Aktivitäten nicht nur, wie vielleicht zu erwarten wäre, die Darstellungsfunktion im Sinne einer Selbstdarstellung bedient wird, sondern auch in besonderem Masse die Kontaktfunktion. Dies geschieht durch einen zusätzlichen Formulierungsaufwand, mit dem die Nachvollziehbarkeit und die Vermittlung des Erlebten stärker zum Zuge kommen. Die These ist, dass sich in unterschiedlichen Formulierungsmustern eine je unterschiedliche Intensität der Kontaktnützlichkeit als Pflege des sozialen Kontaktes zeigt.

2 Datengrundlage

Als Datengrundlage für die Analysen dient ein Subkorpus von [anko],¹ das [anko Thema], das aus rund 1.200 thematisch annotierten Ansichtskarten aus den 1950er bis zu den 2010er Jahren besteht. Das Korpus wurde auf Satzebene segmentiert und manuell

¹ Sowohl das Hauptkorpus [anko] als auch das Subkorpus [anko Thema] sind in dem durch den SNF und die DFG geförderten Kooperationsprojekt der Universität Zürich und der TU Dresden »Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte. Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagsschriflichkeit. (2016–2020)« entstanden.

thematisch annotiert (vgl. Sugisaki et al. 2018; Naef et al. 2022). Sämtliche Karten wurden digitalisiert und abgeschrieben. Die physischen Karten befinden sich nummeriert und archiviert im Deutschen Seminar der Universität Zürich.

3 Datenanalyse

Die hier präsentierten Analysen sind in dem größeren Rahmen der Arbeit an meiner Dissertation entstanden, die sich auf die Analyse des Urlaubsframes auf Ansichtskarten konzentriert (Wiedmer i. Vorb.). Für die Zwecke der vorliegenden Darstellung konzentriere ich mich ausschließlich auf die Kategorie *Aktivitäten* und dabei noch einmal speziell auf den Bereich der *sportlichen Aktivitäten* (für weitere themenspezifische Analysen vgl. die Beiträge von Koch und Naef, Wiedmer & Sugisaki in diesem Band). Darunter verstehe ich solche Aktivitäten, bei deren Ausführung die wesentlichen Merkmale einer prototypischen Urlaubsaktivität zum Zuge kommen:

Mit knietiefen Schneewanderungen, pulvigen Skitouren, familiengerechten Schlittenfahrten und ebensolchen Schneeschuhtouren entdecken wir das wunderschöne Münstertal und wünschen Euch ganz es guets Neus Jahr! ([anko Thema] 51381 (2010))

Wie in diesem Beispiel prototypisch repräsentiert, gehören zu einer Urlaubsaktivität im Sinne des vorliegenden Beitrags das Merkmal der körperlichen Bewegung sowie das der Nutzung eines spezifischen Ortes, der als touristisches Angebot die Möglichkeit zur Ausübung bestimmter Aktivitäten verspricht, wozu auch die damit verbundenen Reize (wie bspw. die Schönheit des Ortes) gehören. Potenziell weisen sportliche Aktivitäten auch eine Verbindung zum Wettbewerb auf. Diese Verbindung muss zwar nicht realisiert werden, sie klingt aber im Sinne des Freizeitsports mit. Es handelt sich dabei um Aktivitäten, welche geeignet sind, den gesamten Urlaubstyp bzw. die gesamte Urlaubsart zu definieren. Der Urlaubstyp wird nicht selten mittels entsprechender Komposita wie ›Skiferien‹, ›Wanderferien‹ oder ›Badeferien‹ ausgedrückt. Die fraglichen Aktivitäten stellen somit die für den Urlaub prototypischen Aktivitäten dar. Durch sie wird der Urlaub in der Form eines Erlebnisberichtes sehr ausführlich abgebildet. ›Sportliche‹ Aktivitäten in diesem Sinne (prototypisch: Wandern/Touren, Baden, Skifahren, Spazieren, Velofahren) wurden somit in der Überkategorie ›Sport‹ zusammengefasst.

Die Datenanalyse erfolgte anhand einer Weiterverarbeitung der im Projekt erstellten thematischen Annotation für die Dissertation, für welche manuell unter Prüfung des jeweiligen Kontextes die Aktivitätskategorien nach Aktivität und Jahrzehnt eingeteilt wurden. Dabei stellen die Urlaubsaktivitäten nur eine der 14 rekonstruierten Kategorien des Urlaubsframes (s.u. 3.1) dar, welche aber oft in Verbindung mit anderen prototypischen Kategorien thematisiert werden. Der Urlaubsort bildet mit dem *Urlaubswetter*, den *Gefühlen* und den *Wahrnehmungen* am Urlaubsort ein touristisches Cluster, das in den Beschreibungen der sportlichen Urlaubsaktivitäten seinen Ausdruck findet.

In der ursprünglichen thematischen Annotation wurden nur die Aktivitäten als Ganzes annotiert. Deshalb wurden nachträglich sämtliche Sätze im Subkorpus [anko Thema], in denen eine oder mehrere Aktivitäten thematisiert werden, einer Kategorie bzw. allen thematisierten Aktivitätskategorien zugeteilt und nach Jahrzehnt ausgezählt. So

konnte eine Übersicht erstellt werden, in welchem Jahrzehnt welche Aktivität wie oft thematisiert wurde.

Tab. 1: Aktivitätskategorien nach Häufigkeit

Jahrzehnt → Aktivität ↓	1950er	1960er	1970er	1980er	1990er	2000er	2010er	Total
Wandern/Tour	13	12	11	14	17	18	23	108
Reisen/Orte	15	13	23	9	7	26	14	107
Essen/Trinken	7	12	9	18	25	19	11	101
Sightseeing	14	7	14	8	11	21	15	90
Baden	5	7	13	18	11	14	11	79
Skifahren	2	5	11	15	15	8	3	59
Ausflug	2	13	7	10	5	6	5	48
Mußee/ Nichtstun	5	5	3	2	6	11	6	38
Spazieren	0	4	6	7	3	1	4	25
Seefahrt	3	7	4	3	1	1	5	24
Kultur	4	2	0	2	2	8	3	21
Velotour	2	1	0	1	1	6	3	14
Besuche	4	1	2	2	1	2	2	14
*genießen	1	4	4	6	11	25	14	65
*Nur Gruß	7	10	16	7	5	3	3	51

Eine Mehrfachnennung einer Aktivität auf einer Karte, bspw. durch eine Themaentwicklung oder -wiederaufnahme, wurde jeweils nur als eine Thematisierung gezählt. Die so entstandenen Sammlungen von Thematisierungen nach Kategorie und Jahrzehnt dienen als Grundlage sowohl für die empirischen Analysen in der Dissertation als auch der hier vorgestellten Beobachtungen. Es handelt sich dabei um Beobachtungen insbesondere zu musterhaften Formulierungen bestimmter Aktivitäten. Eine besondere Aktivitätskategorie stellt »Musse/Nichtstun« dar, was grundsätzlich als Gegenteil einer Aktivität bzw. insbesondere einer sportlichen Aktivität betrachtet werden kann. Diese Kategorie stellt tatsächlich eine Art »Gegentyp« dar und steht für eine beliebte Alternative zu den Aktivitäten: dem Nichtstun bzw. Ausspannen.

3.1 Zum Urlaubsframe

Die Konzeption des semantischen Frames, der als Grundlage für die Analysen dient, folgt der Arbeitsdefinition von Busse (2012: 563). Busse definiert den Frame als eine Struktur des Wissens, wobei um den Frame-Kern oder das Thema des Frames eine Konstellation von Wissenselementen gruppiert ist, die als Anschlussstellen fungieren. Nach Ziem kön-

nen die Anschlussstellen dabei in der »Gestalt von sinnvoll zu stellenden Fragen identifiziert werden« (Ziem 2008: 98). Für die Rekonstruktion des Urlaubsframes² wurden folglich die Anschlussstellen eruiert (vgl. Naef et al. 2022; Sugisaki et al. 2019; Wiedmer i. Vorb.), woraus ein Themenkatalog mit 14 thematischen Frame-Kategorien hervorgegangen ist. Dabei stellen die Thematisierungen der Frame-Elemente in den Mitteilungstexten auf Ansichtskarten die Antworten auf die Identifikationsfragen dar:

Tab. 2: Kategorien des Frames und zugehörige Identifikationsfragen

Kategorie	Identifikationsfrage
Extra-Diegetisches	Wie thematisiere ich die Welt außerhalb der Urlaubswelt?
Aktivität	Was mache ich hier?
Essen und Trinken	Was/wo esse/trinke ich hier?
Gefühle/Bewertungen	Wie fühle ich mich hier?
Hin- und Rückreise	Wie bin ich hierhergekommen?
Kennenlernen Leute	Mit wem verkehre ich hier?
Ort	Wo bin ich hier?
Unterkunft	Wie/wo wohne ich hier?
Urlaubsart	Welche Art von Urlaub mache ich?
Urlaubsgrund	Was möchte ich hier erreichen?
Vorkommnisse	Was ist Unvorhergesehenes passiert?
Wetter	Wie ist das Wetter hier?
Wahrnehmung	Was nehme ich mit den Sinnen wahr?
Wissen	Was weiß ich über den Ort?

Im Zusammenhang mit einer »Textualität der Vorgeformtheit der Urlaubserfahrung« (Hausendorf 2008: 333) haben sich durch wiederholtes Schreiben von Urlaubsansichtskarten in unserer Gesellschaft Lösungsroutinen für kommunikative Probleme eingespielt, was sich in der Wiederholung von immer wieder gleichen Textelementen oder »Textbausteinen« (Hausendorf 2008: 333; 2009: 13) zeigt. Es handelt sich beim Urlaubsframe also um ein gesellschaftlich geteiltes Wissen darüber, was zu einem Urlaubsbericht auf Ansichtskarten dazugehört bzw. welche Elemente in der Urlaubs-kommunikation auf Ansichtskarten hochgradig erwartbar sind. Aus textlinguistischer Sicht soll im Folgenden aufgezeigt werden, wie die Anschlussstellen mit konkretem Textmaterial durch die Mitteilungstexte gefüllt werden und dass sich dabei immer wiederkehrende Formulierungsmuster nachweisen lassen.

² Der Begriff »Urlaubsframe« stammt von Diekmannshenke (2008: 90). Hausendorf (2019: 350) bezeichnet diesen als »semantischen Ferienrahmen«.

3.2 Aktivitäten als musterhaftes Element der Kommunikation auf Ansichtskarten

In den Mitteilungstexten geben die Autor*innen oft direkt oder indirekt Auskunft darüber, was sie in ihrem Urlaub unternommen haben, wo sie sich im Moment des Schreibens befinden oder welche Aktivitäten sie für die noch folgenden Tage oder Wochen geplant haben (»Was mache ich hier?«, s.o. Abb. 2). Dieses Berichten über die Urlaubsaktivitäten stellt einen festen Bestandteil des prototypischen Urlaubsberichts auf Ansichtskarten dar, da die Unternehmungen der Autor*innen grundsätzlich auf den Urlaub ausgerichtet sind und Beschäftigungen darstellen, welche man typischerweise im Urlaub, also losgelöst vom (beruflichen) Alltag in einer Periode der längeren (und bezahlten) Freizeit, ausüben kann. Wie bereits oben erwähnt, wird der Fokus in dieser Analyse auf sportliche Aktivitäten gelegt, da durch sie der Urlaub in der Form eines Erlebnisberichts sehr ausführlich abgebildet wird und andere prototypische Kategorien des Urlaubsframes oft im Zusammenhang mit den Aktivitäten genannt werden.

Was diese anderen Kategorien des Urlaubsframes betrifft, ist an erster Stelle das *Wetter* zu nennen. Es stellt im Urlaub eine nicht beeinflussbare und nicht immer voraussehbare Größe dar (bzw. wird zumindest von den Autor*innen so dargestellt), die aber großen Einfluss auf die geplanten Aktivitäten hat. Es kann die Aktivitäten begünstigen, sie beeinträchtigen oder sogar verhindern. Auch werden in den Mitteilungstexten immer wieder *Gefühle* beschrieben, welche während oder aufgrund von Aktivitäten entstehen. So »genießen« die Autor*innen ihre Unternehmungen oft und erfreuen sich nicht selten an der Schönheit des Urlaubsortes, die sie durch ihre Aktivitäten erfahren, von denen sie beschreibend berichten.

Die Urlaubsaktivitäten, die in den Mitteilungstexten geschildert werden, sind äußerst vielseitig. Man geht an Strandorten im Meer baden oder in Seen und Flüssen, in den warmen Monaten wandert man in den Bergregionen, wo man in der kalten Jahreszeit eher Wintersport betreibt. Nicht zufällig werden spezifische Aktivitäten an spezifischen Orten ausgeführt. Die Auswahl des Urlaubsorts hängt also stark von den beabsichtigten Unternehmungen ab, und jede Region hat sich im Feld des modernen Tourismus positioniert und wirbt aktiv mit einer Variation der vor Ort möglichen Urlaubs- und Freizeitaktivitäten. Was alle auf Ansichtskarten geschilderten Aktivitäten gemeinsam haben, also auch jene, die man durchaus auch zu Hause im Alltag ausführen kann, wie beispielsweise Spazieren oder Baden, ist der Umstand, dass sie aus der Situation des Im-Urlaub-Seins heraus thematisiert und beschrieben werden. Sie weisen also immer einen situativen und lokalen Kontext auf, da die Karte am Urlaubsort unter Einfluss der dort erlebten Eindrücke geschrieben wurde. Diese Kontexte zeigen sich bereits aufgrund der Materialität der Ansichtskarte auf der Bildseite, auf welcher die Urlaubsregion benannt oder zumindest abgebildet ist, und auf der Schriftseite, auf welcher sich typographische Beschreibungen der Bildseite und des Urlaubsortes sowie ein später angebrachter Poststempel befinden.

3.3 Sportliche Aktivitäten im Urlaub

Nicht in jedem Fall hängt die Ausführung sportlicher Aktivitäten auch mit einer Anstrengung und mit sportlicher Ertüchtigung zusammen, wie es der Terminus vermuten lässt.

Während des Urlaubs werden nach Belieben individuelle Intensitätsgrade bei sportlichen Aktivitäten gewählt, was sich anhand der Beschreibung der Aktivitäten auf Ansichtskarten rekonstruieren lässt. Im Folgenden werden jeweils prototypische Beispiele gezeigt und diskutiert.

3.3.1 Demonstration von Anstrengung

Die Demonstration von großer Anstrengung findet sich insbesondere in der Beschreibung von Berg- und Velotouren und Wanderungen.

Wir sind recht stolz auf unsere Tour rund um den Mt. Blanc. Bei bestem Sommerwetter aber noch viel Schnee auf eisigen Pässen, benötigten wir $6 \frac{1}{2}$ Tage bis zum Ausgangspunkt Plaz de Fort (Val Ferral) zurück. Routes Bovine – Forclaz – Trient – Col de la Bolnec – Marroc – Ponpas – L. Houches – C. Voza – Col Cr. Bonhomme – Col d. Fours – Ville Glacier – C. Seigne – Courmayor – G. C. Ferret – Ferret – Fl. d. Fort ([anko Thema] 110225 (1983))

Das Formulierungsmuster der Aufzählung von Orten mittels Bindestrichen findet sich in den 1950er und 1960er Jahren relativ häufig in Beschreibungen des Zurücklegens großer Strecken. Ein Bindestrich steht dabei als Platzhalter für die Strecke zwischen den Orten. So wird in solchen Fällen der Fokus nicht etwa auf die Beschreibung der Landschaft oder von Eindrücken gesetzt, sondern auf den Ausdruck des zurückgelegten Weges, wobei der Lesefluss durch diese Verdichtung beschleunigt wird. Ab den 1970er Jahren nimmt die Aufzählung mit Bindestrichen stark ab, und es wird dafür vermehrt das Komma verwendet. Dies könnte mit der fortschreitenden Etablierung der Ansichtskarte als eigene Textsorte zusammenhängen, welche sich von der Textsorte des Telegramms abgrenzte. Die Anstrengung dieser Tour wird in obigem Beispiel durch einen zusätzlichen Formulierungsaufwand ausgedrückt, mit dem die schwierigen Wegverhältnisse beschrieben werden und auch dem Stolz auf die eigene sportliche Leistung Ausdruck verliehen wird. Die Herausforderungen, welche sich bei Aktivitäten aufgrund der erschwerten Begehbarkeit im alpinen Raum ergeben, können auch implizit angegeben werden, wodurch ebenfalls eine Anstrengung im Sinne einer sportlichen Leistung ausgedrückt wird: »Wir haben hier richtig gearbeitet mit Pickel, Seil und Steigeisen.« ([anko Thema] 50339 (1959)) Die Demonstration von Anstrengung erfolgt auch nicht selten explizit durch die Klassifizierung einer Aktivität durch Verwendung des Adjektivs *anstrengend* bzw. dann meistens durch die schweizerdeutsche Variante *strengh*: »Wir haben wunderschöne und strenge Wanderungen gemacht und endlich !! das Segantini Museum gesehen.« ([anko Thema] 160175 (2011))

Die Erwähnung von anstrengenden sportlichen Aktivitäten mit einem bestimmten Ziel, was gleichzeitig einen Ausdruck der Urlaubsframe-Kategorie *Urlaubsgrund* darstellt, kann als Form der Selbstdarstellung als sportlich ambitionierte Person angesehen werden:

Liebe Brigitta, lieber Gion Bei herrlichem Sommerwetter trainiere ich hier auf die kommenden Touren in der CH. Viele Höhenmeter und noch mehr Km gehören zum täglichen Brot, ohne jedoch das kulturelle Leben ganz zu vernachlässigen. Bis bald auf einer Tour Zu Hause. Viele »sportliche« Grüsse sendet euch Alt (anko Thema] 230173 (1999))

Nebst der Anstrengung ausdrückenden Formulierung »viele Höhenmeter und noch mehr Km« (die täglich absolviert werden) ist auch die Grußformel so gewählt, dass sie den sportlichen Charakter des Urlaubsverlaufs nochmals unterstreicht. Wie in obigem Beispiel erfolgt die Selbstdarstellung selten einseitig. So werden in obigem Beispiel auch kulturelle Aktivitäten implizit angedeutet. Nicht immer leistet die Autor*in der Karte die sportlichen Aktivitäten selber. Es finden sich auch Beispiele für die Demonstration von Anstrengung von Begleitpersonen: »[...] während mein Mann sich über del Col des Mosses u. Col du Pillon ›quält‹ geniesse ich hier oben die Bergwelt. [...]« ([anko Thema] 10033 (1995)) Hier findet sowohl eine Selbst- als auch eine Fremddarstellung statt – die Autor*in »geniesst« die Urlaubswelt, während sich ihre Begleitperson im Urlaub mit anstrengenden sportlichen Aktivitäten »quält«. Dies entspricht wohl einer – nicht ganz unironischen – Bewertung von Anstrengung während des Urlaubs.

Im Gegensatz zu diesen Beispielen, in denen die Selbstdarstellung und die sportliche Leistung der schreibenden Personen oder deren Begleitpersonen im Vordergrund stehen, sollen im Folgenden Beispiele aufgezeigt werden, in welchen der Fokus mehr auf der Aktivität liegt und auf der Vermittlung der Eindrücke während des Ausführens der Aktivität.

3.3.2 Nachvollziehbarkeit der Bewegung durch den Raum

Die meisten sportlichen Aktivitäten, über welche auf Ansichtskarten berichtet wird, stellen keine körperlichen Grenzleistungen dar, sondern betreffen verschiedene Arten von Bewegung in der Natur. Aufgrund der immer wieder verwendeten Formulierungsmuster kann die Leser*in die Aktivität nachvollziehen, beispielsweise durch die Beschreibung der Bewegung durch den Raum:

Der schönste Tag in den Ferien haben wir für diese Wanderung ausgelesen. Mit dem Zügli nach Betten, Bettmeralp, auf Schusters Rappen auf die Riederlalp, Riederfurka, durch den Aletschwald an den Blausee, Bettmersee, Bettmeralp. Es war wunderschön.
([anko Thema] 100301 (1973))

Durch die Verwendung einer Reihe von Präpositionen wird die Leser*in durch den Raum (mit)geführt. So geht die Reise unter anderem »Mit dem Zügli *nach* Betten, *auf* die Riederlalp, *durch* den Aletschwald *an* den Blausee«. Die im Korpus ebenfalls nicht seltene Verwendung des Diminutivs *Zügli* drückt eine gewisse Beschaulichkeit der Fortbewegungsart aus, während die Verwendung der Redewendung »auf Schusters Rappen« eine humorvolle Formulierung darstellt, welche eine gewisse Unbeschwertheit der Reise impliziert, was auch als Hinweis auf die Unterhaltungsfunktion (vgl. Hausendorf und Kesselheim 2008: 144ff.) im Sinne der pragmatischen Nützlichkeit des Textes (vgl. Hausendorf et al. 2017: 229ff.) verstanden werden kann. Durch die Beschreibungen wird ein an sich amorpher Raum verfügbar und nachvollziehbar gemacht.

3.3.3 Nachvollziehbarkeit des sinnlich Wahrnehmbaren

Ein weiteres häufiges Muster beim Berichten von Urlaubsaktivitäten ist die Verwendung von bildlichen Beschreibungen, was eine Verbindung der Frame-Kategorien *Aktivitäten* und *Wahrnehmung* darstellt. Mit der Kategorie *Wahrnehmung* werden Beschreibungen von sinnlich wahrnehmbaren Eindrücken erfasst, welche es den Leser*innen erlauben,

sich ein Bild und eine konkrete Vorstellung vom Urlaubsort zu machen. Darunter fallen etwa Landschaftsbeschreibungen oder Thematisierungen auditiver Eindrücke (ob es still oder laut ist).

In diesen Beispielen wird der Leser*in somit der Nachvollzug der geschilderten Aktivität und des Ortes in erhöhtem Maße zugänglich gemacht, an dem die Aktivität stattfindet. So ist häufig eine Verwendung unterschiedlicher Adjektive bei den verschiedensten Aktivitäten anzutreffen:

Hoi zäme der Bodensee liegt in einer super-schönen Landschaft mit breiten Velowegen, vorbei an Blumengärten und Gartenwirtschaften – ideal für uns. ([anko Thema] 210799 (2003))

Herrlich haben wir es hier im Neumannsgrund getroffen von rauschendem Bache, umgeben von grünenden Bergen können wir hier Berge steigen und auch im Tale wandern. ([anko Thema] 30047 (1955))

Es handelt sich beim Wandern/Bergsteigen sowie beim Velofahren um die sportlichen Urlaubsaktivitäten, welche den größten Bezug zur Natur und zur Zerstreuung in der Umgebung aufweisen. So finden sich in den Mitteilungstexten die unterschiedlichsten Beschreibungen der durchwanderten und durchfahrenen Landschaften, oftmals in einem schwärmerisch anmutenden Tonfall. Was die Thematisierungen auszeichnet, die der Kategorie *Wahrnehmung* zugeordnet werden, ist der Umstand, dass die Autor*in tatsächlich vor Ort sein muss, um diese vorzunehmen. Es handelt sich also nicht um geteiltes Welt- bzw. stereotypes Urlaubsweltwissen, sondern um eine ermöglichte Teilhabe der Empfänger*in an der aktuell tatsächlich erlebten Urlaubswelt und ihrer während des Urlaubs wahrgenommenen Eigenschaften.

3.3.4 Pflege des sozialen Kontaktes durch Thematisierung der Gefühle am Urlaubsort

Neben der ›Mitführung‹ der Leser*in durch die räumliche und sinnlich wahrnehmbare Urlaubswelt spielt die Thematisierung der Gefühle am Urlaubsort und während der Urlaubsaktivitäten eine wichtige Rolle. Die Thematisierung der Gefühle trägt maßgeblich dazu bei, die Hauptfunktion (vgl. Hausendorf und Kesselheim (2008: 154ff.) der Ansichtskarte zu erfüllen, die in der Pflege des sozialen Kontaktes zwischen der Autor*in und der Empfänger*in besteht. Die Frame-Kategorie *Bewertungen/Gefühle* nimmt daher einen besonderen Stellenwert in der Kommunikation mit und durch Ansichtskarten ein. Mit ihr werden Gefühlsäußerungen im Zusammenhang mit dem Urlaubsort erfasst. Auch Bewertungen spiegeln stets Gefühle, weshalb diese ebenfalls zu dieser Kategorie gezählt werden. Die Bewertungen und Gefühlsäußerungen verleihen den Mitteilungstexten den Charakter eines Erlebnisberichtes. Die Autor*in berichtet also nicht nur über die Aktivitäten, sie lässt die Empfänger*in an ihren Erlebnissen und Gefühlen teilhaben, was Nähe signalisiert.

Hier haben wir auch schöne Waldgegend, 900m über dem Meere, herrlich zum Wandern. ([anko Thema] 30045 (1957))

In diesem Beispiel wird der Hauptfokus, der mittels einer »haben«-Prädikation konstruiert wird, auf die durch das attributive Adjektiv »schöne« positiv bewertete »Waldge-

gend« gelegt, in der der Urlaub verbracht wird. Das positiv bewertende Adjektiv »herrlich« ist wiederum ein Ausdruck für die ideale Eignung des Urlaubsortes für die Aktivität und die Freude daran. Die Aktivität wird in diesem Beispiel im Sinne dieser Eignung nur implizit genannt. So bleibt offen, ob die »schöne Waldgegend« auch tatsächlich »zum Wandern« genutzt wurde. Jedenfalls steht nicht die Aktivität, sondern eine Qualität des Urlaubsortes im Mittelpunkt, was den oben erwähnten Zusammenhang zwischen Urlaubsort und Urlaubsaktivitäten veranschaulicht.

