



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Orient im Hochglanzformat – Differenzen und deren Konstruktion in deutschsprachigen Jemen-Reisebroschüren

Verfasserin

Lisa Mine Orel

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, Juli 2012

Studienkennzahl: A 307

Studienrichtung: Kultur- und Sozialanthropologie

Betreuer: Dr. Johann Heiss

INHALTSVERZEICHNIS

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS:	VI
I. EINLEITUNG:	1
I. 1 FRAGESTELLUNG UND HYPOTHESEN	3
I. 2 KAPITELÜBERSICHT	4
II. DIE REPRÄSENTATIONEN DER ANDEREN:	6
II. 1 EDWARD SAID UND ORIENTALISM	9
II. 1. 1 Kernaussagen des Werks	10
II. 1. 2 Kritische Stimmen	12
II. 2 ORIENT-DARSTELLUNGEN IN DER REISELITERATUR	15
II. 2. 1 Europäische Reiseberichte über den Jemen	15
II. 2. 2 Reiseliteratur im Kontext von modernem Tourismus	17
III. ZUR METHODIK DER DISKURSANALYSE:	21
III. 1 WAS SIND DISKURSE?	21
III. 2 SPIELARTEN DER DISKURSANALYSE	23
III. 3 MATERIALAUFBEREITUNG	25
III. 3. 1 Diskursebene	25
III. 3. 2 Korpus	27
III. 3. 3 Kategorienbildung	27
IV. ANALYSE:	31
IV. 1 EXOTISMUS UND ROMANTISIERUNGEN	31
IV. 1. 1 Utopien	33
IV. 1. 1. 1 Märchen, Sagen und Legenden	33
IV. 1. 1. 2 Magie, Zauber, Mystik und Geheimnisse	40
IV. 1. 2 Lebenswelten	44
IV. 1. 2. 1 Essentialisierungen des Charakters	44
IV. 1. 2. 2 Beduinen-Romantik	46
IV. 1. 2. 3 Auf dem Basar	48
IV. 1. 2. 4 Religion	50
IV. 1. 3 Der Kontakt zur anderen Welt	52
IV. 2 ANACHRONISMUS	57
IV. 2. 1 Historische Hochkultur	57
IV. 2. 2 „Gleichzeitige Ungleichzeitigkeiten“	67
V. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE:	80
V. 1 ZUSAMMENHANG ZUR IRRATIONALITÄT	80
V. 2 DIE REISE ALS EROBERUNG	81
V. 3 FEHLENDE BESCHREIBUNGEN DER MENSCHEN	82
V. 4 BETONUNG EINER HISTORISCHEN „HOCHKULTUR“	83
V. 5 VERORTUNG DER GESELLSCHAFT IN DER VERGANGENHEIT	84
V. 6 ANWENDUNG WESTLICHER PARAMETER	85
V. 7 BETONUNG VON UNTERSCHIEDEN	86
V. 8 SPRACHLICHE STRATEGIEN	87
VI. FAZIT:	88
LITERATURVERZEICHNIS:	90
ANHANG:	99

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS:

Um den Textfluss nicht zu behindern, wurden die untersuchten Reisebroschüren mit Abkürzungen versehen.

AKAD	Studien- und Erlebnisreisen 2009/10 Akademischer Reisedienst
AL-BAB	http://www.al-bab.com/yet/de/home.htm
ARABICA	http://www.arabica-orientreisen.ch/jemen_programm.html
BEDU	http://www.bedu.de/yemen/tour_jem.html
BOTROS	Orient: Botros Tours
DJOSER	http://www.djoser.de/rundreise_jemen/22_tage_jemen/?gclid=CJ_EiaKE0Z4CFdSCzAodhg3D3g
EXTREMO	http://www.orient.xtremo.de/content.php?menuID=26
GEO	http://www.geo.at/eigenreisen/
HORIZONT	http://www.horizonttours.de/reisen/reisezeile/programmuebersicht/jemen/rundreise_jemen_socotra_15.html
JEMRE	http://www.jemenreisen.com/
JUMBO	http://www.jumbo.at/php/09KatalogLandV iew-neu.php?KONTINENT=Orient&LAN D=Jemen Orient 09/10 Jumbo Gruppe S.49
KNEISSL	http://www.kneissltouristik.at/de/291/
MAIERS	http://www.maiers.org/074-075.pdf
MOND	http://www.mondial.at/newscenter/news.p hp? newsID=1720&Kategorie=Erlebnissreise
NAHOST	http://www.nahost-entdecken.de/reisen/jemen_reisen.php

NOMAD	http://www.nomad-reisen.de/
ONHOL	http://www.onlineholidays.de/reisen/orient/naher-osten/jemen/rundreise_jemen.html
RAIRE	http://www.raiffeisen-reisen.at/raiffeisen-reisen/kultur-erlebnis-reisen/orient-zentralasien/20081202-jemen.php?navanchor
REISEKON	http://www.reisekontakte.at/laenderreisen/vordererorient/jemen/index.php
VERBÜ	Kultur- und Studienreisen 2010, Verkehrsbüro Reisen Wien
WIGWAM	http://wigwam-tours.de/expeditionen/arabien/jemen-sokotra.html?gclid=COH9w56F0Z4CFcmOzAod-IW84w

I. EINLEITUNG

Keine reale Grenze trennt die beiden, auf keiner Landkarte sind sie verzeichnet.

Orient und Okzident sind Ideen.

(Pflitsch 2003: 13)

Mit der Prämisse, dass „dem Westen“ ein „Osten“ gegenübersteht, gibt es Vorstellungen über diesen „Orient“, die sich quer durch alle Gesellschaftsschichten ziehen. Einerseits wird „der Orient“ mit Vorurteilen, Stigmatisierungen und Essentialisierungen behaftet. Eine Bezeichnung für dieses Phänomen ist „Orientalismus“. Daneben ist es aber andererseits „der Westen“, der sich durch diese Abgrenzung selbst konstruiert (vgl. Attia 2009: 56). Die Dichotomie zwischen Ost und West liegt also einer Imagination zugrunde. Die geschaffenen Differenzen dienen neben der Konstruktion des Selbst außerdem der eigenen Aufwertung.

Dieser „Orientalismus“ hat sich in unserer Gesellschaft hartnäckig etabliert. Diskussionsveranstaltungen über „den Islam“ im Sinne einer Störung oder Bedrohung, Demonstrationen gegen den Bau von Moscheen, Verallgemeinerungen wie Zwangsehe, Patriarchat und Demokratiefeindlichkeit werden nicht, wie man meinen mag von frauenpolitischen Demokratiebewegungen getragen, sondern vor allem von rechtspopulistischen Parteien in Europa. Diese sind nicht unbedingt der Grund für die Verankerung von Stigmatisierungen „des Orients“. Sie verschärfen natürlich die Argumentationen und gliedern die Thematik teilweise in eine schon bestehende emotionalisierte politische Debatte über Migrations- und Integrationsthemen ein. Die Basis ihrer Polarisierungen beruht aber auf schon bestehenden Mythen und Diskursen, die es über „den Orient“ gibt, und auf der Tatsache, dass viele dieser oft schon Jahrhunderte alten Vorurteile bisher nicht erfolgreich aufgelöst wurden.

Neben negativen Stereotypisierungen gibt es aber auch solche, die einen besonderen Reiz ausmachen. Darunter fallen beispielsweise gesellschaftliche Tabus, die durch dieses „Outsourcing“ von Sehnsüchten und Wünschen schließlich dennoch ausgelebt werden.

Im Feld der postkolonialen Studien war die Auseinandersetzung mit Repräsentationen wesentlich, transportierten diese doch hauptsächlich eine Außensicht der kolonialisierten Länder, welche aber als objektives und allgemein gültiges Wissen dargestellt wurde. Viele wissenschaftliche Erkenntnisse stützen sich auf Urteile im Namen dieser Kolonialmächte und sollten kritisch beleuchtet werden. Edward Said (1935-2003) führte in diese Debatte die Darstellungen „des Orients“ ein. Er brachte mit seiner Studie *Orientalism* für einige Disziplinen einen Stein ins Rollen: „Postkoloniale Studien sind insbesondere in den Literatur- und Kulturwissenschaften entwickelt worden. Insofern verwundert es nicht, dass Studien zum Orientalismus primär literarische und kulturelle Dokumente analysieren“ (Attia 2009: 56). Mächtige Diskurse kommen in Repräsentationen „des Orients“ zum Tragen. Nicht nur, um den Herrschaftsanspruch der Kolonialmächte über die kolonialisierten Länder zu legitimieren, sondern auch im wissenschaftlichen Kontext, in Film, Literatur oder im alltäglichen Sprachgebrauch haben sich gewisse Bilder „des Orients“ etabliert.

Auch Tourismus und Reiseliteratur machen einen Teil des Diskurses über den Orient aus: „Für die Geschichte der europäischen Orientbilder waren [...] vielmehr populärere Textgattungen, vorneweg die Reiseliteratur, [ausschlaggebend]“ (Pflitsch 2007: 174 ff.). In diesem Feld wird nach wie vor offenherzig mit Klischees gespielt, um gezielt Erwartungen seitens der Tourist_innen hervorzurufen. Es wird dabei nicht einmal unbedingt versucht, so etwas wie „authentische“ Repräsentationen zu erzeugen. Die Bilder des „Orient“-Diskurses werden ohne Anspruch auf Objektivität reproduziert, aber dennoch als zum „Orient“ gehörig wahrgenommen. Insofern kann man Tourismus und vor allem Tourismus-Werbung als Mythen in der sonst angeblich so rationalen westlichen Welt verstehen.

Im Feld Tourismus und Repräsentation existieren bereits mehrere Untersuchungen. Beispielsweise kann man Studien darüber finden, wie sich China anhand eines Image-Videos selbst darstellt (Yan & Santos 2009) oder wie sich das Wadi Ramm in Jordanien touristisch repräsentiert (Chatelard 2001). Speziell auf Reisebroschüren bezogen finden sich quantitative Untersuchungen, wie z. B. über ihren Einfluss auf die Reiseentscheidung (Molina & Esteban 2006) oder über ethnische Repräsentationen in kanadischen Broschüren (Buzinde et al. 2006). Echtner und Prasad (2003) untersuchten Reisebroschüren nach Mythen über so genannte „Dritte-Welt-Länder“.

I. 1 FRAGESTELLUNG UND HYPOTHESEN

In der folgenden Untersuchung sollen Bilder „des Orients“ in Reisebroschüren beleuchtet werden. Ziel dieser Untersuchung ist daher nicht, aufzuzeigen, was in den untersuchten Texten faktisch „richtig“ oder „falsch“ ist. Vielmehr sollen diese Bilder als Produkt einer Gesellschaft, die „dem Westen“ zugerechnet wird, offengelegt werden. Zur Analyse dienen die Texte deutschsprachiger Reisebroschüren, die neben anderen Medien dazu beitragen, eine bestimmte Auswahl dieser Vorstellungen weiterzutragen. Diese Auswahl ist spezifisch und durch die Textsorte an sich beschränkt. Durch die Methodik der Diskursanalyse sollen diese Topoi herausgearbeitet werden. Die übergeordnete Fragestellung für diese Untersuchung lautet:

- *Wie werden in deutschsprachigen Reisebroschüren über den Jemen Differenzen geschaffen?*

Um diese Frage zu klären, ist es erst einmal wichtig zu beleuchten, welche theoretischen Überlegungen es zu Repräsentationen anderer Menschen gibt. Die Mechanismen dahinter gilt es aufzudecken, um sich dem Thema kritisch nähern zu können. Der Fragestellung werden weitere Fragen untergeordnet, die durch die Analyse beantwortet werden sollen:

- *Was wird im untersuchten Korpus als für den Jemen normal, was als außergewöhnlich betrachtet?*
- *Was wird hervorgehoben, was gar nicht erwähnt?*
- *Was sind „Tools“, um zu homogenisieren, zu pauschalisieren oder zu marginalisieren?*
- *Welche „Settings“ werden inszeniert, welche Typen kreiert?*
- *Wie ist die Rolle der Reisenden angelegt?*
- *Was könnte westliche Erwartungshaltungen bedienen?*

Im Folgenden sollen die dazugehörenden Hypothesen erläutert werden.

Eurozentrische Sichtweise: Im Korpus ist mit keinem Blick von innen zu rechnen,

sondern nur mit einer „Außenansicht“. Diese ist geprägt von kollektiven „westlichen“ Wertvorstellungen. Auch historisch gesehen kann man Darstellungen von Figuren und Zäsuren erwarten, mit denen die deutschsprachigen Leser_innen angesprochen werden, und nicht die Jemenit_innen selbst. Gemeint sind damit beispielsweise die Erwähnung der Königin von Saba und anderer biblischer Protagonist_innen oder die Bevorzugung der eigenen Zeitrechnung vor der islamischen.

Schwerpunkt auf historische Phänomene: Die aktuelle Realität wird durch den Schwerpunkt auf historische Phänomene verdrängt. Während man von Jahrtausende alten Reichen liest, erfährt man wahrscheinlich kaum etwas darüber, was z. B. politisch im letzten Jahrhundert passiert ist. Die Jemenit_innen werden dadurch nebenbei so dargestellt, als würden sie in der Vergangenheit verharren.

Auswahl der Themen charakteristisch für Textsorte: Bestimmte orientalistische Bilder finden deshalb Eingang in das Korpus, weil sie gut vermarktbar sind. Andere fehlen, weil sie die Leser_innen abschrecken würden.

Sprachliche Strategien zur Homogenisierung: Bestimmte Begriffe werden als kollektiver Singular, abstrakt oder passiv angewendet, um individuell handelnde Individuen als homogen und gleichgeschaltet darzustellen.

I. 2 KAPITELÜBERSICHT

Zunächst werden in dieser Untersuchung die *Repräsentationen der Anderen* (I) und deren Effekte auf Machtverhältnisse behandelt. In diesem Zusammenhang ist auch wichtig, dass Konzepte wie Authentizität und Wahrheit wesentlich sind für die Etablierung dieser Darstellungen. Edward Said hat sich speziell mit Repräsentationen „des Orients“ beschäftigt. Ihm, seinem Verständnis von „Orientalismus“ und seinen Kritiker_innen ist deshalb ein Unterkapitel (I.1) gewidmet. Der Fragestellung angepasst wird danach auf den Einfluss von Reiseliteratur auf die Vorstellungen über „den Orient“ (I.2) eingegangen. Einerseits kann man die heutigen Bilder in einem Kontinuum zu denjenigen sehen, die europäische Jemen-Reisende mit dem „Orient“ verbanden und in ihren Reiseberichten (I.1.1) niederschrieben; andererseits werden

sie in touristischen Werbetexten (I.1.2) reproduziert.

Um sich der *Methodik der Diskursanalyse* (II) zu nähern, sollen vorab erst einige Definitionen um den Begriff „Diskurs“ (II.1) beleuchtet werden. Erst danach soll auf die Varianten der Diskursanalyse eingegangen werden (II.2). Aus diesem Pool von Analysemöglichkeiten soll eine für diese Untersuchung zweckmäßige Herangehensweise gefunden werden. Den theoretischen Hintergrund dafür geben vor allem Siegfried Jäger (2001), Jürgen Link (2006) und Philipp Sarasin (2006). Schließlich wird in der Materialaufbereitung die Diskursebene definiert und dargelegt, woraus das Korpus zusammengesetzt ist. Auch die Kategorienbildung soll beleuchtet werden: Die Analysekategorien stehen dabei nicht im Vorhinein fest, sondern werden mit Hilfe der übergeordneten Fragestellungen aus dem Text heraus generiert.

