

*Sammelrezension: Medien des Reisens*

**Annette Deeken: Reisemedien um 1900: Eine Kulturgeschichte**

Bordorf: edition winterwork 2019, 163 S., ISBN 9783960145677, EUR 26,90

**Monica Cure: Picturing the Postcard: A New Media Crisis at the Turn of the Century**

Minneapolis/London: University of Minnesota Press 2018, 253 S., ISBN 9781517902780, USD 25,-

Reisen und Medien sind auf das Engste aneinander gekoppelt. Neben den Medien der Fortbewegung begleiten Speichermedien wie Landkarten oder Reisebeschreibungen Reisende seit der Neuzeit. Ab dem 19. Jahrhundert gibt es mit der Kamera und deren Vorläufern weitere Aufzeichnungsmedien, die insbesondere in der Zeit des Massentourismus das Reisen begleiten. Seit Beginn des 20. Jahrhunderts gibt es Kioske und Buchhandlungen zuerst an Bahnhöfen, im Laufe des Jahrhunderts dann auch an Flughäfen, die unter anderem Unterhaltungsliteratur, Zeitschriften und Magazine für Reisen vertreiben. Im Laufe des Jahrhunderts werden auch Distributionsmedien wie Musik- und Videocassetten zur Unterhaltung in der Bahn, im Flugzeug oder im Auto genutzt.

In den beiden Studien liegt der Schwerpunkt bei Bildmedien als Reisemedien. Annette Deeken beschreibt, wie sie im Untertitel ankündigt, *Eine Kulturgeschichte* der Reisemedien um 1900, und Monica Cures Thema sind bebilderte Postkarten oder Ansichtskarten. Während Deeken einen breiten Überblick gibt, ohne sich mit Details

zu beschäftigen, konzentriert sich Cure auf die Entstehung, Verbreitung, die Nutzungsformen und das Bedeutungsspektrum der Ansichtskarten seit ihrem Aufkommen gegen Ende des 19. Jahrhunderts bis zur ihrem Bedeutungswandel in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, als Postkarten ihren Neuigkeitswert verloren hatten und alternative Medien der Kommunikation an ihre Stelle treten konnten. Beide Studien ergänzen sich, denn der Überblick, den Deeken gibt, wird mit Cures Dissertation um einen detaillierten Einblick in die Entstehung und verzweigten Wege der Ansichtskarten ergänzt.

Der Überblick Deekens setzt ein mit der nicht unproblematischen Unterscheidung zwischen ‚realem‘ und ‚medialen Reisen‘. Sie tastet sich in ihrem einführenden Kapitel an eine Fragestellung heran, die sie im Laufe ihrer Ausführungen wieder etwas aus dem Auge verliert: Geht es, wenn Aufzeichnungsmedien eine Reise begleiten, um die „Metamorphose des Augenblicks in die Welt der medialen Fixierung“ (S.12), oder um den „Wunsch nach authentischer Reproduktion“ (ebd.)?

Bereits an der Camera Obscura und auch in der Tachygraphie, die eine „Gleichzeitigkeit von Rede und deren Aufzeichnung“ (S.21) ermöglicht, zeigt sich, dass der Wunsch nach Verstärkung von Reiseerfahrungen durch Aufzeichnungstechniken und der nach der Echtheit und Exaktheit von Aufzeichnungen sich ergänzen.

Deekens Überblick besteht bis zu dem Zeitpunkt, als die Postkarte erfunden wird, aus eher generalisierenden Bemerkungen. In den Augen der Erfinder der Postkarten sollten diese der Erleichterung des Geschäftsverkehrs dienen, da sie schnell und vergleichsweise preisgünstig Informationen übermitteln konnten. Die Nutzer\_innen allerdings erkannten alsbald die Vorzüge der Postkarte auch für den privaten Bereich. Als Problem wurde von Anfang an verhandelt, dass die Informationen auf einer Postkarte für alle sichtbar und lesbar sind. Dieser Verlust des Postgeheimnisses war Anlass für ganz unterschiedliche Verwerfungen. Damit beschäftigt sich eingehend und anhand einer Fülle von Beispielen Cures Überblick über die verschiedenen Wege der bebilderten Postkarte.

Beide Verfasserinnen stellen die erstaunliche Erfolgsgeschichte zuerst der Postkarte und dann der Ansichtskarte dar. So stieg nach einer Erhebung der kaiserlichen Reichspost die Zahl der verschickten Postkarten zwischen 1875 und 1890 von rund 60 auf 330 Millionen im Jahr an (vgl. Deeken, S.39). Durch den Pariser Weltpostvertrag vom 1. Juni 1878 „war das Medium international zirkulationsfähig geworden“ (S.39). Mit der Ausbreitung der

Bildindustrie stieg das Wachstum an Bildmotiven, die auf Postkarten verbreitet wurden. Deeken spricht, bezogen auf die deutschen Verhältnisse, „von einer regelrechten Explosion“ (S.41). Die bebilderte Postkarte wurde zum Exportschlager für die deutsche Bildindustrie. Sie wurde von Reisenden verschickt und zudem zum Sammelobjekt.