In der Mehrzahl der Fälle wird die Aktivität jedoch explizit genannt. Dies soll noch an einem Beispiel gezeigt werden, in welchem sowohl Bewertungen (Ausdruck des Gefühls), die Bewegung durch den Raum sowie das sinnlich Wahrnehmbare thematisiert werden:

Stück für Stück wandern wir bei Sonnenschein auf schmalen Pfaden durch's Berner Oberland, begegnen dabei vielen Naturschönheiten und geniessen die Gemütlichkeit und Ruhe. ([anko Thema] 101481 (1992))

Die Aktivität wird explizit mit dem Verb »wandern« ausgedrückt. Ebenfalls prototypisch ausgeprägt in diesem Beispiel ist der Hinweis auf das Wetter als Rahmen für die Aktivität, ausgedrückt mit der Präposition »bei« und einer Wetterangabe. Auch der Ausdruck der Bewegung durch den Raum mit Präpositionen (»auf schmalen Pfaden durch's Berner Oberland«) wird, wie auch die bildliche Beschreibung »auf schmalen Pfaden«, in prototypischer Form realisiert. Schließlich findet auch die zumeist positive Bewertung der Natur statt, ausgedrückt durch die »Naturschönheiten«. Gerade solche Bewertungen im Sinne der Zelebrierung einer Natur-Idylle sind häufig anzutreffen: »dieser Reichtum an unberührter Natur« ([anko Thema] 81079 (2009)); »die Oberengadiner Bergwelt ist einzigartig schön. Immer wieder kommen wir ins Schwärmen.« ([anko Thema] 110087 (1993)). Durch die erwähnte Zelebrierung der als »Naturschönheit« inszenierten Landschaft in Form von positiven Bewertungen werden die Versprechen des Urlaubsortes, was den Reiz der »angebotenen« Aktivitäten angeht, als eingelöst deklariert.

3.3.5 Der Einfluss des Wetters

Die sportlichen Aktivitäten im Urlaub finden mit wenigen Ausnahmen, zu denen das Baden in Hallen- und Thermalbädern gehört, im Freien statt, wodurch sie zu denjenigen »Urlaubsprojekten« zählen, die stark wetterabhängig sind. Das *Wetter* ist eine der meistgenannten Frame-Kategorien auf Ansichtskarten,³ und so können gerade Aktivitäten der Überkategorie *Sport* aufgrund ungeeigneten Wetters verhindert werden:

Lieber Konrad nach 10 heißen Tagen im »Parc National des Pyrénées sitzen wir (mit Weit-Wandern« im »Cirque de Gavarnie« fest. Es giesst wie aus Kübeln. ([anko Thema] 160879 (2007)

Gerade für eine sportliche Aktivität wie »Weit-Wandern« ist das Wetter von besonderer Wichtigkeit, da hier nicht nur das Vergnügen während der Ausführung der Aktivität beeinträchtigt werden könnte, sondern sich auch je nach Umgebung Naturgefahren oder Gefahren für die Gesundheit ergeben könnten. Bei Aktivitäten, die trotz »schlechten«

³ Hausendorf 2019 beschäftigt sich ausführlich mit den Wetterbeschreibungen im Hauptkorpus [anko] und deren textlinguistischer und kulturwissenschaftlicher Bedeutung.

Wetters gefahrlos ausgeführt werden können, zeigt sich in zahlreichen Beispielen, dass die Autor*innen die Aktivitäten trotzdem ausführen:

Mein diesjähriger Ferienort ist sehr schön, doch Petrus ist leider sehr schlecht gelaunt. Gleichwohl gehe ich täglich spazieren durch Wiesen + Wälder + geniesse das Kurorchester (12 Musiker). ([anko Thema] 10019 (1984))

Ebenfalls oft werden Ausweichaktivitäten oder Alternativen zu Aktivitäten genannt, wenn die ursprünglich geplanten (sportlichen) Aktivitäten aufgrund des Wetters nicht ausgeführt werden können oder nicht ausgeführt werden wollen.

Lieber Fredy, heute schneit und stürmt es stark und ich habe Zeit zum schreiben. Ich hoffe, dass die Sonne dann doch auch für uns nochmals scheinen wird, damit wir den schönen Schnee auch noch geniessen können. ([anko Thema] 100217 (1996))

Das Schreiben von Ansichtskarten wurde im Zuge der Analysen bewusst nicht als Urlaubsaktivität berücksichtigt. Aufgrund des Kontextes ist ersichtlich, dass aufgrund des Wetters die geplante Aktivität im Schnee nicht stattfinden kann und somit *statt* der Aktivität eine Karte geschrieben wird. Hier wird also aufgezeigt, was gemacht wird, wenn die anderen, ›echten‹ Urlaubsaktivitäten nicht ausgeführt werden können. Die dadurch ausgedrückte Enttäuschung der Erwartung, die vom Urlaubsort versprochenen Aktivitäten ausführen zu können, zeigt exemplarisch die Wichtigkeit der sportlichen Aktivitäten auf, die durch den starken Erwartungsdruck im Zusammenhang mit dem Urlaubsort als prototypische Aktivitäten hervortreten. Anders würde es sich verhalten, wenn der Urlaubsort als touristisches Angebot spezifisch das Schreiben anbieten und versprechen würde, etwa in der Form von literarischen Spaziergängen oder Schreibworkshops.

3.3.6 Rolle der Schnee- und Pistenverhältnisse bei der Aktivität Skifahren

Die am dritthäufigsten genannte sportliche Aktivität in [anko Thema] stellt nach Wandern und Baden das Skifahren dar. Dies ist wohl dem Umstand geschuldet, dass die meisten Karten im Subkorpus (41 %) aus der Schweiz geschrieben wurden, wo sich der Skiurlaub seit langer Zeit etabliert hat und es in den Bergregionen zahlreiche Skigebiete gibt. So werden die Winterferien im Allgemeinen auch als ›Skiferien‹ bezeichnet. Bei der Analyse dieser speziellen sportlichen Urlaubsaktivität hat sich gezeigt, dass die Schnee- und Pistenverhältnisse so oft thematisiert werden, dass diesen über die Jahrzehnte hinweg eine besondere Wichtigkeit zuzukommen scheint. Im Folgenden werden nur Ausschnitte im Sinne einer exemplarischen Übersicht wiedergegeben:

Die Schneeverhältnisse sind wider Erwarten gut ([anko Thema] 300219 (1959))/Bei herrlichem Wetter und prima Schneeverhältnisse sind wir hier in den Winterferien gelandet ([anko Thema] 100469 (1960))/Schönes Wetter wenig Schnee ([anko Thema] 10789 (1975))/Der Schnee ist wunderbar ([anko Thema] 150799 (1988))/Pulverschnee, Skifahren super. ([anko Thema] 110023 (1987))/Guter Schnee, viel Sonne. ([anko Thema] 120007 (1987))/der weiche Schnee und die Sonne machen Skifahren und Langlaufen zum wahren Vergnügen ([anko Thema] 220543 (1982))/Der Schnee ist hervorragend, die Pisten sehr gut präpariert ([anko Thema] 81519 (1997))/Schnee ganz besonders ([anko Thema] 220405 (1991))/Die Schnee- und Pistenverhältnisse sind einmalig

([anko Thema] 151091 (2009))/Die Temperaturen sind schon fast frühlingshaft & die Schnee-Verhältnisse noch top. ([anko Thema] 100383 (2012))

In [anko Thema] finden sich noch zahlreiche weitere Beispiele dieser Art, was die Vermutung aufkommen lässt, dass die Schneeverhältnisse für die Skiferien eine ähnliche Wichtigkeit haben wie das Wetter insgesamt für die Urlaubsaktivitäten, auch außerhalb der sportlichen Aktivitäten. Es zeigt sich, dass verschiedene Kategorien des Urlaubsframes (wie *Aktivitäten*, *Ort* und *Wetter*) sich zu semantischen Clustern verbinden, in denen sich touristische Versprechen auf einen Ort, sein Wetter und seine Aktivitäten manifestieren, zu denen sich die Autor*innen auf unseren Karten systematisch verhalten.

4 Schlussbemerkungen

Im Beitrag wurde gezeigt, dass die *Aktivitäten* eine zentrale Kategorie im Urlaubsframe darstellen, da die Auswahl des Urlaubsortes direkt mit den geplanten Aktivitäten zusammenhängt. Insbesondere bei den sportlichen Aktivitäten zeigen sich in der Beschreibung der Bewegung durch den Raum sowie des sinnlich Wahrnehmbaren (Frame-Kategorie *Wahrnehmung*) in Verbindung mit der Beschreibung der während und aufgrund der Aktivität erlebten Gefühle (Frame-Kategorie *Gefühle/Bewertungen*) Signale der Nähe, die der Hauptfunktion der Urlaubsansichtskarte dienen: der Pflege des sozialen Kontaktes im Sinne der Kontaktmöglichkeit. Das Mitleiden am schlechten Wetter oder die Teilhabe am Naturerlebnis scheinen als perlokutionäre Effekte intendiert zu sein. Zudem dienen die Bewertungen dazu, auszudrücken, ob die Erwartungen erfüllt worden sind, welche der Urlaubsort in Bezug auf »seine« Aktivitäten als touristisches Angebot versprochen hat. In Kontrast dazu wurde gezeigt, dass die Beschreibung großer Anstrengung im Sinne einer Fokussierung der eigenen sportlichen Leistung eher der Selbstdarstellung als der Kontaktbegleitung dient. Da die meisten sportlichen Aktivitäten im Freien stattfinden, sind sie stark wetterabhängig – exemplarisch wurde das am Beispiel der typischen Verhinderung einer geplanten Aktivität aufgrund des für deren Ausführung ungeeigneten Wetters aufgezeigt. Bei der Aktivität *Skifahren* hat sich die Thematisierung der Bedeutung der Schnee- und Pistenverhältnisse als musterhafte Ausprägung des Zusammenhangs von Urlaubsaktivitäten, Urlaubsort und Urlaubswetter herausgestellt.

Literatur

- Busse, Dietrich (2012): Frame-Semantik. Ein Kompendium. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. In: Inge Pohl (Hg.): Semantik und Pragmatik – Schnittstellen. Frankfurt am Main: Lang (Sprache – System und Tätigkeit 59), 85–107.
- Hausendorf, Heiko (2008): Zwischen Linguistik und Literaturwissenschaft: Textualität revisited. Mit Illustrationen aus der Welt der Urlaubsansichtskarte. Zeitschrift für germanistische Linguistik 36 (3), 319–342.

- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte. Über Randerscheinungen von Textualität. In: Germanistik in der Schweiz. Online-Zeitschrift der Schweizer Akademischen Gesellschaft für Germanistik 6. Online unter: https://www.sagg-zeitschrift.unibe.ch/6_09/hausendorf.html [6.3.2022]
- 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 Bubenofer (Hg.): Linguistische Kulturanalyse. Berlin/Boston: De Gruyter (= Germanistische Linguistik 314), 293–321.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2008): Textlinguistik fürs Examen. Göttlingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko/Breitholz, Martina (2017): Textkommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Kato, Hiloko/Naef, Marcel/Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas (2021): »Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben« – Eine text- und korpuslinguistische Untersuchung zur Rolle der Lesbarkeitsquellen kleiner Texte. In: Stefan Pappert/Kersten Sven Roth (Hg.): Kleine Texte. Bern: Peter Lang, 71–116.
- Naef, Marcel/Wiedmer, Nicolas/Sugisaki Kyoko (2022): Veränderung von thematischen Strukturen auf Urlaubsansichtskarten über die Zeit. (IN DIESEM SAMMELBAND)
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Hausendorf, Heiko (2018): Building a Corpus from Handwritten Picture Postcards: Transcription, Annotation and Part-of-Speech Tagging. In: 11th edition of the Language Resources and Evaluation Conference, Miyazaki, Japan, Mai 2018.
- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Naef, Marcel/Hausendorf, Heiko (2019): 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), 67–75.
- Wiedmer, Nicolas (i. Vorb.): Der Urlaubsframe auf Ansichtskarten. Eine empirische Untersuchung. Dissertation Universität Zürich.
- Ziem, Alexander (2008): Frame-Semantik und Diskursanalyse – Skizze einer kognitionswissenschaftlich inspirierten Methode zur Analyse gesellschaftlichen Wissens. In: Ingo Warnke/Jürgen Spitzmüller (Hg.): Methoden der Diskurslinguistik. Berlin/Boston: De Gruyter, 89–117.

»s'Bild isch kein bschiss!«

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

Maaike 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 Teilen, 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 distinkтив 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 Hinweispfeil 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 Belegnützlichkeit) 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 Nützlichkeit« (Hausendorf 2019: 302) der Ansichtskarte ergibt sich sowohl durch die »Kontaktnützlichkeit mit integrierter Selbstdarstellung als ‚Fernreisende/r‘« (ebd.) als auch durch die »Darstellungsnützlichkeit« (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 ([Accomodation]). 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 dialogsimplizierender Weise: »Habe sooooo 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 lesbbarer 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 luschtigi 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 Insbildungsetzung 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 »Beilesrinnen« 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 dialogsimplizierenden 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).

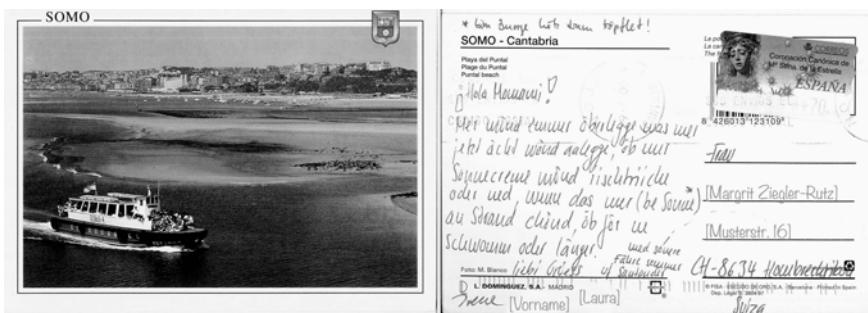
Das Sichtbare wird für die Empfängerin beschrieben, erklärt oder spezifiziert. Die Bildseite in ihrer Rolle als Auslöser für Wissenskommunikation (Kategorie [Knowledge]) zeigt sich anschaulich an einer Karte aus Rumänien: »Hoi Momami! Das esch d'Borg Bran, wo als Borg vom Dracula vermarktet wird, obwohl 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 besonderer 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 überlegge was mer jetzt ächt mönd aaleggie, öb mer Sonnecreme mönd iischtriche oder ned, wenn das mer (be Sonne*) an Strand chönd, öb för ne Schwomm oder länger. Liebe Grüess/med sonere Fähre semmer uf Santander

beim Frühstück hat es getröpfelt!/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 Ansichtsseite (›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-Prämissen

Mit der ›Hier-Jetzt-Prämissen‹ 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 Prämissen ist, so die Überlegung dieses Kapitels, ein Kernelement der Textsorte Ansichtskarte.

Im Ansichtskartenkorpus manifestiert sich die Hier-Jetzt-Prämissen durch die dominante Präsenz von Zeitadverbien der Gegenwart¹, vor allem im häufigen Gebrauch von ›gerade‹ (›sich 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-Prämissen allerdings tatsächlich als konstitutives Element der Textsorte Ansichtskarte, ist die sprachliche Bestätigung durch Zeitadverbien nicht zwingend notwendig. Im Gegenteil besteht die Hier-Jetzt-Prämissen – 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.

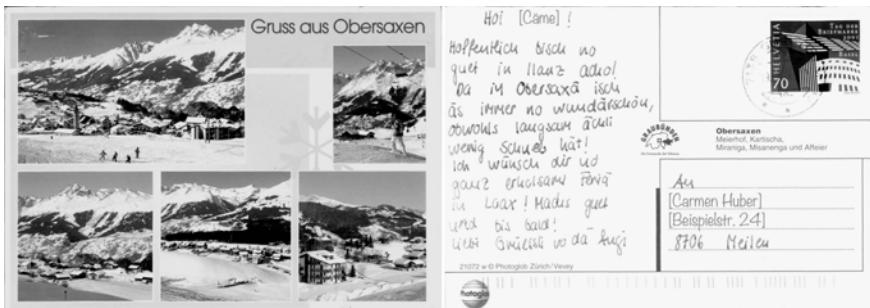
Unter ›impliziten‹ Verweisen verstehe ich v.a. Formulierungen, die lokaldeiktische Ausdrücke enthalten, allen voran ›hier‹. Darunter gibt es solche, die den Ort im selben Satz noch nennen: »Ich grüsse dich hier aus dem kalten Catania in Sizilien‹ ([anko] 162615), »Hier in der Bretagne haben wir sehr 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 in² 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-Prämissse: 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 Obersaxen. Daneben findet sich der Aufdruck »Gruss aus Obersaxen«. Die Beschreibung der Urlaubserfahrung beginnt mit »Da in Obersaxä isch äs immer no wunderschön [Hier in Obersaxen ist es noch immer wunderschön]«.

Abb. 3a und 3b: Gruß aus Obersaxen



Quelle: [anko] 80297 und 80298

Transkript mit Übersetzung: Hoi [Cäme]!/Hoffentlich bisch no guet in Lanz acho! Da in Obersaxä isch äs immer no wunderschön, obwohls langsam ächli wenig Schnee hät! Ich wünsch dir id ganz erholsami Feria in Lanz! Machs guet und bis bald! Liebi Grüessli vo 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 Frankreich [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 Ansichtsseite 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-Prämissse 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 Hsliberg 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 Grüsse/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 Wörtern ›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. Er-gibt 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 Einschränkend spezifiziert: Die fragliche Information steht mindestens nicht im selben Satz.

4 Über die Entwicklung der Post- und Ansichtskarte: »[...] mit der Trennung von Bildseite und Sondertext [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 Urlauberzählung 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 Kartenständner 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 (»schafft 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 Lugrinbühl/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): Text-kommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Holzheid, Anett (2008): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und me-diengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Siever, Christina Margrit (2015): Multimodale Kommunikation im Social Web: For-schungsansätze 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).

»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 Texthandlung 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-Burukuiye 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 Monuments 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 semioticans, 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 Ansichtsseite 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 gezwungenmaßen 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 Differente 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 Prämissen 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

Aufgaben im Rahmen sozialer Kategorisierungen	
Zuordnen	Darstellung von Zugehörigkeit <i>die meinungsfreiheit die gabs <u>bei uns</u> ja nicht</i>
Zuschreiben	Darstellung zugehörigkeitsspezifischer Eigenschaften und Verhaltensweisen <i>wir warn auch <u>fleißig</u></i>
Bewerten	Darstellung zugehörigkeitsspezifischer Einstellungen <i>na <u>du blöder osti</u></i>

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 ausgewählte 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 Disney-film eine Intertextualität eröffnet, die Afrika nicht nur als besonders exotisch zeichnet, sondern mit einem spezifischen Fokus auf die Tierwelt ausstattet (s.u. zum Tierweltbe-zug 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 besonde-ren 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 ste-reotyper und vorurteilsbehafteter Bilder beteiligt, indem diese Bilder immer wieder re-produziert 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 Suahelibegriffe 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 eigentlich, 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 Verfassenden, 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, Seespinne (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 Seespinne 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 z 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 Hindernisgrund 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.

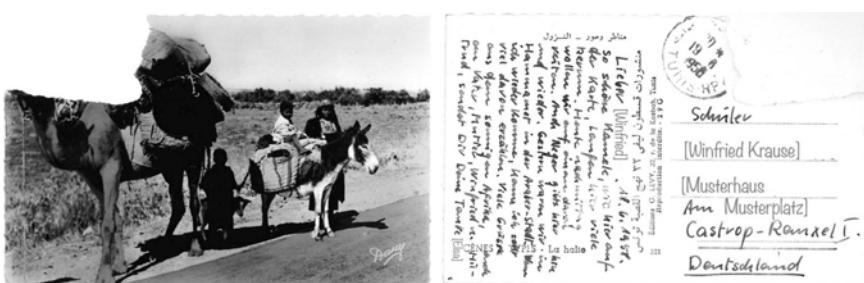
Der Urlaubsraum wird in dieser Ansichtskarte zu einem Großteil über die Menschen vor Ort beschrieben. Diese werden in Differenz gesetzt zu den Menschen der (eigenen)

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. Hilfrund, 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 gäze 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

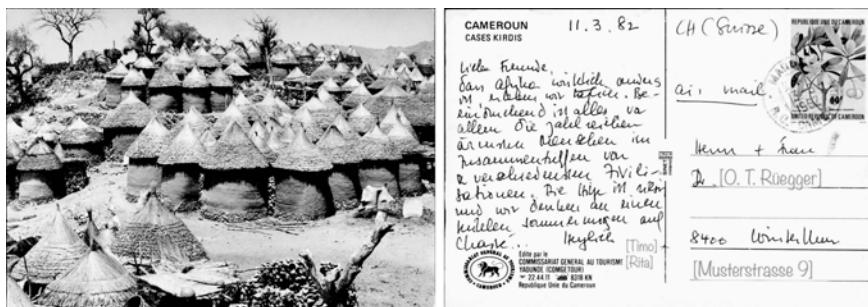
Hammamet eine ganze Reihe an (nicht genannten) Eigenschaften zuordnet: Hammamet gehört zur Kategorie ›dieser‹ Araber-Städte ...

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 Echten 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 wiederholter 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/allem die zahlreichen/ärmsten Menschen im/Zusammentreffen von/[?] verschiedensten Zivil-/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 ausgesucht 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 angesetzte 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 »aussern«. In: Kaboom. Afrikanische Comics im Fokus. Online Unter: <https://bit.ly/qYzqLZ> [22.11.2021].
- Reichart-Burukuiye, Christiane (2001): Wo liegt Afrika? Das Afrikabild an Berliner Schülern. 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.

Reisen und die Zeit

Das Konzept Zeit in Kontinuität und Variation

Christina Gansel

1 Einführung

Das Projekt *Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte*¹ konstituiert Ansichtskarten als Medium der postalischen Fernkommunikation, das sich in tausendfacher Ausfertigung im Ansichtskartenkorpus [anko] als Gegenstand korpusbasierter methodologischer Zugriffe konturieren lässt.² Das, »was auf Postkarten steht«, ist textlinguistischen, korpuspragmatischen oder kulturlinguistischen Analysen zuzuführen, die des theoretischen Hintergrunds und abgeleiteter Kategorien bedürfen. Den auf Ansichtskarten dargestellten Reisewelten liegen Ereignisse und dynamische Prozesse der Bewegung an einem Ort oder von einem Ort zum anderen zugrunde, die im Wesentlichen in narrativen Strukturen präsentiert werden. Dass auf Ansichtskarten Daten zum Zeitpunkt der Produktion des Kartentextes notiert sind, also wer was an wen adressiert hat, ließe sich als ein Aspekt, der mit Zeit in Verbindung steht, betrachten. Ebenso zählen deiktische Ausdrücke wie die Adverbien *gestern*, *heute*, *morgen* zur Temporaldeixis,³ die auf Ansichtskarten in nicht unerheblichem Maße präsent sind. In diesem Beitrag geht es allerdings nicht allein um das kontextsensitive Merkmal der Temporaldeixis, sondern ebenso um die Wahrnehmung, Konzeptualisierung und die damit verbundene Bewertung von Zeit in der Schriftlichkeit des Mediums Ansichtskarte. Die Wahrnehmung von Zeit und ihre Konzeptualisierung sind vom Bewusstsein nicht zu trennen und strukturell an Kommunikation gekoppelt (vgl. Luhmann 1998: 93), denn Zeit wird in Texten auf Ansichtskarten selbst zum reflektierten Thema oder als Ordnungsfaktor der Mitteilungshandlung genutzt.

¹ S. <https://www.ds.uzh.ch/de/projekte/ansichtskartenprojekt.html>.

² Einen umfassenden Einblick zur Geschichte, zur Kultur der Postkarte sowie zu sprachlichen und nichtsprachlichen Mitteln des Mediums *Postkarte* gibt Holzheid (2011).

³ Die Temporaldeixis bezieht sich in Hinsicht auf die Ansichtskartentexte auf die Schreibsituation. Von einem Moment im Hier und Jetzt des Schreibens wird auf Vergangenes und Zukünftiges verwiesen.

Diesen Eindruck vermittelte ein erster intuitiver Blick in Vorbereitung auf den Workshop »Die Welt als Ferienort – Raumreferenz(en) und mehr auf der Ansichtskarte im Jahr 2018 in Zürich. Befunde zu 70 Beispielen des Korpus [anko] (siehe dazu Sugisaki, Wiedmer & Calleri in diesem Band) kristallisierten für diesen Beitrag den Aspekt der Zeit heraus, so dass Zeit als Dimension der Bestimmung von Sinn ins Zentrum des Erkenntnisinteresses geriet und hypothetisch das Aufscheinen von Beschleunigung bzw. Entschleunigung in thematischer Hinsicht und im Zusammenhang mit der Zeit des Urlaubs, der Ferien, der Auszeit formuliert wurde.