Im praktischen Teil der Untersuchung (III) werden die herausgearbeiteten Hauptkategorien (einerseits Exotismus und Romantisierungen, andererseits Anachronismus) mit ihren Unterkategorien anhand von Beispielen vorgestellt und hinsichtlich des Inhalts und der Verteilung ihrer Aussagen zusammengefasst. Hier spielen vor allem die „Schlüsselbegriffe“ eine Rolle, die ebenfalls aus den Texten abgeleitet wurden. Es wird darauf geachtet, in welchen Zusammenhängen diese Schlüsselbegriffe angewendet werden und inwiefern daraus Tools entstehen, um Differenzen und Asymmetrien zu erzeugen. Für die Analyse spielen daneben weitere thematische Zusammenhänge und stilistische Mittel eine Rolle. Schließlich werden diese Aussagen in einen größeren Kontext gestellt und bewertet, inwieweit sie Bezug auf die Hauptkategorien nehmen. Daneben ist weiters von Interesse, welche thematischen Unterschiede sich zwischen Berichten früherer Jemen-Reisender und Werbebroschüren abzeichnen.

II. DIE REPRÄSENTATIONEN DER ANDEREN

The question of representation that is raised is both epistemological and moral.

(Barnes & Duncan 1998: 7)

Die Frage nach der Repräsentation der Anderen war unter einigen postkolonialen Autor_innen (z. B. Said 2009, Clifford & Marcus 1986) vorrangig. Wer betrachtet wen und daraus folgend: Wer repräsentiert wen und spricht so für jemand Anderen? Sowohl die generellen Möglichkeiten der Veröffentlichung als auch die Motivation, die Anderen zu erforschen, haben westlich-kolonialistische Tradition. Das bedeutet nicht, dass das Interesse sonst nicht gegeben ist oder war. Aber es hat sich in Zeiten von Kolonialismus und der Suche nach neuen Ressourcen und Märkten ein verstärkter Bedarf nach Erforschung anderer Kulturen herausgebildet. Es war dabei eine gängige Vorgehensweise, die Anderen mit Zuschreibungen zu versehen, die als konträr zur eigenen Gesellschaft verstanden wurden. Zudem wurden diese Menschen als homogene Einheit gesehen. Diese Praxis des “defining its colonies as ‘Others’” (Spivak 1985: 128) nennt Spivak „Othering“ (ebd.). Analog dazu wird in dieser Arbeit der Begriff der „Anderen“ im Sinne von Menschen, die in einer Opposition zu einem „Wir“ gestellt werden und meist mit Zuschreibungen bedacht sind, groß geschrieben.

Neben europäischen Akteur_innen des Kolonialismus gibt es aber noch andere Gründe dafür, warum sich die Darstellungen mancher Menschen in bestimmter Art und Weise gefestigt haben. Die Repräsentation als Text an sich hat bereits autoritären Charakter. Die Frage des Mediums und der Zielgruppe stellt sich außerdem. So unterscheiden sich grundsätzlich Stil und Thematik eines Presseartikels von denen einer Werbebroschüre. Lutz und Collins bemerken in ihrer Analyse des *National Geographic*, wie sich dessen Fotos von anderen Medien unterscheiden: “The Geographic’s shunning of the poor, the ill and the hungry throughout much of the fifties, sixties, and seventies stands in marked contrast to images in other media portraits of the third world“ (Lutz & Collins 1993: 105). Es gilt also, Repräsentationen ständig bezüglich ihrer Intentionen zu hinterfragen.

Daher wird die Ansicht vertreten, dass Texte nicht nur Sinn wiedergeben. Eher sind

sie es, die erst Sinn erzeugen: „[S]ince the ‘cultural turn’ in the human and social sciences, meaning is thought to be *produced* – constructed – rather than simply ‘found’“ (Hall 1997a: 5). Und auch Barnes und Duncan (1998: 3) befinden: “Writing is constitutive, not simply reflective”. Repräsentative Texte kann man im Hintergrund konstruktivistischer Kritik außerdem dafür verantwortlich machen, soziale Hierarchien zu erzeugen (vgl. Lutz & Collins 1993: 3).

Nun existieren schon mindestens seit Beginn der kolonialen Expansion Aufzeichnungen über Andere, die sich in unseren Köpfen verankert haben. Solche Repräsentationen haben oft einen objektiven und wertfreien Anspruch. Sie wiederholen sich unhinterfragt und stützen damit immer wieder ein bestimmtes Weltbild. Wie bewusst das passiert, ist schwierig zu beantworten, aber das Vertrauen auf westliche Expertise und deren Kontinuität bleibt meist unhinterfragt. Finden sich daraufhin immer wieder ähnliche Be-, bzw. Zuschreibungen und Informationen, konstruiert sich daraus ein rundes Bild, das von unterschiedlichen Quellen gespeist wurde und deshalb scheinbar objektiven Charakter angenommen hat. Die wiederholende Bestätigung der Informationen ist aber keine Garantie für „Wahrheit“ und „Richtigkeit“, sondern eine kollektive Zustimmung, die so das Wissensrepertoire (nicht nur) des Alltags formt.

Die Verknüpfung dieser unterschiedlichen Quellen und Assoziationen miteinander schaffen ein semantisches Netz, was man auch als Intertextualität bezeichnen kann. Eindrücke und Meinungen werden durch unterschiedliche Texte und Medien gespeist. Die Bilder in unserem Kopf werden neben Texten beispielsweise auch durch Visualisierungen konstruiert. Stuart Hall analysierte Pressefotos von Menschen mit schwarzer Hautfarbe. Die Wahrnehmung dieser Menschen hängt aber nicht nur vom jeweiligen Foto an sich ab:

[I]mages do not carry meaning or ‘signify’ on their own. They accumulate meanings, or play off their meanings against one another, across a variety of texts and media. Each image carries its own, specific meaning. But at the broader level of how ‘difference’ and ‘otherness’ is being represented in a particular culture at any one moment, we can see similar representational practices and figures being repeated, with variations, from one text or site of representation to another. (Hall 1997b: 232)

Mittlerweile haben sich durch Praxen wie Wiederholung und Intertextualität mehr als nur Assoziationen herausgebildet: kulturelle Repräsentationen haben narrativen Charakter (vgl. Clifford 1986: 100). Bei bestimmten Auslösern werden ganze Ketten von Schlussfolgerungen aktiviert, die sich gemeinsam zu einer „Erzählung“ verdichten können, in der immer wieder dieselben Assoziationsketten abgerufen werden.

Die Repräsentationen Anderer haben das Potential, als „authentisch“ klassifiziert zu werden. Authentizität wird von Akteur_innen geschaffen, die als Autoritäten auf einem Gebiet wahrgenommen werden. So gelten Anthropolog_innen aus dem Westen als „markers of authenticity“ (Wood 1997: 8). Sie legen auch Themen fest, die relevant werden, weil jemand davon schreibt und nicht unbedingt, weil sie es bereits sind. Die Ergebnisse werden dann oft als „Wahrheiten“ oder „Fakten“ angenommen. Rabinow nannte seinen Beitrag in *Writing Culture* (Clifford & Marcus 1986) daher auch „Representations are social facts“.

Auf einer konstruktivistischen Ebene kann man jede Wahrheit als ein dem System untergeordnetes Phänomen betrachten. Für Rabinow ist Macht „productive and permeative of [...] the production of truth in our current regime of power“ (Rabinow 1986: 241). Macht und Wahrheit sind insofern miteinander verbunden, als machtvolle Diskurse bestimmen, was wahr ist. Wahrheit entspringt dabei nicht nur dem jeweiligen Machtgefüge, sondern hilft gleichzeitig mit, dasselbe aufrecht zu erhalten. Hall argumentiert mit Foucault, wenn er sagt, Wissen in Verbindung mit Macht habe nicht nur einen Wahrheitsanspruch, sondern auch die Macht „to make itself true“ (Hall 1997c: 49, Hervorhebung im Original).

This interplay of power and knowledge (Foucaultians write ‘power/knowledge’) and the historical link between social science and social control pose obvious dilemmas for the radical social scientist. We have to recognise that we are inevitably part of a tradition of knowledge, one which we may criticise, certainly, but which we cannot entirely escape. (Cameron et al. 1999: 142)

Hinter jedem Text steht also ein Subjekt, das sich nicht einfach über sein eigenes Macht- und Wertegefüge hinwegsetzen kann. Zu anthropologischen Repräsentationen befinden Clifford und Marcus (1986: 7) diesbezüglich: „Even the best ethnographic texts – serious, true fictions – are systems, or economies, of truth. Power and history

work through them, in ways their authors cannot fully control“. Formale Aspekte sowie inhaltliche Fragestellungen (Was ist normal? Was das Besondere?) muss man sich erst aneignen. Sie folgen bestimmten Mustern und reihen sich in eine Tradition von Texten ein. „We [anthropologists] step into a stream of already existing representations produced by journalists, prior anthropologists, historians, creative writers, and of course the subject of study themselves“ (Marcus & Fischer 1999: xx). Für die Sinn-Konstruktionen in Texten sind nicht nur Autor_innen wichtig. Auf der „anderen Seite“ des Textes stehen die Leser_innen. Diese Rezipient_innen sind keineswegs eine tabula rasa – auch wenn einschlägige Erfahrungen vielleicht sogar vollständig fehlen. Man konstruiert, interpretiert und verarbeitet das Geschriebene mit den jeweiligen gesellschaftlich geprägten Vorannahmen, aber auch mit eigenen Erfahrungen (vgl. Hall 1997c: 33).

Seien es Bilder oder Forschungsberichte, Repräsentationen begegnen uns überall in verschiedensten Formen. Sie sind aufgeladen mit Wertungen und Assoziationen und können (vor allem durch das Prädikat „authentisch“) autoritären Charakter erlangen – bis hin zu Macht in Form eines vermeintlichen „Wissens“, das wertfrei erscheint. Repräsentationen können daher auch als Macht- und Kontrollinstrumente wahrgenommen werden und in postkolonialer Zeit sind sie es, die Macht verkörpern: “[I]n postcolonial times the act of power takes the form of representation“ (Yan & Santos 2009: 296).

II. 1 EDWARD SAID UND ORIENTALISM

Die „Orientalismus“-Debatte wurde (nicht nur, dafür sehr prominent) von Edward Said geprägt. Der US-Literaturtheoretiker palästinensischer Herkunft veröffentlichte 1978 erstmals das Werk *Orientalism*. Dieses entwickelte sich zu einem polarisierenden Werk, das sowohl als richtungweisend für postkoloniale Theorien als auch als reich an theoretischen Schwächen angesehen wird.

II. 1. 1 Kernaussagen des Werks

Das, was Said unter Orientalismus versteht, definiert er an einer Stelle als „Darstellungen der Kulturen und Zivilisationen östlich des Westens“ (Said 2009: 17). Wo auch immer diese geografischen Grenzen angesiedelt sind – ihre Darstellungen stehen in keiner Tradition, die man als „neutral“ oder „objektiv“ sehen kann, sondern dienen „dem Westen“ als Hilfsmittel zur Aufwertung. Diese Aufwertung kann u. a. dadurch passieren, dass Kulturen als auf kulturell unterschiedlich entwickelten Stufen stehend gesehen werden (vgl. ebd.: 18). Dabei wird der Orient als statisch betrachtet, „um die eigene Geschichte als Fortschrittsgeschichte erzählen zu können“ (ebd.: 62). In so einem Modell wird „der Westen“ zur Spitze einer Entwicklung, die allen gleich ist, und somit als Nonplusultra einer sozialen oder kulturellen Evolutionsgeschichte angesehen. Der Orient sei also statisch und entwickle sich nicht in der Form, wie es die Herkunftsländer derjenigen tun, die über ihn schreiben; somit ist der Orient auch „zeitlos“ (vgl. Castro Varela & Dhawan 2005: 35).

Eine weitere Definition Saims für Orientalismus ist die eines „Analyserahmen[s], der sich zusammensetzt aus Theologie, Philosophie und Soziologie, aus Repräsentationstechniken, literarischer Fiktion und Reiseschriftstellerei, aus der Weise, wie Macht und Wissen ausgedrückt werden“ (Said 2009: 26). Dieses Wissen (oder was man darunter versteht) dient also als Herrschaftsinstrument. Dabei spielt die Autorität der Wissenschaften eine besondere Rolle, da das Orientalismus-Konzept so erst getragen und gefestigt werden konnte. Die Studie enthält Stimmen von (vor allem britischen und französischen) Persönlichkeiten aus Politik, Wissenschaft oder Literatur, die zur Essentialisierung des „Ostens“ beitrugen. Said zeichnet nach, wie sich dieser Diskurs über gewisse Autoritäten und Orient-Experten als Wissen gefestigt hat. Diese Autor_innen, die über den „Orient“ schreiben, knüpfen immer wieder an schon bestehende Traditionen an. Auch hier spielt Intertextualität (vgl. ebd.: 31) eine wichtige Rolle. Einerseits wird der Diskurs so verbreitet, andererseits wird das Wahrheits- oder Relevanzempfinden verstärkt, wenn man unterschiedlichste Quellen heranziehen kann. Der orientalistische Faden zieht sich quer durch viele Genres – seien sie wissenschaftlich oder nicht. So auch Said: „Der Orientalismus ist kein rein akademischer, sondern ein allgemein-kultureller Diskurs“ (ebd.: 168).

Oft im Verlangen danach, die Welt zu beschreiben, aber auch um Machtverhältnisse

zu stützen bzw. herauszubilden, wurden in den Sozialwissenschaften verschiedene Typisierungen und Kategorisierungen von Menschen vorgenommen. Dabei wurden die Unterschiede stärker betont als das Gemeinsame: „Sprachen, Völker, Typen, Farben, Mentalitäten, was jedoch weniger neutrale Etiketten sind, sondern wertende Interpretationen. Diesen Kategorien liegt der streng binäre Gegensatz von ‚unser‘ und ‚derer‘ zugrunde“ (ebd.: 260 ff.). Was wie ein Vorwurf an einzelne erscheint, ist aber eher einer an die Gesamtheit der Wissenschaftstradition, die unhinterfragt Konzepte aufgenommen und weiterentwickelt hat.

Ein Grund, die Anderen als minderwertig anzusehen, ist der, sich selbst überlegen zu fühlen und dadurch aufzuwerten (vgl. ebd.: 167). Dies kann aber außerdem zur eigenen Identitätsfindung beitragen. Was wäre das „Selbst“, wenn es keine Antipoden hätte, durch die Kontraste geschaffen werden? Viel einfacher als zu klären, wie oder was man ist, ist eindeutig, wie oder was man *nicht* ist. Ein solcher Prozess kann durch eine reale Bedrohung wie die der Osmanischen Expansion verstärkt und so über eine lange Zeit hinweg aufrecht erhalten werden. Die Existenz eines „Orients“ ist also auch ein Spiegel (vgl. Pflitsch 2003: 15) – aufgeladen mit diversen Fantastereien –, der dabei behilflich ist zu definieren, wie man sich selbst gerne sieht, oder eben auch nicht sieht.

In *Orientalism* geht es auch darum, wie sich dieser Diskurs heute auswirkt. Es mag unterschiedliche Gründe geben, warum jenes Phänomen in der Gegenwart noch eine Rolle spielt. Hauptsächlich wohl deshalb, weil „diese Muster so oft überarbeitet worden [sind], daß sie dem Westen als normal erscheinen“ (Said 2009: 82). Wird eine Aussage ständig repetiert, kann man davon ausgehen, dass sie sich irgendwann womöglich im „Allgemeinwissen“ verankert. Da wird es schwierig: Versieht man etwas mit dem Attribut „normal“, wird es niemals als schlimm, anstößig oder überdenkenswert empfunden, sondern einfach als selbstverständlich. Unterstützend wirkt dabei der Aspekt, dass diese Reproduktion „unbewusst“ verläuft (ebd.: 165).