Ein nur kurzes Kapitel widmet Deeken der Entstehung und Erfolgsgeschichte des Baedeker. Wie dieser Reiseführer, so bleiben auch andere gedruckte Reisemedien, die sich in jenen Jahrzehnten entwickeln, außerhalb ihrer Betrachtung und damit ein Desiderat der Forschung. Deekens Schwerpunkt bilden Bildmedien; der Untertitel verspricht so gesehen zu viel.

Im 4. Kapitel geht es entsprechend um das „Reisen mit der Photokamera“ (S.71ff). Deeken skizziert, wie sich das Fotografieren auf Reisen von den ersten Fotoexpeditionen über die Entstehung kommerzieller Fotostudios für Touristen bis zur handlicheren Kleinbildkamera und dem Rollfilm entwickelt, und zwar jeweils bezogen auf die Auswirkungen auf die Reisefotografie. Einen zweiten Schwerpunkt des Kapitels bilden das Kaiserpanorama, das virtuelle Reisen zu kleinen Preisen ermöglicht, sowie – nach dem 1. Weltkrieg – die Panoramen des Bildinstituts Fuhrmann, das den Besuch von Panoramen, zum Beispiel mit Bildern aus Ägypten, als Bildungsangebot unter anderem für Schulen anpreist. Im 5. und letzten Kapitel geht es um ‚kinematographische Reisebilder‘. Hier gibt Deeken Einführungen in erste Filmreisen und geht auf unterschiedliche Vor-

führpraktiken und die Entstehung von Kinematographentheatern ein und zeigt dabei, wie sich kinematographische Reisebilder zunehmend professionalisieren und etablieren.

Bei Cures Studie handelt es sich um eine medienwissenschaftlich orientierte Dissertation, die am Beispiel der Entstehung und Frühgeschichte der gebildeten Postkarte erkundet, wie Diskurse um ein neues Medium verlaufen, welche Argumentationsmuster sich entdecken lassen und auf welche Weise sich soziale und kulturelle Denkmuster in solche Diskurse einschreiben. Die material- und thesenreiche Studie nimmt also die Bild-Postkarte als signifikantes Fallbeispiel, um meta-diskursive Einsichten über die Diskussionen eines neuen Mediums zu gewinnen. Eine zentrale These der Studie lautet: Die Sichtung der Rolle der Postkarte in der Literatur der Jahrhundertwende – in Erzählungen und Romanen, in unterschiedlichen Journalen, die teils aus Anlass der Postkarte überhaupt gegründet werden oder die ihre Verbreitung begleiten und kommentieren – zeigt nicht nur die administrative, literarische und affektive Geschichte dieses Mediums. Sie macht darüber hinaus sichtbar, „how new media themselves are created and function“ (S.4).

In einer umfangreichen und informativen Einleitung schildert sie kenntnisreich und präzise die unterschiedlichen Genealogien der Postkarte als postalische Innovation, als Medium imperialer Interessen, ihre Entwicklung durch die Fortschritte der Fotografie und schließlich die Rolle dieses Mediums im Kult des Sammelns. Von Beginn an

– so zeigen ihre genealogischen Ausführungen – heften sich an die Postkarte Versprechen und Ängste, so zum Beispiel das Versprechen, dass sie Menschen zusammenbringt und die Ängste, dass sie Unterschiede nivellieren könnte. Sie wird zum demokratischen Medium ebenso wie zum Kontrollmedium erklärt. Die Verfasserin zeigt medienhistorische Bezüge auf, denen die Postkarte zugeordnet werden muss und an denen sich Instabilitäten von Medienspezifika manifestieren. Aus den medienhistorischen Verweisen und Verzweigungen ergibt sich eine Fülle von medienhistorischen Aspekten, die Leser\_innen immer wieder reizen, nach weiteren Verzweigungen zu fahnden und zugleich über die Aktualität des Postkarten-Diskurses zu staunen. Diskurse bebildeter Postkarten erinnern in vielem an aktuelle Diskurse über soziale Medien, so zum Beispiel, wenn es um Praktiken geht, mit Postkarten Diskretes öffentlich zu machen, Menschen zu schmähen und zu diskreditieren. Generell zeigt sich an diesem Medium, dass in Diskursen über neue Medien die Unterscheidung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit zum Problem wird. Diese Unterscheidung, so macht die Studie deutlich, bedarf dringend einer medienhistorischen Feinzeichnung, um präzise und differenziert argumentieren zu können, um die jeweiligen zeitgeschichtlichen Wertzuschreibungen dieser Unterscheidung zu erkennen und in ihren sozialen, politischen und kulturellen Implikationen zu erfassen.