Für den folgenden Beitrag konturierte sich die Annahme, dass sich für das Tourismussubjekt eine Reise in der Chronologie der Ereignisse konstituiert und dies auf Ansichtskarten vermittelt wird. Gleichzeitig formt das schreibende Bewusstsein eine Semantik der Zeit, die ebenfalls auf dem Mitteilungsfeld der Ansichtskarten in sprachlichen Formen erfassbar wird und die es durch eine Analyse der Konzeptualisierung von Zeit auf Ansichtskarten zu erschließen gilt.

Im Gesamtkorpus [anko] spielt das Thema *Zeit* eine eher marginale Rolle. Es ist kein auf Ansichtskarten vordergründig bearbeitetes Thema, das in die Übersicht zu den auf dem Mitteilungsfeld der Ansichtskarten erscheinenden Themen aufgenommen wurde (vgl. Hausendorf 2019: 304). So kann das Thema *Zeit* keinesfalls mit dem Thema *Wetter* konkurrieren, das Hausendorf (vgl. 2019: 307) in seiner Untersuchung zum Wetter auf 2.324 Ansichtskarten von 12.289 des Gesamtkorpus belegen konnte. Damit enthält jede fünfte Karte einen Bezug zum Wetter.

Das Lexem *Zeit* hingegen taucht im Gesamtkorpus [anko] 647-mal und auf 607 Karten auf, was lediglich jede 20. Karte betreffen würde. Hausendorf (2019: 307) spricht von der »Prominenz des Wetters im Mitteilungsfeld der Ansichtskarte« und *Wetter* gehört neben *Sonne* zu den zehn häufigsten Substantiven auf den Ansichtskarten im Korpus. Es wird als ein wesentlicher Slot im Urlaubrahmen verortet sowie als Bedingung für einen gelungenen Urlaub.⁴ Die Mehrheit der Belege zum Thema *Zeit* erscheint somit als ein Randphänomen in Hinblick auf den Urlaubrahmen, dennoch sind die Belege Ausdruck der Wahrnehmung und Reflexion des Vergehens von Zeit, welche Handlungen man in ihr vollzieht oder in welcher Beziehung Ereignisse zu anderen Ereignissen stehen. Grundsätzlich kann wohl davon ausgegangen werden, dass ein Reflektieren über das Vergehen von Zeit moderne Menschen sehr häufig begleitet, und dies nicht nur in Urlaubs- oder Feriensituationen. Hier gilt es allerdings, das Spezifische der Reflexion zu eruieren.

Auch der Zeitbezug folgt, wie Hausendorf (2019: 294) es formuliert, einer »gepflegte(n) und bewahrenswerte(n) Semantik« und erscheint in »sprachliche(n) Vorgeformtheite(n)« musterhaften Charakters.

Wenn in diesem Beitrag über Zeit im Sinne von Temporaldeixis hinausgegangen werden soll, erscheint es angebracht, das sehr abstrakte und komplexe Phänomen *Zeit* zunächst einer theoretischen Bestimmung zuzuführen, bevor die Analyse sich den

4 Diekmannshenke (2008: 90) bezeichnet die klischeehafte Realisierung von Themen auf Ansichtskarten als »Urlaubsframe«, in dem nach Schuler (zitiert nach Diekmannshenke 2008: 90) ebenso temporale Aspekte zu berücksichtigen sind: »Neben einer Beschreibung des (Ferien-)Ortes sowie der modalen und temporalen, teils auch kausalen Beschreibung der noch andauernden Reise, nimmt die Bewertung der Fahrt einen großen Bereich ein.«

sprachlichen Formen und Mustern zuwendet. Dabei gilt es operationale Aspekte aus ausgewählten theoretischen Zugängen zu Zeit herauszufiltern, die das Typische des Zeitkonzepts auf Ansichtskarten zu selegieren vermögen.

Zeit spielt in diesem Beitrag in zweifacher Hinsicht eine Rolle. Zum einen geht es um die Konzeptualisierung und die Reflexion von Zeit in den Ansichtskartentexten. Zum anderen gehört es zum Wesen von Urlaub, Ferien oder Kur, dass Ereignisse aufeinander folgen. Das Konzept Zeit ist somit für die Darstellung von Ereignissen eine Schlüsselkategorie und als eine solche grundsätzlich für jede »angemessene Analyse«, wie Hartmut Rosa (2005: 19) betont. Für Niklas Luhmann (vgl. 1988: 114–122) ist die Zeidimension neben der Sach- und der Sozialdimension in die Phänomenologie des Sinns eingeschlossen. Zeit ist also vom Vorkommen im Ansichtskartenkorpus her zwar nicht prominent, da sie jedoch mit dem Erleben und der Darstellung von Ereignissen verbunden ist, kann sie durchaus als eine Schlüsselkategorie der Analyse in diesem Beitrag genutzt werden, die durch das Lexem *Zeit* und andere zeitbezogene lexikalische Elemente versprachlicht wird.

2 Zeit als analytische Schlüsselkategorie

Zeit ist ein interdisziplinärer Gegenstand. Als Voraussetzung für diesen Beitrag kann es allerdings nicht um die physikalische Messung von Zeiten oder die philosophische Be- trachtung von Zeit als ontologisches Problem gehen. Ebenso wird der psychologische Zugang zu einem subjektiven Zeitempfinden ausgeschlossen, eine Einschränkung auf grammatische Zeiten in linguistischer Perspektive soll gleichfalls nicht Gegenstand des Beitrags sein. Vielmehr geht es darum, aus den Ansichtskartentexten etwas über die soziale Funktion von Zeit zu erfahren und wie sich diese auf die Wahrnehmung der schreibenden Personen und die Umsetzung dieser in sprachlichen Strukturen manifestiert. In dieser Perspektive bietet sich zunächst ein soziologischer Zugriff auf das Phänomen *Zeit* an, wie er mit Bezug auf Hartmut Rosa (2005) bereits angedeutet wurde.

Hartmut Rosa (2005) fokussiert in seiner Studie eine Veränderungsrichtung der postmodernen Gesellschaft hin zu sozialer Beschleunigung. Dabei wird sichtbar, »in welcher Weise Zeit in soziale Praktiken und Strukturen eingeht und wirksam wird« (Rosa 2005: 24). Die Ermittlung solcher Praktiken liegt nicht im Erkenntnisinteresse der Studie von Hartmut Rosa, sie gehen jedoch in die Praxis des Ansichtskartenschreibens ein.

Ausgangspunkt soziologischer Zugriffe auf das Phänomen *Zeit* ist das Ernst-Nehmen der »Umstellung der Gesellschaft auf funktionale Differenzierung« (Luhmann 2016/1995: 201). Dies ist ein Aspekt, den Soziologen seit mehr als zwei Jahrzehnten betonen, wenn sie sich z.B. mit *Protest und sozialen Bewegungen* wie Niklas Luhmann (1996), mit *Nachhaltigkeit und Gesellschaft* wie z.B. Sighard Neckel u.a. (2018) oder mit *Zeit und Gesellschaft* wie Armin Nassehi (2008) und Hartmut Rosa (2005) auseinandersetzen. Armin Nassehi nun meint, »soziale Zeit in den Operationen kommunikativer Akte [...] lokalisierten« (2008: 11) zu können, und beschreibt seine Theorie der Zeit als eine »operative Theorie« (2008: 11). Soziale Praktiken seien ereignisbasierte Formen, die über einen

Anfang und ein Ende verfügen und so eine Strukturierung von Zeit hervorbringen, die als soziale Zeit bezeichnet werden kann (vgl. 2008: 11). Nassehi stellt fest (2008: 11),

daß die Zeit der funktional differenzierten, modernen Gesellschaft vor allem dadurch charakterisiert sei, daß sich unterschiedliche Zeitregimes nebeneinander etablieren und damit ein spezifisch temporales Problem hervorbringen, das Problem der Synchronisation.

Bereits Norbert Elias (1988) hat in Hinsicht auf den funktionalen Charakter von Zeit die Koordination und Synchronisation von sozialen Prozessen als zwei wesentliche Funktionen erfasst.

Der moderne Mensch steht somit vor der Aufgabe, durch die professionelle und »disziplinierende« (Foucault) Einbindung in Institutionen wie Schule, Unternehmen oder Universität die Eigenzeiten dieser sozialen Systeme aufeinander zu beziehen und ein »inneres Zeitbewußtsein« (Nassehi 2008: 11) auszuprägen, das ebenso Eigenzeiten bzw. individuelle Zeiten zu berücksichtigen und zu synchronisieren hat. Ziel dabei ist es, dafür Sorge zu tragen, dass die unterschiedlichen Zeithorizonte des Individuums und die institutionell erforderlichen nicht verschwimmen oder ineinander übergehen. Die funktionale Differenzierung der Gesellschaft findet ihren Ausdruck neben funktionalen oder leistungsbezogenen Aspekten für die Gesellschaft also »auch in der Differenzierung von temporalen Programmen, Perspektiven und Horizonten« (Nassehi 2008: 11).⁵

Um an dieser Stelle ein Beispiel für eine Untersuchung zur Rolle von Zeit in Institutionen zu geben, sei auf die Ausarbeitungen von Anastasiya Kostiukenko zu *Zeit als Faktor der institutionellen Kommunikation* (2010) verwiesen. Sehr eindrücklich zeigen die Ergebnisse der Forschungsarbeit, wie Temporalität eine Komplexität erhöht, die es zu bewältigen gilt. So wird herausgestellt, dass die Zeit zur Strukturierung und Abstimmung institutioneller Kommunikation beiträgt und die Zusammenarbeit von Lehrenden und Studierenden in dem System Universität kontrolliert und sanktioniert. Termine geben einen zeitlichen Orientierungsrahmen für die Erfüllung von Aufgaben, Termine und Fristen disziplinieren in gewisser Weise. Festgelegte Termine und Fristen strukturieren Zusammenarbeit und Kommunikation und sind in der Strukturbildung und Wiederholbarkeit in einem Turnus auf die Autopoiesis des Organisationssystems Universität angelegt. Die Untersuchungsergebnisse anhand eines Korpus von gut 100 E-Mail-Kommunikationen zwischen Studierenden und Lehrenden belegen, dass Kommunikation Zeit benötigt, festgelegte Termine Anschlusstermine generieren und sich dadurch ein Gefühl von Zeitdruck einstellen kann. Zeitknappheit wurde von beiden Seiten explizit und implizit thematisiert und Studierende nehmen wahr, dass Zeitknappheit Druck erzeugt und das Setzen von Prioritäten beeinflusst, was letztlich Ausdruck des Erfordernisses der Synchronisation unterschiedlicher oder auch paralleler Zeitregimes in Hinsicht auf Seminarvorbereitungen oder Prüfungen signalisiert (vgl. Kostiukenko 2010: 69–73). Dass der Umgang mit Zeit in universitären E-Mails von Studierenden ein ganz anderer ist als der

5 Niklas Luhmann (vgl. 1993: 236) sieht in der Beziehung von Sozialität und Temporalität einen Steigerungszusammenhang, der in der Theorie funktionaler Systeme zu berücksichtigen ist, und betont »die Konstitution der Gegenwart durch die Differenz zweier Zeithorizonte, Vergangenheit und Zukunft« (Luhmann 1993: 236–237).

auf Ansichtskarten, sollen die folgenden Beispiele zeigen, die von Synchronisationsproblemen und Zeitdruck zeugen:

[...] ich entschuldige mich für meine doch so sehr späte Mitteilung, dass ich die Hausarbeit dieses Semester doch nicht abgeben werde. Ich muss leider unbedingt die Literaturwissenschaftsprüfung bestehen, weil sich sonst mein weiteres Studium verzögern wird. Daher könnte ich der Hausarbeit in Ihrem Fachbereich nicht die nötige Zeit schenken

[...] Da ich aber im Prüfungsstress bin, fuhr ich wieder nach Hause, um zu lernen, anstatt darauf zu warten, bis ich 16 Uhr wieder zu Ihnen kommen kann

[...] PS: Die Wulvseiten scheinen noch aktiv zu sein, aber ich hatte eben nicht viel Zeit zum Reinschauen. Erstmal dürfen meine anderen Prüfungen bestanden sein (Kostiuценко 2010: 73).

Sichtbar wird in den Untersuchungsergebnissen Kostiuценkos (2010), dass sich die Ereignisfrequenz ausgehend von Terminen und Anschlussterminen, die einen hohen Bedarf an Synchronisation erfordern, erhöht. So wird, wie Hartmut Rosa (2005: 27) formuliert, »die Zeiterfahrung einer kontinuierlichen Bewegung oder Beschleunigung« erlebt.⁶ Die Zeiterfahrung der Beschleunigung erhält im Zusammenhang mit dem Schreiben in elektronischen Umgebungen im Rahmen universitärer Kommunikation noch einen anderen Effekt – den der Steigerung der Schnelligkeit der Anschlusskommunikation. Die Zeitintervalle zwischen Frage- und Antwortmails zwischen Studierenden und Lehrenden können unterschiedlich ausgedehnt sein, wie Kostiuценko (vgl. 2010: 85) dies auch in ihrem Resümee beschreibt. Die Zeitintervalle reichen von einem Tag, einer Nacht bis zu mehreren Stunden, können – aus eigener Erfahrung – zudem ebenfalls lediglich wenige Minuten oder gar Sekunden betragen. Damit steigert sich gleichfalls mit schnellen Anschlusskommunikationen die Dialogizität in der Interaktion, um Zeitsynchronisationen zu befördern und in Hinblick auf Studierende zu unterstützen. Eine solche Schnelligkeit gehört nicht in das Konzept von Ansichtskarten, die zudem nicht mit der Erwartungshaltung der Anschlusskommunikation verbunden sind.

Zeitknappheit thematisiert Niklas Luhmann seit Ende der 1960er Jahre in seinen Schriften. Luhmann (1968: 143) fragt, »wie es zu diesem Orientierungsprimat der Zeit kommt, in welcher Art von Systemen er sich entwickelt, welche Funktion er erfüllt und wie seinen Folgeproblemen abgeholfen werden kann«. Zentrum seiner Erkenntnis ist es, dass die knappe Ressource Zeit zwingt, Entscheidungen zu fällen und Prioritäten zu

6 Reinhart Koselleck, einer der bekanntesten deutschen Historiker des 20. Jahrhunderts, befasst sich vor dem Hintergrund der Säkularisierung mit Zeitverkürzung und Beschleunigung und fragt, ob die neuzeitliche Beschleunigung etwas mit dem christlichen Erbe zu tun hat, solche Bibelstellen anzuwenden, »die mit dem erwarteten Weltende auch die Zeitstrecken als immer kürzer erscheinen ließen, in denen das Jüngste Gericht hereinbrechen werde« (2021: 187). Diese, so Koselleck (2021: 195) weiter, »außergeschichtlich vorgegebene Zeitverkürzung wird im Laufe der Frühen Neuzeit zu einem innergeschichtlichen Beschleunigungsaxiom. Dabei wechselt das Subjekt von Gott zum Menschen, der eben diese Beschleunigung durch eine Verwandlung von Natur und Gesellschaft herbeizwingen soll.« Die moderne Beschleunigungserfahrung erwachse durch technische und industrielle Überformung der Gesellschaft und sei nicht mehr auf christliche Hintergründe angewiesen (vgl. Koselleck 2021: 195–196).

setzen. Zeitdruck und Zeitknappheit wirken sich somit auf die sachliche Ordnung von Präferenzen aus. »Die Priorität der Fristsachen schlägt in ein Primat der Fristsachen um« (Luhmann 1968: 148). Was nicht an Fristen und Termine gebunden ist, gerät aus dem Blick und verliert an Wert. Wartezeiten werden zugemutet. Gilt dies auch für das Schreiben und Erhalten von Ansichtskarten?

Die vorangegangenen Ausführungen bezogen sich im Wesentlichen auf die soziale Zeit, die als Folge aus den Strukturierungsprinzipien der funktionalen Differenzierung resultiert. Individuen sind »um den Preis der Exklusion dazu gezwungen, ihr Engagement in den jeweiligen Sozialsphären exakt sequenziert mithilfe von Stunden-, Tages-, Wochen-, Monats- und Jahresplänen zu bestimmen und entsprechend der jeweiligen bereichsspezifischen Muster zu synchronisieren« (Rosa 2005: 33). Nun geht es jedoch bei Ansichtskarten, die über Reisen berichten, nicht um die soziale Zeit der Einbindung in eine Institution und die Kontrolle und Synchronisation von Ereignissen und Handlungsfolgen, sondern um die individuelle Zeit mit dem Referenzpunkt der Auszeit, des Rückzugs zu Erholungs- und Kurzwecken und damit um die Abgrenzung von der sozialen Zeit. Nicht von der Hand zu weisen ist allerdings wohl auch, dass Ereignisfolgen und Handlungssequenzen, wie sie sich in institutionsfreien Zeiten zeigen, gleichfalls nicht ohne Synchronisation auskommen. Der Blick auf das Gesamtkorpus [anko] richtet sich nun im Folgenden auf die individuelle Zeit und, wo es möglich wird, in Relation zur sozialen Zeit.

3 Zeit im Mitteilungsfeld von Ansichtskarten

In der folgenden Untersuchung ist *Zeit* das Bezugsobjekt, woraufhin die folgenden Forschungsfragen gestellt werden:

- Welche Rolle spielt das Bezugsobjekt *Zeit* im Ansichtskartenkorpus?
- Welches Zeitkonzept als Bestandteil der »Alltagszeit« (Rosa 2005: 31) wird konstituiert, sind Veränderungen in einzelnen Jahrzehnten erkennbar?
- Wie wird dabei die individuelle Zeit von der sozialen Zeit differenziert bzw. in welche Relation zueinander werden diese beiden »Alltagszeiten« (Rosa 2005: 31) gesetzt?

Hartmut Rosa subsumiert die individuelle Zeit sowie die soziale Zeit unter den Begriff »Alltagszeit«, den er mit

wiederkehrenden Routinen und Rhythmen von Arbeit und Freizeit, Wachen und Schlafen etc. und mit den damit verbundenen Problemen der Synchronisation, der Geschwindigkeit, der Dauer und der Sequenzierung von Handlungen (Rosa 2005: 30)

erläutert. Alltagszeit schreibt er einen hohen »repetitiven und zyklischen Charakter« zu.

Die Analyse nun orientiert sich methodisch vor allem an einer qualitativen Textanalyse, die eine Distributions- und Kollokationsanalyse von syntaktischen Wörtern mit den Instrumenten der CQP-Maske des Ansichtskartenkorpus [anko] einbezieht. Dennoch sind ebenso Quantitäten zu erfassen, die Hinweise auf die Häufigkeit der Ver-

wendung zeitsemantischer Lexeme geben und damit den Stellenwert von Zeitbezügen auf Ansichtskarten einzuordnen vermögen.

Vor dem knapp entworfenen theoretischen Hintergrund in Abschnitt 2 geht die Analyse korpusbasiert vor, um authentische Sprachdaten zu beobachten und gegebenenfalls verallgemeinerungswürdige Aussagen zu formulieren. Korpusgestützt werden die gewonnenen Beobachtungen zu den Sprachdaten zur Überprüfung der Annahme genutzt, dass in den Operationen kommunikativer Akte, wie wir sie auf dem Mitteilungsfeld der Ansichtskarten finden, individuelle bzw. soziale Zeit zu lokalisieren ist.

3.1 Zeit im Gesamtkorpus [anko] und Kollokationen

Die Suchanfrage zum Stichwort *Zeit* ergab 647 Treffer in 607 verschiedenen Texten innerhalb der Gesamtgröße des Korpus von 614.685 Wörtern in 12.289 Texten. Es ergibt sich eine Frequenz von 1.052,57 Instanzen pro einer Million Wörter. Zeit kommt somit in knapp 5,0 % der Texte des Gesamtkorpus vor. Die relative Häufigkeit des Vorkommens von Zeit im Korpus beträgt 0,0010 %. Tabelle 1 zeigt das Vorkommen in den einzelnen Zeitschnitten von [anko].

Tab. 1: Vorkommen von *Zeit* in [anko] nach Jahrzehnten

Jahrzehnt	Wortzahl in Textvorkommen	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit in %	Vorkommen in Texten des Jahrzehnts in %
1950er	31941	33	0,0010	5,63
1960er	43470	44	0,0010	4,79
1970er	75332	61	0,0008	4,00
1980er	135912	141	0,0010	4,90
1990er	117180	132	0,0011	5,53
2000er	80649	96	0,0012	5,66
2010s	23364	21	0,0009	4,42
vor1950	16332	17	0,0010	4,80
unbekannt	90505	102	0,0011	4,43
Gesamt	614685	647	0,0010	4,93

Festzustellen ist damit, dass das Lexem *Zeit* gewiss nicht sehr häufig im Korpus vorkommt und die Frequenzen pro einer Million Wörter sich in den einzelnen Jahrzehnten kaum unterscheiden. Gleichwohl ist eine Tendenz der Stabilität und Erhöhung der Frequenz seit den 1970er Jahren bis hin zu den 2000er Jahren in der Wortzahl und der absoluten Häufigkeit bei kaum veränderter Anzahl der betreffenden Texte erkennbar. Obgleich lediglich Tendenzen sichtbar werden und der Zeitbezug seit den 2000er Jahren sinkt, erscheint eine Untersuchung zeitlicher Zusammenhänge, die weitere lexikalische

Elemente mit Zeitbezug aufnimmt, vor dem Hintergrund von Zeitreflexion und der Synchronisation von Ereignissen möglich und sinnvoll.

In den Texten, in denen Zeit vorkommt, sollen nun Kollokationen betrachtet werden, die den Bezug auf das Objekt *Zeit* vertiefen. Dabei werden zunächst die Kollokationen zum Zeitverlauf (Zeit + vergehen), zum Tempo des Zeitverlaufs (Zeit + schnell, Zeit + rasch) sowie Zeitaufkommen (Knappheit: keine + Zeit, kurze + Zeit, Zeit + kurz, kaum + Zeit, wenig + Zeit; Zeitvermögen: viel + Zeit, genug + Zeit) betrachtet.

Die Kollokation »die Zeit vergeht« kommt im Gesamtkorpus 37-mal vor und wird seit den 1970er Jahren (11-mal) formuliert (1980er 8-mal, 1990er 7-mal, 2000er 5-mal, in den Texten der 2010er Jahre ist sie nicht nachweisbar), wobei das Jahrzehnt der 1970er Jahre etwas hervorsticht. Adverbial eingeordnet wird das Vergehen der Zeit in den 1970er Jahren und darüber hinaus mit *schnell* oder *zu schnell* (z.B. [anko] 11055), phraseologisch gebunden mit *im Fluge* (z.B. [anko] 20529; insgesamt im Korpus in Verbindung mit *Zeit* und *Tage* 7-mal), *nur zu rasch* (z.B. [anko] 11521), *im nu* ([anko] 90811) oder es wird der formelhafte Satz *Wie die Zeit vergeht!* (z.B. [anko] 150277) notiert.

Formulierungen mit dem Modalwort *leider*, die das Bedauern über ein schnelles Vergehen der Urlaubs- oder Ferienzeit ausdrücken und möglicherweise die Rückkehr in die soziale Zeit vor Augen führen, finden sich durchgängig:

1960er:

Leider vergeht die Zeit zu schnell. ([anko] 110151)

1970er:

Leider vergeht die Zeit nur zu schnell. ([anko] 301749)

Leider vergeht die Zeit nur zu rasch. ([anko] 11521)

1980er:

Die Zeit vergeht leider wie im Fluge. ([anko] 80905)

1990er:

Die Zeit vergeht leider zu schnell. ([anko] 21517)

Leider vergeht die Zeit viel zu schnell. ([anko] 150373)

In den 1980er und in den 1990er Jahren zeigt sich je ein Beispiel, in dem nicht darauf referiert wird, dass die Zeit in Bewegung ist, sondern womit die Zeit im Sinne bestimmter Handlungen verbracht wird und sie daraufhin *vergeht*: *So vergeht die Zeit mit spielen, schwimmen* ([anko] 91073) oder *machen sonst Spiele. So vergeht die Zeit* ([anko] 90903).

Statt des Verbs *vergehen* tauchen vereinzelt metaphorisch gebrauchte Verben auf, die den schnellen Lauf der Zeit benennen und das Phänomen *Zeit* personifizieren. Unter den 17 Belegen vor 1950 findet sich *Die Zeit ist rasch verflogen* ([anko] 30385). Die Texte der 1950er Jahre enthalten einen Belegssatz mit dem Verb *eilen*: *Leider eilt die Zeit zu schnell*. ([anko] 301221) *Fliegen* und *jagen* finden sich in den 1960er Jahren: *Die Zeit fliegt nur so dahin* ([anko] 150241) und *Die Zeit jagt nur so dahin* ([anko] 301625). In den 2010er Jahren wird im Beleg ([anko] 120409) *Ich verstehe nicht, wo die Zeit fährt* metaphorisch durch die Konzipierung

von Zeit als motorisiertes Phänomen eine Erhöhung der Schnelligkeit suggeriert. In den folgenden Belegen ist die Zeit sozusagen noch zu Fuß unterwegs.

Die 33 Belege zur Kollokation von *schnell + Zeit* verbinden sich über *vergehen* hinaus mit *ist schnell gegangen* ([anko] 220285), *geht schnell vorbei* ([anko] 10117, 170045, 150693), *geht schnell dahin* ([anko] 50213) oder *ist schnell um* ([anko] 300235).