Ein weiterer Grund könnte das fehlende Bewusstsein für Essentialisierungen solcher Art sein: „[W]ährend es heute nicht mehr zulässig wäre, vom ‚Negergeist‘ oder vom ‚jüdischen Charakter‘ zu sprechen, stößt sich offenbar niemand an Forschungsthemen wie ‚die islamische Mentalität‘ oder ‚der arabische Charakter‘“ (ebd.: 301). Menschenrechtsverletzungen und Barbareien gegenüber „Orientalen“ finden sich in der jüngeren Geschichte; sie haben aber scheinbar keine Spuren in den Medien oder

im kollektiven Bewusstsein des „Westens“ hinterlassen, die groß genug wären, als dass nun der Konsens herrsche, sie in einer Opferrolle zu sehen und ihnen mit erhöhter Sensibilität zu begegnen. Gerade aber „Orient-Expert_innen“, die ein homogenes Bild von Araber_innen zeichnen, werden oft rezipiert. Werke wie *The Arab Mind* (Patai 2007) oder *Die Wut der arabischen Welt* (Lewis 2004) erfreuen sich im euroamerikanischen Raum großer Beliebtheit. Stilistisch wirkt sich das so aus, „dass ‚den Araber‘ oder ‚die Araber‘ eine eigentümliche Aura des Abseitigen oder der kollektiven Gleichartigkeit umgibt, die alle Spuren von erzählbaren individuellen Lebensgeschichten auslöscht“ (Said 2009: 263). Diese Methode schaltet die Menschen gleich, damit sie in die jeweilige Argumentationslinie passen. Differenzierungen müssen den so entstandenen, meist einfachen Antworten auf komplexe Fragen weichen.

Für Said ist der „Orient“ also ein geografisch und kulturell nicht genau definierter Raum. Dennoch ist er mit ganz bestimmten Attributen aufgeladen, welche aber nicht starr sind und sich je nach Kontext im Laufe der Zeit verändert haben. Pflitsch erwähnt in einem historischen Überblick einige davon, wie „Aspekte des Orients als Ort der Sinnlichkeit, der Spiritualität, der Pracht, des Luxus, des Rausches, der Exotik, des Märchenhaften und des Fanatismus“ (Pflitsch 2003: 69). Auch Despotismus (z. B. Curtis 2009) ist ein immer wieder kehrendes Thema. Orientalistische Repräsentationen sind außerdem oft von einem bestimmten Stil geprägt.

II. 1. 2 Kritische Stimmen

Wie zu Beginn erwähnt, wurden Said's Konzept mehrere Kritikpunkte entgegengesetzt. Laila Abdallah nennt einige davon: In methodologischer Hinsicht sind das die „mangelnde geographische Spezifizierung“ des Said'schen Orients, die „mangelnde zeitliche Eingrenzung dessen, was Said als Orientalismus begreift“ und „Said's Fixierung auf Repräsentationen durch Texte“ (Abdallah 1998: 28). Die geografische Definierung hat Said aber nicht unbewusst verabsäumt – im Gegenteil. Es ist vielmehr von Vorteil, einen mit Wertungen aufgeladenen Raum nicht exakt auf seine Grenzen festzulegen, um Stigmatisierungen flexibel auf die jeweilige Argumentationslinie anzupassen. Andererseits legt Abdallah auch die Kernpunkte der

inhaltlichen Kritik an Said dar: Die Dichotomie Orient-Okzident wird geschärft statt verworfen (vgl. ebd.: 31), es wird „beständig ein realer Orient impliziert“ und die „Macht und Eigenständigkeit des Orientalismus betont“ (ebd.: 31). Saims These wird inkonsequent, wenn er bemängelt, dass die Beschreibungen eines „realen“ Orients diesem nicht gerecht werden. Das steht aber im Widerspruch zu dem Konzept, dass es „den Orient“ per se ja gar nicht gibt und er als eine reine Konstruktion des „Westens“ angesehen werden soll.

Schwächen in der Analyse von deutschem und britischem Orientalismus werden von Bryan Turner bemängelt (vgl. Turner 1994: 5). Der Anspruch, ersteren abzudecken, wurde von Said auch nicht gestellt. Mittlerweile wurde dies von einigen Autor_innen nachgeholt (Fuchs-Sumiyoshi 1984, Weber 2001, Kontje 2004). Für diesen wäre nach Jenkins das Fehlen kolonialer Interessen im „Orient“ kein ausreichender Grund, *keine* stereotypen Orient-Bilder zu kreieren (vgl. Jenkins 2004: 99).

Die reine Bezugnahme auf Texte sieht Turner als Gefahr, einem “vicious solipsism” (Turner 1994: 7) zu verfallen, “in which there can be no distinction between fictional writing and social reality” (ebd.). Offensichtlich spielen unterschiedliche Textsorten eine Rolle, was aber angesichts einer erweiterten Sichtweise durch Intertextualität kein Nachteil sein muss. Und es geht in *Orientalism* hauptsächlich um Texte – Said ist schließlich Literaturwissenschaftler. Bereiche, die von anderen Disziplinen abgedeckt werden können, wurden durch Saims Arbeit offengelegt; es liegt an den Akteur_innen des Diskurses der Wissenschaften, seine These für den jeweiligen Bereich zu verwerfen oder nicht. Die Perspektive, der Orient sei textualisiert (vgl. Said 2009: 194), klingt einseitig. Vielleicht könnte man dem entgehen, wenn man die Definition von Text stark erweitert. Dass Said seine Erkenntnisse allein aus Texten zieht, mag man ihm zum Vorwurf machen, dass er sie aber aufgrund dessen nicht ziehen kann, weil er unter anderem fiktionale Texte behandelt, geht aber vielleicht zu weit. Kann man doch durch immer wiederkehrende Motive in der Literatur auch Ideen der Gesellschaft, in der sie entstanden sind, herauslesen.

Als letzten (und konklusiven) Kritikpunkt nennt Turner Okzidentalismus – in seiner Definition Ablehnung „des Westens“ und „der Moderne“ – welcher in einer “Islamization of knowledge” münden kann (vgl. Turner 1994: 7 ff.). Er meint hier, dass die Saimsche Kritik (wie auch die von Foucault) eine “authenticity of tradition”

(ebd.: 7) über ein Wissen stellt, das etwa von außen kommt, und dadurch eine fundamentalistische Lesart von islamischem Wissen bekräftigen und einen Graben zu „Moderne“ und Säkularisierung schaffen würde.

Man könnte der Kritik noch hinzufügen, dass Said nicht nur von einem statischen Orient, sondern auch von einem Okzident ausgeht, der sich nicht verändert und einer ähnlich konstruierten Imagination unterliegt. Dieses Phänomen wird in dem Sammelband *Occidentalism* von James G. Carrier behandelt. Seiner Meinung nach sind sowohl Orientalismus als auch Okzidentalismus Ergebnisse von Essentialisierungen (vgl. Carrier 2003: 8).

Der Grund, warum Saims Werk auch heute noch oft rezipiert wird, liegt wahrscheinlich in der völlig neuen Perspektive, die er etabliert hat. Unter Rücksichtnahme einiger Kritikpunkte an dem Werk *Orientalism* öffnet dessen Grundgedanke – die Konstruktion „des Orients“ – dennoch Türen zu einem neuen Untersuchungsfeld und theoretischen Weiterentwicklungen. In der Auseinandersetzung mit dem „Orient“ und dessen Repräsentation kann man *Orientalism* jedenfalls nicht mehr unbeachtet lassen.

Gibt es einen Ausweg aus dem orientalistischen Dilemma? Clifford paraphrasiert Said, wenn es um zukünftige Forschungen geht: “Should criticism work to counter sets of culturally produced images such as those of Orientalism with more ‘authentic’ or more ‘human’ representations?” (Clifford 1988: 259). Diese Frage kann man wohl nur verneinen. Denn was genau stellt man sich unter „authentisch“ oder „menschlich“ vor? Und wann weiß man, ob eine Repräsentation dieses Prädikat verdient? Vielleicht ist schon die Tatsache, dass heute viel mehr Forscher_innen eine Stimme bekommen haben, ein gutes Zeichen.

II. 2 ORIENT-DARSTELLUNGEN IN DER REISELITERATUR

II. 2. 1 Europäische Reiseberichte über den Jemen

Die Bilder, die der Begriff „Orient“ hervorruft, sind vielfältig. Je nach Kontext werden diese oder jene hervorgerufen. Einen großen Einfluss auf diese Bilder hatten bestimmt frühe Reisende, die ihre Erfahrungen und Gedanken über ihre Umwelt festhielten. Manche trugen auch dazu bei, diverse Mythen über koloniale Eroberungen zu erzeugen (vgl. Kabbani 1993: 147).

Nach Said trugen „Reiseberichte [...] mehr als große Unternehmen wie die verschiedenen Indien-Gesellschaften dazu bei, Kolonien zu schaffen und ethnozentrische Perspektiven zu festigen“ (Said 2009: 142). Diese mehr oder weniger gefestigten Perspektiven, die auch heute in Reiseführern und -broschüren reproduziert werden, machen einen Teil des Diskurses über den Orient aus. Frühere Reiseberichte über den Jemen und aktuelle Reisebroschüren stehen also in einer Tradition: Sie handeln jeweils vom Reisen in den Orient, erwecken bei den Daheimgebliebenen bestimmte Erwartungen und rufen gewisse Bilder hervor.

Bei den hier behandelten Reiseberichten sind solche Schriften gemeint, die „zwischen den wissenschaftlich-intentionierten Forschungs- und Entdeckungsberichten einerseits und den fiktionalisierten Reiseberichten und Reiseromanen andererseits“ (Link 1963: 8) einzuordnen sind. Diese literarischen Reiseberichte sind stark subjektiv geprägt. Die persönliche Erfahrung des Reisens, die oft chronologisch beschrieben wird, wird ohne weiteres durch biologische, geografische oder ethnografische Anmerkungen (bis zu größeren Ausführungen) ergänzt. Wie auch Reisebroschüren pendeln sie zwischen nüchtern-realistischen und ausufernd-übertreibenden Beschreibungen. Beiden Genres haftet ein Duft von Populärliteratur an, weshalb für einige ihre eingehendere Erforschung möglicherweise zu wenig seriös oder prestigeträchtig sein könnte (im Gegensatz zu „hochkultureller“ Literatur oder Aussagen von wichtigen Staatsmännern).

Nach Jens Willhardt stammen die ersten Berichte über Südarabien von

venezianischen und portugiesischen Handelsreisenden aus dem 16. Jh., gefolgt von französischen, holländischen und britischen des 17. Jhs., die den heutigen Jemen (unter anderem wegen des Handels mit Kaffee) und Indien bereisten und dabei vor allem die Küstenhäfen ansteuerten (vgl. Willhardt 2004: 50).

Europäische Reisende hatten mehrere Gründe, in den „Orient“ zu reisen. Osterhammel zählt dafür fünf Anlässe auf: diplomatische Missionen nach China, Handel und Kolonialpolitik (über den Seeweg), christliche Missionen, wissenschaftliche Forschungsreisen und Individualreisen (vgl. Osterhammel 1989: 228). Die literarischen Reiseberichte, die in dieser Arbeit behandelt werden, kann man hauptsächlich zu den letzten beiden Kategorien zählen, wobei jene von Individualreisenden aufgrund hoher Kosten und nicht so ergiebiger Möglichkeiten wahrscheinlich erst viel später auftraten. Im Lauf der Jahrhunderte veränderten sich die Reisemotive. So waren unter den Reisenden anfänglich „Missionare, Abenteurer, Eroberer und seit dem 17. Jh. Kaufleute [...]“. Erst ab der zweiten Hälfte des 18. Jhs. folgen Forschungsreisende und wiederum Abenteurer“ (Willhardt 2004: 50). Der Abenteurer Ludovico di Varthema bereiste allerdings bereits Anfang des 16. Jhs. den Jemen. Während seine Ankunft in ‘adan als glaubwürdig eingestuft wird, sind die Beschreibungen seiner Gefangenschaft in seinem 1510 veröffentlichten Reisebericht eher zweifelhaft (vgl. Reichert: 1996: 9 ff.).

Oft zitiert wird der Reisebericht von Carsten Niebuhr. Als Kartograf erkundete er 1761-67 im Auftrag des dänischen Königs mehrere arabische Länder, darunter auch den Jemen. Ursprünglich als Erkundungsfahrt gedacht, um Erkenntnisse über die Philologie des Alten Testaments zu gewinnen (Niebuhr 1973 [1761-67]: 323), nahmen an der Expedition neben einem Philologen ein Naturhistoriker, ein Arzt und ein Maler teil. Ein weiteres Beispiel berühmter Reisender war die Britin Freya Stark. Sie unternahm 1934 als erste europäische Frau alleine eine Reise in den Jemen. Gleich mehrere Male (1931-35) bereiste der Musikwissenschaftler Hans Helfritz den Jemen. Seine Repräsentationen waren gestützt von Bild-, Film- und Tonmaterialien.

„Orient“-Reisende des 18. und 19. Jhs. machten sich mit einem gewissen Vorwissen auf den Weg. Sie wurden darin entweder bestätigt und waren zufrieden oder mussten erkennen, dass das ausgeschmückte Konstrukt in ihren Köpfen mit der vorgefundenen Realität nicht viel gemein hatte – ihr Orient wurde entmystifiziert (vgl. Pflitsch 2007:

174). Solchen Erwartungen begegnet man aber auch in aktuelleren Reiseberichten:

Meine erste Begegnung mit dem Jemen liegt weit zurück. Damals war ich noch ein Kind und nährte meine Sehnsucht nach der Ferne mit Büchern über abenteuerliche Entdeckungsreisen. Sie entzündeten in mir ein Feuer, dessen Glut nie mehr erlosch: In meiner Phantasie gab es mächtige Königreiche und blühende Gärten inmitten der Wüste, endlose Kamelkarawanen, schwer beladen mit den Kostbarkeiten, die des Orients, und vor allem das zauberhafte Bild der Königin von Saba. (Rohrbach 2000: 11)

In *Orientalism* werden Reiseberichte als Teil des Orientdiskurses erwähnt. Auf ihren Inhalt und ihre Thematiken wird dort eigentlich nicht näher eingegangen. Dafür hat sich Jens Willhardt in seiner Studie (Willhardt 2004) mit Reiseberichten über Südarabien auseinandergesetzt. Die Themen, von denen diese vor allem geprägt waren, unterscheidet er grob in Orientexotik, Religion, Zivilisiertheit, Beduinen, Geschlechterperspektiven und Geschichte (beinhaltet auch „Modernität“) (vgl. ebd.: 126). Andere wiederum haben sich speziell mit Bibelforschung auseinandergesetzt. So berichtet etwa Lang, dass sich Reisende auf den Spuren der Bibel beispielsweise über orientalische Kleidung wunderten (vgl. Lang 2006: 36). Sein Gesamteindruck erscheint fatal, wenn man seinen Aufzählungen über diese Berichte folgt: „Die romantische Orientalisierung einer stolzen Patriarchenwelt, die Karikatur, die Europa als Kontinent sich überstürzender Veränderungen zeichnet, während der Orient in stiller Majestät, aber auch primitiver Dumpfheit, stets derselbe bleibt, die Spuren europäischer Überheblichkeit gegenüber einem rückständigen Orient“ (ebd.: 53).

Welche Topoi davon in welcher Form in Werbe-Massenmedien noch vorhanden sind, gilt es unter anderem in dieser Untersuchung herauszuarbeiten.

II. 2. 2 Reiseliteratur im Kontext von modernem Tourismus

Man könnte meinen, Texte in Reisebroschüren dienten nur zu Werbezwecken und wären für Analysen nicht geeignet, weil sie „bloß“ der Fantasie der Texter_innen entspringen. Doch sind die enthaltenen Informationen auch noch so aufgeladen mit opulenten Beschreibungen und deformiert durch Übertreibungen, ist es doch aufschlussreich zu sehen, worin genau diese Ausschmückungen bestehen. Daneben wird auch immer ein gewisser Objektivitätsanspruch vermittelt, der mehr Aufschluss

über *unsere* kollektiven Vorstellungen, als über das jeweilige Zielland selbst gibt. Auch Dann schätzt die Kombination von Tourismus und Werbung als Untersuchungsfeld: „Nowhere, however, is a semiotic perspective considered more appropriate than in the analysis of tourism advertising with its culture coded covert connotations“ (Dann 1996a: 6).

