

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](http://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
<b>IV.</b>	<b>Die Postkarte als verbalsprachliches Medium .....</b>	<b>151</b>
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