In einem Beleg vor 1950 (1948) heißt es *dann meine Frau für einige Wochen bei mir, dann wird die Zeit doppelt schnell vergehen* ([anko] 31409). Hier wird implizit auf ein langsames Vergehen der Zeit im Erleben der Person hingewiesen und ebenso implizit entsteht der Eindruck, dass im Beisammensein mit der Frau sich die Frequenz von Ereignissen erhöht und somit die Zeit als schneller vergehend wahrgenommen wird als im Moment des Schreibens.

Die 17 Belege zur Kollokation *Zeit + rasch* verteilen sich auf die Jahrzehnte von vor 1950 bis zu den 1970er Jahren und treten dann nur noch vereinzelt auf.

Im Folgenden geht es um Kollokationen, die Zeitknappheit signalisieren. Die Kollokation von *keine + Zeit* ist im Korpus mit 24 Belegen zu verzeichnen, wobei 14-mal der Bezug der Zeitknappheit in finaler Hinsicht auf das Schreiben bzw. Kartenschreiben gerichtet ist, daneben wird einmal das Telefonieren als Zweck, wofür Zeit zur Verfügung stehen müsste, benannt. In 15 Fällen (also von 24) reflektieren die schreibenden Personen, dass ihre Kommunikation nach außen und medial schriftlich oder mündlich der Zeitknappheit zum Opfer fallen kann. Der Wert des Schreibens bzw. Kartenschreibens wird damit als ein geringerer eingeschätzt, das Schreiben steht hintenan, und es wird implizit reflektiert, dass andere Handlungen Vorrang haben. Die Ansichtskarte selbst ist dann aber der Beleg dafür, dass doch geschrieben wurde.

Weiterhin finden sich im Rahmen dieser Kollokation Belege, die die Synchronisation von Ereignissen und Handlungen reflektieren. Dabei geht es z.B. in Beleg ([anko] 250665) um die Gedrängtheit von Ereignissen während des Urlaubs oder der Kur (Eigenzeit), deren Synchronisation sich zum Gefühl des Keine-Zeit-Habens verdichtet. Aber ebenso kann die Synchronisation zwischen sozialer Zeit einer arbeitenden Person neben der individuellen Zeit/Ferienzeit eines Kindes zum Tragen kommen ([anko] 140819). Beleg ([anko] 170127) zeigt, dass die soziale Zeit vor der Abreise (Arbeit) und die Synchronisation dieser mit der Eigenzeit (Rückenschmerzen) das Zeitkontingent verkürzten.

1960er:

Man kann sich mal nach Herzenslust ausziehen und auf vieles achten, wozu man sonst keine Zeit hat; auch das Zeltleben hat einen gewissen Reiz zumal das Wetter bis jetzt nicht zu wünschen übrig ließ und wir schon viele Touren unternommen haben. ([anko] 301661)

1970er:

heute am Ostersonntag schreibe ich Ostergrüsse, die nun allzu spät ankommen. Aber unser gedrängtes Programm ließ mir bisher keine Zeit. ([anko] 40497)

1980er:

Papi geht immer schaffen und hat keine Zeit für uns. ([anko] 140819)

1990er:

Liebe Herr u. Fr. Dr. Stiefel, nun sind meine schönen Ferientage auf dem Bingenstock schon wieder vorbei. Ich habe es gut getroffen, nette Tischnachbarinnen, ausgesprochen gut gegessen, fein und bekömmlich, habe das Hallenbad, die Sauna sowie die Spazierwege benutzt und ein Buch »verschlungen«. Es blieb mir gar keine freie Zeit mehr (!!!) nebst Vollpension. ([anko] 250665)

Ich hatte vor der Abreise einfach keine Zeit mehr vorbeizukommen zuviel Arbeit und der Rücken schmerzte. ([anko] 170127)

Die Kollokation *kurze (attributiv) + Zeit* weist eine geringe Zahl von acht Belegen auf, von denen jedoch fünf in Verbindung mit dem Verb *genießen* auftreten, *kurze Zeit* also in der semantischen Rolle Patiens fungiert.

1980er:

Wir haben eine kurze ruhige Zeit genossen. ([anko] 110003)

1990er:

Wir genießen die kurze Zeit und empfehlen Euch Prag. ([anko] 100639)

Ich sitze bei gutem Wein und Essen und genieße die kurze Zeit. ([anko] 20351)

Wir fühlen uns wieder sauwohl für kurze Zeit in Südtirol. ([anko] 81039)

Daneben wird das Adjektiv *kurz* in wenigen Fällen prädikativ oder adverbial verwendet und man reflektiert Zeit wiederum in Bezug auf das Schreiben (*aber die Zeit war zu kurz zum Schreiben* ([anko] 300351) oder *Nun habe ich doch noch Zeit um euch kurz zu schreiben*. ([anko] 110243). Die Abschwächungspartikel *kaum* steht in sieben Belegen (jeweils zwei aus den 1980er und 1990er Jahren) bei dem Substantiv *Zeit* und in Verbindung mit dem Verb *haben* und der Zweckangabe *zum Schreiben* oder anderen Tuns. Von Signifikanz kann hier keine Rede sein, aber es ist doch durchaus bemerkenswert, dass auch die 11 Belege zur Kollokation *wenig + Zeit* in Verbindung mit den Verben *haben* und *bleiben* in die 1970er bis 2010er Jahre fallen wie: *Jörg hat leider wenig Zeit*. ([anko] 90473) oder *Schade, daß zu wenig Zeit zum Wandern bleibt*. ([anko] 50089).

In der Distribution von *viel* in der Nähe von *Zeit* ist eine positive Menge an Zeit zu vermuten. Doch die 40 Belege im Ansichtskartenkorpus beziehen sich vor allem auf *Zeit*, die *viel zu kurz* oder *viel zu schnell vergangen* (18-mal) war. Dabei dominieren wiederum die 1980er und 1990er Jahre, wobei 2- bzw. 3-mal das Zur-Verfügung-Haben von viel Zeit benannt wird:

Ohne Jahr:

Nichts ist hektisch, alle haben Zeit, viel Zeit. ([anko] 60071)

1980er:

Hier sind wir nun weit vom Stress der Apotheke und haben viel Zeit für uns. ([anko] 250575)

2010er:

Wir genießen es sehr, auch den Luxus, so viel Zeit zu haben. ([anko] 180059)⁷

Kaum erwähnenswert erscheint der Befund, dass die Kollokation *Zeit + genug* marginal 6-mal vertreten ist, davon zur Hälfte durch Verneinung in den Bereich der Zeitknappheit gestellt werden muss.

In Korrelation zu Zeitknappheit steht das seit den 1980er Jahren erkennbare Verb *genießen*, das Zeit in Verbindung mit adjektivischen Attributen als Objekt an sich bindet oder, wenn *zur Zeit* als adverbiale temporale Angabe erscheint, *erholsame Ferien* oder *ein paar erholsame Tage*. Etwas, das nicht unendlich ist, sondern sich auf einen überschaubaren Zeitraum erstreckt, unterliegt dem Genuss. Von 17 Belegen fallen fünf in die Gruppe der Ansichtskarten ohne Jahrangabe, dennoch kann vermutet werden, dass sie aus den 1980er Jahren stammen.

1980er:

Ist das herrlich. Wir geniessen die Zeit, gutes Essen, das prächtige Wetter. ([anko] 50559)

1990er:

Zur Zeit geniessen wir erholsame Ferien im kalten aber sonnigen und schön verschneiten Engadin. ([anko] 81579)

Endlich etwas abschalten! Wir geniessen die Zeit zusammen. ([anko] 60749)

2000er:

Wir geniessen unsere Zeit in vollen Zügen. ([anko] 70097)

Wir geniessen die gemeinsame Zeit an der Sonne und lassen es uns gut gehen. ([anko] 160877)

Und geniessen die ruhige Zeit ([anko] 170549)

Hier im Berg/unclear/geniessen wir zur Zeit ein paar erholsame Tage. ([anko] 110431) und geniessen es, Zeit zu haben. Zeit für uns und Zeit, um an liebe Menschen zu denken. ([anko] 151373)

ohne Jahr:

Wir geniessen unsere Zeit. ([anko] 90797, 101355)

Dann kann man diese schöne Zeit auch geniessen. ([anko] 60769)

Zeit, Zeit zu geniessen ([anko] 121233)

Wir geniessen die Zeit. ([anko] 301129)

Aus den Belegen zu den Kollokationen lässt sich vorsichtig ableiten, dass Zeitknappheit seit den 1970er Jahren von modernen Menschen wahrgenommen und reflektiert wird. Kurze Erholungsphasen erscheinen wichtig und werden genossen, sie sind von hohem

⁷ Die metaphorische Einordnung von *Zeit haben* als Luxus findet sich in einem weiteren Beleg ohne Jahr ([anko] 121233).

Wert. Es kann davon ausgegangen werden, dass durch das Verb *genießen* ein Gegensatz zur sozialen und damit institutionalisierten Zeit induziert wird.

Aus diesem Grund erscheint eine Extrabetrachtung der Verwendung des Verbs *genießen* im Gesamtkorpus angebracht.

Die Suchanfrage zum Verb *genießen* ergab 1101 Treffer in 1070 verschiedenen Texten innerhalb der Gesamtgröße des Korpus von 614.685 Wörtern in 12.289 Texten. Es ergibt sich eine Frequenz von 1.791,16 Instanzen pro einer Million Wörter. Das Verb *genießen* kommt somit in etwa 8,7 % der Texte des Gesamtkorpus vor. Die relative Häufigkeit des Vorkommens des Verbs *genießen* im Korpus beträgt 0,00179 % und liegt damit höher als die des Lexems *Zeit* (0,001). Tabelle 2 zeigt das Vorkommen in den einzelnen Zeitschichten von [anko].

Tab. 2: Vorkommen von *genießen* in [anko] nach Jahrzehnten

Jahrzehnt	Wortzahl in Textvorkommen	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit in %	Vorkommen in Texten des Jahrzehnts in %
1950er	31941	12	0,0004	2,00
1960er	43470	37	0,00085	4,53
1970er	75332	87	0,00115	6,09
1980er	135912	250	0,00184	9,06
1990er	117180	285	0,00243	12,00
2000er	80649	205	0,00254	12,80
2010s	23364	57	0,00244	11,75
vor 1950	16332	4	0,00024	0,02
unbekannt	90505	164	0,0018	0,18
Gesamt	614685	1101	0,00179	8,71

Wirft man nun einen Blick auf das, was über *Zeit* hinaus genossen wird, so zeigen sich Referenzen auf die Eigenzeit, die freie Zeit, die routinemäßig wiederkehrt (wieder), sowie die möglichen Tätigkeiten, die Ferien, das Wetter, die Umgebung, die Aussicht, Personen und somit die Muße, bestimmte Dinge zu tun oder einfach nichts zu tun.⁸ Einige Belegebeispiele können dies illustrieren:

In den Belegen der 1950er Jahre genießt man *das herrliche Strandleben* ([anko] 41101), *die Ruhe, Sonne & Meer* ([anko] 160579), *eine FerienWoche* ([anko] 301219). Ebenso heißt es in den 1960er Jahren *geniessen wir unsere Ferien* ([anko] 140601) oder *Bei Sonne und bei Schnee*

8 Wenn »Ruhe, Muße und Gesellschaft« ([anko] 130565) genossen werden, zeigt sich der Abstand, den man vom institutionellen Alltag benötigt. Während das Lexem *Muße* lediglich fünfmal im Gesamtkorpus vorkommt, findet sich das Lexem *Ruhe* 152-mal in 151 unterschiedlichen Texten, und dies konzentriert seit den 1970er Jahren (28-mal), in den 1980er Jahren 41-mal, in den 1990er Jahren 32-mal und in den 2000er Jahren 17-mal. Das Lexem *Nichtstun* ist in 21 Belegen enthalten.

*geniessen die Skihasen die Ferien ([anko] 10301) oder Wir geniessen unseren kurzen Aufenthalt bei Sonne und Regen ([anko] 140425). Wie in Tabelle 2 zu sehen, taucht das Verb *genießen* seit den 1970er Jahren in höherer Quantität auf:*

1970er:

Wieder geniessen wir die Ruhe hier und unser kleines Haus ([anko] 101505)
 Wir geniessen 5 Wochen Ferien ([anko] 140137)
 Nun geniessen wir das Meer von Herzen ([anko] 21055)
 Die Wärme hemmt etwas unsere Unternehmungslust, umso mehr geniessen wir die Lage unseres Rusticos ([anko] 50449)
 Hier geniessen wir für 14 Tage das erstemal Portugal ([anko] 220475)
 Und geniessen eine Rundsicht auf schneebedeckte Gipfel alle über 3000 mtr. ([anko] 10839)

1980er:

Hoi mitenand [Hallo zusammen], wir geniessen das Campingleben, Sonne und Gewittergenen wechseln sich ab, die Laune ist bei allen auf ›hoch‹. ([anko] 120853)
 Wir geniessen in angenehmer Gesellschaft während eines verlängerten Wochenendes Landschaft und Kultur der Bourgogne. ([anko] 130531)
 Hier am Titicacasee geniessen wir die Ruhe nach einer sehr interessanten Woche in La Paz ([anko] 91185)
 Nach einer herrlich sonnigen Fahrt geniessen wir das warme sonnige Klima, sowie die Ruhe, denn es hat noch nicht viele Leute ([anko] 130611)
 Wir geniessen die verschiedenen Landschaftsbilder Korsikas und das billige Essen mit dem korsischen Wein. ([anko] 80595)
 Hoi zeme [Hallo zusammen], das Campingleben gefällt uns sehr gut. Wir geniessen das Wasser, die Sonne und das ›Nichtstun! ([anko] 120875)

1990er:

Wir geniessen das Bootfahren, die feinen Fischspezialitäten, die vielen Sehenswürdigkeiten ([anko] 130265)
 Bei herrlichem Wetter geniessen wir unsere Ferien in Gunten ([anko] 91375)
 Nach meiner Pensionierung hat es uns weit in den Süden verschlagen. Z. Zt. geniessen wir einen Ausflug nach Sidney und Canberia. ([anko] 81303)
 wir geniessen ein Wochenende in Paris ([anko] 81233)
 wir sind glücklich, dass wir die Reise miteinander geniessen dürfen ([anko] 100847)
 Bei Sonne, Regen, Meer und Palmen geniessen wir unsere Flitterwochen. ([anko] 170037)

2000er:

Wir geniessen in vollen Zügen die ›Keine Termine – Zeit‹ in Valbella. Auch wenn das Wetter nicht so gut ist! ([anko] 80591)
 Heute regnete es nur einmal, doch wir geniessen die Stille und Ruhe hier. Man hat Zeit ein schönes Buch zu lesen. ([anko] 160891)

Wir geniessen das Land mit seinen extremen Gegensätzen und natürlich auch das feine Essen. ([anko] 170409)

Liebe Brigitta bei abwechslungsreichem Wetter geniessen wir alle Möglichkeiten, die dieser schöne Ferienort uns bietet. ([anko] 230105)

Wir geniessen diese Landschaften ([anko] 101327)

Fast 1 Jahr nach unserer Hochzeit geniessen wir die Flitterwochen in Schweden & Norwegen. ([anko] 81027)

2010er:

Am Abend geniessen wir die wunderbare italienische Küche mit reichlich Wein ([anko] 60623)

Unsere Reise von Doves nach Land's End ist einfach perfekt und wir geniessen sie sehr. ([anko] 230999)

Zum Ende hin geniessen wir gemütlich das herrliche Klima und die Freiheiten von unverplanten Tagen. ([anko] 61127)

Ein letztes Mal geniessen wir die Ferien zu zweit, schlafen lange am Morgen, geniessen das Nichtstun am Strand und Schnorcheln im kristallklaren Wasser. ([anko] 120161)

Wir geniessen unsere Ferien in Dänemark. ([anko] 230153)

Wir geniessen die Zeit an der Ostsee. ([anko] 90751)

Ferien, Urlaub, ein Ausflug am Wochenende für kurzzeitige Erholung bilden den Kontrast zur institutionalisierten Zeit. In dem positiv konnotierten Verb *genießen* bündelt sich der Wert dieser Eigenzeit, die zudem schnell vergehen kann und im Vergleich zur institutionalisierten Arbeits- bzw. sozialen Zeit nur einen Bruchteil der Lebenszeit ausmacht und deshalb gut genutzt sein will, so dass ein positiver Effekt erreicht wird.

3.2 Zeit zum ... und Bewertung der Zeit

Die Konstruktionen *Zeit zum* oder *Zeit um ... zu* präsupponieren die Urlaubs- und Ferienzeit als einen Abschnitt, in dem anderes unternommen wird als in der Nicht-Urlaubs- und Nicht-Ferienzeit, sie implizieren, dass die sozial institutionell eingebundenen Zeiten keine Freiräume für die benannten Tätigkeiten lassen. Die 33 Befunde in [anko] konzentrieren sich wiederum auf die 1980er, 1990er und 2000er Jahre und es werden als Tätigkeiten, für die Zeit zur Verfügung steht, benannt: *ausspannen, baden, besichtigen, Energie tanken, erholen, faulenzen, Gespräche, lesen, Pflege der Seele, plaudern, schlafen, segeln, Spiele machen, surfen, wandern* – dabei handelt es sich um Tätigkeiten, die grundsätzlich zur Entschleunigung und natürlich zur Erholung beitragen können.

Offensichtlich wird die Korrelation zwischen *schreiben, Kartenschreiben* und dem schlechten Wetter, das andere Tätigkeiten unterbindet und Zeit

zum Schreiben schafft, einige Beispiele können diesen Befund illustrieren.

1980er:

Liebes Mami, heute ist der erste Regentag und wir nahmen uns Zeit zum schreiben ([anko] 300027)

Endlich haben wir Zeit zum Schreiben, denn das Wetter ist heute zum ersten Mal nicht gut ([anko] 150693)

Aber es regnet, darum habe ich Zeit zum Kartenschreiben ([anko] 91071)

1990er:

Heute regnets leider. Zeit zum Kartenschreiben. ([anko] 151507)

Lieber Fredy, heute schneit und stürmt es stark und ich habe Zeit zum schreiben. ([anko] 100217)

Zum ‚Glück‘ regnet es heute einmal – so finden wir Zeit zum Kartenschreiben! ([anko] 140657)

Heute Vorm. Blitz + Donner jetzt Nebel. Zeit zum schreiben + schlafen. ([anko] 100279)

2000er:

Liebe Doris, heute regnet es in Strömen und so habe ich Zeit zum Schreiben ([anko] 50545)

Wanderpläne buchstäblich ins Wasser gefallen. So haben wir einmal genügend Zeit zum Kartenschreiben ([anko] 160013)

Die finale Konstruktion *Zeit um ... zu* tritt selten in Erscheinung: *die sehenswerten Sachen aufzustöbern* ([anko] 60777); *zu laufen, rumzuliegen und nach den letzten anstrengenden Wochen etwas auszuruhen* ([anko] 61147); *die Inseln zu erforschen* ([anko] 100655).

Eine Zeit, die mit Tätigkeiten jenseits von sozialer Arbeitszeit verbracht wird, erfährt – so die Annahme – positive Bewertungen. Positive Bewertungen werden in den Jahrzehnten 1- bis 2-mal ausgedrückt durch *angenehm, erholsam, gemütlich, gesegnet, großartig, ideal, richtig, ruhig, sonnig, super, tolle, unvergesslich* oder *wunderschön*. *Herrlich* und *interessant* kommen im Ansichtskartenkorpus jeweils 4-mal vor. Am häufigsten mit 31 Belegen wird die verbrachte Zeit einfach als *schön* wahrgenommen oder es wird als Grußformel eine *schöne Zeit* gewünscht. In diesem Sinne ist ebenso die Grußformel *gute Zeit* mit 17 Belegen seit den 1980er Jahren gängig und auch mit dem Verb *wünschen* in der Grußformel nachweisbar.⁹

3.3 Zeitsemantik – vom Fluss der Zeit

Der abschließende Schwerpunkt des Beitrags hat das Ziel, eine Zeitsemantik zu erschließen, in der Zeit als ein sich im Fließen befindliches wahrnehmbares Phänomen konturiert wird. Zu diesem Zweck erweisen sich die Temporaladverbien *vorgestern, gestern, heute, jetzt, morgen, übermorgen* oder *gerade, momentan*, die Konstruktionen *im Augenblick, im Moment* sowie *länger bleiben* oder *noch länger (bleiben)* und das Adjektiv *gegenwärtig* sowie die *Wochentage + am* als relevant und beachtenswert.¹⁰

⁹ Einmalig erscheint in schweizerischem Deutsch *gueti Zeit* ([anko] 80649).

¹⁰ Gerade die Adverbien können natürlich im Sinne der Chronologie von Ereignissen betrachtet werden. Hier geht es jedoch um eine andere Perspektivierung im Sinne einer systemtheoretisch fundierten Zeitsemantik.

Tab. 3: Vorkommen zeitsemantischer Formen

Zeithorizonte	Belege	Anzahl	in Texten
Vergangenheit	vorgestern	44	43
	gestern	781	742
Gegenwart	heute	1.095	1.748
	gegenwärtig	39	39
	im Moment	85	85
	momentan	62	61
	im Augenblick	6	6
	gerade	209	201
	jetzt	1.182	1.092
Zukunft	morgen	702	681
	übermorgen	12	12
	länger bleiben/noch länger	50	50
Vergangenheit oder Zukunft	am + Wochentag	525	517

Verschafft man sich einen Überblick über die absoluten Häufigkeiten der benannten sprachlichen Formen im Ansichtskartenkorpus [anko], so ergibt sich das Bild eines Zeitflusses (Tabelle 3).

Die fünf hier in Augenschein genommenen sprachlichen Formen *heute*, *gegenwärtig*, *momentan*, *im Moment* und *im Augenblick* bilden in der Zeitsemantik den Gegenwarts-punkt, von dem aus die »Differenz von Vergangenheit und Zukunft« markiert wird, und »was als Vergangenheit Gegenwart geworden ist, legt die Ausgangslage für die Zukunft fest« (Luhmann 1998: 1006).¹¹

Das, was Luhmann hier beschreibt, lässt sich mit dem Temporaladverb *jetzt* im Ansichtskartenkorpus sehr gut belegen. *Jetzt* entfaltet seine lexikalische Semantik in dreifacher Hinsicht: a) Es benennt den Moment, in dem geschrieben wird, b) es benennt den Punkt, in dem Vergangenes zur Gegenwart geworden ist, und c) es verweist *jetzt* auf Zukünftiges. Die semantischen Perspektivierungen entfalten sich je nach sprachlichem Kontext in den Ansichtskartentexten mit *jetzt* nach vergangen, gegenwärtig, zukünftig,

11 Niklas Luhmann zeichnet in *Die Gesellschaft der Gesellschaft* (1998: 1016) den »mehrhundertjährige(n) Umbau der Temporalstrukturen in Richtung auf das Differenzschema Vergangenheit/Zukunft« nach. Er kennzeichnet dabei die Gegenwart in einer Doppelfunktion: »Sie ist einerseits der Punkt, an dem die Unterschiede von Vergangenheit und Zukunft sich treffen und durch Wiedereintritt der Zeit in die Zeit in ein bestimmtes Verhältnis gebracht werden müssen (was Deutungen in Bezug auf Künftiges mit sich bringt). Und sie ist zugleich der Zeitpunkt, in dem alles, was geschieht, gleichzeitig geschieht. Die Zeit wird zugleich als Gleichzeitigkeit und als Nacheinander begriffen [...]« (Luhmann 1998: 1016).

was die folgenden Beispiele belegen sollen. Das Temporaladverb *jetzt* ist in allen Jahrzehnten des Korpus von stabiler Präsenz, so dass hier auf Jahreszahlen verzichtet werden kann:

Beispiele für die Gruppe a):

Jetzt sind wir an der Ostsee. ([anko] 160799)

Jetzt solls auch in der Schweiz schön sein! ([anko] 61337)

Meine Lieben, auch wenn Ihr jetzt unterwegs seid, schicke ich Euch trotzdem einen ganz lieben Gruss und Kuss von diesem schönen Platz. ([anko] 170815)

Beispiele für die Gruppe b):

Laos hat mir bis jetzt am Besten gefallen ([anko] 180043)

Hoi Momami-Schatz! Jetzt sind scho zwei Woche verbi vo üsere Reis [Hallo Momami-Schatz! Jetzt sind schon zwei Wochen vorbei von unserer Reise] ([anko] 101165)

Unsere »Abenteuerreise« ist bis jetzt ganz friedlich verlaufen ([anko] 120635)

Die Bruthitze blieb bis jetzt aus ([anko] 300063)¹²

Beispiele für die Gruppe c):

Die Krimis sind schon alle verschlungen; jetzt kommen die besseren Sachen dran. ([anko] 301401)

Jetzt geht es dann zum Nachtessen. ([anko] 130067)

Wir gehen jetzt eine Paella essen. ([anko] 170339)

Typischer- und auch passenderweise steht das Verb in den letzten Beispielen im Präsens mit Zukunftsbedeutung, dennoch ist es das Temporaladverb *jetzt*, das den Zeithorizont des zukünftigen Geschehens zeichnet.