Während des Aufenthalts im Zielland interpretieren Tourist_innen ihre Umgebung. Laut Urry sind diese Interpretationen beeinflusst von schon existierenden Diskursen des Reisens und Tourismus. So meint er, “tourists are in a way semioticians, reading the landscape for signifiers or certain pre-established motions or signs derived from various discourses of travel and tourism” (Urry 2008: 13). Diese Diskurse wirken auf die Erwartungshaltungen der Tourist_innen bereits vor einer Reise. Dort angelangt, wird die Bestätigung der Bilder gesucht, die schon durch touristische Mythen und Industrie suggeriert wurden. Daher spricht Dann in Bezug auf die Motivation einer Reise als Tautologie: “[Tourists] merely confirm the discourse which persuaded them to take the trip” (Dann 1996a: 65).

Zu dieser Redundanz tragen Tourismusministerien, Mundpropaganda, Film und Fernsehen, aber auch Literatur bei. Durch Reiseführer können sich die Reisenden mit dem Ablauf und den Erfahrungen eines Aufenthalts in der „Fremde“ im Vorhinein vertraut machen. Edward Said kritisiert die übliche Praxis, „dass man Menschen, Orte und Erlebnisse grundsätzlich in einem Buch beschreiben kann, sogar dergestalt, dass dieses am Ende mehr Autorität beansprucht als das Beschriebene selbst“ (Said 2009: 114). Reiseführer können die Menschen unter anderem durch ihre Autorität als Text in der Fremde beruhigen (vgl. ebd.: 113) und ihnen ein Gefühl von Sicherheit vermitteln.

Die hier untersuchten Broschüren kann man genremäßig zwischen früheren Reiseberichten und Reiseführern ansiedeln (vgl. Putschögl-Wild 1978: 19). Während erstere eine subjektive Handschrift haben, sind letztere eher darauf bedacht, „faktisch“ zu informieren.

Was sind nun die Motive, die zu einer Reise animieren können? Vielerorts heißt es, dass sich Menschen auf die Suche nach Authentizität begeben, um vor „der Moderne“ zu flüchten. Nach MacCannell bewegen sich Reisende auf den Spuren von

Strukturen, die „die Moderne“ vernichtet hat (vgl. Selwyn 1996: 2). Auch Pflitsch spricht sich für das Argument der Authentizität aus, auch wenn er dieses abschwächt, indem er behauptet, dass sich die Abweichung vom Gewohnten im Rahmen halten sollte: „Der Wunsch der Touristen nach echtem Lokalkolorit geht Hand in Hand mit der Erwartung, ein gewisses Maß an Vertrautheit nicht zu entbehren“ (Pflitsch 2003: 77).

Nicht Authentizität, sondern die Möglichkeit zur Umkehrung des Alltags, der Kontrast und die Differenz zur vertrauten Umgebung ist für John Urry das, was den Anreiz schafft, ein bestimmtes Land zu bereisen (vgl. Urry 2008: 12). Ähnlich, nämlich als Ausbrechen aus dem Alltag und Flucht vor dem Normalen, kann man Smiths Standpunkt beschreiben: “[T]he arts, sports, and folklore; as diversions from the ordinary, they make life worth living” (Smith 1978: 17).

Die Differenzen der Anderen schaffen also Anziehungskraft. Aber sind sie nicht auch ein Mittel zur Abgrenzung? Diejenigen Differenzen, die unüberbrückbar scheinen, wenn man sich an der anderen Lebensweise anstößt, sind bestimmt kein geeignetes Werbemittel. Dort, wo in der Tourismuswerbung „harmlose“ Kontraste gesetzt werden, können sie aber von großem Vorteil sein: Spannungen entstehen, das Reiseziel wird interessant. Die Differenzen in dieser Sphäre sind überwindbar und im Idealfall auch „beherrschbar“. Man lässt also nur so viel Diskrepanz zu, so weit man sich einerseits noch sicher und andererseits bereits überlegen fühlt.

Die Werbesprache ist natürlich von der Sprache zu unterscheiden, die im literarischen oder wissenschaftlichen Kontext benutzt wird. Die Sprache der Tourismusindustrie will die Lücke zwischen Tourist_innen und „Einheimischen“ schließen: „The tourism industry knows that the visitor will feel isolated and that there will be a communication gap between tourist and ‘native’. That is why it attempts to fill that void with a language which it shares with the tourist. In so doing, it sells rather than informs“ (Dann 1996a: 15). Es geht also darum, eine Verbindung zwischen den Tourist_innen und dem Zielland herzustellen. Dabei werden potentielle Reisende dort abgeholt, wo sie stehen, und hauptsächlich mit Informationen versorgt, die sie zu einer Reise animieren. Nebenbei bekommen sie die nötigsten Auskünfte über das Zielland.

Die Auswahl der Themen in der Werbung richtet sich vor allem nach positiven

Zuschreibungen. Natürlich werden nicht alle Bilder, die den Orient verkörpern, in touristische Repräsentationen einfließen. Während Negatives ausgelassen wird, konzentriert sich das Hauptaugenmerk auf vermarktbares Stereotype (vgl. Echtner & Prasad 2003: 671).

III. ZUR METHODIK DER DISKURSANALYSE

Dem Thema Diskursanalyse kann man sich auf sehr unterschiedliche Art und Weise nähern. Man könnte vielleicht sogar Gefahr laufen, sich in einem Theorien- und Methodendschungel wiederzufinden. Umso wichtiger ist es, zuerst den zur Forschungssituation passenden Weg zu finden – sowohl was den theoretischen Hintergrund als auch die praktische Umsetzung im Analyseverfahren betrifft – und diesen so gut als möglich dokumentieren zu können. Während der Analyse selbst muss man dennoch aufmerksam verfahren und immer wieder abklären, ob die gleichen Voraussetzungen nach wie vor bestehen.

III. 1 WAS SIND DISKURSE?

Erläuterungen zum Thema „Diskurs“ reichen je nach Forschungsinteresse von Diskursen als Sprechakten oder Äußerungen bis hin zu Texten mit institutionellem Hintergrund. Wo Jürgen Habermas einen „Dialog oder [eine] Debatte über ein Problem“ sieht, ist „Diskurs“ für Michel Foucault eine „geregelte Redeweise mit Machteffekt in einem beschränkten Sagbarkeitsraum“ (Link 2006: 407). Jürgen Link wiederum möchte nicht nur mit der einen *oder* anderen Definition arbeiten und lehnt eine Trennung der beiden Bereiche ab. Ihm zufolge legen Diskurse „(sprachübergreifend) jeweils spezifische Sagbarkeits- und Wissensräume sowie deren Grenzen fest. Es sind institutionalisierte, geregelte Redeweisen als Räume möglicher Aussagen, die an Handlungen gekoppelt sind“ (Link 2006: 410).

Beeinflusst sowohl von Foucault als auch von Link, aber um eine Dimension der Variabilität erweitert, ist die Definition von Siegfried Jäger. Er versteht unter Diskurs „den Fluss von Wissen durch die Zeit“. Wichtig ist für ihn auch die Rolle „tätiger Menschen, die die Diskurse aufnehmen, weitertragen und vergegenständlichen“ (Jäger 2008: 329). Die Variabilität in seinem Ansatz hängt also sowohl vom Faktor Zeit ab als auch von den Menschen, die die Diskurse mittragen und verändern. Ein

weiterer Faktor ist in dieser Hinsicht wichtig: der Diskurs als Träger von Macht.

Was macht nun diese „Macht der Diskurse“ aus? Gut auf den Punkt gebracht hat das Siegfried Jäger. Ihm zufolge üben Diskurse „Macht aus, da sie Wissen transportieren, das kollektives und individuelles Bewußtsein speist. Dieses zustande kommende Wissen ist die Grundlage für individuelles und kollektives Handeln und die Gestaltung von Wirklichkeit“ (Jäger 2006: 89). Auch dem starken Begriff „Wahrheit“ rückt er auf den Leib, indem er nüchtern bekennt, „[w]as jeweils als „Wahrheit“ gilt, ist ja nichts anderes als ein diskursiver Effekt“ (Jäger 2001: 129).

Jäger unterteilt Diskurse in Unterebenen, in so genannte *Diskursstränge*. Diese bezeichnen Diskurse, die sich „nach bestimmten *Themen* voneinander unterscheiden lassen“ (ebd.: 126). Diskursstränge bestehen aus „Diskursfragmenten gleichen Themas“ (ebd.: 160) und diese *Diskursfragmente* wiederum bezeichnen einen „Text oder Textteil, der ein bestimmtes Thema behandelt“ (ebd.: 159).

Eine weitere Erklärung, wie diese Konstellation von Diskursen und Wahrheit entsteht, gibt es von Philipp Sarasin. Dieser veranschaulicht, dass die „Art und Weise, wie Diskurse in einer Gesellschaft Wahrheit produzieren, [...] nicht primär auf dem Modus des Verstehens, gar des besseren Arguments [basiert], sondern auf Ordnungs- und Distributionsstrukturen, die ‚Sinn‘ [...] hervorbringen“ (Sarasin 2006: 64). Wie Wahrheit und Sinn durch Diskurse produziert werden, beruht seiner Meinung nach also nicht nur auf den Diskursen an sich (Eigenlogik der Diskursordnung), sondern auch auf Medien und der sprachlichen Natur (vgl. ebd.).

Da Diskurse aber durch die Zeit fließen, immer Produkte von Menschen und daher interessensgeleitet sind, sind diese Wahrheiten keine Objektivitäten von dauerhafter Beständigkeit. Ihre Gültigkeit ist also einem Wandel ausgesetzt. Ist ein Diskurs über längere Zeit dominant (und dadurch auch oft unhinterfragt), kann sich dieser nach Jäger in einer Gesellschaft verankern und dadurch zu einer „anthropologischen Konstante“ (vgl. Jäger 2008: 331) entwickeln. An die Dauerhaftigkeit dieser spezifisch menschlichen Konstanten glaubt Jürgen Link nicht. Seiner Meinung nach „gibt es streng genommen gar keine anthropologischen Konstanten, da auch Liebe und Tod diskursiv und also soziokulturell spezifisch konstituiert werden: Auch Liebe und Tod folgen einem jeweiligen historischen Apriori“ (Link 2006: 414). Eine Debatte zwischen Universalismus und Kulturrelativismus könnte ähnlich aussehen.

Maarten Hajer bezeichnet diese Manifestierung von Diskursen in einem „bestimmten institutionellen Arrangement“ (Hajer 2004: 278) als „Diskursinstitutionalisierung“. Demzufolge „liegt eine der weitreichendsten Formen der Diskursinstitutionalisierung dann vor, wenn Dinge als ‚traditional‘, ‚natürlich‘ oder ‚normal‘ reifiziert oder sogar als ‚natürliche soziale Fakten‘ angesehen werden“ (ebd.: 279).

Wissen könnte man also auch als diskursive Formation betrachten, die bereits durch eine gewisse Auswahl von Thematik, Protagonist_innen etc. in eine bestimmte Richtung kanalisiert ist und eine historische Dimension hat. Dieses Wissen, das starke Diskurse als Wahrheit in individueller oder kollektiver Erscheinung auftreten lässt, beeinflusst unser Denken. Und schließlich werden wir auch danach handeln, was wir für wahr und richtig halten. Somit wirken sich Diskurse auf Handlungsebenen aus und haben die Macht, Wirklichkeiten zu konstruieren. Wichtig in diesem Zusammenhang ist, „dass Diskurse die Wirklichkeit nicht im Sinne wie auch immer gearteter Widerspiegelungstheorien einfach *abbilden*, sondern sie stellen eigene, von Menschen geschaffene Wirklichkeiten dar“ (Jäger 2008: 330 ff., Hervorhebung im Original). Über Diskurse wird Macht ausgeübt. Sie sind das Medium von vermeintlich objektivem Wissen und gestalten so Wahrheit und Wirklichkeit.

III. 2 SPIELARTEN DER DISKURSANALYSE

Was die Analyse von Diskursen betrifft, gibt es nach den obigen Ausführungen mindestens so viele Möglichkeiten wie Diskursdefinitionen selbst. Ein „Königsweg“, den man gehen kann, existiert nicht. So ist ein maßgeschneiderter Forschungsweg bestimmt sinnvoll, genauso eine Aneignung unterschiedlicher Diskurstheorien und -analysemöglichkeiten.

Mit Verweis auf Dominique Maingueneau (*L'Analyse du Discours* 1991) erwähnt Philipp Sarasin vier Charakteristika, „die das Objekt der Diskursanalyse Foucaultschen Typs ausmachen“ (Sarasin 2006: 63):

1. Ort des legitimierten Sprechens, der Institutionalisierung, der Macht
2. Einschreibung (Wiederholung)

3. Grenzen und Interdiskurse (Verbote des Sagbaren, Verbindungen zu anderen Diskursen)
4. Archiv (wird aus den anderen drei konstituiert).

(vgl. Sarasin 2006: 63 ff.)

Foucault widmet sich dieser Liste nach kaum „formalen“ Aspekten (außer der Einschreibung); dafür aber solchen, die den Inhalt vor der Form untersuchen. Diese Herangehensweise hat auch Gegenpositionen. So spricht sich Philipp Sarasin dafür aus, *sowohl* die semantische Ebene mit Inhalten und Aussagen der Diskurse *als auch* die formal-linguistische Ebene miteinzubeziehen, die ungesagte und unter der Oberfläche liegende Ebenen eröffnen: „Foucault versucht, an der reinen Positivität, Oberflächlichkeit und Neutralität von manifesten Aussagen als dem einzig legitimen Untersuchungsgegenstand festzuhalten“. Und später: „Wieso soll uns das ‚halbverschwiegene Geschwätz eines anderen Diskurses‘, der zwischen den Zeilen spricht, eigentlich nicht interessieren dürfen“ (ebd.: 66). Auch die Meinung des Sprachwissenschaftlers Fairclough scheint in dieselbe Richtung zu gehen: “I would argue that one cannot properly analyse content without simultaneously analysing form, because contents are always necessarily realized in forms, and different contents entail different forms and vice versa.” (Fairclough 1999: 184) Man könnte diese Aussage als einen Ruf nach einem Mittelweg oder Kompromiss interpretieren.

Wonach Foucault in den Diskursen sucht, sind Aussagen, also *énoncés*, „ob sie gesprochen oder geschrieben worden sind, spielt dabei keine Rolle“ (Foucault 1981: 41). Dabei geht es nicht darum, jeden einzelnen Satz als Aussage zu betrachten. Nach Link sind jene Aussagen Foucaults Teil einer „diskursiven Formation“, das bedeutet eine „historisch spezifische[...] Formation von Wissen“ (Link 2006: 409).

Siegfried Jäger geht es in seiner Kritischen Diskursanalyse vor allem darum, „Sagbarkeitsfelder“ aufzuspüren. Und zwar „alle Aussagen, die in einer bestimmten Gesellschaft zu einer bestimmten Zeit geäußert werden (können)“ (Jäger 2001: 130). Er hinterfragt das allgemein akzeptierte „Wissen“¹ und steht dem kritisch gegenüber, was in einer Gesellschaft als normal, sagbar oder machbar gilt und was nicht (vgl.

¹ „Im Zentrum einer an Michel Foucaults Diskurstheorie orientierten Kritischen Diskursanalyse (KDA) stehen die Fragen, was (jeweils gültiges) Wissen überhaupt ist, wie jeweils gültiges Wissen zustandekommt, wie es weitergegeben wird, welche Funktion es für die Konstituierung von Subjekten und die Gestaltung von Gesellschaft hat und welche Auswirkungen dieses Wissen für die gesamte gesellschaftliche Entwicklung hat.“ (Jäger 2006: 83, Hervorhebung im Original)

ebd.: 223). Das bedeutet, dass viele Ideen von Wissen, Wahrheit, Werten, Wirklichkeit etc. diskursiv geprägt, ja sogar konstruiert sind. Der Fokus liegt darauf, wie und welche Kräfte dabei im Hintergrund wirken. Für ihn sind Materialaufbereitung und die Analyse einzelner Diskursfragmente essentiell für die Diskursanalyse (vgl. ebd.: 171 ff.).

