

# ANSICHTKAARTEN VAN DE 21 EEUW

**Ansichtkaarten worden al sinds de 19e eeuw gebruikt door toeristen. Maar hoe kunnen zij relevant blijven in het hedendaagse tijdperk waar niet alleen het toerisme sterk is veranderd, maar ook sociale media het direct delen van reiservaringen mogelijk maakt?**

Figuur 1: Wivenhoe House, Colchester  
Figuur 2: Regenboogdorp in Taiwan



Ansichtkaarten (of postkaarten) zijn altijd geassocieerd geweest met het toerisme, dat in essentie visueel georiënteerd is. De materialiteit en mobiliteit van Ansichtkaarten belichamen de reiservaring van de toeristen die ze versturen. De ontvanger kan deelnemen aan het verbeelde reisverhaal dat via de Ansichtkaart wordt overgebracht. De culturele geschiedenis van Ansichtkaarten kent meerdere kanten. Zij werden voor het eerst gebruikt in Europa in het midden van de 19e eeuw als een meer efficiënte vorm van zakelijke correspondentie door brieven te vervangen. Door het weglaten van de envelop en het besparen van ruimte, werd de tekst van de Ansichtkaart semi-openbaar, alhoewel dat niet de bedoeling was. Minder nadruk op formele teksten en lagere portokosten democratiseerden deze vorm van schriftelijke communicatie naar een breder publiek. Kort gezegd waren Ansichtkaarten de instant tekstberichten en sociale media van hun tijd. De populariteit van Ansichtkaarten ging 'viraal' en het gebruik steeg enorm. Rond het begin van de 20ste eeuw werden ze op grote schaal omarmd, zowel door burgers, door bedrijven voor promotionele doeleinden en door activisten zoals voorvechters van het vrouwenkiesrecht. Tegelijkertijd zorgde de overeenkomst van de Wereldpostunie tot een optimalisering van postdiensten in de aangesloten landen, waardoor de groei van internationale post werd gestimuleerd.

De glorietijd van de Ansichtkaarten was van de late 19e eeuw tot het begin van de 20ste eeuw. Hun wereldwijde succes was een weerspiegeling van de sterke technologische, sociale en economische vooruitgang die werd aangewakkerd door de industriële revolutie, en onze mobiliteit en het toerisme drastisch veranderde. Door een hogere levensstandaard en betere en uitgebreidere transportmogelijkheden werd er meer gereisd voor zowel zakelijke als voor privédoeleinden en konden meer mensen zich een vakantie veroorloven. Van een louter blanco kaart met enkel noodzakelijke informatie evolueerde de Ansichtkaart tot informele begroeting tussen vrienden en familie. Het werd gebruikelijk om één kant van de Ansichtkaart te versieren met een gedrukt grafisch ontwerp of handgemaakt kunstwerk. Later maakten nieuwe druk- en printtechnieken van fotografische Ansichtkaarten modieuze vakantiesouvenirs. Voordat persoonlijke camera's gemeengoed werden, werden Ansichtkaarten in bulk gedrukt of op maat gemaakt in fotostudio's waar toeristen hun foto's lieten maken en ontwikkelen. Als we deze culturele praktijk bekijken door de lens van de vroege versie van de 'tourist gaze' van de socioloog John Urry in 1990, waarin de visuele aspecten van het toerisme worden benadrukt, is de populariteit hiervan geen verrassing. Niet alleen illustreren Ansichtkaarten het





Figuur 3: Universiteitsbibliotheek in Leuven

spektakel van de vakantie, zij vormen ook het visuele en materiële bewijs van de reiservaring van de toerist.

Ook al waren de hoogtijdagen van de ansichtkaarten door nieuwe en efficiëntere communicatietechnologieën misschien wel voorbij rond de jaren 1910, zij werden nog altijd veel gebruikt als goedkoop en betrouwbaar middel voor schriftelijke communicatie, vooral tijdens de Wereldoorlogen. In het naoorlogse tijdperk nam het internationale toerisme een sterke vlucht vooruit en evolueerde de *tourist gaze*, waarbij de ervaringsdimensie van het toerisme steeds belangrijker werd, evenals het delen daarvan. In tegenstelling tot de gelijktijdige groei van het toerisme en ansichtkaarten in de vorige eeuw, zag de naoorlogse toeristische groei juist een daling in het gebruik van ansichtkaarten die niet konden concurreren met de alom toegankelijke telefoon als communicatiemiddel en camera als gepersonaliseerd visueel opnameapparaat.