Zwei grundlegende Werke bilden, wie Cure gegen Ende ihrer Einleitung erklärt, den Hintergrund der Studie:

zum einen Derridas Untersuchung zur Postkarte (*Die Postkarte. Von Sokrates bis an Freud und Jenseits*. Berlin: Brinkmann u. Bose, 1982), in der die Postkarte als eine Figur gezeichnet wird, die nicht nur die Natur des Schreibens in Frage stellt, sondern ebenso die der Kommunikation und der personalen und interpersonalen Identität. Das zweite grundlegende Werk ist Malek Alloulas *The Colonial Harem* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1986), in dem die koloniale Besitzname Algeriens anhand französischer Postkarten, die algerische Frauenfotos zeigen, dargestellt wird. Auch ohne jeweils expliziten Rekurs bilden diese beiden Werke in Cures Ausführungen eine Folie, die manchen Ausführungen Konturen verleiht.

Die Studie stellt im Anschluss an die Einleitung in vier Kapiteln unterschiedliche Sichtweisen auf die Ansichtskarte, auf deren Wegstrecken, Bedeutungsweisen, Funktions- und Wirkungsgeschichten dar. Sie exemplifiziert dies anhand unterschiedlicher literarischer Texte, am Beispiel von Romanen und Erzählungen, die zu unterschiedlichen Genres gehören. Sie erkundet die Rollen und Positionen von Ansichtskarten in unbekanntem und bekanntem Romanen und belegt darüber hinaus ihre Thesen immer wieder mit Pressestimmen aus der Zeit des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts.

In einem Postscriptum setzt Cure sich mit der beispielsweise von Richard Morphet vertretenen These auseinander, dass es zwischen 1930 und 1960 ein ‚second golden age‘ der Postkarte gegeben habe (Richard Morphet: *Wish*

*You Were Here. The History of the Picture Postcard – An Exhibition Organized by the Emily Lowe Gallery*. Hempstead, N.Y.: Emily Lowe Gallery, Hofstra University, 1974). Für Cure ist diese These nicht haltbar, da die Postkarte in jenen Jahren als bereits ‚altes‘ Medium in neue Zusammenhänge gestellt wird. Bei diesem Prozess aber handelt es sich nicht um ein ‚second golden age‘, sondern um eine Remedialisierung. Sie erläutert diesen von Grusin und Bolter beschriebenen Remedialisierungsvorgang an Praktiken von Künstlern, die mit Postkarten arbeiten. So setzte Marcel Duchamps die Postkarte als Objekt der Kunst ein und re-mediatisierte sie auf diese Weise. Dabei bleibt allerdings die Frage offen, wann aus dem Diskurs über die bebilderte Postkarte als neuem Medium ein Diskurs über Prozesse der Remedialisierung von bebilderten Postkarten wird. Diese Frage geht über Cures Anliegen hinaus und schließt ein, Kategorien wie ‚neue Medien‘ ebenso zu problematisieren wie Grusin und Bolters Thesen zur Remedialisierung. Ganz am Ende geht die Verfasserin kurz auf Bezüge zwischen Postkarten und sozialen Medien wie Facebook, Instagram oder Twitter ein.

Die Dissertation von Monica Cure ist medienhistorisch material- und kenntnisreich, sie zeigt exemplarisch, welche Spuren ein so oft übersehenes Medium wie die bebilderte Postkarte in unterschiedlichsten gesellschaftlichen und medialen Diskursen hinterlässt. Medienwissenschaftlich aufschlussreich ist die Studie darüber hinaus, da sie zahlreiche Impulse vermittelt, um über neue und alte Medien

und die Wege ihrer theoretischen Konzeptionalisierung nachzudenken. In Deekens Studie erhalten Leser\_innen eine Fülle von weithin bekannten und auch weniger bekannten Informationen. Es wäre sinnvoll gewesen, wenn die Autorin ein paar Hinweise zu ihren Auswahlprinzipien gegeben hätte. Anders als Cures Band richtet sich die

Publikation an einen breiten Leser\_innenkreis; sie verfolgt kein spezifisch wissenschaftliches Interesse. Deeken erzählt auf leicht verständliche Weise und veranschaulicht ihre Ausführungen durch sowohl gut ausgewähltes, wie gut reproduziertes Bildmaterial.

*Irmela Schneider (Berlin)*