Foucaults Einfluss auf Siegfried Jäger ist offensichtlich, was auch von letzterem transparent dokumentiert wird. Jägers Variante gründet sich auf ein unterschiedliches Diskursverständnis. Foucaults „diskursive Formationen“ bzw. „Diskurse“ sind nach Link „Spezialdiskurse“ (vgl. Link 2006: 410). Jägers Diskursdefinition ist breiter und nicht nur auf Expertenwissen beschränkt. Er erklärt, dass „gleichviel, ob auf der Ebene der Wissenschaften oder auf der des Alltags, [...] die Diskursanalyse die Möglichkeit [hat], dieses „Wissen“ und die Institutionen und Regelungen, die es stützen, kritisch zu hinterfragen“ (Jäger 2001: 129). Er scheut sich nicht davor, konkrete Leitfäden zu Materialaufbereitung und Analyse zu geben. Wie man weiter unten sehen können wird, beinhalten sie sprachwissenschaftliche, „quantifizierende“ und auch interpretative Elemente.

III. 3 MATERIALAUFBEREITUNG

In dieser Analyse wird der Orientalismus-Diskurs im Saidschen Sinn untersucht. Eine für diese Untersuchung geeignete Herangehensweise ist eine Annäherung an die oben genannten Ansätze.

III. 3. 1 Diskursebene

Wichtig ist Foucaults Weg der Verortung der Institutionalisierung, was wiederum Jägers „Sagbarkeitsfelder“ klar begrenzt. Auch Hajers Diskursinstitutionalisierung, in der die Sagbarkeitsräume bestimmt sind, gibt einen Hinweis darauf, was für die repräsentierte Gesellschaft normal ist und was nicht. Wie bereits erwähnt, ist zu erwarten, dass von den Stereotypen jene unerwähnt bleiben, die negativ besetzt sind

oder mit nicht vermarktbar Ideen assoziiert werden. Die Diskursebene dieser Untersuchung sind Reisebroschüren über den Jemen. Daher ist die Textsorte von Reisebroschüren extra zu berücksichtigen.

Die Charakterisierung des Mediums meint u. a. die Beschreibung der Leser_innenschaft (vgl. Jäger 2001: 195). Die Jägersche Perspektive, dass die Diskursanalyse für die Alltagsebene durchaus geeignet ist, trägt zur Legitimierung der Untersuchung der Textsorte bei. Aufgrund einer kommerziellen Ausrichtung setzt sie kein Expertenwissen voraus, sondern spricht – ganz im Gegenteil – eine breitere Masse an. Aufgrund dessen ist es bei einer solchen Textsorte nicht sinnvoll, sich einer Fachsprache oder mehrerer Fremdwörter zu bedienen. Schließlich soll eine größtmögliche Anzahl von Menschen erreicht werden, die durch ein solches „Nischenprodukt“ wie eine Jemen-Reise ohnehin bereits eingeschränkt ist. Die Anzahl der Leser_innen und potentiellen Reisenden ist im Vorhinein durch weitere Parameter bestimmt. Die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel sollten ausreichend sein, will man eine „Individualreise“ (auch wenn das bedeuten kann, dass man in einer Gruppe mit 30 Leuten reist) in den Jemen bestreiten. Die Kosten dafür sind überdurchschnittlich hoch im Vergleich zu einer Pauschalreise o. ä. Es wird also von vornherein eine Leser_innenschaft angesprochen, die sich eine solche Reise leisten kann. In der Regel dürften das Leute ab dem mittleren Alter sein.

Im Gegensatz zu einem Urlaub, in dem man nur seiner Erholung nachgeht, kann man eine Reise in den Jemen als „Abenteuerreise“ einstufen. Touren durch das Land – ob mit dem Jeep, dem Esel oder zu Fuß – sind meist impliziert. Man will ja schließlich etwas erleben. Auch die Bezeichnung „Kulturreise“ könnte passen, wenn man es vorzieht, Städte zu besichtigen und in bequemerer Unterkünften zu übernachten. Für die Autor_innen bedeutet dies, dass neben sachlichen Informationen auch eine unbewusste, irrationale Ebene mitschwingt, die gezielt Gefühle und Assoziationen hervorrufen soll, um das Ziel – eine Reise zu verkaufen – zu erreichen.

Einschränkend auf das Interesse am und die Aufmerksamkeit auf das Zielland wirkt auch die mediale Repräsentation. Da Schlagzeilen den Jemen betreffend bisher mehr durch Entführungen, radikale Islamist_innen und Armut geprägt waren, gilt es als Herausforderung, dieses Bild in eine andere Richtung zu lenken.

III. 3. 2 Korpus

Das Korpus umfasst sämtliche deutschsprachigen Print- oder Online-Broschüren aus dem Jahr 2008 bis 2010, die zur Verfügung standen. Der Anspruch, dass diese unterschiedlichen Inhalts sind, war deshalb gegeben, weil ein qualitatives Spektrum im Hauptinteresse der Untersuchung liegt. Zur Verfügung standen schließlich 21 verschiedene Reisebroschüren, wovon man 18 im Internet findet und drei in gedruckter Form vorliegen.

Die Struktur von kurzen einleitenden Absätzen und längeren Tourbeschreibungen zieht sich durch fast alle Broschüren. Während erstere meist ausschmückende und fantastische Elemente beinhalten, bleiben die Tourbeschreibungen eher auf einer pragmatischeren Ebene. Sie beschreiben kurz das Tagesprogramm bzw. geben Tipps zur Einreise oder für den Aufenthalt.

Wie Beispiele in der Analyse zeigen werden, stehen manche Phrasen unter Verdacht, einfach voneinander abgeschrieben worden zu sein. Abgesehen davon unterscheiden sich die Quellen selbst meist stark. Bei NOMAD gibt es zehn verschiedene Touren mit ausführlicher Information über die Situation im Land. Im Gegensatz dazu beschreibt REISEKON in sechs Sätzen sein Reiseangebot. So kann es passieren, dass in einer Broschüre (vor allem mit unterschiedlichen Touren) manche Phrasen immer wieder auftauchen. Aspekte, die die Insel Suqutṛā betreffen, wurden nicht in das Korpus aufgenommen. Diese sind meist reich an Naturbeschreibungen und weichen stark von den Darstellungen des Festlandes ab.

III. 3. 3 Kategorienbildung

Obwohl im Vorhinein mit festgelegten Fragestellungen an die Untersuchung herangegangen wurde, war nur definiert worden, dass Konstruktionen von Differenzen in diesen Broschüren herausgearbeitet werden sollten. Welche Themen sich letztendlich als Schwerpunkte durchsetzen würden, stand nicht von Anfang an fest. Es bot sich an, Kategorien durch ein Verfahren, das an einer Grounded-Theory-Methodologie orientiert ist, aus dem Text heraus zu generieren.

Der erste Schritt bestand aus einem „offenen Kodieren“ (vgl. Mey & Mruck 2011: 25) des Korpus. Die Diskursfragmente „Exotismus“ und „Anachronismus“ kristallisierten sich dabei als zwei übergeordnete Hauptkategorien heraus. Die Leitfragen bei der Suche danach waren:

- *Welche Distanz schaffenden Themen dominieren das Bild über den Jemen?*
- *Welche Gefühle und Bilder sollen beim Lesenden entstehen?*
- *Was liegt im Sagbaren speziell dieser Diskursebene?*

In Anlehnung an die beiden Hauptthemen ergaben sich weitere Fragestellungen, die die Unterthemen offen legen sollten. Das passierte durch ein spezifischeres „Selektives Kodieren“ (vgl. Glaser 2011: 152 ff.), wodurch die Diskursfragmente nach der Empfehlung Jägers in Haupt- und Unterthemen (vgl. Jäger 2001: 167) unterschieden werden konnten. Beim Thema Exotismus lautet die Fragestellung:

- *Wie wird eine Welt konstruiert, die mit völlig anderen Regeln (die meist ins Irrationale gehen) funktioniert?*

Die so gewonnenen Kategorien wurden wiederum gebündelt zu den Unterthemen „Utopien“, „Lebenswelten“ und „Der Kontakt zur anderen Welt“. Was Anachronismus betrifft, war die Frage

- *Wie kann die Zeitebene Differenzen schaffen?*

relevant. Hierbei ergaben sich die Diskursfragmente „Historische Hochkultur“, „Gleichzeitige Ungleichzeitigkeiten“ und „Gesellschaftliche Entwicklung“. Es ist dabei zu sagen, dass es immer wieder Überschneidungen gab, die keine „reinen“ Kategorien erzeugen; diese sollen aber immer mitgedacht und reflektiert werden.

Daraufhin wurde nach „Schlüsselbegriffen“ gesucht, die aufgrund ihrer Häufung und Relevanz bezüglich der neu generierten Fragestellungen gefunden wurden. Diese funktionieren ähnlich wie Hypothesen. Die Stellen im Text, an denen sie vorkommen, werden untersucht, sodass herausgefunden werden kann, wie ausschlaggebend diese Begriffe tatsächlich sind. Neben den Schlüsselbegriffen werden aber auch für die jeweilige Thematik entsprechend relevante Textstellen untersucht.

Jäger zufolge beinhaltet das Korpus „ausnahmslos alle Diskursfragmente. Seine quantitative Aufbereitung kann Aufschluß über Schwerpunkte und Häufungen geben“ (Jäger 2001: 198). Bei einer quantitativen Analyse ist allerdings zu beachten, dass die unkommentierte Aufzählung der Nennungen in die Irre führen kann: Bestimmte Adjektive fanden mitunter Eingang in die Alltagssprache und haben den Bezug zu ihrer Etymologie oder zu ihrem Wortstamm verloren (wie z. B. „sagenhaft“). Sie nur zu „zählen“, würde zu einem unbrauchbaren Ergebnis führen. Aufgrund von Textstellen, die mehreren Kategorien zurechenbar sind, ergibt es sich manchmal, dass die Summe der jeweiligen Unterthemen die Gesamtsumme der Schlüsselbegriffe überschreitet.

Genauso ist Sarasins Weg, der hinter die Fassade von rein „Gesagtem“ schauen will, für die Untersuchung sehr wichtig, weil in der Werbeindustrie mit Assoziationen gespielt wird, die nicht unbedingt klar benannt werden, aber unterschwellig mitschwingen. Neben dem Sagbaren ist auch wichtig, was in diesem Fall nicht zu dieser Gruppe gehört, das „Ausgesparte“ oder unterschwellig „Mitgedachte“. Dort, wo dies besonders auffällig ist, soll es auch aufgezeigt werden.

Das Hauptaugenmerk liegt letztendlich auf Form *und* Inhalt. Nach Jäger fallen darunter sprachlich-rhetorische Mittel (z. B. Argumentationsstrategien, Stil, Rhetorik, Kollektivsymbolik, Wortschatz), inhaltlich-ideologische Aussagen und schließlich die Interpretation (vgl. ebd.: 175). Auf der Form-Ebene spielt also vor allem die Betrachtung der Lexik eine wichtige Rolle. Das qualitative Spektrum an Assoziationen soll offen gelegt werden – im Sinne eines Pools an Sagbarkeitsfeldern zu den entsprechenden Kategorien. Sinnvoll ist also eine qualitativ-interpretative Analyse, die quantitative Aspekte nicht außer Acht lässt.

Schließlich sollte man den individuellen Hintergrund der Schreibenden auch nicht ignorieren, der bei sämtlichen noch so genauen Planungen eine Analyse beeinflussen kann:

Writing allows time for planning and opportunity for revision, but these privileges by no means turn writers into free agents. They work towards specific models which have their social functions; they are likely to use certain forms and structures not by consciously analysing the structure of sentences but by aiming at the model in a generalized, intuitive fashion. (Fowler & Kress 1979: 194)

Ziel der Diskursanalyse ist es also, den Diskursstrang der Tourismuswerbung innerhalb eines orientalistischen Diskurses nach Said zu erarbeiten. Dabei wurde das Hauptaugenmerk darauf gelegt, wie speziell auf der diskursiven Ebene deutschsprachiger Jemen-Reisebroschüren Essentialisierungen der Anderen konstruiert werden.

IV. ANALYSE

Eine Strategie, um eine „Wir“-Identität zu schaffen, ist, sich von anderen abzugrenzen. Die Vorstellung, die man von den Anderen hat, ist auch ausschlaggebend dafür, wie man sich selbst wahrnimmt. Entlang dieser Scheidelinien wird festgelegt, was als normal oder außergewöhnlich gesehen wird. So können gesellschaftliche Normen entstehen oder das, was man als kulturimmanent betrachtet. Die Bewusstmachung kultureller Unterschiede kann also bedeuten, dass man eine Dichotomie schafft zwischen dem Selbst und dem Anderen (oder „Fremden“ etc.). Sind kulturelle Unterschiede nun obsolet, weil sie konstruiert sind zur Schaffung von Identitäten und Gruppenzugehörigkeiten? Nach James Clifford nicht, denn auch wenn sie erschaffen wurden, haben sie doch gesellschaftliche Relevanz: “There is no need to discard theoretically all conceptions of ‘cultural’ difference, especially once this is seen as not simply received from tradition, language or environment but also *made* in new political-cultural conditions of global relationality” (Clifford 1988: 274). In dieser Untersuchung soll es darum gehen nachzuvollziehen, wie solche Differenzen im Kontext der Reisebroschüren argumentiert werden können.

IV. 1 EXOTISMUS UND ROMANTISIERUNGEN

Ein Weg, Menschen als „die Anderen“ zu deklarieren, ist sie zu exotisieren. Man schreibt ihnen ein Leben zu, das „das Gegenteil der vertrauten zivilisierten Lebenswelt“ (Pickerodt 2000: 121) und ein „andere[s] Leben gegenüber der sozialen Alltäglichkeit“ (ebd.) bedeutet. Bilder des „Körperlichen, des Abenteuerlichen, Rauschhaften, Exzentrischen, des Nicht-Reglementierten verbinden sich zu einem Bild naturhafter Ursprünglichkeit, das bisweilen ans Anarchische grenzt“ (ebd.). So fantastisch diese Zuschreibungen auch sein mögen – für Reisende unserer Zeit können sie durchaus attraktiv sein. Aber das war nicht immer so. Nach Pflitsch war es die „Europamüdigkeit“ im 19. Jh., die Europäer_innen zu Reisen in unbekannte Länder veranlasste und erst am Anfang des 20. Jhs. den Exotismus entstehen ließ (vgl. Pflitsch 2003: 71). Auch nach Willhardt setzte die Thematisierung von Exotik

erst spät ein. Demnach fehlt das Thema in den früheren Reiseberichten bis ins 20. Jh. (vgl. Willhardt 2004: 104), das Thema der „Orientromantik“ würde aber durchaus in Literatur und anderen zeitgenössischen Orientkonstruktionen vorkommen (vgl. ebd.: 86). Auch in den Reiseberichten war Exotik scheinbar bis ins 20. Jh. kein Thema (vgl. ebd.: 104). Danach änderte sich das aber: Freya Stark spricht beispielsweise in einem Reisebericht vom „Reiz des Gegensatzes“ (Stark 1992 [1934]: 112), dem sie verfallen war.

Man findet in manchen Reisebroschüren einen romantisch-exotisierenden Zugang. Dieser ist beabsichtigt und spielt mit oben genannten Bildern. Urry unterscheidet den kollektiven vom romantischen Blick der Tourismusindustrie. Dieser „romantic gaze“ (Urry 2008: 43) richtet sich auf ein Land, „in which the emphasis is upon solitude, privacy and a personal, semi-spiritual relationship“ (ebd.). Auch der Aspekt der einsamen Ursprünglichkeit lässt sich scheinbar als Massenprodukt vermarkten.