Mit den Befunden in Tabelle 3 kann davon ausgegangen werden, dass die Erfahrung von vorher und nachher in den Ansichtskartentexten versprachlicht wird. Dies wird gleichfalls mit der Benennung der Wochentage deutlich, die im Zusammenwirken mit entsprechenden Tempora in die Vergangenheit oder die Zukunft verweisen (Vergangenheitsformen oder Präsens mit zukünftiger Bedeutung oder Futur 1 – *am Sonntag waren wir in Paris* ([anko] 301767); *Am Samstag geht's nach Jakarta und am Sonntag weiter nach BKK und Koh Samui mit Urs und Martin.* ([anko] 170113)).

Der Ausbau der Ereignisse der Urlaubs-, Ferien- oder Kurzeit wird mit den Adverbien *vorgestern* und *übermorgen* – wenn auch keinesfalls signifikant – in die Vergangenheit und die Zukunft verlängert. In Texten auf dem Mitteilungsfeld von Ansichtskarten – so kann mit Luhmann formuliert werden – fungieren Vergangenheit und Zukunft als Zeithorizont (vgl. 1988: 116). »Zeit ist demnach für Sinnsysteme die Interpretation der Realität im Hinblick auf eine Differenz von Vergangenheit und Zukunft.« (Luhmann 1988: 116)

Die folgenden vier Beispieltexte betrachten aus der Perspektive der Gegenwart die vergangenen Tage oder den vergangenen auf *heute* bezogenen Tageslauf im Erleben von

¹² In der Bedeutung der Gruppe b) tritt *jetzt* ohne und mit der Präposition *bis* auf. Die Präposition stützt die Bedeutung des Bezugs auf die Vergangenheit, die zur Gegenwart geworden ist.

Ereignissen und Begebenheiten. Dabei wird der Zeithorizont in die Vergangenheit gezogen, indem mit den vorgestrigen Ereignissen begonnen wird, die Gegenwart (heute) gesetzt und sodann in die Zukunft vorausgewiesen wird.

Lieber Hartmut!

Vorgestern nahmen wir im Regen 2 Studenten mit zum Gardasee. *Gestern* sahen wir uns in Verona diese schöne Arena an die vor etwa 2000! Jahren gebaut wurde und aussieht wie die Westfalenhalle ohne Dach. *Nun* haben wir am Comer See gegenüber |unclear| übernachtet, *gleich* fahren wir nach Lugano u. Locarno. Die Isabella war bisher ganz brav u. artig u. hat uns leicht über die hohen Berge gebracht, nur um ihre Fuße machen wir uns manchmal Sorge bei den vielen kleinen Steinchen. Ob |unclear| auch dem Vater nicht zu lästig wirst und der Hiltrud fein ([anko] 1950er, 301329; Hervorhebungen – Ch.G.)

Lieber Hartmut!

Vorgestern nachmittag fuhren wir von |unclear| am Bodensee entlang, |unclear|, Schaffhausen, Waldsiedlung bis |unclear| im Schwarzwald. *Gestern* morgens im Regen über St. Blasien schöne Waldstraßen bis zum Wildener Eck. Nachmittags hatten wir vom |unclear| durch den Nebel nur kurze Augenblicke. *Heute* fuhren wir um 9 Uhr vom Wildeneck ab und auf zum Schauinsland. |unclear| sahen wir in der |unclear| Freiburg und den Feldberg in Wolken. In |unclear| wurde gelandet dann kam Sonne. Schön war die Fahrt zum Feldberg, Und von Aussichts|unclear| sahen wir wunderbare |unclear| die Schwarzwaldberge. ([anko] 1960er, 301487; Hervorhebungen – Ch.G.)

Heute machten wir den Bivio die tour über den Stallerberg [...]

Vorgestern machten wir die erste tagestour auf den Piz Martezaus 2670 m. Vor dem gipfel hatte es Schnee und da kochte ich daraus eine Tomatensuppe mit hörnli. Das war ein fest für die buben. *Gestern* waren wir im Hallenbad, *morgen* gehen wir auch wieder dorhin ([anko] 1970er, 40101; Hervorhebungen – Ch.G.)

Vorgestern waren wir fast den ganzen Nachmittag bei Götti Hans. Wir brachten die Buben fast nicht mehr aus der Werkstatt. *Gestern* bestiegen wir den Piz Languard. Zu Glück war es bewölkt, so hatten wir nicht so heiss. *Heute* fuhren wir die Kinder im Panoramawagen nach Poschiavo wo wir sie mit dem Auto abholten [...]. ([anko] 1980er, 110351; Hervorhebungen – Ch.G.)

In den folgenden Beispielen wird mit dem Temporaladverb *übermorgen* der Zeithorizont in die Zukunft gezogen. So findet sich in den 1970er Jahren: *Wir bleiben hier bis übermorgen* ([anko] 220495); *Kaum ein bischen eingelebt muss ich übermorgen wieder heimfliegen* ([anko] 250155); *Rio ist ein Traum, Leider geht dieser übermorgen zu Ende* ([[anko] 301801]). In den 1980er Jahren verbindet sich *übermorgen* mit *reise ich weiter, geht es weiter, weiterreisen oder schon wieder zurück*. Eben dieser Zeithorizont wird ebenso in den beiden folgenden Beispielen aufgebaut, wobei einmal *morgen* und *übermorgen* begründend das heutige Tun einordnen und vorausweisend Kommendes perspektiviert wird.

Heute sind wir nun vom Haus aus auf die Belalp und weiter auf das Foggenhorn. *Morgen* und *übermorgen* ist das Wetter nicht gut. ([anko] 1990er, 81129; Hervorhebung Ch.G.)

Wir sind *vorgestern* nach der 24stündigen Reise müde aber glücklich hier angekommen und leben uns langsam an in die fremde Kultur. Wir haben auch schon Pläne für die nächsten Wochen. ([anko] 1990er, 61183; Hervorhebung – Ch.G.)

Es entsteht der Eindruck – wie auch im Zusammenhang mit anderen Belegen schon erwähnt –, dass sich bestimmte Phänomene seit den 1970er Jahren verstärken. So erscheint es erwähnenswert, dass die Konstruktionen mit länger (länger bleiben/noch länger (bleiben)) sich gleichfalls seit den 1970er Jahren verstärken und ein Bedauern mitschwingt, dass die Reise zeitlich nicht auszudehnen ist.

1950er:

Frieda bleibt, evtl. auch etwas länger bei Helen ([anko] 30519)

1960er:

Jetzt geht es noch mal in die Stadt, viel gibt es hier zu sehen, ich bleibe noch etwas länger ([anko] 301481)

1970er:

Leider war das Wetter und auch die Zeltplätze nicht so, daß wir uns entschließen könnten länger zu bleiben ([anko] 302045)

Es hat in diesen Belegen den Anschein, dass man hätte länger bleiben können, jedoch andere Gründe als Zeitknappheit gegen ein Verweilen sprachen. Zum Tragen kommt damit, dass die Urlaubszeit als ein Rahmen fungiert, vor dem bedauernd ausgedrückt wird, dass eine längere Verweildauer schöner gewesen wäre.

In den 1980er Jahren heißt es nun:

Leider können wir nicht länger bleiben und müssen nun wieder Heim ([anko] 110469)
Auch uns gefällt es sehr gut, schade, dass wir nicht länger Zeit haben ([anko] 20827)

Für die 1990er Jahre finden sich folgende Belege:

Am liebsten würde ich noch $\frac{1}{2}$ Tag länger bleiben ([anko] 300919)
Philippe würde gern noch länger bleiben, aber [...] ([anko] 90681)
Ich würde am liebsten länger bleiben ([anko] 300845)

In den 2000er Jahren sind die folgenden Belege zu nennen:

Die Bergwelt ist so herrlich. Gern wären wir länger hier ([anko] 50089)
[...] du häschts Recht gha, isch wirklich en mega schöni Stadt, ich ich chönnnt nu guet länger bliebe, leider sind ja d'Ferien nümme lang [du hattest Recht, es ist wirklich eine mega schöne Stadt, ich könnte noch gut länger bleiben, leider sind ja die Ferien nicht mehr lange] ([anko] 81307)

4 Fazit

Aus der vorangegangenen Analyse lässt sich schlussfolgern, dass das Lexem *Zeit* insgesamt im Ansichtskartenkorpus zwar nicht von hoher Frequenz ist, jedoch das Konzept *Zeit* in Hinsicht auf Zeitverlauf, Zeitknappheit, Synchronisierung von Ereignissen oder die Bewertung von Zeit in musterhaften, reproduzierten sprachlichen Formen geprägt wird. Somit könnte *Zeit* – so der Vorschlag – als ein Thema, als (randständiger) Slot in den »Urlaubsframe« aufgenommen werden. Symptomatisch ist im Korpus erkennbar, dass Zeit in den Texten auf den Ansichtskarten nicht nur zur Kennzeichnung der chronologischen Abfolge von Ereignissen, Tätigkeiten und Erlebnissen dient. Vielmehr erfolgt eine Reflexion des Vergehens von Zeit, der Wahrnehmung von Zeitknappheit und Beschleunigung auch im Rahmen der individuell im Urlaub verbrachten Zeit. Das Erleben von Zeit lässt sich in bestehende Elemente des Urlaubsframes integrieren, so in »Activity Was mache ich hier«, »Feeling Wie ist mein Befinden?« oder »Happenings Was ist geschehen?« (Hausendorf 2019: 304).

Eine Zunahme derartiger Zeit-Reflexionen ist im Wechsel von den 1950er und 1960er Jahren zu den 1970er Jahren nachweisbar. In den Ansichtskartentexten sind somit sprachliche Praktiken lokalisierbar, die auf »Temporalstrukturen der Moderne« verweisen, wie Hartmut Rosa (2005: 15) sie im »Zeichen der Beschleunigung« erfasst hat: »Die Beschleunigung von Prozessen und Ereignissen ist ein Grundprinzip der modernen Gesellschaft.« Die Befunde zum Thema *Zeit* auf den Ansichtskarten spiegeln das individuelle In-der-Welt-Sein in Abhängigkeit von den Zeitstrukturen der Gesellschaft (vgl. Rosa 2005: 15).

Literatur

- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 85–107.
- Elias, Norbert (1988): Über die Zeit. Arbeiten zur Wissenssoziologie II. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hausendorf, Heiko (2019): Das »Ferienwetter« auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuslinguistik. In: Ju-liane Schröter/Susanne Tienken/Yvonne Ilg/Joachim Scharloth/Noah Bubenhofer (Hg.): Linguistische Kulturanalyse. Berlin/Boston: De Gruyter, 293–321.
- Holzheid, Anett (2011): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt.
- Koselleck, Reinhart (2021): Zeitschichten. Studien zur Historik, 6. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Taschenbuch.
- Kostiucenko, Anastasija (2010): Zeit als Faktor der institutionellen Kommunikation. Universität Greifswald (Masterarbeit).
- Luhmann, Niklas (1968): Die Knappheit der Zeit und die Vordringlichkeit des Befristeten. In: Niklas Luhmann: Politische Planung. Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung, 4. Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag, 143–164.

- Luhmann, Niklas (1988): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. 2. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1993): Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Band 1. Frankfurt a.M.: Suhrkamp: Taschenbuch.
- Luhmann, Niklas (1998): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Taschenbuch.
- Luhmann, Niklas (2016 [1995]): Protestbewegungen. In: Niklas Luhmann: Protest. Systemtheorie und soziale Bewegungen. Hg. und eingeleitet von Kai-Uwe Hellmann. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 201–215.
- Nassehi, Armin (2008[1993]): Die Zeit der Gesellschaft. Auf dem Weg zu einer soziologischen Theorie der Zeit. Neuauflage mit einem Beitrag »Gegenwarten«. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Neckel, Sighard; Besedovsky, Natalia; Boddenberg, Moritz; Hasenfratz, Martina; Pritz, Sarah Miriam; Wiegand, Timo (2018): Die Gesellschaft der Nachhaltigkeit. Umrisse eines Forschungsprogramms. Bielefeld: transcript.
- Rosa, Hartmut (2005): Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Taschenbuch.

Die dunkle Seite der Ansichtskarte

Eine kollaborative Suche nach kontragenerischen Textpraktiken

Marcus Müller, Michael Bender

1 Einleitung

»Den Schreibern geht es praktisch nie schlecht«, so überschreibt die Rhein-Neckar-Zeitung einen Bericht über das Forschungsprojekt, in dessen Rahmen dieser Beitrag steht (RNZ vom 01.10.19).¹ »Schreiber« sind hier Menschen, die Ansichtskarten verfassen. Gemeint ist mit dieser Überschrift natürlich nicht die tatsächliche Verfassung der Karten-schreiberinnen und -schreiber, sondern vielmehr die vermeintliche Tatsache, dass man auf Ansichtskarten bevorzugt über Positives schreibt – man will ja die wenigen Zeilen, die einem auf einer Ansichtskarte zur Verfügung stehen, nicht dazu nutzen, um sich und anderen die Laune zu verderben, die typischerweise eine Urlaubslaune ist. Noch dazu würden sich schlechte Nachrichten mit den Palmenstränden, Sonnenuntergängen, wolkenlosen Himmeln, Bergpanoramen und städtischen Schokoladenseiten beißen, die in der Regel die Vorderseite von Postkarten schmücken.

Dieser Befund deckt sich nicht nur mit der Alltagserfahrung, die wir mit Ansichtskarten haben, er ist auch empirisch gut abgesichert (s. Kap. 2). Dennoch findet sich, wenn man nur genau genug sucht, auch Negatives, Betrübliches und Beklagenswertes auf Ansichtskarten. Ein – je nach Urlaubsregion – nahezu unvermeidlicher Fall ist das Regenwetter, das nicht immer, aber doch meist als Störung und Trübung des Urlaubserlebnisses wahrgenommen wird (vgl. Beleg i² und Abb. 1).

i) *Hoi Michelle So schön wie das Wetter auf dieser Karte ist, ist es leider nicht. Es regnet den ganzen Tag. Aber trotzdem geniessen wir die Ferien. Liebe Grüsse Götti Urs + Irene ([anko] 90283)*

- 1 Es handelt sich um das SNF-DFG-Forschungsprojekt »Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagsschriftlichkeit« unter der Leitung von Heiko Hausendorf, Joachim Scharloth in Kooperation mit Noah Bubenhofer.
- 2 Die Originalgraphie inklusive Schreib- und etwaiger Übertragungsfehler bei der Transkription wurde in den Belegen belassen. Abweichungen zur Standardschreibung machen wir daher nicht eigens deutlich.

Abb. 1: Bildseite der Ansichtskarte aus Beleg i



ANDALUCIA

Quelle: [anko] 90284

Aber auch Orte, Menschen, die Gesundheit oder dunkle Gedanken können im Urlaub oder auf Reisen negativ wahrgenommen und zum Kommunikationsanlass werden. Dieser dunklen Seite der Ansichtskarte möchten wir hier nachgehen. Daran interessiert uns besonders, wie die Schreibenden mit eben der Erwartung umgehen, dass es auf Ansichtskarten um das Schöne und Erbauliche geht – wie sie also als negativ wahrgenommene Schreibanlässe gegen die präsupponierten Erwartungen an die kommunikative Gattung bearbeiten. Auch das kann man an Beleg (i) gut erkennen: Die beklagenswerten Wetterverhältnisse (*leider*) werden in Kontrast zum sprichwörtlichen Postkartenwetter auf der Bildseite der Karte gesetzt, womit die Schreibenden markieren, dass hier eine allgemeine Erwartung enttäuscht wird. Der enttäuschenden Nachricht folgt sogleich eine triumphale Vollzugsmeldung (*wir genießen die Ferien*), die durch eine gleich doppelt ausgedrückte konzessive Relation (*aber trotzdem*) eingebunden und als Bewältigung des Gegengrundes ‚Regenwetter‘ ausgewiesen wird. Es handelt sich hier also um eine Äußerung, die vom Schreibenden als vom Adressaten dispräferiert angenommen und entsprechend markiert wird. Dies wird in der konversationsanalytisch ausgerichteten linguistischen Pragmatik mit den Konzepten der Präferenzstruktur und Markiertheit beschrieben, wobei sich Präferenz nicht auf individuelle Vorlieben bezieht, sondern auf konventionelle Bevorzugungstendenzen (vgl. Levinson 2000: 361; Pomerantz/Herritage 2012). Ein Beispiel wären etwa mögliche Reaktionen auf eine Einladung. Die Annahme

wäre normalerweise die von Einladenden präferierte Folgehandlung, die Ablehnung wäre dispräferiert und in der Regel mit einer Erklärung der/des Ablehnenden verbunden, die als Markierung angesehen werden kann. Solche Bewältigungspraktiken, die markieren, dass sich die/der Schreibende eines Bruchs der Erwartungen bewusst ist, und diesen Bruch wiederum in den Rahmen der kommunikativen Gattung integrieren, weisen oft komplexere Ausdrucksformen auf (relativ zu unmarkierten Äußerungen) (vgl. Levinson 2000: 361f.) und können durch das Konzept der *misplacement marker* erfasst werden (Schegloff/Sacks 1973: 319f.). Diese konversationanalytischen, ursprünglich auf mündliche Äußerungen ausgerichteten Konzepte werden hier auf schriftliche Kommunikation angewendet. Solche Übertragungen von der Konversationsanalyse auf Schriftlichkeit werden auch in der interaktionalen Linguistik vollzogen, etwa unter dem Titel »Interktionale Schriftlinguistik« (Imo/Lanwer 2019: 283–294).

Weil allerdings – wie wir in Kap. 2 referieren – die generischen, also für die kommunikative Gattung typischen Textpraktiken der Ansichtskarte das negative Sentiment nicht beinhalten, nennen wir die im Folgenden untersuchten Phänomene *kontrahenerative Textpraktiken*. Darunter verstehen wir solche schriftlichen Praktiken, mit denen man gegen die Textmustererwartungen, die mit einer kommunikativen Gattung verbunden sind, anschreibt. Im Falle der negativen Erlebnisse, Gedanken und Gefühle auf Ansichtskarten finden wir typischerweise Strategien, mit denen das Negative in das dann doch Positive eingebettet und dadurch gleichsam domestiziert wird. Eine kontrahenerative Textpraktik lässt sich also an einem versprachlichten Sachverhalt festmachen, der von dem oder der Schreibenden als nicht gattungskonform eingeschätzt wird, sowie an sprachlichen Formen, mit denen dieser Sachverhalt in gattungskonforme Propositionen eingebettet und mit diesen vermittelt wird. Den nicht gattungskonformen Sachverhalt (*Es regnet den ganzen Tag*) nennen wir im Folgenden *extragenerisches Konzept* und die Sachverhalte, an die vermittelnd angeschlossen wird (*wir genießen die Ferien*), bezeichnen wir als *intragenerisches Konzept*. Die sprachlichen Formen, die zwischen extra- und intragenerischem Konzept eine vermittelnde Beziehung herstellen (*leider, aber trotzdem*), nennen wir *Mediatorform*. Wir untersuchen die Semantik und Textgrammatik solcher Strategien und unterscheiden auf dieser Basis verschiedene Typen solcher Einbettungsstrategien.

Gleichzeitig hat unser Beitrag einen methodologischen Aspekt: Im Meer der euphorischen Urlaubsschilderungen sind die dunklen Strömungen nicht leicht zu finden. Das Korpus, das wir dankenswerterweise bearbeiten durften (s. Kap. 3), war aber zu groß, um komplett durchgelesen werden zu können. Es liegt zwar nahe, mit einer Liste von negativ konnotierten Wörtern zu arbeiten (was wir u.a. auch getan haben). Damit läuft man aber Gefahr, die subtileren, ausgefalleneren und versteckteren Bearbeitungen negativer Kommunikationsanlässe, die evtl. die eigentlich interessanten sind, zu übersehen. Außerdem ist die Frage, was eigentlich ein negativer Schreibanlass ist, zwar stark kulturell geprägt (Regenwetter!), lässt aber doch Spielraum für subjektive Einschätzungen und *personal bias*. Beiden Problemen sind wir durch einen Annotationsansatz begegnet, indem wir Stichproben untersucht, dreifach annotiert, Übereinstimmung gemessen und Zweifelsfälle diskutiert haben. Auf diese Weise haben wir im Annotationsprozess eine Operationalisierung des Begriffs ›kontrahenerative Textpraktik‹ erreicht und Belege erhoben, welche die Basis für die hier dargestellten Analysen sind. In Kap. 2 betten wir unsere Studie in den Forschungskontext ein, stellen in Kap. 3 im Detail Korpus und Metho-

de vor, bevor wir in Kap. 4 die Ergebnisse der Analyse dokumentieren und diskutieren. In Kap. 5 geben wir ein Resümee.

2 Praktiken rund um die Ansichtskarte

Was es auf Ansichtskarten zu lesen gibt, ist wohl nur angemessen zu verstehen, wenn man berücksichtigt, in welchem Kontext sie stehen: Wer schreibt Ansichtskarten wann an wen? In welcher Stimmung ist man da typischerweise? Was ist der Anlass? Hausendorf (2019) hat am Beispiel der Wetterthematisierungen auf Ansichtskarten herausgearbeitet, dass es eine Prototypik der Situation gibt, aus der heraus Ansichtskarten verfasst werden. Hausendorf (2019: 304–306) stellt auf Basis der Datenlage, die auch unserer Studie zur Verfügung steht (s. Kap. 3), fest, dass die Ansichtskarte in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle aus dem Urlaub geschrieben wird.³ Die Urlaubssituation bildet also erstens den Schreibanlass und zweitens den erzählerischen Kontext der Ansichtskarte. Thematisierungen von Sachverhalten außerhalb der Urlaubswelt sind dementsprechend der markierte Fall: *Wie geht es zuhause? Nächste Woche sitze ich schon wieder im Büro. Ursula kümmert sich um die Katze.* Hausendorf (2019: 304), der die Sinnwelt der Ansichtskarte in Anlehnung an Diekmannshenke (2008: 90) in einem Frame-Modell darstellt, fasst solche Fälle als Füllwerte des extradiegetischen Slots (»Wie ist es außerhalb der Urlaubswelt«). Die (von Hausendorf nicht ausdrücklich so genannte) intradiegetische Sinnwelt des Urlaubs umfasst Bearbeitungen von Fragen wie »Wo bin ich?«, »Was mache ich hier?«, »Was ist geschehen?«, »Wie ist das Wetter?«. Typisch für die sprachlichen Formen, mit denen diese Fragen bearbeitet werden, seien wiederum evaluative und insbesondere positiv konnotierte Ausdrücke. Hausendorf macht das am Beispiel des Wetters fest:

Es gibt offensichtlich ein verlässliches und deshalb voraussetzbares Wissen von ›gutem‹ bzw. ›schönem‹ Wetter, das auf der Ansichtskarte immer wieder in Anspruch genommen wird. Die Selbstverständlichkeit dieses Wissens im Sinne einer offenbar weit verbreiteten Vorstellungswelt und die Allgegenwart der immer wieder gleichen sprachlichen Formen, in denen es sich manifestiert [...], sprechen dafür, dass es sich hier um ein Stereotyp von ›schönem Wetter‹ handelt (Hausendorf 2019: 310).

Das Wetter, das nach einer stichprobengeleiteten Schätzung von Hausendorf (2019: 307) in über der Hälfte der Fälle auf Ansichtskarten thematisiert wird, kann als Chiffre dafür verstanden werden, dass das Urlaubserlebnis ein schönes, intensives, erholsames, kurz: ein positives zu sein hat. In der getakteten Abfolge von Arbeit und Erholung, die den Alltag der allermeisten Menschen in den modernen Industriegesellschaften prägt, ist für den Urlaub Entspannung und freie Verfügung über die eigene Zeit vorgesehen. Da jedoch der »ungeheure chaotische Strom von Geschehnissen, der sich durch die Zeit dahinwälzt« (Weber 1968: 214), weder durch die Abwesenheit von Erwerbsarbeit noch durch eine Ortsänderung automatisch in ein liebliches Gewässer mündet, da sich also zuhause

³ Ausnahmen betreffen z.B. den Militärdienst, Kuraufenthalte, den neuen Dienstort oder einen Tagungsaufenthalt.

wie am Urlaubsort grundsätzlich erbauliche und deprimierende Wahrnehmungsgegenstände die Waage halten, stellt sich den Urlaubenden die Aufgabe, die rare Zeit möglichst intensiv zum Sammeln positiver Erlebnisse und Stimmungen zu nutzen (vgl. Urry 1990). Das Urlaubserlebnis ist in diesem Sinne vor allem eine Wahrnehmungsaufgabe: Schau, wie schön es ist! Regenwetter ist da – überspitzt gesagt – schon ein Fanal des persönlichen Scheiterns. In diesem Zusammenhang erläutert Hausendorf (2019: 318–320) die ausgeprägte Musterhaftigkeit der Ansichtskarte als ein Ergebnis der Praxis, sich auf das Urlaubshafte im Urlaub zu fokussieren und sich zu vergewissern, dass man dem Urlaubserlebnis tatsächlich epistemisch gewachsen ist.