In de decennia daarna kwamen er nieuwe technologieën zoals videocamera's die de communicatieve en verslaggevende praktijken van toeristen tijdens hun reis veranderend en de rol van ansichtkaarten verder naar de achtergrond drukten. De opkomst van het internet in de 20ste eeuw en het daaropvolgende web 2.0 tijdperk waren verdere scharnierpunten die niet alleen het reizen veranderde maar ook de manier waarop er over het reizen wordt gecommuniceerd. Digitale camera's, smartphones en drones bieden toeristen en ongekende reiservaring en laten toe om ervaringen online in realtime op te nemen en te delen. Het is des te meer opmerkelijk dat ansichtkaarten echter nooit helemaal zijn verdwenen in het hedendaagse toerisme, ondanks de afnemende culturele betekenis.

Om ansichtkaarten te laten resoneren met het hedendaagse toerisme dat sterk gemedieerd wordt door de sociale media, tracht ik aan te tonen hoe DIY-ansichtkaarten, als creatieve praktijk, kunnen helpen om dit visueel-tekstuele communicatiemedium nieuw leven in te blazen. Het paradigma van de *tourist gaze* is verder verschoven en benadrukt de performatieve en reflectieve aspecten van het toerisme, wat zich kan weerspiegelen in het tekenen van ansichtkaarten. Anders dan het maken van foto's en video's, is het tekenen geënt op de materiële belichaming van de maker. Een variërende mate van fictie kan worden gebruikt door een cartoonstijl die flexibiliteit biedt voor visuele overdrijving en het uitdrukken van ideeën. Hierdoor zijn ze meer geschikt voor het tot uitdrukking brengen van de gepersonaliseerde blik en identiteit van de toerist in vergelijking tot foto's met een realistische weergave. De tekstuele inhoud en andere elementen van de ansichtkaarten zullen echter niet worden besproken in dit artikel vanwege de beperkte ruimte.

Figuur 1 is een live schets van Wivenhoe House in Colchester die de scène weergeeft waarin mijn vriend en ik op het gras lagen



Figuur 4: Restaurant in Hongkong

terwijl ik deze ansichtkaart schetste. Figuur 2 toont een bruidspaar omringd door de officiële souvenirstempels in Rainbow Village in Taiwan. Ik maakte deze schets nadat ik de bruiloft van mijn zus in de buurt had bijgewoond. Behalve een toeristische ansichtkaart is dit ook een bedankkaartje voor de uitnodiging voor de bruiloft. De figuren 3 en 4 hebben betrekking op mijn avatars (twee aapjes), één in een Chinees restaurant in Hongkong, de andere in Leuven. De coverfoto combineert de skyline van Amsterdam en Hongkong. Deze kaart maakte ik tijdens de coronapandemie in een quarantainehotel in Hongkong na een vlucht vanuit Amsterdam. Het gaat om de denkbeeldige samensmelting van deze steden, surrealistisch benadrukt door de kleuren van de lucht. Het linkerdeel toont een zonsopgang in Hongkong, het rechterdeel een helderblauwe lucht in Amsterdam. Dit vertelt op zijn beurt op realistische wijze het tijdsverschil tussen de steden – als de zon ondergaat in Hongkong, is het middag in Amsterdam. De ansichtkaarten krijgen een tweede leven op sociale media, waar ze worden gedeeld terwijl de fysieke exemplaren worden verstuurd. Gaandeweg ontstaat een fotoverzameling die mijn identiteit vormgeeft als amateurkunstenaar en reiziger.

DIY-ansichtkaarten zijn doordrongen van een aantal fundamentele aspecten van de *tourist gaze*, zoals de nadruk op de visuele aspecten van het toerisme, mobiliteit, performatieve uitingen van het toerisme en artistieke creaties en het verlangen om reiservaringen te delen. De culturele veerkracht van ansichtkaarten in het toerisme ligt in hun materiële belichaming van de reiservaring, en dat kan niet volledig vervangen worden door andere digitale alternatieven. Het doen herleven van ansichtkaarten is niet alleen nostalgisch, maar ook een reflectieve kritiek op de evolutie van de *tourist gaze* en de manier waarop technologische ontwikkeling onze reiservaring heeft veranderd en nog steeds verandert.

#### Literatuurselectie

- Cure, M. (2018) *Picturing the Postcard: A New Media Crisis at the Turn of the Century*. University of Minnesota Press.
- Larsen, J. (2014) *The Tourist Gaze 1.0, 2.0, and 3.0*. In *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* (eds A.A. Lew, C.M. Hall and A.M. Williams).
- Urry, H. (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Los Angeles: Sage.
- Williams, S. (2009) *Tourism Geography: A New Synthesis* (2nd ed.). Routledge.

**Kin Wai Chu** (kinwai.chu@ugent.be) is postdoctoraal onderzoeker (FWO) aan de vakgroep Letterkunde van de Universiteit Gent. Haar huidige onderzoek focust zich op een kunsthistorische studie van strips vanuit een transcultureel perspectief