Es gibt den Glauben daran, dass es Menschen gibt, die in einem Urzustand leben, auch heute noch. Ob man sich im Wald auf das Nötigste reduziert auf Survival-Trips begibt oder im Amazonas-Gebiet einen Schamanen aufsucht, es ist unter anderem dieser Urzustand, den man dabei sucht. Dass es einen solchen gibt, impliziert natürlich eine nicht unproblematische Evolutionsleiter, an deren Spitze man sich und seinesgleichen sieht. Warum möchte man dieser temporären Überlegenheit dann entfliehen? Es ist die Suche nach dem Glück, das denjenigen unterstellt wird, die noch nicht ihren Blick vor dem Wesentlichen durch allerlei westliche Zivilisations- und Luxusgüter verstellt hätten.

Diese romantisierte Vorstellung von den Lebensweisen der Anderen entstand nach Bitterli im 17. und 18. Jh. Menschen, die in einem „ursprünglichen Zustand“ lebten, Angehörige eines „Naturvolkes“ oder die sogenannter „Primitiven“ wurden von vielen Europäer_innen wegen ihres vermeintlichen Zustandes der Glückseligkeit bestaunt und mit Neugier betrachtet. Andere wiederum sahen dies mit Skepsis: Kannibalismus und die vermeintlich geringe Distanz zum Tierischen stießen sie ab. Viel näher war ihnen „der Orientale“. Dieser gebrauchte seine Vernunft *und* führte ein glückliches Leben (vgl. Bitterli 1984: 270 ff.).

Dieser „Orientale“ war also anderen „Wilden“ übergeordnet. Dennoch hatten die

beiden Typen immer noch eine Gemeinsamkeit, die sie von Europäer_innen unterschied: „Der ‚Zivilisierte Orientale‘ war indessen nicht der Antipode des ‚Edlen Wilden‘ [...], denn darin, daß beide irdische Glückseligkeit in hohem Grade verkörperten, blieben sie sich nah verwandt“ (ebd.: 279).

IV. 1. 1 Utopien

Als Unterthema dieses Diskursfragments hat sich in den untersuchten Reisebroschüren der Topos des Utopischen herauskristallisiert. Das beinhaltet Märchen, Sagen, Legenden, aber auch Zauber, Magie und Geheimnisse. Die Königin von Saba fällt ebenso in diese Kategorie, auch wenn sie nicht alle der Rubrik „utopisch“ zuordnen würden (s. u.).

IV. 1. 1. 1 Märchen, Sagen und Legenden

Was als märchenhaft beschrieben wird, kann vielerlei fantastische Assoziationen hervorrufen. Auf den „Orient“ bezogen hat Edward Said **Märchen** als Projektionsfläche für exotisierende Elemente erkannt. Ihm zufolge hätte der Orient „seit der Antike als ein Märchenland voller exotischer Wesen gegolten, das im Reisenden betörende Erinnerungen an traumhafte Landschaften und eindringliche Erlebnisse hinterließ“ (Said 2009: 9). Der Begriff „Märchen“ schafft Distanz, weil durch ihn eine Gegenwelt erdacht wird, die auf Regeln außerhalb der gewohnten Ordnung basiert.

In zehn Reisebroschüren des Korpus wird auf Märchen Bezug genommen – und zwar insgesamt 22 Mal. Um das Bild nicht zu verzerren, muss gesagt werden, dass in einer Quelle (EXTREMO) gleich neun Mal die Rede von „Märchenhaftem“ ist. Außerdem gibt es hier Überschneidungen, weshalb manche Textstellen mehreren Unterkategorien zugeteilt werden können.

Die Hauptstadt des Jemen – Şan‘ā’ – wird am öftesten (14 Mal) mit Märchen in Zusammenhang gebracht, beispielsweise als „Märchenstadt“ (VERBÜ) oder „märchenhaft anmutend“ (EXTREMO). Als zum „Orient“ gehörig wird das Motiv fünf Mal gesehen, wie z. B. „wahrhaft märchenhafte[r] Orient[...]“ (MOND).

Die „Märchen aus 1001 Nacht“ findet man im Korpus vier Mal (JEMRE, EXTREMO, GEO) und das Land der „Königin von Saba“ wird drei Mal mit Märchen in Verbindung gebracht, so z. B. bei REISEKON als „das märchenhafte Image vom Land der Königin von Saba“. Allerdings sind die anderen zwei Erwähnungen bei NOMAD Beispiele dafür, wie „ein Land von Fantasien und Vorurteilen geprägt“ sein kann. Die Texter_innen äußern sich in diesem Fall kritisch, man könnte fast sagen bemüht um die Entmystifizierung des Landes. Nur: Auch wenn man sich sehr differenziert gibt, letztendlich wird nicht auf die Thematisierung von Märchenhaftem verzichtet, das „Vorurteil“ findet interessanterweise dennoch Eingang in die Reisebroschüre und die Bilder werden schließlich doch in den Lesenden hervorgerufen. In der Broschüre REISEKON wird dem Jemen ein „märchenhafte[s] Image“ zugeschrieben und bei NOMAD wird „eine unbekannte Märchenwelt“ erwähnt, die aber „in der europäischen Vorstellung“ existiert. Weiters wird auch die Stadt Ġibla als „Märchenstadt“ identifiziert (EXTREMO) und die Sommerresidenz des Imams Yahyā als „Märchenpalast“ (EXTREMO) beschrieben.

Ein spezieller Fall von Märchen sind die *Geschichten aus 1001 Nacht*. Mit großer Euphorie wurden diese Geschichten in Europa aufgenommen und sogar in den literarischen Kanon integriert. Was mag das Interesse daran ausgelöst haben? Der Reiz der kontrastiven Elemente, die im Gegensatz zur eigenen Gesellschaft unberechenbar und womöglich auch mit Tabus aufgeladen sind, dürften wohl ausschlaggebend gewesen sein.

Das, was wir heute als die Geschichten aus Tausendundeiner Nacht kennen, geht laut Chraïbi auf ein persisches Buch aus dem neunten Jh. zurück, das übersetzt eigentlich „1000 Geschichten“ hieß (vgl. Chraïbi 2007: 3). Anderswo heißt es, mehrere Quellen seien der Ursprung dieser Sammlung, nämlich indische, persische, arabische, chinesische und griechische (vgl. Pflitsch 2003: 103). Worüber sich diese beiden Autoren, die sich mit dem Werk beschäftigten, einig sind, ist, dass es so etwas wie ein einheitliches Werk nie gegeben hat und gleichzeitig auch nie *einen* einzigen Urheber aus *einer* bestimmten Kultur (vgl. Chraïbi 2007: 3, Pflitsch 2003: 103).

Die Geschichten waren ursprünglich Teil einer Oraltradition, in der die Urheber_innenschaft keine Rolle spielte. Diese Epen veränderten sich im Lauf der Zeit stark. Wesentlicher, als den Autor zu bestimmen, war vielmehr, sich auf den

Rahmen der Handlung zu konzentrieren.

Antoine Galland war derjenige, der den Stoff des Märchens nach Europa transferierte. Er besaß aber kein gesammeltes Werk, das er wortgetreu ins Französische übersetzte, sondern er ergänzte „die von ihm benutzte arabische Handschrift aus dem 15. Jahrhundert (sie bricht nach der 282. Nacht ab) durch Erzählungen eines syrischen Christen aus Aleppo“ (Pflitsch 2003: 98). Dem Geschmack seiner Zeit gerecht zu werden, war für Galland wichtiger als eine genaue Übersetzung; dieser kreative Akt machte ihn schließlich zum „Autor“ der Geschichten von Tausendundeiner Nacht (vgl. Pflitsch 2003: 96). Aber eben nur in dem Sinne, dass er das Werk in seiner Zusammenstellung und seinem Stil als erster niederschrieb, Schöpfer_innen der Geschichten waren andere.

Insofern kann man den ersten europäischen Übersetzer nicht nur als jemanden sehen, der den arabischen Text auf eine europäische Art entstellt hat. Positiver ausgedrückt kann man ihn auch als Interpreten verstehen, der sich in die „Tradition der Offenheit gegenüber Erzählgut aus anderen Kulturen“ (Pflitsch 2003: 103) eingliedert (auch wenn er sich selbst wohl nicht unbedingt so gesehen hätte). Über Stil und Qualität der Übersetzung mag man natürlich streiten, als Schlüsselfigur ist er jedenfalls anerkannt: seine Arbeit wurde unzählige Male rezipiert² und kurioserweise gilt sein Werk als *das* fiktionale Paraderwerk des Orients.

In zwölf der 21 untersuchten Broschüren wird der berühmte Topos von 1001 Nacht erwähnt (insgesamt 26 Mal, in der Quelle EXTREMO allerdings überdurchschnittliche zehn Mal). Diese Anzahl ist geringer, als man erwarten hätte können, wenn man Andreas Pflitsch' Behauptung folgt:

Bis heute wird alles, was sich halbwegs exotisch und besonders geben oder sich mit dem Zauber und Flair des vorgeblich geheimnisvollen Orients schmücken will, geradezu reflexartig mit dem Zusatz „wie aus 1001 Nacht“ beworben und angepriesen. Die Tourismusministerien von Marokko über Ägypten, den EU-Anwärter Türkei und Dubai bis Indien bewerben ihre Länder mit dem Label, ebenso wie Luxushotels in Venedig und Las Vegas. (Pflitsch 2007: 177)

Am öftesten (18 Mal) hängen die Erwähnungen im Korpus damit zusammen, sich in den Kontext von 1001 Nacht versetzt zu fühlen; so kann man in GEO lesen, man

² „Wort für Wort ist Gallands Übersetzung von allen die am schlechtesten geschriebene, die schwindelhafteste und schwächste, war aber die meistgelesene.“ (Borges 1991: 170)

könne „sich wie in einem Märchen aus 1001 Nacht fühlen“. Auch vermeintliche Manifestationen der Fantasien, die man vom Orient hat, fallen in diese Kategorie, wie z. B. „Die Märkte der Altstadt, Wohnhäuserburgen aus vergangenen Jahrhunderten und die Oasen der Ruhe inmitten der Stadt lassen die Geschichten aus 1001 Nacht lebendig werden“ (GEBECO). Damit wird suggeriert, dass die Märchen wirklich etwas mit der sozialen Realität im Jemen zu tun hätten – und sei es nur aus einem „Empfinden“ heraus.

In fünf dieser Fälle wird dieses Gefühl scheinbar speziell durch Architektur hervorgerufen, durch Formulierungen wie der „traditionelle jemenitische Baustil, der jeden Besucher sofort an Geschichten aus tausendundeiner [sic] Nacht denken lässt“ (DJOSER), oder die „bis zu neun Stockwerke hohen, aus Naturstein und Lehmziegeln erbauten Bürgerhäuser[, die] mit ihren Kalkdekorationen und bunten Oberlichtern [...] zusammen mit zahlreichen Moscheen ein Bild wie aus Tausendundeiner Nacht [ergeben]“ (BEDU). Drei Mal dienen die Märchen aus 1001 Nacht als Tour- oder Zwischenüberschriften. Sie stehen kommentarlos für sich, ohne auf spezielle Themen näheren Bezug zu nehmen. In einer Quelle (NOMAD) kommt zwar der Ausdruck von „1001 Nacht“ zwei Mal vor, er wird aber erstaunlicherweise beide Male als Produkt europäischer Vorstellungen und Klischees präsentiert. Ein weiterer Fall sticht dadurch heraus, dass er die Märchen als Teil einer historischen Chronologie erscheinen lässt. So wird der Jemen beschrieben als „[e]in ‚Land aus Tausendundeiner Nacht‘, dann für den Westen rund tausend Jahre lang die große Unbekannte“ (EXTREMO). Nicht nur der quasi-historische Aspekt irritiert hier, sondern auch der Zustand der Fremdheit und Unzugänglichkeit, in dem diese Gesellschaft zu verharren scheint.

Auf konkrete Figuren der Geschichten wird zwei Mal eingegangen. Es handelt sich dabei jeweils um Sindbad, den Seefahrer. Dabei ist zu erwähnen, dass ihn eine dieser Broschüren als historische Figur nennt: ein Fischmarkt wird beschrieben als „ein orientalisches Schauspiel wie aus den Zeiten Sindbads des Seefahrers“ (EXTREMO). Eigentlich fügte erst Antoine Galland in seiner europäischen Übersetzung diese Figur den Geschichten aus 1001 Nacht hinzu. Davor war Sindbad „in der arabischen Welt als unabhängiges Erzählwerk bekannt“ (Pflitsch 2003: 99). Die eben erwähnte Broschüre ist übrigens dieselbe, die schon zuvor die Geschichten als historisch klassifiziert hat (s. o.). Die Welt eines Märchens wird hier einer faktischen Vergangenheit gleichgestellt.

In nur einem Fall wird in dem Kontext der Märchen auf die Menschen, die im Jemen leben, hingewiesen. Sie werden als „Gesichter aus 1001 Nacht“ (AL-BAB) beschrieben. Sie werden somit in eine Sphäre des Märchenhaften eingegliedert, ihre alltägliche, menschliche Ebene wird negiert. Sie sind nur mehr Protagonist_innen auf einer Bühne, das Publikum besteht aus zahlenden Europäer_innen. Wie Said meint, zielt die Sprache, die den Orient beschreibt, „darauf ab, den Orient gleichzeitig als fremd zu charakterisieren und ihn in schematischer Form auf die Bühne eines Theaters zu stellen“ (Said 2009: 89). Ein anderes Mal wird der Ausdruck „1001 Nacht“ allzu wörtlich genommen. Er bezieht sich nämlich auf das lang andauernde Nachtleben im Ramadan (vgl. AL-BAB). Mit dem eigentlichen Kontext der Märchen hat dies kaum mehr etwas zu tun.

Die Geschichten wurden nicht nur literarisch immer wieder neu aufgelegt. Auch Intertextualität spielt eine große Rolle für die Manifestation jener fantastischen Bilder bezüglich des „Orients“ aus 1001 Nacht. Während die Märchensammlung für die arabische Kultur- und Literaturgeschichte eine eher geringe Rolle spielte (vgl. Pflitsch 2007: 167), kann man sie (oder Anspielungen darauf) heute noch auf anderen Diskursebenen finden, wie in Film, Fernsehen, literarischen Werken und darüber hinaus. Auch Freya Stark musste beim Einschlafen „an Ali Babas Höhle denken“ (Stark 1992 [1934]: 77). Diese Vorstellungen mit einem realen Reiseziel zu verbinden, kann durchaus zu herben Enttäuschungen führen. Es besteht natürlich auch die Möglichkeit, so auf seinen vorgefassten Eindrücken zu beharren, dass man sich durch sämtliche Erfahrungen bestätigt sieht – wenn es zu keinem Kontakt mit der Bevölkerung und keiner Überprüfung der mitgebrachten Denkmuster kommt, könnte das durchaus so passieren.

Subsumiert kann man Märchen (stellvertretend für Utopisches) als Stichwort für den „Orient“ im Saida'schen Sinn sehen, als „Anderswelt“ und Gegensatz. In Märchen findet man neben schönen und groben Gestalten auch Strukturen, die jenseits von Naturgesetzen existieren. Im Vergleich zu einer rational funktionierenden Gesellschaft schafft man dadurch Distanz, aber auch Neugierde.

Der Topos bleibt aber vage und – um die Vermarktung nicht zu gefährden – auf der „sicheren Seite“: Figuren wie grausame Herrscher oder erotische Elemente fehlen ganz. Der Grund dafür mag in der Textsorte der Reisebroschüre liegen, in der

abschreckende und allzu polarisierende Themen keinen Platz haben. So finden Assoziationen wie die „Märchenstadt Sana'a“, der „Orient“ oder die Königin von Saba Eingang in die Broschüren. Mitschwingen dürfen aber auch die Verbindungen zu den unausgesprochenen Themen: der Spielraum für Fantastisches bleibt bestehen.