Wir möchten in unserem Beitrag diesen Begründungszusammenhang aufnehmen und Ansichtskarten als kommunikative Gattung auffassen. Damit meinen wir mit Luckmann (1986) einen Vorrat an bewährten Lösungen für kommunikative Aufgaben, die sich in spezifischen Situationstypen dadurch herausgebildet haben, dass sie schon viele Male von Menschen mit einem ähnlichen Anliegen angewendet wurden. Der oder die einzelne Schreibende wird dadurch von eigener Planungsarbeit entlastet, »orientiert aber gleichzeitig auch die anderen Beteiligten in der jeweiligen Situation so, dass sie sich auf das Kommende einstellen können.« (Bremer/Müller 2020: 183) Eine kommunikative Gattung ist also – im Gegensatz zu einer Textsorte – nicht einfach ein Konglomerat wiederkehrender sprachlicher Muster, sondern ein Zusammenhang gesellschaftlicher Praktiken, in dem Wahrnehmungen, Einstellungen und wechselseitige Erwartungen vorausgesetzt, ausgedrückt und bearbeitet werden. In diesem Erklärungsrahmen kann man dann umgekehrt die Erwartungen an Situationen rekonstruieren, indem man sprachliche Muster beschreibt und plausibel macht, für welche kommunikativen Aufgaben sie die Lösung darstellen. Wenn aber nun die Basisaufgabe bei Ansichtskarten die kommunikative Bewältigung des Schönen und Angenehmen ist, dann folgt daraus fast zwangsläufig, dass ein Nebenproblem der Ansichtskarte darin bestehen muss, Kommunikationsanlässe zu bearbeiten, die dem Stereotyp des Urlaubs eben nicht entsprechen: *Es regnet. Der Ort ist hässlich. Wir haben uns gestritten. Es geht mir schlecht.* Und tatsächlich finden sich in dem von uns bearbeiteten Korpus nicht nur Fälle dieses Typs (zahlenmäßig etwa in der Reihenfolge der erfundenen Beispiele, das Regenwetter ist jedenfalls einsamer Spaltenreiter), sondern auch Hinweise darauf, dass diese von den Schreibenden als Erwartungsbruch bzw. – in der Terminologie des oben eingeführten konversationsanalytischen Modells – als Misplacement konzeptualisiert werden. Dies hat unsere Kurzbesprechung des Belegs (i) in Kap. 1 schon dokumentiert.

Vor diesem Hintergrund beschreiben wir im Folgenden Textpraktiken, mit denen eine Mitteilung, die als offensichtlich von der Lesererwartung abweichend empfunden wird, in das Textmuster der kommunikativen Gattung »Ansichtskarte« eingebettet wird.

3 Wie findet man das Dunkle auf Ansichtskarten?

3.1 Ausdrucksformen kontragenerischer Textpraktiken

Es ist nun gar nicht so leicht, schlechte Erfahrungen auf Ansichtskarten zu finden, weil sie erstens vergleichsweise selten vorkommen und zweitens ihre Erscheinungsformen

erst einmal unbekannt sind. Relativ wahrscheinlich ist es, dass über schlechte Erfahrungen geschrieben wird, wenn die Schreibenden negative Vokabeln wie *schlecht*, *mies*, *langweilig* oder *traurig* verwenden (ii).

- ii) Gester simmer go ryte und grad dänn hätt's voll obenabegschiffed. So mies! [Gestern waren wir Reiten und gerade dann hatt's voll heruntergeregnet.] ([anko] 90569)

Bei einer reinen Vokabelabfrage dieses Typs ist allerdings mit nicht wenigen Fehltrefern zu rechnen. Dazu gehören Fälle, in denen sich das Schlechte durch Negation zum Guten wandelt (iii), genauso wie solche, in denen Schreibende Erwartungsnormen erfüllen, indem sie ironisch schreiben (iv) oder das Unangenehme in den Kontext des urlaubshaft Abenteuerlichen stellen (v).

- iii) Es ist herrlich hier in Arosa. Bis jetzt gutes Wetter und viel Schnee. Wir haben angefangen zu »carven«. Es geht *gar nicht so schlecht*. ([anko] 51587)⁴
- iv) Sehr geehrter Herr Tokter – schon wieder *so eine Entziehungskur von Kaffee und Wein*. Im Taj Mahal Garten blühen die Rosen und Sonnenblumen. Mit herzlichen Grüßen Ihr |unclear| ([anko] 170647)
- v) Bin auf Providencia und lebe in einer Hütte direkt am Meer. Keine Touristen. *Es gibt nur 2 x am Tag Elektrizität und nach 10 Uhr abends ist alles dunkel. Auch kein Wasser*. Man muss sich helfen können. Ist für mich kein Problem. *Recht viel Ungeziefer im Zimmer*. Gucarachas und Krebse. Ciao. Dein Lieber Waut ([anko] 80687)

In diesen Fällen drücken Schreibende gute Erfahrungen mit negativem Vokabular aus. Wenn man negierte Konstruktionen durch eine reine Mustersuche noch in den Griff bekäme, so verlangt spätestens die Ironie einen interpretativen Zugriff. Umgekehrt ist es genauso wahrscheinlich, dass schlechte Erfahrungen auf Postkarten eben nicht einfach *schlecht* genannt werden, sondern euphemistisch mit positivem Vokabular präsentiert (vi) oder präsupponiert (vii) werden, wenn man berücksichtigt, dass Ansichtskarten epistemische Protokolle des Urlaubs als Wahrnehmungsaufgabe sind (s.o., Kap. 2):

- vi) *Wetter spielt keine Rolle* – Hauptsache, dass wir für uns sind und ausruhen können. ([anko] 31011)
- vii) Wie ihr wohl vernommen habt bin ich seit letzten Mittwoch im |unclear| Spital. *Es geht schon ordentlich besser*. ([anko] 151275)

3.2 Datengrundlage und Methode

Die Grundlage unserer Untersuchung bildet das [anko]-Korpus (Sugisaki, Wiedmer & Hausendorf 2018; Sugisaki, Wiedmer, Naef & Hausendorf 2018; Hausendorf 2018; Sugisaki, Wiedmer & Calleri in diesem Band).⁵ Es handelt sich um ein opportunistisch zusammengestelltes Korpus aus 12.277 Ansichtskarten, von denen die allermeisten dem

4 Der Kursivdruck ist hier und in den folgenden Belegen von uns und dient zur Hervorhebung der Elemente, die wir jeweils thematisieren.

5 Das Korpus wurde im Rahmen des in Fußnote 1 genannten Forschungsprojekts erstellt und uns dankenswerterweise für diesen Beitrag zur Verfügung gestellt.

Zeitraum von 1950 bis heute entstammen und aus dem Urlaub geschrieben sind. Zu bei- dem gibt es aber Ausnahmen: 353 Ansichtskarten sind vor 1950 entstanden und 2.165 sind undatiert. Eine hier nicht quantifizierbare kleine Minderheit von Postkarten wird aus anderen als Urlaubssituationen verschickt, z.B. von neuen Arbeitsplätzen oder von Mi- litäreinsätzen. Auf solchen steigt natürlich auch die Wahrscheinlichkeit, dass über an- deres als das Schöne, Gute und Angenehme geschrieben wird. Die Postkarten sind als vertikaler Text im .vrt-Format repräsentiert und mit Struktur-Attributen und einer lin- guistischen Basisannotation versehen.⁶ Wir haben die Korpusdaten in CQPWeb (Har- die 2012) und zum Zweck der Annotation in das Annotationstool INCEpTION (Eckart de Castilho et al. 2018) importiert.

Vor dem Hintergrund der oben genannten Probleme haben wir ein kollaboratives Analyseverfahren gewählt, das auf Annotation beruht. Dazu haben wir in einem ersten Schritt zwei Typen von Subkorpora gebildet:

- a) Erstens haben wir Zufalls-Stichproben von je 5 % der Ansichtskartentexte aus den klassifizierten Jahrzehnten 1950er-2010er, den pauschal als »vor 1950er« klassifizier- ten und den zeitlich unklassifizierten Datensätzen gezogen.
- b) Zweitens haben wir weitere Subkorpora aus Texten mit folgenden Suchwörtern zu- sammengestellt:
 - (a) Die häufigsten konzessiven Konnektoren *allerdings* und *jedoch*.
 - (b) Das evaluative Adverb *leider*.⁷
 - (c) Die Antonyme der evaluativen Ausdrücke in den Top-100-Keywords des Kor- pus.⁸ Da aus dieser Liste die Suchausdrücke *Arbeit* und *Regen* die mit Abstand am häufigsten im Korpus belegten Antonyme sind, haben wir aus den entspre- chenden Belegen Stichproben gezogen und damit ein gesondertes Subkorpus angelegt.
 - (d) Eine Suchanfrage auf der Basis der Liste der in Felder und Müller (im Druck) ermittelten Delimitationswörter (d.h. negativen Moravokabeln wie z.B. *Armut*, *Tod*, *Krieg*).

Es ergaben sich auf diese Weise insgesamt 14 Subkorpora⁹. Diese wurden in INCEpTION importiert und dreifach unabhängig annotiert.

6 Eine ausführliche Beschreibung des [anko]-Datenmodells findet sich in Sugisaki, Wiedmer und Hausendorf (2018).

7 Allerdings, jedoch und leider haben wir als Mediatorform beschrieben, vgl. die Definition in Kap. 1 sowie die Belege in 4.2, 4.4. und 4.5.

8 Im Vergleich mit einem themenuspezifischen Korpus aus Zeitungsartikeln, gemessen wurden die Keywords mit der Log-Likelihood-Statistik und gerankt nach Log Ratio. Dies sind die Antonyme der evaluativen Ausdrücke in den Top-100-Keywords (Keywords in Klammern): kalt (heiß), regne- risch (sonnig), Arbeit/Alltag/Beruf (Freizeit), furchtbar/schrecklich/öde/langweilig/blöd/schlamm (herrlich), hässlich (schön), ausgebeutet (verwöhnt), Regen/Hagel/Schnee (Sommerwetter), trau- rig (froh).

9 Wir haben also auf der Basis von Vorüberlegungen versucht, möglichst viele einschlägige Belege aus dem Korpus zu extrahieren. Dass es genau 14 Subkorpora geworden sind, hat sich aus der gewählten Heuristik ergeben und spielt im Folgenden keine Rolle.

3.3 Annotation als heuristisches Verfahren

In unserer Studie nutzen wir das Verfahren der kollaborativ-interpretativen Annotation, so wie wir es in diversen Studien erprobt, diskutiert und weiterentwickelt haben (Alischer/Bender 2016; Becker/Bender/Müller 2020; Bender/Müller 2020; Felder/Müller im Druck).¹⁰ Während manuelle Annotationen in der Computerlinguistik angewendet werden, um automatische Annotation zu ermöglichen, nutzen wir hier die Methode rein qualitativ zur Kategorienentwicklung (vgl. hierzu auch den Beitrag von Naef, Wiedmer & Sugisaki in diesem Band). Die computerlinguistisch geprägte Form von Annotation, gesehen als auf Automatisierung zielendes Erschließungsverfahren, ist auf die Entwicklung eines ›Goldstandards‹ ausgerichtet, der als Voraussetzung für das eigentliche Tagging fixiert wird. Um die Qualität der Annotationen zu sichern und den Schwierigkeitsgrad der Automatisierung abschätzen zu können, werden die Goldstandard-Kategorien im Hinblick auf Übereinstimmung und Abweichungen in Mehrfachannotationen mit demselben Kategoriensystem durch verschiedene, unabhängig voneinander arbeitende Annotierende überprüft (Inter-Annotator-Agreement, vgl. Artstein/Poesio 2008: 555–596). Ein Beispiel sind Wortklassenmodelle für Part-of-Speech-Tagger, die dann automatisiert eingesetzt bzw. zum Training von Algorithmen genutzt werden können (vgl. Ide 2017: 15).

Bei dem von uns angewendeten und weiterentwickelten interpretativ-kollaborativen Annotationsverfahren steht die Konzipierung und Ausdifferenzierung eines Kategoriensystems und der entsprechenden Zuordnungsrichtlinien (Guidelines) stärker als Zielkategorie im Mittelpunkt.¹¹ Uns geht es insofern nicht vorrangig um die Frequenz und Distribution kategorisierter Phänomene in Sprachkorpora. Wir nutzen hier das Inter-Annotator-Agreement zunächst, um die kategorisierten Phänomene besser zu verstehen – haben dabei aber den Anschluss quantifizierender, algorithmischer Verfahren im Blick (vgl. Becker/Bender/Müller 2020; Müller/Bartsch/Zinn 2021; Bender im Druck). Gerade wenn – wie hier dargelegt – auch implizite semantische und pragmatische Phänomene erfasst und verstanden werden sollen, deren Analyse Kontextwissen und expertisegeleitete Interpretation erfordert, stößt die automatische Annotation über die sprachliche Oberfläche an ihre Grenzen. Kategorien werden aus unserer Sicht in solchen Phänomenbereichen sinnvollerweise einerseits deduktiv aus theoretischen Ansätzen abgeleitet, andererseits induktiv datengeleitet gebildet oder ausdifferenziert. Dazu wird in unserem Ansatz das System der Kategorien und der Guidelines zur Kategorienerstellung länger offen gehalten. Das Annotationsverfahren ist also stärker als Methode zur (kollaborativen) Explizierung und Operationalisierung hermeneutischer Analyseprozesse anzusehen (Bender/Müller 2020: 15–18; Bender 2020).

In der hier vorliegenden Studie gibt es darüber hinaus die folgenden Besonderheiten: Wir haben kein komplexes Kategoriensystem entwickelt, sondern nur zwischen zwei

¹⁰ Wir danken Patrick Johnson, der mit uns die Daten annotiert und diskutiert hat und einen entscheidenden Anteil daran hat, das hier vorgestellte Konzept zu präzisieren.

¹¹ Aus der Sicht eines computerlinguistischen Workflows würde es sich um den Prozess-Schritt der Vor-Annotation handeln, der zur Guideline-Erstellung angewandt wird. Wir danken Kyoko Sugisaki für diesen Hinweis. Wir stellen diesen Schritt der Vor-Annotation hier methodisch ins Zentrum.

Kategorien differenziert – und zwar distinkтив und exhaustiv: »KGTP« (für *kontragenerative Textpraktik*) und »unmarkiert«. Ziel war es, die Kriterien zu identifizieren und zu beschreiben, die für diese Differenzierung entscheidend sind, operationalisiert werden können und letztlich die Kategorie *kontragenerative Textpraktik* definieren. Dazu sind wir heuristisch vorgegangen, indem wir zunächst mit drei Annotierenden (mit entsprechender Expertise bzw. Schulung im Bereich der Textpragmatik) unabhängig voneinander eine Stichprobe annotiert haben. Dazu haben wir zunächst zwischen den beiden Kategorien unterschieden. Als Kriterium haben wir angesetzt, dass ein als KGTP zu klassifizierender Satz eine aus Sicht der Schreibenden negative Erfahrung thematisieren muss. Dies haben wir in Guidelines festgehalten und mit Beispielbelegen hinterlegt, an denen die Unterscheidungskriterien differenzierter reflektiert, expliziert und diskutiert wurden. Die Kategorien wurden exhaustiv auf die jeweils ersten 20 Texte (= Postkarten) jedes Subkorpus angewandt. Es wurden also insgesamt 280 Texte (1455 satzwertige Einheiten) dreifach unabhängig voneinander annotiert und ein Inter-Annotator-Agreement gemessen (Tab. 1). Das geschah zu dem Zweck, erstens intersubjektiv und datengestützt einen Begriff von *kontragenerischer Textpraktik* zu gewinnen und zweitens einen Datensatz von Sätzen zu erhalten, der unter diesen Begriff fällt. Der statistische Agreement-Wert berücksichtigt, dass Übereinstimmungen ja auch zufällig erfolgen können (Artstein 2017). Der hier gemessene Wert kann als Hinweis dafür eingeschätzt werden, dass unser Arbeitsbegriff grundsätzlich trägt, aber doch noch spezifikationsbedürftig ist.¹² Insbesondere ist die qualitative Auswertung des Agreements weiterführend. Es zeigt sich, dass der Begriff *kontragenerative Textpraktik* übereinstimmend auf einen Kernbestand der Daten angewendet wurde, während es bestimmte Merkmale von Sätzen gibt, die zu Unsicherheit und damit Abweichungen bei der Klassifikation geführt haben. Die abweichenden Beispiele wurden dann diskutiert und die Guidelines entsprechend erweitert.

Tab. 1: Inter-Annotator-Agreement bei drei Annotatoren

Maß	Wert
Krippendorffs α	0.57

12 Die Diskussion zur Interpretation von Agreement-Werten wird vor allem anhand von Kappa-Scores geführt. Artstein/Poesio (2008: 576) führen aus, dass Schwellenwerte zur Interpretation von Agreement-Werten relativ zur Aufgabe betrachtet werden müssen, »different levels of agreement may be appropriate for resource building and for more linguistic purposes.« Sie referieren gängige Schwellenwerte aus der medizinischen und psychologischen Literatur, die bei 0.8 (»good reliability«) und .067 (»allowing tentative conclusions to be drawn«) liegen. In computerlinguistischen Arbeiten zu textpragmatischen und semantischen Aufgaben wie Argumentation Mining oder Word Sense Disambiguation werden allerdings oft Werte unterhalb dieser Schwelle berichtet und als akzeptabel eingeschätzt, vgl. die Diskussion zu Agreement-Werten in Becker/Bender/Müller 2020: 17–18.

Dabei konnten wir erstens den Arbeitsbegriff von *kontragenerische Textpraktik* – wie oben in Kap. 1 ausformuliert – erst ex negativo festigen, indem wir gesehen haben, was alles nicht darunterfällt, und zweitens an Zweifelsfällen die Eigenschaften von Grenzfällen diskutieren und bestimmen. Das möchten wir an drei Beispielen aus dem Annotationsprozess demonstrieren (Tab. 2):

Tab. 2: Unterschiedlich klassifizierte Belege im Annotationsprozess. Legende: BN = Belegnummer; A = Annotator; KE = Kurationsentscheidung/endgültige Klassifizierung

BN	Text	A1	A2	A3	KE
viii)	<i>Wir sind sehr überwältigt von dieser riesigen Stadt New York und dem gewaltigen Verkehr.</i> [anko] 90657	KGTP	–	–	–
ix)	<i>Es geht mir schon ordentlich besser.</i> [anko] 20959	KGTP	KGTP	–	KGTP
x)	<i>Nach dem langen Winter genießen wir die Sonne.</i> [anko] 301059	KGTP	–	–	–

In Beleg (viii) wird Großstadtverkehr im Deutungsrahmen der Außerordentlichkeit und in diesem Zusammenhang des Überwältigseins bzw. Beeindrucktseins im Sinne einer positiv konnotierten Erfahrung geschildert, es handelt sich also um ein urlaubskonformes Erlebnis. Während A1 die negative Konnotation des Konzepts *Verkehrschaos* zur Klassifikation herangezogen hat, haben A2 und A3 keine Indikatoren für die Konzeptualisierung eines kontragenerischen Sachverhalts gefunden. Die hyperbolische Redeweise spricht eher für ein stereotypisches Urlaubsempfinden.

In Beleg (ix) ist die negative Wahrnehmung präsupponiert. Hier haben wir zwar eine positive Aussage, aber als ein kommunikatives Mittel zur Bearbeitung eines nicht gattungskonformen Schreibanlasses. Bei der Äußerung handelt es sich um den Ausschnitt aus einer Karte, die im Rahmen eines Kur-Aufenthalts geschrieben wurde. Während die Frage, ob das präsupponierte schlechte Befinden innerhalb der Ansichtskartenwelt (intradiegetisch) verortet ist und damit als Auslöser einer kontragenerischen Textpraktik gedeutet werden kann, im annotierten Satz allein nicht sicher beantwortet werden kann, bietet hier der Kotext der Ansichtskarte den entscheidenden Hinweis: *ich bin hier zur Kur noch für weitere ca 2–3 Wochen.* In Beleg (x) dagegen gibt es zwar auch eine entsprechende Präsupposition, allerdings wird diese als extradiegetisches Konzept in den Diskurs eingeführt, das zeitlich der Urlaubswelt fern ist. Der Urlaub wird gattungskonform als gelungene Überwindung des Negativen konzeptualisiert, während in Beleg (ix) der Krankheitszustand einen Kommunikationsanlass innerhalb der Ansichtskartenwelt bietet, der sprachlich bearbeitet werden muss: Ich schaue auf das Positive!

Da in vielen Fällen in den annotierten Sätzen gattungsfremde Sachverhalte versprachlicht wurden, die Einbettung ins Textmuster aber außerhalb des Satzes auf Textebene erfolgt, waren bei der Analyse der Sätze wie gezeigt die Kontexte heranzuziehen. Die Annotation von satzwertigen Äußerungen ist erstens eine bewährte Form der Segmentierung, vor allem mit Blick auf die Bildung von Subkorpora und quanti-

fizierende Analysen, hier aber auch dem heuristischen Vorgehen geschuldet. Genau genommen waren also Gegenstand der Annotation nicht die kontragenerischen Textpraktiken, sondern deren extragenerische Auslöser. Die Analyse und Kategorisierung als kontragenerische Textpraktik sowie die Identifikation der entsprechenden integrativen Elemente erfolgte letztlich in einem weiteren Interpretationsschritt im Rahmen eines heuristischen Vorgehens. Dieses zeichnet sich also durch ein besonderes Verhältnis von Segmentierung, Interpretationstiefe und Subsumption aus, ein Aspekt, der bei der Konzeptualisierung von Annotationsansätzen immer der Fragestellung und dem Forschungsdesign entsprechend reflektiert werden muss (Bender/Müller 2020; Bender 2020).

4 Ergebnisse: Welche kontragenerischen Textpraktiken gibt es auf Postkarten?

Bei kontragenerischen Textpraktiken geht es also darum, als gattungsfremd eingeschätzte Kommunikationsanlässe sprachlich so zu bearbeiten, dass das sprachliche Ergebnis nicht als Gattungsbruch empfunden wird. Im Falle der Ansichtskarten aus dem Urlaub heißt das wie geschildert, dass negative Erlebnisse, Gedanken und Gefühle in einen als urlaubskonform eingeschätzten Sound des Leichten, Positiven und Zuwendung eingebettet werden. Im einen Extremfall bedeutet das, dass das Negative nur präsupponiert wird, wie in Beleg (vii/ix), im anderen Extrem gibt es lediglich eine Minimaleinbettung, indem nur Anrede und Grußformel Gattungssignale darstellen und sich ansonsten kein Hinweis auf eine stereotypische Urlaubsbefindlichkeit findet (s.u. 4.6). Dazwischen finden sich eine ganze Reihe von Bearbeitungsstrategien, die zwischen diesen beiden Polen angesiedelt sind. Diese Bandbreite kann man gut im textgrammatischen Paradigma beschreiben, indem man auf die von Wolfgang Raible (1992) geprägten Begriffe *Integration* und *Aggregation* zurückgreift. Raible hat damit das Verhältnis von Propositionen und syntaktischen Konstruktionen in schriftlicher und mündlicher Sprache beschrieben: In einer aggregierten Syntax wird jede Proposition von einem eigenständigen Satz repräsentiert (*Peter ist ein Schlingel. Er hat Benno das Eis geklaut. Seine Mutter hat ihn dafür bestraft.*), während ein hoher syntaktischer Integrationsgrad mehrere Propositionen pro Satz beinhaltet (*Peter, der Schlingel, ist von seiner Mutter für das Klauen von Bennos Eis bestraft worden.*). In unserem Fall betten integrative kontragenerische Textpraktiken die Repräsentation des gattungsfremden Sachverhaltes innerhalb einer syntaktischen Einheit ein (4.1), während aggregative Praktiken die entsprechenden Sätze unverbunden in die Textur der Ansichtskarte stellen (4.5). Dazwischen liegen verschiedene Formen der Junktions (um Raibles Terminologie aufzugreifen), deren häufigste durch konzessive Konnektoren markiert wird (4.2-4.4). Wir verwenden die textgrammatische Ebene hier als Gliederungskriterium und beschreiben in diesem Rahmen auch semantische Strategien.

