

ESV

PHILOLOGISCHE STUDIEN UND QUELLEN

Herausgegeben von
Jürgen Schiewe, Hartmut Steinecke und Horst Wenzel

in Zusammenarbeit mit
Jens Pfeiffer

Heft 231

Das Medium Postkarte

Eine sprachwissenschaftliche und
mediengeschichtliche Studie

Von
Anett Holzheid

ERICH SCHMIDT VERLAG

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.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
[ESV.info/978 3 503 12252 3](http://ESV.info/978_3_503_12252_3)

D 20 (Zugl. Würzburg, Univ., Diss. 2008)

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 12252 3

eBook: ISBN 978 3 503 12284 4

ISSN 0554-0674

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2011

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der
Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch
bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht
sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso
Z 39.48-1992 als auch der ISO Norm 9706.

Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen

Inhaltsverzeichnis

I.	Einführung	9
1.	Thematischer Aufriss	9
2.	Untersuchungsziele und Forschungsstand	15
3.	Problemlage und Methode	27
4.	Materialgrundlage	32
II.	Die Bezeichnungsgeschichte der Postkarte	35
III.	Vorgeschichte und Entstehung des Mediums	44
1.	Gesellschaftliche und kulturelle Rahmenbedingungen	44
1.1	Gesellschaftsstruktur	46
1.2	Geschlechterrollen	48
1.3	Vereinskultur	52
1.4	Geselligkeits- und Festkultur	55
1.5	Mobilität und Reisekultur	58
1.6	Kommunikationskultur und Mediennutzung	62
2.	Mediale Vorläufer und Komplementärmedien	68
2.1	Brief	68
2.1.1	Produktion und Rezeption	71
2.1.2	Quantität und Qualität	76
2.1.3	Äußere Form und Sozialsymbolik	78
2.1.4	Sprachliche Gestaltung	81
2.1.5	Themen	90
2.2	Exkurs: Frühe Postkartenkommunikate und Liebes(brief)kultur	95
2.3	Telegramm	101

2.4	Billett	108
2.5	Visitenkarte	109
2.6	Drucksachenkarte	117
2.7	Privatanzeige	119
3.	Konzeption der Postkarte	120
3.1	Das Postblatt nach Heinrich von Stephan	124
3.2	Die Postkarte nach Emanuel Herrmann	126
3.3	Die Einführung der Korrespondenzkarte 1869/70	127
3.4	Reaktionen auf das neue Medium in der Öffentlichkeit	130
4.	Konstituenten der Postkartenkommunikation	135
4.1	Explizitheit und kommunikative Ökonomie	135
4.2	Offene Versendung und Privatheit	139
4.3	Beschleunigung	143
4.4	Entformalisierung und Formularisierung	145
4.5	Phatische Kommunikation	149
IV.	Die Postkarte als verbalsprachliches Medium	151
1.	Feldpostkarte	151
1.1	Mediale Bedingungen	152
1.2	Funktional-situative Bedingungen	154
1.3	Mediale Modifikation nach Kriegsende	164
2.	Die Postkarte des geschäftlichen Bereichs	165
2.1	Mediennutzung	165
2.2	Sprachliche Analysen	171
3.	Die Postkarte des privaten Bereichs	183
3.1	Alltagskommunikation	184
3.2	Geselligkeits- und Festtagskommunikation	200
3.3	Gelehrtenkommunikation am Beispiel Theodor Storm/Erich Schmidt	204
3.4	Postkartenstilistik	208
3.4.1	Textumfang	213
3.4.2	Adressierung	217
3.4.3	Binnentextstruktur	219
3.4.4	Grußrahmen und Grußelemente	222
4.	Formal-distributive Ausdifferenzierung	226
4.1	Erweiterter Nutzungsbedarf	226

4.2	Institutionelle und private Realisierungsformen	228
4.2.1	Rohrpostkarte	228
4.2.2	Antwortpostkarte	229
4.2.3	Postkarte der Privatpost	231
4.2.4	Saalpostkarte	234
V.	Herausbildung einer Kultur der Postkarte	237
1.	Kognitive Konzepte zu Postkarte und Ansichtskarte	237
2.	Konsolidierung der Nutzung	246
3.	Praktiken und Metadiskurse	250
3.1	Sammeln, Kaufen, Tauschen, Bewerten	250
3.2	Schenken	261
4.	Die Postkarte in der Literatur	262
VI.	Die Bildpostkarte	269
1.	Entwicklungstendenzen	271
2.	Vorläufer- und Komplementärmedien	274
3.	Bikodale Bedeutungskonzeption	276
4.	Misch- und Mehrfachkodierungen	282
5.	Explizite Sendertext-Bild-Relationen	285
6.	Kommunikationsstrukturierende Funktionen	294
6.1	Kommunikation des Fremden	295
6.2	Kommunikation der Wertschätzung	298
6.3	Grußkommunikation	301
6.4	Kommunikation des Schenkens	304
7.	Nichtsprachliche Bedeutungselemente	307
7.1	Visuelle Veredelung und Synästhetisierung	307
7.2	Briefmarkensymbolik	309
8.	Exemplarische Analyse: Liebeskommunikation	312
8.1	Liebespostkarte	312
8.2	Parameter der Liebeskommunikation	313
8.3	Funktion und Gestaltung der Liebespostkarte	316
8.4	Konventionalität und Originalität	328
8.5	Formen impliziter Liebesbekundungen	339

Inhaltsverzeichnis

VII. Schlussbemerkung	344
Anhänge	351
Farbtafeln: Kommunikate	353
Übersicht: Chronologie der Postkarte (bis 1932)	409
Literaturverzeichnis	415