In über 50% des Korpus werden die Märchen aus 1001 Nacht erwähnt. Dabei wird mit der Vermischung von Fiktion und Realität gespielt. Die Tatsache, dass Gefühle hier eine große Rolle spielen, schafft eine Deutung, die ins Irrationale geht. Anstatt diese Phänomene als solche abzuhandeln, die „einfach so“ auftauchen, kann man sie auch als suggestive Mechanismen betrachten, die uns viel über unser Bild über die Anderen verraten.

Auf verschiedensten Diskursebenen finden sich auf die „1001 Nächte“ bezogen immer wieder Assoziationen mit grausamen (männlichen) oder sinnlichen (weiblichen) Protagonist_innen. Diese anzusprechen dürfte aber für die Tourismuswerbung zu kontroversiell sein. Es wird generell auf konkrete Beschreibungen der Märchen verzichtet.

Die Verbindung von Reichtum und Orient wurde nach Pflitsch nicht erst mit den Geschichten populär. Ihm zufolge war dies „[s]chon in der Antike, etwa bei Cicero und Horaz, [...] ein Topos“ (Pflitsch 2003: 106). Für die Broschüren trifft das aber nicht zu: Reichtum kann man im Zusammenhang mit den Geschichten aus 1001 Nacht nicht finden, was der Beschreibung des Jemen auch nicht ganz gerecht werden würde: Als eines der ökonomisch ärmsten Länder der Welt wäre es ziemlich kühn, dem Jemen märchenhaften Reichtum zu unterstellen.

An einer Textstelle wird der explizite Bezug zur Vergangenheit zum Paradoxon: Dass ein per definitionem nicht authentischer Topos als Teil einer tatsächlich erlebbaren Geschichte dargestellt wird, ist bedenklich.

Es gibt aber noch weitere Schlüsselwörter, die auf Utopisches verweisen. Im Gegensatz zu Märchen haben Sagen und Legenden oft neben einem fiktiven Charakter auch einen historischen Kern.

Abwandlungen des Wortes „*Sage*“ kommen in acht (von 20) Reisebroschüren vor. Dabei werden ausschließlich die Attribute „sagenhaft“ oder „sagenumwoben“

verwendet, wobei ersteres eher etwas Großartiges, Superlatives meint als letzteres, das eine geheimnisvolle Konnotation hat.

Von insgesamt 14 Erwähnungen ist vier Mal der einstige Reichtum des Jemen Thema. JUMBO zufolge verdanke das Land Saba „[d]em Karawanenhandel [...] [seinen] sagenhaften Reichtum“ und NOMAD erwähnt beispielsweise „sagenhaft reiche Wüstenherrscher“. Hier kann man somit das Fragment finden, das beim Stichwort „Märchen“ fehlt: den Reichtum – wohlgemerkt gänzlich auf die Vergangenheit bezogen. Somit umgeht man die Überprüfbarkeit und den Vergleich mit der tatsächlichen sozialen Realität. Weitere vier Mal werden in dem Zusammenhang frühere weibliche Herrscherinnen erwähnt, z. B. „Dschibla, die Stadt der sagenumwobenen Königin Arwa“ (EXTREMO). Drei Mal wird mit dem Begriff „Sage“ Weihrauch oder die Weihrauchstraße verbunden (z. B. „sagenumwobene Weihrauchstraße“ – DJOSER). Auf diese Handelswege wird später noch Bezug genommen. Jeweils nur einmal werden Ṣan‘ā’ (NAHOST), das Wādī Ḥaḍramaut (NOMAD) und der Jemen allgemein (DJOSER) mit einem Attribut bedacht, das sich auf „Sagen“ bezieht.

Beim Thema Sagen kann man neben einer geheimnisvoll-exotischen Stimmung eine Zäsur zwischen einer vergangenen Zeit und der Gegenwart herauslesen: Es wird auf eine glänzende Hochblüte der Vergangenheit Bezug genommen (Reichtum, Weihrauchstraße). Bei der Eigenschaft „sagenhaft“ schwingt weniger Exotismus mit als etwa bei „sagenumwoben“. Aber auch wenn ersteres seine ursprüngliche Bedeutung mittlerweile abgegeben hat, hat diese Wortwahl einen fantastisch-exotischen Unterton. Die Königin Arwā bint Aḥmad, die im 1. Jh. n. Chr. über 50 Jahre lang ein großes Reich im heutigen Jemen regierte (vgl. Smith 1987: 139), wird so zu einer mystischen Figur. Von tatsächlichen jemenitischen Sagen ist in diesem Zusammenhang niemals die Rede.

In neun der Reisebroschüren findet man (insgesamt 21 Mal) das Wort „**Legende**“ oder eine Abwandlung davon.

Sechs Mal dreht es sich um die Königin von Saba (von der später noch die Rede sein wird): „Die Legende berichtet auch von einer Frau, die wegen ihrer Schönheit und Klugheit gerühmt wurde und die als die Königin von Saba in die Geschichte einging“ (KNEISSL); oder an anderer Stelle: „Marib, einst Residenz der legendären Bilqis, der

Königin von Saba“ (RAIREI). Drei Mal gibt es diesbezüglich Anspielungen auf die Bibel. Bei AL-BAB liest man, „Laut Legende haben Kain und Abel die Stadt [‘Adan] gegründet“. Das schafft einerseits Nähe im Sinn einer „Einverleibung“ der Region; man kann etwas Bekanntes in die „fremde Kultur“ „hineinlesen“. Gleichzeitig geht dieser Bezug aber wieder weg von einer Betrachtung aktueller sozialer Realität. In einer Quelle (DJOSER) ist auf „Legende“ bezogen drei Mal die Rede von Ma’rib, der „Hauptstadt des legendären Reiches von Saba“, und zwei Mal geht es bei KNEISSL um die „legendäre Weihrauchstraße“. In diesen Fällen wird von vergangenen Zeiten gesprochen. Zwei Mal liest man auch vom „legendären“ Ḥaḍramaut (EXTREMO). Hier meint das Attribut Geschichten, die mit dem Gebiet in Verbindung gebracht werden, es wird aber nicht näher darauf eingegangen. In NOMAD erfährt man, dass sich „um den Jemen [...] die schillerndsten Legenden [ranken]“, und „die legendären Orte der Vergangenheit“ (ebd.) werden heraufbeschworen. Bei AL-BAB findet man Hinweise auf die Etymologie des Namens „Jemen“. So ist dort zu lesen, dass „[d]ie alten arabischen Legenden und sogar die Jemeniten selbst sagen, daß AL-YAMAN vom Wort AL-YUMN Segen und Wohlstand) [sic] kommt“. In EXTREMO kann man von den „legendären Hochhausburgen“ von Ṣan‘ā’ lesen und bucht man eine Reise bei BEDU, kann man „Shisr – einst ein wichtiger Weihrauchkarawanenplatz, wo angeblich das legendäre Ubar ausgegraben worden ist [–]“ besuchen.

Neben der historisch uneindeutigen Figur der Königin von Saba (s. u.), die aufgrund der Ungewissheit um ihre Existenz großen Spielraum für Interpretationen lässt, ist im Zusammenhang mit Legenden auch von der Bibel die Rede. In ähnlicher Weise sind das sabäische Reich und die Weihrauchstraße Teil einer „frühen Zivilisation“, die mit der heutigen kaum mehr Gemeinsamkeiten hat. Schließlich haben auch Legenden im eigentlichen Sinn, aus Vergangenheit und Gegenwart, Einzug in diese Kategorie gefunden. Das erlaubt den Gedanken, dass der heutige Jemen noch immer erst vage erforscht ist. Das Adjektiv „legendär“ lässt Assoziationen zu Geschichten zu, die sich um den Jemen oder um bestimmte Orte drehen.

IV. 1. 1. 2 Magie, Zauber, Mystik und Geheimnisse

Das Übernatürliche – in diesem Fall Magie, Zauberei und Geheimnisse – ist für die Leser_innen von Reisebroschüren einerseits ein Anreiz für eine Reise, andererseits

kann es auch Distanz schaffen. Jenseits rationaler Erklärungsmuster wird der Glaube an Magie und Zauberei oft als rückständig und primitiv angesehen. Said sieht Magier_innen als Protagonist_innen des orientalistischen Diskurses (vgl. Said 2009: 80). Und in einem Reisebericht von Helfritz bekommt man die Information, dass „[d]er Aberglaube [...] auch bei diesem primitiven Völkchen, den Fischern Südarabiens[,] fest verwurzelt [ist]“ (Helfritz 1936: 36). Bei Stark wird auch die Natur selbst mystifiziert dargestellt. Zusätzlich zu ihrer Stilisierung wird die Natur auch als zeitlos dargestellt. Wie eine magische Formel klingt es, wenn Stark also schreibt, dass „[d]er Dschol [...] den Zauber und das Bedrohliche der Unermeßlichkeit von Raum und Zeit [besitzt]“ (Stark 1992 [1934]: 88). Geheimnisvolles und Zaubenhaftes wird im Folgenden als Teil eines exotisch-romantischen Diskursfragments herausgearbeitet.

Von „**Magie**“ abgeleitete Begriffe werden in nur einer Quelle (KNEISSEL) erwähnt. Einerseits wird die „magische Anziehungskraft des Jemen“ genannt. Drei Mal wird aber auch in einem thematischen Exkurs auf die magisch-religiöse Funktion von Kopfbedeckungen und Schmuck hingewiesen. Beim ersten Mal rein metaphorisch verstanden, meint Magie in den anderen Fällen das Übernatürliche.

„**Zauber**“-haftes findet sich in neun der untersuchten Broschüren. Vier von elf Textstellen handeln vom Zauber, den der Jemen vermeintlich ausstrahlt. Dabei ist zwei Mal von einem „orientalischen Zauber“ (NAHOST, REISEKON) die Rede, letztere Textstelle erhält zusätzlich das Attribut „geheimnisvoll“ (JEMRE). In zwei Quellen wird ein und dieselbe Wortfolge genau wiedergegeben: „Jiblah, der zauberhaften Kleinstadt, in der einst die Königin Arwa residierte (11./12.Jh.)“ (MOND, JUMBO). Hier dürfte ganz offensichtlich abgeschrieben worden sein. Mit einem ähnlichen Adjektiv, nämlich „bezaubernd“, werden bei ONHOL einmal das Wadi Daw'an mit seinen Dörfern, ein anderes Mal der Blick auf Šibām beschrieben. Das Versprechen, sich im Jemen verzaubern lassen zu können, wird für die Stadt Šan'ā' (EXTREMO) und für die Lehmstädte im Wādī Ḥaḍramaut (DJOSER) gegeben. Ein echter Zauber (nämlich ein „Schadenzauber“, der vor allem eine Gefahr für den ungeschützten Kopf darstellt) wird nur einmal erwähnt (vgl. KNEISSEL).

Die Behauptung, dass der Jemen Zauber ausstrahlt, verleiht ihm exotischen und irrationalen Charakter, wobei in zwei Fällen die Autor_innen dezidiert „den Orient“

damit in Zusammenhang stellen. Sonst gibt es Attribute mit dem Wortstamm „Zauber“, die man wahrscheinlich auch mit anderen, wie „herrlich“, „wunderschön“ etc. austauschen könnte. Ihr Vorkommen macht aber noch keinen Exotismus aus. Die Bereitschaft, sich verzaubern zu lassen, steht hingegen wieder dafür, sich jener andersartigen Welt auszusetzen; die Phrase ist aber positiv konnotiert. Ein einziges Mal ist von Zauber im Sinne von Zauberei die Rede. Diese Anzahl ist gering, aber es ist bezeichnend, dass solche Informationen (als Exkurs zwar, aber dennoch) in einer Reisebroschüre auftauchen.

Anspielungen auf *Mystik* finden sich etwa in dem Hinweis auf die „Mystik von Arabia Felix“ – als Überschrift – in AL-BAB. Über Steingräber als letzte Ruhestätte von Mystikern (also Sufis) liest man in EXTREMO. Hier beschreibt der/ die Autor_in Mystik als Metapher für „Geheimnisvolles“, daneben verweist er/ sie auf die islamischen Mystiker. Die Erwähnung der Sufis allein bleibt aber im deskriptiven Bereich.

„Der Orient *ist* nicht geheimnisvoll – wir haben ihn (nach unserem Bilde) geheimnisvoll *gemacht*“ (Pflitsch 2003: 16, Hervorhebung im Original). Das, was Pflitsch damit befindet, kann man in sechs Reisebroschüren wiederfinden, nämlich *Geheimnisse*, die mit dem Jemen in Zusammenhang gebracht werden.

Von acht Erwähnungen behandeln vier die Geheimnisse des Jemen im Allgemeinen. Das Land präsentiere sich beispielsweise seinen Gästen „geheimnisvoll und sagenumwoben“ (DJOSER). Für JEMRE „hat sich der Jemen seinen geheimnisvollen Zauber bewahrt“. Außerdem ist bei JUMBO die Rede vom „geheimnisvollen Wadi Hadramaut“ und die Königin von Saba erhält bei NOMAD dieselbe Eigenschaft.

Alle Textstellen mit Attributen, die Geheimnisse betreffen, wollen auch genau das aussagen: der Jemen besitzt eine geheimnisvolle Kraft. Auch in einem von Helfritz' Reiseberichten heißt es: „Wie rätselvoll ist jene alte Kultur, die bis in die Zeit der Sabäer und Minäer zurückreicht“ (Helfritz 1936: 9). Die Konnotation des Unbekannten wird von der Werbeindustrie aber nicht negativ verwertet. Es wird auch niemals explizit gesagt, worauf genau sich diese Geheimnisse beziehen. Sie sind unverfänglich und für die Zwecke der Werbung nur von Vorteil. Diese Strategie macht Leser_innen neugierig und soll diesen vermitteln, dass es für sie dort einiges zu entdecken gibt.

Eine besondere Stellung nimmt die oft erwähnte *Königin von Saba* ein. Werner Daum schreibt dieser keinen historischen Charakter zu, für ihn ist klar, dass es für diese Figur „keinen historischen Nachweis gibt und die gleichwohl, oder vielleicht deshalb, ihre unvergänglichen Spuren in dreitausend Jahren Geschichte und Mythologie des Orients und des Okzidents hinterließ“ (Daum 1988: 23). Davon, dass die Quellenlage über die Anfänge des sabäischen Reichs nicht sehr gut ist, lässt sich Wolf Beyer nicht entmutigen. Für ihn ist es „nicht auszuschließen, daß Spuren einer Königin von Saba [erst] entdeckt werden“ (Beyer 1987: 17). Ihre Existenz ist also nicht belegt, trotzdem spielt diese vermeintliche Herrscherin eine große Rolle in vielen Erzählungen und Aufzeichnungen für Christentum, Islam, Judentum und in der äthiopischen Tradition. Aber auch europäische Künste rezipierten diese Persönlichkeit. Heinrich Heine erwähnt sie beispielsweise in seinem *Romanzero* und Karl Goldmark widmete ihr eine ganze Oper (vgl. Daum 1988).

Die Ambivalenz der Aussagen bezüglich der Existenz der Königin von Saba wird offensichtlich, wenn man die Behandlung dieser Figur in den Reisebroschüren näher betrachtet. Zwölf Quellen finden sie erwähnenswert, insgesamt wird sie 23 Mal genannt.

Zwölf Textstellen geben den Lesenden keinen Grund, an der historischen Existenz der Königin von Saba zu zweifeln. Einerseits erscheint ihr Name völlig kommentarlos, wie bei HORIZONT: „im Land der Königin von Saba“; ebenso bei JEMRE, wo man über Ma'rib nachlesen kann, sie sei die „im Sand versunkene[...] Stadt der Königin von Saba“. Andererseits gibt es Zuschreibungen, die aus der Mythologie als „Fakten“ übernommen wurden. So liest man, dass „[v]on hier aus [...] die Königin von Saba aufgebrochen [war], um den israelischen König Salomo zu verführen“ (EXTREMO). Daum kommentiert diesen Besuch mit einem Augenzwinkern. Ihm zufolge geht es „um eine Königin, die zwar nie gelebt hat, deren Besuch bei Salomo jedoch gewiß stattfand“ (Daum 1988: 7).