4.1 Präpositionalphrasen

Einen hohen Integrationsgrad weisen Konstruktionen auf, in denen der gattungsfremde Sachverhalt durch Präpositionalphrasen eingebettet und damit präsupponiert wird. Semantisch dominieren auch hier die konzessiven Relationen (Beleg xi), in denen das präpositional angeschlossene extragenerische Konzept (hier: *Armut*) als Gegengrund zur stereotypen Wahrnehmung (*gefällt mir sehr gut; sind sehr freundlich*) ausgewiesen wird.

xi) Das Land gefällt mir sehr gut und die Leute sind *trotz Armut* sehr freundlich. ([anko] 160819)

Der Gegengrund kann aber auch temporal angeschlossen werden (Beleg xii), womit er strenggenommen kein Gegengrund mehr ist, sondern ein vorzeitiges Ereignis. Eine konzessive Nebenbedeutung des Junktors klingt aber auch in diesen Beispielen mit: Wir lassen uns von der »blöden Grippe« nicht unterkriegen!

xii) *Nach einer blöden Grippe* stehen wir wieder auf den Skiern oder wandern mit dem Hund. ([anko] 130373)

Die Präpositionalkonstruktionen sind in verschiedenen Graden syntaktischer Komplexität belegt. Während in Beleg (xi) eine artikellose Nominalphrase eingebettet ist, finden wir in Beleg (xii) eine mit Adjektivattribut expandierte NP. Es finden sich auch noch expansivere Konstruktionen, wie in Beleg (xiii), wo mit Konstruktionsbruch zwei kontrагenerische Propositionen in die PP eingebettet sind. Man sieht hier gut den Zielkonflikt zwischen Normerwartung und Wahrhaftigkeitsanspruch durchscheinen, der dazu führt, dass die Schreiberin einerseits die integrative Textpraktik mit PP im Vorfeld wählt und damit den Satzfokus auf die positive Mitteilung legt und andererseits durch die Parenthese die negative Wahrnehmung im Informationshintergrund des Satzes einen starken Nebenakzent bekommt:

xiii) *Trotz des nicht gerade schönen Wetters es ist kalt und dunkel* fühlen wir uns wohl beim Baden in dem Thermalbad Unterrachstein, beim Lesen u. manchen interessanten Vorträgen. ([anko] 40389)

4.2 Adjektivphrasen

Ebenfalls stark integriert sind extragenerische Konzepte durch Adjektivphrasen, die als Einschübe in NPs mit intragenerischem Konzept realisiert sind. Die Belege (xiv)-(xvi) zeigen verschiedene Mediatorformen. Die AdjP wird mit einem konzessiven Konnektor (*doch, aber*) oder einem evaluativen Adverb in derselben Funktion (*leider*) eingebettet.

xiv) Aus dem sonnigen, *leider schneearmen* Bündnerland, sende ich, Dir zwischendurch mal ein Lebenszeichen von mir! ([anko] 80795)

xv) Wir geniessen das wunderschöne *doch sehr windige* Sommerwetter ([anko] 80661)

xvi) von unseren interessanten *aber anstrengenden* Ferien bei herrlichstem Wetter, senden wir Euch herzliche Grüsse ([anko] 140007)

4.3 Nebensätze

Wenn extragenerische Konzepte in Nebensätzen eingebettet sind, ist der Integrationsgrad etwas geringer, da sie in einer ausgebauten Satzstruktur eingeführt werden. Es handelt sich in unseren Daten ausschließlich um Adverbialsätze, die durch konzessive Junktoren (*obwohl*, *wenn auch*, *auch wenn*) eingeleitet sind. Die Konzessivsätze konstituieren ein deutlich symmetrisches Verhältnis zwischen internem und externem Konnekt, was zur Folge hat, dass sowohl Fälle belegt sind, in denen das extragenerische Konzept im Konzessivsatz steht, also den Gegengrund für die gattungsstereotype Proposition bildet (Belege xvii-xiii), als auch die entgegengesetzten Fälle, in denen das extragenerische Konzept im Hauptsatz und das intragenerische Konzept im Konzessivsatz steht (Belege xix-xx).

- xvii) *Obwohl* die Elbaner stramme Anhänger von Berlusconi sind gefällt es uns immer noch sehr hier. ([anko] 170741)
- xiii) *Wenn auch* Mutti nicht mehr so gut laufen kann, so haben wir doch schon schöne Spaziergänge unternehmen können. ([anko] 21555)
- xix) Gina + ich geniessen »Weiber – Ferien«, *wenn auch* das Wetter eher schlecht ist. ([anko] 240029)
- xx) Es ist schön wie |unclear| oben, *auch wenn* die Pisten für uns zu hart sind. Dafür laufen wir lang! ([anko] 81335)

4.4 Parataktische Konstruktionen

Ein häufiges Muster ist die parataktische Konstruktion, mit der negative Wahrnehmung und Einbettung ins Positive durch eine Reihung und einen konzessiven Konnektor verbunden sind. Typischerweise geschieht das, indem das erste Segment der Konstruktion das extragenerische und das zweite das intragenerische Konzept repräsentiert. Typisch an den Belegen (xxi) und (xxii) sind auch die abtönenden Mediatorformen, die in (xxi) auf die Geltung der negativen Zuschreibung (*relativ unbequem*) und in (xxii) auf das Erwartungsmanagement (*leider regnet es*) bezogen sind. Zur kontrагenerischen Textpraktik gehört auch die euphemistische Formulierung *muss ich mich erst noch gewöhnen* (Beleg xxi).

- xxi) Das Bett ist *relativ unbequem* und an das Food muss ich mich erst noch gewöhnen, *aber* es gefällt hier. ([anko] 300843)
- xxii) *Leider* chönd mir eus nöd so richtig mit dä Lüüt unterhaltä. D'Landschaft isch aber *defür* total guet. [Leider können wir uns nicht so richtig mit den Leuten unterhalten. Die Landschaft ist aber dafür total gut.] ([anko] 91463)

4.5 Textgrammatische Einbettung

Einen weiteren Schritt in Richtung Aggregation bedeutet es, wenn extra- und intragenerisches Konzept gereiht in zwei verschiedenen Sätzen versprachlicht und textgrammatisch durch Konnektoren integriert werden. Auch hier findet man konzessive Konnektoren als Mediatorformen und damit die Konzeptualisierung des extragenerischen Konzepts als Gegengrund (Belege xxiii-xxiv). In Beleg (xxiv) hat die intragenerische Pro-

position (*wir sind unverdrossen*), die durch die Mediatorform jedoch an den Vorsatz angegeschlossen ist, einiges an kontragenerischer Arbeit zu schultern. Im Adverbialsatz wird gleich der nächste extragenerische Gegengrund angeschlossen (*auch wenn unser Auto bereits geknackt wurde*).

xxiii) Strand Meer wunderbar. Männer schlimmer als lästige Fliegen. Fliegen kann ich vertreiben oder?? Was nun geniesse es *trotzdem*. ([anko] 51597)

xxiv) Die Hoffnung noch etwas Sommer zu finden, wurde durch einige Gewitter erschüttert. Wir selbst sind *jedoch* unverdrossen, *auch wenn* unser Auto bereits geknackt wurde. ([anko] 11487)

Dass solche textgrammatischen Einbettungsstrategien tatsächlich Teil der Gattungskonventionen sind, darauf bietet der folgende, schlecht gelaunte Beleg (xxv) einen Hinweis. Die Schreiberin *Leni* (*Walter* unterschreibt hier offensichtlich ohne Anspruch auf Mitautorschaft) greift hier eine konzessive Integrationsstrategie (*trotzdem genieße ich die gute Luft*) ironisch auf und passt sie dem mürrischen Duktus an: *Muss ich eben die gute Luft genießen*. Sie spielt also offensichtlich mit der Lesererwartung daran, dass dem negativen Bericht eine optimistische Pointe folgt.

xxv) Salü Erika + Peter Ich denke oft an Euch. Viel kann ich mit dem blöden Fuss nicht unternehmen, und manchmal ist mir stinklangweilig. Muss ich *eben* die gute Luft geniessen. Es ist auch sehr heiss heute 32°. Ungewohnt für Zermatt. Liebe Grüsse Leni + Walter ([anko] 151089)

4.5 Textsemantische Einbettung

Daneben findet sich recht häufig ein asyndetischer Typ ohne Mediatorformen. Die kontragenerische Textpraktik basiert entsprechend auf der Semantik der gereihten Propositionen, die konzessiven Relationen sind impliziert.

Während bei den Konnektor-Typen die Reihenfolge zwischen extra- und intragenerischem Konzept variieren kann, scheint es hier so zu sein, dass durch die Abwesenheit einer formalen Markierung der kontragenerischen Praktik die Reihenfolge eine größere Rolle spielt und – wie in den Beispielen – das intragenerische Konzept die kontragenerische Passage abschließt. Diese Praktik finden wir vor allem, wenn im für Ansichtskarten typischen Telegrammstil (Belege xxvi-xxvii) formuliert wird.

xxvi) Hallo, Ihr Lieben Wir sind gut in Schluns gelandet. Wetter super – Schnee könnte besser sein. Waren schon auf den Skiern. ([anko] 300723)

xxvii) Heute Vorm. Blitz + Donner jetzt Nebel. Zeit zum schreiben + schlafen ([anko] 100279)

4.6 Minimal-Einbettung

Es gibt aber auch Fälle, in denen die Erwartung, auf Ansichtskarten positive Erlebnisse berichtet zu bekommen, nicht oder fast nicht bearbeitet wird. Ähnlich wie auch schon oben in Beleg (xxv) wird der negative Bericht in Beleg (xxiii) lediglich vom malaiischen Gruß (>Guten Morgen<) und der Schlussformel ins Textmuster der Ansichtskarte ein-

gebettet. Allerdings sieht man auch hier, dass die sprachlichen Mittel der Einbettung, der freundliche Gruß in der Landessprache und die Schlussformel darauf verweisen, dass der Schreiber einen positiven Rahmen setzen wollte. Eine im Meer extragenerischer Konzepte etwas verlorene intragenerische Insel ist präpositional angeschlossen (*außer die Sehenswürdigkeiten*):

xxiii) *Selamat pagi.* Endlich auf Bali und froh dazu, bald wieder von hier abzureisen. Die Insel ist noch viel schrecklicher geworden, als es bereits vor 12 Jahren war. Freaks, Hippies und Drogen – Leute, ein richtiger Puff. Jeder versucht jeden übers Ohr zu hauen. Gestohlen wird wie sonst nirgendwo. *Ausser* die Sehenswürdigkeiten könnte ich Euch Bali nicht empfehlern [sic!]. Dazu ist das Wetter noch schlecht, aber alle grossen Hotels total ausgebucht. *Herzliche Grüsse* Joe ([anko] 170065)

5 Resümee

Zum Schluss noch etwas selbstreflexive Terminologie-Kritik: Bei unserem Leitbegriff *kontragenerische Textpraktik* handelt es sich streng genommen um eine *contradiccio in adjecto*, da der Terminus *Textpraktik* ja eine Routine beschreibt, in der sich gerade die Gattung konstituiert, eine kontragenerische Textpraktik ist also eine gegen die Routine gerichtete Routine. Wenn aber eine Textpraktik ganz offensichtlich selbst die Gattung mitkonstituiert, wie kann sie dann gegen die Gattungserwartung gerichtet sein? Dies lässt sich durch das anfangs erwähnte Konzept der Präferenzstruktur auflösen. Die Thematisierung von negativen Erfahrungen wäre demnach in einer Präferenzskala des Erwartbaren/Erwünschten/Relevanten unterhalb der prototypischen Beschreibung der schönen Urlaubserfahrungen als weniger präferiert einzuordnen. Sie wäre im Rahmen der beschriebenen integrativen Textpraktiken aber dennoch gattungskonform. Bei kontragenerischen Textpraktiken handelt es sich letztlich um etablierte, gattungskonforme Routinen, die kontragenerische und dispräferierte Inhalte in das Gattungsmuster integrieren. Die Textpraktiken selbst sind also Teil des Spektrums der gattungstypischen kommunikativen Praktiken. Sie umfassen das Markieren der kontragenerischen Inhalte (Stichwort *misplacement marker*) sowie das Integrieren bzw. Einbetten, wofür im Vergleich zu den generischen Elementen zusätzliche, komplexere Ausdrucksformen mit entsprechendem Aufwand benutzt werden. Diese Praktiken sind durchaus gebräuchlich. Das sieht man gerade an den durchaus häufigen Regenwetterthematisierungen, bei denen wiederum häufiger als erwartbar Mediatorformen stehen. Hierzu doch noch eine exemplarische Quantifizierung: Im Feld der signifikanten Kollokationen der Lemmata *regnen/Regen* (inkl. Komposita) finden sich die Mediatorformen *wenigstens* und *trotz* (jeweils mehr als dreimal so häufig als erwartbar, wenn man eine Zufallsverteilung im Korpus annimmt) sowie *trotzdem* und *leider* (mehr als doppelt so häufig).¹³ Wir haben also Indikatoren für beides: dass erstens das Reden über das Regenwetter eine Textpraktik beim Schreiben von Ansichtskarten ist und dass zweitens es Textpraktiken gibt, die das

¹³ Log-Ratio-Statistik mit Log-likelihood-Filter ($p < 0.05$); Kollokationsfenster 7 Wörter links und rechts. – Regen und regnen sind Keywords des [anko]-Korpus.

Regenwetter als Gegengrund oder negative Abweichung vom Erwartbaren konzeptualisieren. Insofern scheint uns abseits der begriffslogischen Diskussion unser Terminus das Phänomen, das wir hier zu beschreiben versucht haben, prägnant in den Blick zu nehmen.

Hinsichtlich der Methode haben wir uns des Verfahrens der kollaborativen Annotation bedient. Wir haben dabei Qualitätssicherungsverfahren aus der Computerlinguistik verwendet, um unser interpretatives Konzept *kontragenerische Textpraktik* auf überindividuelle Geltung zu testen. Dabei haben wir Interpretationen vorgelegt, die der Methodenstrenge des methodologischen Positivismus, wie er in der digitalen Linguistik üblich und sinnvoll ist, nicht in jedem Detail standhalten, und haben hier auch auf eine starke Operationalisierung des Begriffs verzichtet, wie er für Automatisierungsschritte notwendig wäre.¹⁴ Wir wollen an diesem Beispiel vielmehr zeigen, wie sich die Annotation im digitalen Setting zum kollaborativen Interpretieren nutzen lässt. Wir denken, dass sich die kollaborative Annotation gut dazu eignet, das Wunder des Verstehens zu entmystifizieren und damit auch interpretative Forschung als echte Gruppenforschung zu ermöglichen, indem man nach und nach die Merkmale textueller Routinen herausarbeitet, die für bestimmte Klassifikationsentscheidungen ausschlaggebend sind. So legt man Interpretamente sich selbst und anderen gegenüber auf den Tisch und setzt sie der Debatte aus. Das sorgt nicht nur für Transparenz, Nachvollziehbarkeit und Überprüfbarkeit von Ergebnissen, sondern ermöglicht es auch, interpretative Verfahren noch besser als bisher in die Prozesse der digitalen Linguistik zu integrieren – oder anders gesagt: das Messen als Bestandteil interpretativer Forschung verstehen zu lernen.

Literatur

- Artstein, Ron (2017): Inter-annotator agreement. In: Nancy Ide/James Pustejovsky (Hg.): *Handbook of linguistic annotation*. Berlin/New York, 297–314.
- Artstein, Ron/Poesio, Massimo (2008): Inter-Coder Agreement for Computational Linguistics. In: *Computational Linguistics* 34 (4), 555–596.
- Becker, Maria/Bender, Michael/Müller, Marcus (2020): Classifying Heuristic Textual Practices in Academic Discourse: A Deep Learning Approach to Pragmatics. In: *International Journal of Corpus Linguistics* (4) 2020, 426–460.
- Bender, Michael (2020): Annotation als Methode der digitalen Diskurslinguistik. In: *Diskurse digital. Theorien – Methoden – Fallstudien*. Bd. 2, Heft 1/2020: 1–35.
- Bender, Michael (im Druck): Pragmalinguistische Annotation und maschinelles Lernen. In: Lars Bülow/Konstanze Marx/Simon Meier-Vieracker/Robert Mroczynski (Hg.): *Digitale Pragmatik*, Stuttgart: Metzler.

¹⁴ Das heißt natürlich nicht, dass Fragen der Automatisierung textpragmatischer Annotationen nicht wichtig oder interessant wären. Damit haben wir uns ausführlich und mit verschiedenen Ansätzen an anderer Stelle beschäftigt (vgl. Becker/Bender/Müller 2020; Müller/Bartsch/Zinn 2021; Bender im Druck).

- Bender, Michael/Müller, Marcus (2020): Heuristische Textpraktiken. Eine kollaborative Annotationsstudie zum akademischen Diskurs. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik (ZGL) 48 (02), 1–46.
- Bremer, Katharina/Müller, Marcus (2021): Sprache, Wissen und Gesellschaft. Eine Einführung in die Linguistik des Deutschen. Berlin, Boston: De Gruyter.
- Diekmannshenke, Hajo (2011): Zwischen Ansicht und Adresse. Tradition und Variation in der Postkartenkommunikation. In: Martin Luginbühl/Daniel Perrin (Hg.): Muster und Variation. Mdienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text, 19–50. Bern: Peter Lang.
- Eckart de Castilho, Richard/Klie, Jan-Christoph/Kumar, Naveen/Boullosa, Beto/Gurevych, Iryna (2018): INCEPTION – Corpus-based Data Science from Scratch. In: Digital Infrastructures for Research (DI4R), 9–11 October 2018, Lisbon. Online: http://public.ukp.informatik.tu-darmstadt.de/UKP_Webpage/publications/2018/2018_DI4R_INCEPTION-abstract.pdf.
- Felder, Ekkehard/Müller, Marcus (2022): Diskurs korpuspragmatisch: Annotation, Kolaboration, Deutung am Beispiel von Praktiken des Moralisierens. In: Heidrun Kämper/Albrecht Plewnia (Hg.): Sprache in Politik und Gesellschaft. Perspektiven und Zugäng (IDS Jahrbuch 2021). Berlin: De Gruyter, 241–261.
- Hardie, Andrew (2012): CQPweb – Combining power, flexibility and usability in a corpus analysis tool. International Journal of Corpus Linguistics 17 (3), 380–409.
- 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 Bubenhofen (Hg.): Linguistische Kulturanalyse. Berlin/Boston: De Gruyter (= Reihe Germanistische Linguistik 314), 293–321.
- Holzheid, Anett (2011): Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie (Philologische Studien und Quellen 231). Berlin: Erich Schmidt.
- Imo, Wolfgang/Lanwer, Jens Philipp (2019): Interktionale Linguistik. Eine Einführung. Berlin: J. B. Metzler.
- Kato, Hiloko/Naef, Marcel/Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas (2021): »Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben« – Eine text- und korpuslinguistische Untersuchung der Lesbarkeitsquellen kleiner Texte am Beispiel der Ansichtskarte. In: Steffen Pappert/Kersten S. Roth (Hg.): Kleine Texte. Bern: Peter Lang.
- Levinson, Stephen C. (2000): Pragmatik. Tübingen: Niemeyer.
- Luckmann, Thomas (1986): Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 27, 191–211.
- Pomerantz, Anita/Heritage, John (2012): Preference. In: Jack Sidnell/Tanya Stivers (Hg.): The Handbook of Conversation Analysis, Oxford, U.K., Wiley-Blackwell, 210–228.
- Raible, Wolfgang (1992): Junktion. Eine Dimension der Sprache und ihre Realisierungsformen zwischen Aggregation und Integration, Heidelberg: Winter (Sitzungsberichte der Heidelberger Akademie der Wissenschaften. phil.-hist. Klasse, Jg. 1992, Bericht 2).
- Schegloff, Emanuel/Sacks, Harvey (1973): Opening up Closings. In: Semiotik 8, 289–327.

- Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Hausendorf, Heiko (2018): Building a Corpus from Handwritten Picture Postcards: Transcription, Annotation and Part-of-Speech Tagging. In: Proceedings of the 11th International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'18), 255–259.
- 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: Workshop on Computational Methods in the Humanities 2018 (COMHUM), Lausanne, 4 Juni 2018 – 5 Juni 2018, 67–75.
- Urry, John (1990): The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage.
- Weber, Max (1968): Die ›Objektivität‹ sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis. In: Max Weber: Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Hg. von Johannes Winckelmann. [3. Aufl.] Tübingen. 146–214.

Anhang

Dokumentation des Ansichtskartenkorpus

Vorgehen bei der Digitalisierung¹

1 Einleitung

In diesem Anhang werden die Vorgaben aufgezeigt, nach denen die gescannten Ansichtskarten erfasst wurden. Er gibt einen Einblick in die Vielfalt der erfassten Textkörper- und Metadaten, welche sowohl für unser Forschungsprojekt als auch für künftige Studien zur Verfügung stehen.

Ausgangslage: Es wurden über 12.000 Ansichtskarten abgeschrieben und in einer Online-Eingabemaske erfasst. In der Sammlung sind auch Karten, welche nicht abgeschrieben (aber aufbewahrt) wurden:

- Ansichtskarten, die nicht auf Standarddeutsch oder Schweizerdeutsch verfasst wurden
- Geburtstags- und Weihnachtskarten, die nicht aus dem Urlaub geschrieben wurden
- Karten mit leerem Adressfeld
- Karten ohne Bildseite
- alte Karten, bei denen sich der Mitteilungstext auf der Bildseite befindet (vgl. Abbildung 1a und 1b)

¹ Diese Dokumentation ist im Forschungsprojekt »Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte. Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagschriftlichkeit« als Richtlinie für das Schreibbüro entstanden, das die Transkription und Annotation durchgeführt hat. Für diesen Sammelband hat Kyoko Sugisaki die ursprüngliche Richtlinie überarbeitet, die durch die folgenden Projektmitarbeitenden verfasst wurde: Nicolas Wiedmer, Michaela Schnick, Marcel Naef, Kyoko Sugisaki, Dewi Josephine Obert, Maaike Kellenberger, Selena Calleri, David Koch.

Abb. 1a und 1b: Text auf Bildseite



Quelle: Zürcher Ansichtskartenkorpus (gescannt, aber Text nicht digitalisiert)

2 Eingabemaske

Die Karten wurden in eine Eingabemaske (Abbildung 2) abgeschrieben, in der Informationen zu unterschiedlichen Dimensionen des Dokuments erfasst werden konnten. Jede gescannte Karte wurde durch ein Schreibrbüro in Deutschland sortiert, abgeschrieben und erfasst. Die Maske wurde speziell fürs Schreibrbüro entwickelt, damit eine große Menge an Karten (über 14.000 Karten als Ausgangslage) schnell, effizient und möglichst fehlerfrei ohne technisches Know-how, z.B. im Bereich XML-Technologie, verarbeitet werden konnte. Speziell die folgenden Anforderungen stellten sich als Herausforderung heraus: zwei Bilder (Bild- und Schriftseite) dienten als Vorlage, und sowohl Metadaten als auch die Textannotation mussten pro Objekt erfasst werden, inkl. automatischer formaler Überprüfung. Die bestehenden Annotationstools, zumindest zum Stand des Projekts im Jahre 2016, waren solchen besonderen Use-Cases nicht gewachsen. Technische Details der Maske sind in Sugisaki et al. 2018 beschrieben.

Abb. 2: Eingabemaske

The screenshot shows a digital form for entering postcard data. On the left, a photograph of a postcard from Memmingen, Germany, dated November 19, 1987, is displayed. The postcard features a black and white illustration of a town square with a church tower and a fountain. The text on the postcard is transcribed below it:

Röki Frau [Weiss]
Bonne Heide es wurde [von] Kämer
Postbot und so hoffe ich dass es Ihnen
gefallt und ich kann mich nicht entscheiden ob ich Ihnen
Tage auf Tournee oder noch einen
Tage hier zu schicken. Aber nun auch
Kinder zwei oder drei Jahre. Meine kleine
Mutter ist sehr krank und kann nicht
mehr gehen. Ich habe sie in die
Klinik gebracht und sie ist jetzt
wieder da. Sie ist sehr schwach und
hat eine Grippe.

Bayern
Postk. Kirche

Frau
[T. Weiss]
[Mustersstr. 11]
CH-8044 Zürich

Below the transcription, there are two tabs: "Textkörper" and "Metadaten". The "Textkörper" tab is active, showing the transcription. The "Metadaten" tab contains the postcard's date (19.11.1987) and location (Memmingen). To the right, there are sections for "Schriftseite" (containing the handwritten text and its transcription), "Bildseite" (containing the image of the postcard), and a "Gebrauchsanweisung" (Usage instructions) button.

Quelle: <https://postcards.linguistik.uzh.ch>

3 Annotation

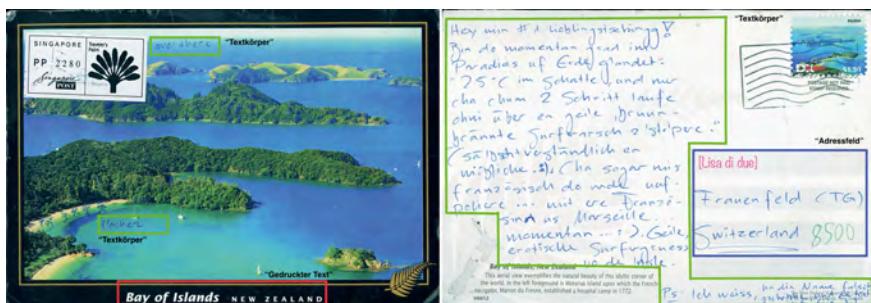
- Für die Transkription und die Annotation der Karten wurden Richtlinien fürs Schreibbüro erarbeitet. Die folgenden Ausführungen geben Einblick in die Richtlinien und die dahinterstehenden Entscheidungen darüber, wie die einzelnen Karten abgeschrieben und erfasst werden sollten, um dem gegenwärtigen und zukünftigen Forschungsvorhaben zu genügen.

3.1 Definitionen der Karte

Auf den Karten werden verschiedene Elemente unterschieden:

- Schriftseite (vgl. Abbildung 3a):**
 - Textkörper (gesamter handschriftlicher Text außerhalb des Adressfelds)
 - Adressfeld
- Bildseite (vgl. Abbildung 3b)**
 - Textkörper (gesamter handschriftlicher Text)
 - Gedruckter Text

Abb. 3a und 3b: Schrift- und Bildseite



Quelle: [anko] 70123

3.2 Transkription und Annotation des Textkörpers

Wir nennen den gesamten handschriftlichen Text außerhalb des Adressfelds »Textkörper«. Der Textkörper auf der Schrift- und der Bildseite wird während des Abschreibens nicht nur erfasst, sondern auch annotiert. Annotation bedeutet die Auszeichnung bestimmter Passagen des Textkörpers wie Anrede oder Datum mittels spezieller Zeichenfolgen. Diese werden »Tags« genannt.

Es gibt zwei verschiedene Arten von Tags:

- Tags mit eckigen Klammern, welche anstelle der Einheit gesetzt werden, die sie markieren – *Beispiel*: Persönliche Informationen, wie eine Telefonnummer, werden durch [vertraulich] ersetzt.
- Tags als Kombinationen von senkrechtem Strich und Sternchen sind als öffnende und schließende Markierung eingesetzt. Öffnende und schließende Tags sind spiegelverkehrt, und die Anzahl der Sternchen ist ein differenzierendes Merkmal für verschiedene Annotationstypen – *Beispiel*: Der Tag, welcher die Anrede markiert, wird umschließend gesetzt: **|Hallo Anna|**

Tags können von anderen Tags umschlossen sein. Zwei direkt aufeinander folgende Tags werden durch ein Leerzeichen voneinander getrennt. Im folgenden Beispiel wird der Tag [NN] als Ersetzung für einen Nachnamen (vgl. Abschnitt Nachname) von einem Tag für »Anrede« umschlossen:

- *Beispiel*: wenn in der Anrede Liebe Frau Meier steht, wird das als **|Liebe Frau [NN]|** getaggt.

Weitere Vorgaben:

- Der Textkörper soll exakt (zeichengetreu) abgeschrieben werden. Regionale Dialekte und Rechtschreib-/Grammatikfehler sind 1:1 zu übernehmen und sollen nicht korrigiert werden.
- Wenn etwas vom Verfasser korrigiert wurde, wird nur die korrigierte Version abgeschrieben.
- Zeichnungen wie Piktogramme oder Ideogramme, die Teil des Textes sind, werden so abgeschrieben, wie man Sie vorlesen würde: z.B. wird *8ung!* als *Achtung!* und ♥ *Grüsse* als *Herzliche Grüsse* abgeschrieben. Abtippbare Emoticons werden in gleicher Form wie auf der Karte erfasst. Zusätzlich sind Zeichnungen und Emoticons jeglicher Art in den Metadaten bei den Punkten »Verzierung Schriftseite« und/oder »Verzierung Bildseite« als »vorhanden« anzugeben.
- Wenn auf der Schrift- oder auf der Bildseite kein handschriftlicher Text vorhanden ist, wird ein *x* eingegeben.

Für die Annotation des Textkörpers gelten die folgenden Vorgaben:

Datum

- *|Datum|*
- Beispiele: *|7. 3. 85|* oder *|August 1997|*
- Es werden nur handschriftliche Datumsangaben im Textkörper annotiert und nicht das Datum des Poststempels.
- Das Datum wird zeichengetreu abgeschrieben.

Anrede und Grußfloskeln

- Anrede*
 - **|Anrede|**
 - Beispiele: **|Lieber Daniel!|** oder **|Hallo zusammen,|**
 - Die Anrede steht meistens am Anfang der Mitteilung.
 - Steht nach der Anrede ein Satzzeichen, wird es als Teil der Anrede annotiert.
- Gruß*
 - ***|Gruß|***
 - Beispiele: ***|Liebe Grüsse aus Mexico!|*** oder ***|Mit Liebe, Deine|*** oder ***|Bis bald, dein dich liebender|***
 - Grüße stehen meistens unmittelbar vor den Unterschriften. Sie können aber auch am Anfang oder mitten in der Mitteilung stehen.
 - Auch wenn der handschriftliche Text nur aus einem Gruß besteht, wird er trotzdem als Gruß getaggt.
 - Zusätze wie *Dein, Eure, von* etc. gehören zur Grußformel.
 - Folgt auf den Gruß ein Satzzeichen, wird es als Teil des Grusses annotiert.

Namen und Anonymisierung

- *Unterschrift*
 - ****|Unterschrift|****
 - Beispiele: ****|Gustav|**** oder ****|Erika [NN] |**** oder ****|Roland|**** mit ****|Elsa und Familie|****
 - Unterschrift beinhaltet jede Namennennung der Absenderinnen und Absender mit oder ohne eigenständige Unterzeichnung
 - Die Unterschrift jeder Person wird einzeln getaggt. Unterschriften können nacheinander abgeschrieben und getaggt werden, ohne dass Absätze oder Zeilenumbrüche dabei beachtet werden müssen.
 - Unterschriftszusätze, die keinen Namen darstellen, wie *und Familie* gehören zu der direkt davor stehenden Unterschrift und werden nicht einzeln getaggt.
 - Possessivpronomen wie *Deine* und *Eure* gehören nicht zur Unterschrift, sondern zur Grußformel (vgl. Sektion Gruß).
- *Nachname*
 - Nachnamen außerhalb des Adressfelds werden durch [NN] ersetzt:
 - Beispiel 1 (in der Anrede): *Liebes Fräulein Müller* wird als **|Liebes Fräulein [NN] |** erfasst.
 - Beispiel 2 (in der Unterschrift nach dem Gruß): *Herzliche Grüße, Eure Familie Koller* wird als ***|Herzliche Grüße, Eure|*** ****|Familie [NN] |**** erfasst.
 - Nachnamen von öffentlichen Personen, z.B. Politikern, müssen nicht ersetzt werden.
- *Persönliche Informationen*
 - Informationen wie Mailadressen, Kontodaten, Telefonnummern etc. werden durch [vertraulich] ersetzt:
 - Beispiel: *Meine Telefonnummer hier ist 0123 456 789* wird als *Meine Telefonnummer hier ist [vertraulich]* erfasst.

Layout und Textstruktur

- *Zeilenumbruch*
 - Jede neue Zeile wird durch das einmalige Drücken der Eingabetaste markiert.
 - Beispiel: Abbildung 4 (a) wird als
 - Wir geniessen hier Sonne¶
 - Meer + Berge nach einem¶
 - eher nasskalten windigen¶
 - Ferienbeginn.¶
erfasst
 - Zeilenumbrüche können auch leer gelassene Zeilen nach Absätzen markieren (vgl. Absatz, Abstand).
- *Absatz, Abstand*
 - Ein Absatz wird durch das zweimalige Drücken der Eingabetaste markiert.
 - Beispiel 1: Abbildung 5 als
 - **|Hay [Bettina]|** ¶
 - Hier in Scual ist¶

- traumhaftes Wetter.
- Am Mittwoch schlittelten §
- wir auf Ftan. §
- §
- ***|Herzliche Schneegrüsse§
- von|*** ***|[Helene]|***
- §
- ***|Liebe Grüsse an die ganze§
- Familie|***
- o Beispiel 2: Abbildung 6 als
 - **|[Liebe [Leandra]]|** §
 - §
 - §
 - Von unserer wunder-§
 - schönen Reise
- o Beispiel 3: Abbildung 4 (b) als
 - **|[Salü zäme!|**§
 - Wir geniessen hier Sonne§
 - Meer + Berge nach einem§
 - eher nasskalten windigen§
 - Ferienbeginn. §
 - §
 - ***|Frohe Weihnachten§
 - und es guets 2001
 - §
 - wünschen|***
- o Ein Absatz wird gesetzt, um folgende Merkmale zu markieren:
 - größerer Abstand als sonst zwischen den Zeilen,
 - eingerückte Passagen wie bspw. Anreden oder Datumsangaben,
 - Zusätze zum Haupttext, die am Rand oder sonst irgendwo außerhalb des Haupttextes stehen.
 - Faustregel: Alles, was sich visuell als Texteinheit abgrenzen lässt, wird als eigener Absatz markiert.
 - Wenn mehrere Zeilen leer gelassen worden sind, wird ein Absatz gesetzt. Pro leere Zeile wird zusätzlich 1 Mal die Eingabetaste gedrückt (vgl. Zeilenumbruch).
- Unleserliches
 - o [unclear]
 - Beispiel: Die Statue ist wirklich [unclear].
 - o Dieser Tag umschließt nicht, sondern zeigt lediglich die Existenz einer unleserlichen Einheit an, die aus einem oder mehreren Wörtern bestehen kann.

Abb. 4: Zeilenumbruch, Absatz und Abstand



Quelle: [anko] 100003

Abb. 5: Absatz und Abstand



Quelle: [anko] 900015

Abb. 6: Absatz und Abstand



Quelle: [anko] 100061

3.3 Erfassung der Metadaten

Metadaten sind dokumentenbezogene Informationen, die unabhängig vom Abschreiben des Textkörpers erfasst werden. Für unterschiedliche Typen von Metadaten stehen in der Maske teilweise Vorgaben zum Auswählen, teilweise freie Textfelder zum Abschreiben zur Verfügung.

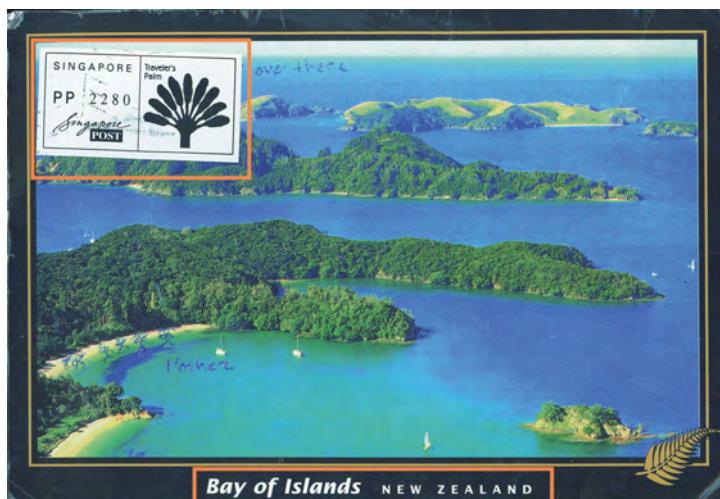
Anzahl/Geschlecht des Senders (Unterschriften)

- *Anzahl Sender*
 - auswählen: 1, 2, mehrerezählbare Individuen (z.B. Jan, Tom und Erika) oder unbekannt (z.B. Familie, Roland und Familie, WG, Büro)
 - Die Anzahl Sender entspricht der Anzahl an Unterschriften auf der Karte.
- *Geschlecht Sender*
 - auswählen: m (männlich), w (weiblich), gemischt (z.B. Jan und Erika), unbekannt (z.B. Roland und Familie, unbestimmte Vornamen wie Andrea oder Billy)
 - Das Geschlecht lässt sich i.d.R. aus den Unterschriften erkennen.

Gedruckter Text Bildseite und Ort/Land des Senders

- Gedrucktes Bildseite
 - exakt von links nach rechts und von oben nach unten abschreiben oder mit x versehen, wenn nicht vorhanden.
 - Aufkleber werden nicht abgeschrieben (vgl. Abbildung 7).
 - unleserliche Passagen werden durch [unclear] ersetzt.
 - Zeilenumbrüche (1 Mal Eingabetaste) und Absätze (2 Mal Eingabetaste) werden wie im Textkörper getippt. Verschiedene Texteinheiten werden durch Absatz voneinander getrennt.
 - Beispiel (vgl. Abbildung 7):
 - Bay of Islands
 - NEW ZEALAND
- *Ort Sender/Karte*
 - Stadt erfassen oder mit x versehen, wenn unbekannt
 - Beispiel: *Feldberg – Schwarzwald – Deutschland* als *Feldberg, Schwarzwald*
 - Der Ort des Senders lässt sich anhand des gedruckten Texts auf der Bild- oder der Schriftseite erschließen.
 - Wenn im gedruckten Text mehrere Orte genannt werden, sollen alle erfasst und mit Komma voneinander getrennt werden.
- *Land Sender/Karte*
 - Das Land des Senders wird aus der Drop-Down-Liste ausgewählt.
 - Das Land des Senders lässt sich anhand des gedruckten Texts auf der Bild- oder der Schriftseite erschließen. Sollte das Land nicht eindeutig ersichtlich sein, wird x ausgewählt.

Abb. 7: Aufkleber und Gedrucktes



Quelle: [anko] 70123

Verzierungen durch Sender

- *Verzierung Schriftseite*
 - auswählen: vorhanden oder nicht vorhanden
 - Hier werden alle vom Sender angebrachten Zeichnungen, Stempel, Ausstan-zungen, Sticker, Glitzerstaub o.Ä. erfasst.
- *Verzierung Bildseite*
 - auswählen: vorhanden oder nicht vorhanden
 - Hier werden alle vom Sender angebrachten Zeichnungen, Stempel, Ausstan-zungen, Sticker, Glitzerstaub o.Ä. erfasst.

Poststempel/Textkörper

- *Datum*
 - Das Datum kann entweder aus dem Poststempel oder, wenn vorhanden, aus dem handschriftlichen Text übernommen werden. Format: in vorhandene Fel-der abschreiben (YYYY/MM/DD)
 - Beispiel 1:
 - 1939
 - 07
 - 22
- Beispiel 2:
 - 1935
 - X
 - X
- Beispiel 3:
 - 197X

-09

-30

- o wenn Tag/Monat/Jahr nicht bekannt: Tag/Monat/Jahr mit *x* versehen
- o wenn einzelne Ziffern nicht lesbar sind, die einzelnen Ziffern mit *x* versehen

Adressfeld und Anzahl/Geschlecht des Empfängers

- *Anrede*
 - o Anrede exakt abschreiben oder mit *x* versehen, wenn nicht vorhanden
 - o Beispiele: Fräulein, An Fam., Frl., Frau Dr., Hr., An Señorita
 - o Die Anrede ist im Adressfeld ersichtlich und umfasst alles, was vor dem Eigennamen steht.
 - o Im Fall von *An Familie Meier* wird in dieses Feld nur *An Familie* geschrieben.
- *Empfänger*
 - o Vorname(n) und Nachname(n) exakt abschreiben. Alle Nachnamen werden in Großbuchstaben transliteriert; die Vornamen jeweils mit großem Anfangsbuchstaben.
 - o Beispiel 1: *Doris Müller* als *Doris MÜLLER*
 - o Beispiel 2: *HANS MÜLLER & F. KELLER* als *Hans MÜLLER & F. KELLER*
 - o Beispiel 3: *Klara + Anneli Huber* als *Klara + Anneli HUBER*
 - o Beispiel 4: *Otto Mayer GmbH* als *Otto MAYER GmbH*
 - o Die Namen müssen bei der Transkription nicht anonymisiert werden. Die erfassten persönlichen Daten werden in der Nachbearbeitung anonymisiert
- *Postleitzahl*
 - o Ziffern der Postleitzahl ohne Länderkürzel abschreiben oder mit *x* versehen, wenn unbekannt
 - o Beispiel: *CH-8902* wird als *8902* erfasst
 - o Die Postleitzahl ist im Adressfeld ersichtlich.
- *Ort Empfänger*
 - o Stadt/Ortschaft exakt abschreiben oder mit *x* versehen, wenn unbekannt
 - o Beispiele: *Zürich, Winterthur ZH, Löbau-Sachsen*
 - o Der Ort des Empfängers ist im Adressfeld ersichtlich.
 - o Zielorte werden, wenn möglich, auf Deutsch abgeschrieben. *Zurigo* wird als *Zürich, Munich* erfasst.
- *Land Empfänger*
 - o Das Land des Empfängers wird aus der Drop-Down-Liste ausgewählt.
 - o Das Land des Empfängers ist im Adressfeld ersichtlich.
- *Anzahl Empfänger*
 - o auswählen: 1, 2, mehrerezählbare Individuen oder unbekannt (z.B. Familie, WG, Büro etc.)
 - o Beispiel 1: *Otto, Lisa und Lea Mayer* als *mehrerezählbare Individuen* auswählen
 - o Beispiel 2: *Familie Otto Mayer* als *unbekannt* auswählen
 - o Die Anzahl Empfänger lässt sich aus der Anrede bzw. aus der Anzahl Namen im Adressfeld erschließen.

- *Geschlecht Empfänger*
 - auswählen: m (männlich), w (weiblich), gemischt (z.B. Maria und Peter), unbekannt (z.B. Familie, WG, Büro etc.)
 - Beispiel 1: *Andrea Rossi* als *unbekannt* auswählen, da Andrea sowohl ein Mann als auch eine Frau sein kann.
 - Beispiel 2: *Familie Otto Mayer* als *unbekannt* auswählen
 - Beispiel 3: *Otto, Lisa und Lea Mayer* als *gemischt* auswählen
 - Das Geschlecht der Empfänger lässt sich aus der Anrede im Adressfeld oder den Vornamen erschließen.

3 Fazit

In diesem Anhang wurden die Richtlinien beschrieben für die Sortierung der Karten, das Abschreiben der Karten, die Annotation des Textkörpers und die Erfassung der Metadaten. Dieser Arbeitsprozess wurde durch das Schreibbüro auf der Grundlage der Online-Eingabemaske durchgeführt. Im Anschluss wurde die Qualität der eingegebenen Daten maschinell und manuell kontrolliert und verbessert. Das Total der erfassten digitalisierten Ansichtskarten liegt bei über 12.000 Karten. Sie bilden die Grundlage des linguistisch untersuchbaren Korpus. Aufbau und Nutzung des Ansichtskartenkorpus werden bei Sugisaki, Wiedmer, Calleri in diesem Band ausführlich dargestellt.

Literatur

Sugisaki, Kyoko/Wiedmer, Nicolas/Hausendorf, Heiko (2018): Building a Corpus from Handwritten Picture Postcards: Transcription, Annotation and Part-of-Speech Tagging. In: Nicoletta Calzolari et al. (Hg.): Proceeding of the 11th International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'18), 255–259.

Autor*innenverzeichnis

Dr. Michael Bender ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachgebiet Germanistik – Digitale Linguistik am Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft der TU Darmstadt. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören digitale Pragmalinguistik und Diskursanalyse, Korpuslinguistik, Wissenschaftsdiskurse sowie Praktiken des Kommentierens.

Prof. Dr. Noah Bubenhofe ist Professor für Deutsche Sprachwissenschaft am Deutschen Seminar der Universität Zürich. Seine Forschungsgebiete sind Semantik und Pragmatik in Kultur und Gesellschaft, korpuslinguistische und korpuspragmatische Methoden und Theorie sowie die visuelle Linguistik.

Selena Calleri ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Seit 2019 ist sie am Forschungsprojekt «Sprache im Recht» als computerlinguistische Programmiererin tätig und gleichzeitig absolviert sie ein Zweitstudium in Gastronomie am Basque Culinary Center. Ihre Forschungsschwerpunkte sind: Maschinelles Lernen, Gastronomie, Medienanalysen und UX Design.

Prof. Dr. Hajo Diekmannshenke ist außerplanmäßiger Professor am Institut für Germanistik der Universität Koblenz. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich der politischen Kommunikation sowie der historischen Textlinguistik.

Prof. Dr. Christina Gansel ist seit 1999 außerplanmäßige Professorin im Arbeitsbereich Germanistische Sprachwissenschaft am Institut für Deutsche Philologie der Universität Greifswald. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Semantik, Valenzgrammatik, Linguistik der gesprochenen Sprache sowie Gesprächslinguistik. Im Rahmen der Textsortenlinguistik hat sie einen systemtheoretisch orientierten Schwerpunkt gesetzt sowie ein besonderes Interesse für die Geschichte von Textsorten im Zusammenhang mit Modernisierungsprozessen entwickelt.

Prof. Dr. Heiko Hausendorf ist Professor für Deutsche Sprachwissenschaft am Deutschen Seminar der Universität Zürich und Mitbegründer und langjähriger Ko-Leiter des Universitären Forschungsschwerpunkts Sprache und Raum. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in der Gesprächs- und Textlinguistik.

Maaike Kellenberger befindet sich im Masterstudium der Digitalen Linguistik an der Universität Zürich und ist seit 2016 an unterschiedlichen Lehrstühlen des Deutschen Seminars derselben beschäftigt. Sie wirkte bei [anko] an der Korpuserstellung sowie der Entwicklung der semantischen Kategorien mit und arbeitet nun bei Prof. Noah Bubenhofer. Ihre Forschungsinteressen liegen in der Korpuspragmatik, der (Sprach)Datenvisualisierung und der maschinellen Verarbeitung natürlicher Sprache.

David Koch ist seit 2022 wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation und Umweltbildung der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören die Textlinguistik, die Kunstkommunikation und die Nachhaltigkeitslinguistik. Ausserdem arbeitet er als freier Theaterregisseur.

Jan Langenhorst ist seit 2020 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Germanistik und Medienkulturen der TU Dresden. Seine Schwerpunkte sind Korpuslinguistik und Text Mining sowie Methoden der Digital Humanities. In seinem Promotionsprojekt erforscht er die Versprachlichung von Ausnahmeereignissen. Als studentischer Mitarbeiter war er zudem an der Erstellung von [anko] beteiligt.

Prof. Dr. Marie-Luis Merten ist seit 2020 Assistenzprofessorin für Digitalisierte Kommunikationsräume an der Universität Zürich. Sie habilitiert zurzeit zum Stancetaking im digitalen Kommentieren und arbeitet an der Schnittstelle von Soziolinguistik und Konstruktionsgrammatik. Zu ihren Forschungsschwerpunkten gehören die Digital Literacies Studies, die Stance-Forschung sowie kognitiv-linguistische Ansätze.

Prof. Dr. Marcus Müller ist Professor für Germanistik – Digitale Linguistik am Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft der TU Darmstadt. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören digitale Diskursanalyse, Korpuslinguistik, Wissenschaftsdiskurse, grammatische Variation sowie Sprache und Kunst.

Marcel Naef ist seit 2015 Assistent am Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft der Universität Zürich, wo er bis 2019 auch Mitarbeiter im Projekt «Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte» war. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der digitalen Textkommunikation und der funktionalen Textanalyse. Er forscht an theoretischen und methodologischen Schnittstellen zwischen Textlinguistik, Ethnomethodologie und Systemtheorie.

Prof. Dr. Joachim Scharloth ist Sprachwissenschaftler und Professor für German Studies an der Waseda Universität in Tokyo, Japan, und Gastprofessor an der Universität Heidelberg. Zu seinen Forschungsschwerpunkten zählen: Methoden der datengeleiteten Korpuslinguistik, Sprache in der Politik mit Schwerpunkt politische Extreme sowie Rituale und Antirituale in der Kommunikation sozialer Bewegungen.

Dr. Kyoko Sugisaki ist seit 2022 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Niederlandistik und Germanistik der Universität Oldenburg. Ihre Forschungsschwerpunkte sind: Gesprächs- und Textlinguistik, computerlinguistische und korpuslinguistische Sprachforschung sowie Methoden der Sprachdatenerhebung, -verarbeitung und -analyse. Zwischen 2016 und 2019 war sie im Forschungsprojekt «Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Das Beispiel der Ansichtskarte. Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagschriftlichkeit» beschäftigt.

Nicolas Wiedmer war bis 2020 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Deutschen Seminar der Universität Zürich im SNF/DFG-Forschungsprojekt «Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: das Beispiel der Ansichtskarte. Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagsschriftlichkeit» tätig. Seine Forschungsschwerpunkte sind die Gesprächs- und Textlinguistik, insbesondere die Textsortenlinguistik und die Beziehung zwischen kommunikativer Praktik und gesellschaftlich geteiltem Wissen.

Prof. Dr. Stephan Wolff war bis 2013 Professor für Sozial- und Organisationspädagogik an der Stiftungsuniversität Hildesheim und ist z.Z. Seniorprofessor am Fachbereich Erziehungswissenschaften der Goethe Universität Frankfurt am Main. Seine Forschungsschwerpunkte sind: Angewandte Organisationswissenschaften, Qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung, Ethnomethodologie und Kunstsoziologie.

Literaturwissenschaft



Julika Griem

Szenen des Lesens

Schauplätze einer gesellschaftlichen Selbstverständigung

2021, 128 S., Klappbroschur

15,00 € (DE), 978-3-8376-5879-8

E-Book:

PDF: 12,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5879-2



Klaus Benesch

Mythos Lesen

Buchkultur und Geisteswissenschaften
im Informationszeitalter

2021, 96 S., Klappbroschur

15,00 € (DE), 978-3-8376-5655-8

E-Book:

PDF: 12,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5655-2



Werner Sollors

Schrift in bildender Kunst

Von ägyptischen Schreibern zu lesenden Madonnen

2020, 150 S., kart.,

14 Farbabbildungen, 5 SW-Abbildungen

16,50 € (DE), 978-3-8376-5298-7

E-Book:

PDF: 14,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5298-1

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Literaturwissenschaft



Elias Kreuzmair, Magdalena Pflock, Eckhard Schumacher (Hg.)

Feeds, Tweets & Timelines – Schreibweisen der Gegenwart in Sozialen Medien

September 2022, 264 S., kart.,
27 SW-Abbildungen, 13 Farabbildungen
39,00 € (DE), 978-3-8376-6385-3
E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation
PDF: ISBN 978-3-8394-6385-7



Renate Lachmann
Rhetorik und Wissenspoetik
Studien zu Texten von Athanasius Kircher
bis Miljenko Jergovic

Februar 2022, 478 S., kart.,
36 SW-Abbildungen, 5 Farabbildungen
45,00 € (DE), 978-3-8376-6118-7
E-Book:
PDF: 44,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-6118-1



Wilhelm Amann, Till Dembeck, Dieter Heimböckel, Georg Mein,
Gesine Lenore Schiewer, Heinz Sieburg (Hg.)

Zeitschrift für interkulturelle Germanistik
13. Jahrgang, 2022, Heft 1

August 2022, 192 S., kart., 1 Farabbildung
12,80 € (DE), 978-3-8376-5900-9
E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation
PDF: ISBN 978-3-8394-5900-3

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