Zehn Mal gibt es im Korpus einen Hinweis auf einen (zumindest kleinen) Zweifel bezüglich der Existenz der Herrscherin. Darunter fällt z. B. der Bezug auf Märchen: „das märchenhafte Image vom Land der Königin von Saba“ (REISEKON) oder „Märchenland der Königin von Saba“ (NOMAD). Die Hinweise auf Legenden lassen die Lesenden ebenso im Unklaren über ihre Historizität: „Hier soll die legendäre

Königin von Saba gelebt haben“ (HORIZONT) oder „Die Legende berichtet auch von einer Frau, [...] die als Königin von Saba in die Geschichte einging“ (KNEISSL). In diese Kategorie fallen auch „Gerüchte über die geheimnisvolle Königin von Saba“ (NOMAD). Die Broschüre JUMBO gibt sich bemüht um einen Weg der Mitte: „Marib war wohl die Residenz der bis weit ins Abendland bekannt gewordenen Königin von Saba. Bibel und Koran erzählen von ihr“.

Ob die berühmte Figur faktisch wirklich gelebt hat oder reine Fiktion ist, wird in den Reisebroschüren nicht diskutiert. Ihre Existenz wird entweder als gesichert angenommen oder mit einem kleinen Unsicherheitsfaktor versehen. Spielraum für weitere Projektionen geben die Attribute „legendär“ und „geheimnisvoll“. Nach Kaster ist in den „sabäischen Inschriften [...] von keiner Königin die Rede, obwohl nach den assyrischen Annalen die Nordaraber Königinnen als Staatsoberhäupter gekannt haben“ (Kaster 1986: 174). Im Korpus finden sich aber keine Textstellen, die ihre Rolle als Frau in einer mächtigen Position thematisieren. Eher erscheint sie als utopisches Fabelwesen, bei dem das Geschlecht kaum eine Rolle spielt. Sie stellvertretend für andere frühere Herrscherinnen zu sehen, wäre irreführend.

IV. 1. 2 Lebenswelten

Im folgenden Kapitel sollen die Lebenswelten aufgezeigt werden, die in den Reisebroschüren als exotisch beschrieben werden. Das betrifft die Charakterisierungen der Menschen im Allgemeinen und der Beduinen im Besonderen, sowie die Beschreibungen der Märkte und der Religion.

IV. 1. 2. 1 Essentialisierungen des Charakters

Im Korpus kann man in sieben Broschüren elf Mal Schlüsselbegriffe finden, die auf den **Stolz** verweisen.

Vier dieser Textstellen handeln vom Stolz der Menschen auf ihre Herkunft, das heißt auf Land, Stamm oder, wie in diesem Fall, „auf ihre Herkunft, ihr Land und ihre Religion“ (DJOSER). Ebenfalls vier Erwähnungen gibt es bezüglich Architektur. In einem Fall wird ein Dorf erwähnt (vgl. EXTREMO), in den anderen drei Fällen

jeweils „stolze Häuser“ (MOND, JUMBO). Drei Mal sind es die jemenitischen Männer, die als stolz bezeichnet werden. Der Begriff „Ehre“ wird in nur einer Broschüre (AL-BAB) verwendet, obwohl es eigentlich gängig ist, Muslim_innen oder Araber_innen mit einem Ehrenkodex zu charakterisieren. „Stolz“ ist möglicherweise nicht so stark mit (negativen) Assoziationen verbunden. Begriffe wie „Ehrenmord“ sind mittlerweile in der deutschsprachigen Medienlandschaft etabliert. „Ehre“ für den weniger negativ besetzten „Stolz“ einzutauschen, könnte ein unausgesprochener Kompromiss sein, auf den sich die Autor_innen geeinigt haben. Gleichzeitig könnte man diese Strategie als Verharmlosung oder Aussparung negativer Assoziationen betrachten.

In vier Broschüren findet man sieben Mal *freundliche Menschen*. Das sieht auf den ersten Blick nicht nach sehr viel aus. Aber hinsichtlich der Neigung, generell wenig über die Bevölkerung selbst zu berichten, ist es keine geringe Zahl. Im Gegenteil, Freundlichkeit ist eine der wenigen immer wieder auftauchenden Charaktereigenschaften, die im Korpus zu finden sind. Das bedeutet eine Tendenz hin zur positiven Beschreibung der Menschen – falls überhaupt vorhanden. In einem aktuelleren Reisebericht schwärmt Carmen Rohrbach in der Erinnerung an ihre Jemen-Erlebnisse im gleichen Duktus: „Von überall strömt mir Herzlichkeit und Zuneigung entgegen, menschliche Wärme im Übermaß“ (Rohrbach 2000: 17).

Eine weitere positive Eigenschaft ist die *Gastfreundschaft*. Das positive Stereotyp für arabische Länder schlechthin findet man in sieben Broschüren insgesamt zehn Mal. Zu erwähnen ist hier, dass DJOSER aus dieser Eigenschaft eine „islamische Tradition“ macht. Und in NOMAD wird auf stilistischen Überschwang nicht verzichtet: „Hier ist Zeit ein langes Wort und Gastfreundschaft das Siegel des Lebens“.

Die Stereotypisierung in der Charakterisierung der Menschen und ihrer Welt bleibt auf einer romantischen Ebene. Nach negativen Eigenschaften sucht man verständlicherweise im Korpus vergeblich.

In den Berichten früherer Jemen-Reisender werden Menschen oft verzerrt dargestellt – und zwar sowohl negativ als auch positiv. So hat man das Klischee eines faulen und antriebslosen Orientalen im Hinterkopf, wenn man, wie Freya Stark schreibt, beim Verstauen des Gepäcks „mit unorientalischer Energie“ (Stark 1992 [1934]: 160) an

die Sache herangeht. An naive Unbeschwertheit lässt ein Kommentar von Helfritz denken, wenn er meint, „[m]an nimmt das Leben hier nicht so ernst“ (Helfritz 1936: 77). Ein häufig wiederkehrendes Thema bei Stark ist die Erotik der Männer. So wie die Kombination Nacktheit, Muskeln und Öl (vgl. Stark 1992 [1934]: 21) bleibt den Lesenden auch der Reiz „reiner Männlichkeit“ (ebd.: 36) nicht verborgen. Erotik wird in den Broschüren nicht annäherungsweise erwähnt. Womöglich würde diese Thematik zu sehr polarisieren und nicht unbedingt dem Geschmack der Klientel entsprechen, die eine „Kulturreise“ buchen möchte.

IV. 1. 2. 2 Beduinen-Romantik

Eine Gruppe von Menschen, die in den Broschüren näher beleuchtet wird, sind **Beduinen**. In zwölf Broschüren gibt es 40 Nennungen, die sich auf sie beziehen. Eine davon kann zwei Kategorien zugerechnet werden.

27 Mal geht es (immer in sehr ähnlicher Weise) um Beduinenguides, wie z. B. „Am frühen Morgen fahren Sie in Begleitung eines Beduinenführers durch die [Wüste] Ramlat Sab'atain“ (JUMBO). Dabei wird in vier Fällen auf die Gefahr hingewiesen, die ohne Schutz eines solchen besteht. Diese Guides brauche man „[n]icht nur zwecks der Orientierung, sondern auch weil Beduinenstämme gelegentlich Touristen zu entführen pflegen“ (KNEISSL). Vier Mal kann man von Beduinen lesen, die alte Traditionen pflegen. Sie ritzen Bäume auf, um deren Harz zu gewinnen (vgl. NOMAD), oder leben noch immer in nomadischer Lebensweise (vgl. KNEISSL, HORIZONT). Das Leben der Beduinen wird geografisch von dem der übrigen Bevölkerung in vier Fällen getrennt. Hier geht es um die Wüste als Heimat der Beduinen (vgl. KNEISSL), „Beduinengebiete abseits der Straße“ (ebd.) und die eigens den Beduinen zurechenbaren „Beduinenpisten“ (BEDU). In zwei Fällen findet man historische Textstellen über Beduinen: Einerseits die Einwanderung in das Gebiet des heutigen Jemen (vgl. MAIERS) und die Tatsache, dass auch früher schon der Ġül nur in Begleitung von Beduinen gequert wurde (vgl. ebd.). Aufschluss über ihre aktuelle Situation geben zwei Textpassagen. So fahren moderne Beduinen Toyota Landcruiser, anstatt auf einem Kamel zu sitzen (vgl. KNEISSL), und ihre Wohnsituation habe sich auch verändert: heute lebten sie in Siedlungen am Wüstenrand (vgl. ebd.). Das Thema Freiheit unter den Beduinenfrauen im Zusammenhang mit Verschleierung findet sich ein einziges Mal (vgl. ebd.) und nicht

ganz verlassen sollte man sich auf das Versprechen, dass man „zu Gast bei den Beduinen in der Rub Al Khali“ (WIGWAM) sein werde, da dies in der Einleitung, aber nirgendwo in der genaueren Tourbeschreibung nachzulesen ist.

Im Korpus werden Beduinen hauptsächlich mit dem Sicherheitsaspekt in Verbindung gebracht. Sie sind diejenigen, die vor potentiellen Gefahren wie Entführungen schützen können. Nur ein einziges Mal wird gesagt, dass es aber eben auch wiederum Beduinen sein können, von denen diese Gefahr ausgeht. Die erwähnten „Tourguides“ findet man auch bei Stark. Die Begleitung von loyalen Beduinen war ihr sehr recht, diese hätten den „Sinn für das Wesentliche“ (Stark 1992 [1934]: 23). Später meint sie: „[Ich] hatte nie irgendwelche Schwierigkeiten mit *meinen* Beduinen“ (ebd.: 76, Hervorhebung durch die Autorin). Durch das verwendete Possessivpronomen könnte man fast meinen, die Eskorte wird als „Inventar“ einer solchen Reise gedacht.

Auch Hans Helfritz sang ein Loblied auf die Verlässlichkeit der Beduinen: „Durch seine unglaubliche Ausdauer und Zähigkeit sorgt *der Beduine* allein trotz seiner Wildheit und der Unsicherheit der Gegend für einen ständigen Waren- und Reiseverkehr zwischen der Küste und dem Hochland“ (Helfritz 1936: 41, Hervorhebung durch die Autorin). Er beschreibt sie aber durchaus als wild und rückständig und schließt mit einer romantischen Essentialisierung: „Und diese Beduinen sind immer guter Laune“ (ebd.). Etwas Vergleichbares kommt in keiner Reisebroschüre vor. Dennoch schwingt bei der Charakterisierung dieser Leute mit, dass sie fast ausschließlich dafür geeignet sind, sicher durch die Wildnis zu führen. Dadurch kann man sie auch näher an der Natur ansiedeln. Neben der inhaltlichen Beschreibung fällt auch der verwendete Singular auf, den man in den Broschüren ebenso wiederfindet: „*Der* Beduine von heute“ (KNEISSL, Hervorhebung durch die Autorin). Dieser verweist auf ein homogenisiertes, essentialisierendes Bild. Im Fall der Reisebroschüren ist dies eine Redewendung, der man vor allem in der Werbung immer wieder begegnet.

Man trifft im Korpus sowohl auf „moderne“ Elemente, die auf neuere Technologien hinweisen, als auch auf alte Traditionen. Letztere haben zwar einen Unterton der Rückständigkeit, werden aber nicht negativ dargestellt. Die „Marke“ des Ideals der Beduinen scheint sich nicht schlecht zu verkaufen. Als gänzlich in der Vergangenheit verhaftet sieht Géraldine Chatelard die Repräsentationen der heutigen Beduinen:

“The Bedouin are therefore still largely viewed as nomadic and unaffected by social change or technical modernity, all the more because this primitiveness is now infused with positive qualities in the post-industrial First World” (Chatelard 2001: 5). Im vorliegenden Fall trifft das nicht ganz zu, in einer Broschüre wird man ja über die aktuelle Situation von Beduinen informiert. Das ist zum einen aber verhältnismäßig wenig, zum anderen bleibt das Klischee über den bereits erwähnten „Edlen Wilden“ bzw. „Orientalen“ aufrecht, das auch bei der erwähnten Freiheit der Beduinenfrauen mitschwingt. „Vorsätzliche“ und nicht nur implizite Verweise auf die Vergangenheit fallen hingegen kurz aus.

In einigen Fällen schaffen die Autor_innen der Reisebroschüren Bipolarität, indem sie das Leben der Beduinen lokal vom Rest der Gesellschaft trennen. Die Unterteilung in Beduinen und Nicht-Beduinen findet man bei Niebuhr ebenso auf gesellschaftlicher Ebene. Er unterscheidet die Menschen in „vornehme Araber“ einerseits und den Pöbel andererseits (vgl. Niebuhr 1973 [1761-67]: 65). Mit „vornehm“ könnten hier die „noblen Stämme“ gemeint sein, denen andere tributpflichtig waren, und die deshalb höheren Status und Macht genossen. Ähnliche soziale Kategorien findet man bei Freya Stark. Sie spricht von der „aristokratischen Sicherheit der Araber“ (Stark 1992 [1934]: 153).

Die Repräsentation der Beduinen ist in den frühen Reiseberichten und den Reisebroschüren recht unterschiedlich. In ersteren scheint die Einstellung gegenüber Beduinen sehr ambivalent zu sein. Zwischen Abwertung und Anerkennung bleiben sie ein „Naturvolk“ (vgl. Willhardt 2004: 114 ff.). Bei zweiteren ist es in wenigen Fällen auch so. Die Sicherheit, die von den Beduinen ausgeht, wird aber positiv konnotiert und steht letztendlich im Vordergrund.

IV. 1. 2. 3 Auf dem Basar

Schon seit langem wirkte auf europäische Reisende der Reiz, der von einem „orientalischen“ **Markt** ausgeht. So kommentierte beispielsweise Niebuhr in seinen Reiseberichten den großen Markt in Şan‘ā’ eingehend in Bezug auf dessen Vielfalt (vgl. Niebuhr 1973 [1761-67]: 102).

Das Thema kommt auch immer wieder im untersuchten Korpus vor. Dort wird der

Markt als „Suq“, „Suk“, „Bazar“ oder „Basar“ bezeichnet. Der bei uns geläufigere Begriff „Bazar“ stammt aus dem Persischen, während das Wort *sūq* ein arabischer Ausdruck ist und vor allem Wochenmärkte im Gegensatz zum permanenten Festmarkt bezeichnet (vgl. Kicking 1997: 13). Für diese Untersuchung sind nur die Textstellen von Interesse, die die Märkte näher beschreiben oder ihnen bestimmte Attribute (ausgenommen sind „alt“, „groß“ oder „schön“) zuschreiben. Solche Stellen gibt es insgesamt 41 in elf verschiedenen Reisebroschüren.

24 Mal geht es darum, dass der orientalische Markt in der Vergangenheit verhaftet sei. Das wird mit Eigenschaften wie „traditionell“, „ursprünglich“ oder „unverfälscht“ ausgedrückt: z. B. „ein sehr ursprünglicher und malerischer Wochenmarkt“ (BEDU), „Besuch eines traditionellen Marktes“ (AL-BAB), „unverfälschte Basare“ (VERBÜ). Ein Mal wird ein Fischmarkt mit den Worten „wie aus den Zeiten Sindbad des Seefahrers“ (EXTREMO) beschrieben. Ebenfalls relativ oft (zwölf Mal) wird der Bezug zur Lebendigkeit des Marktes hergestellt: „das geschäftige Treiben in dem Souk al Melh“ (WIGWAM), „auf den Wochenmärkten pulsiert das Leben“ (NOMAD) und der Wochenmarkt in Bayt al Faqīh ist nach DJOSER überhaupt „der lebendigste des Jemen“. Nah an der Lebendigkeit ist das Thema der Farben(vielfalt), das neun Mal gezählt wurde. So ist die Rede von „farbenfrohen Märkten“ (ONHOL), den „Suqs mit ihrer bunten Warenfülle“ (NOMAD) oder auch vom „farbenprächtige[n] Sonntagsmarkt im nahen Wadi Dhabab“ (KNEISSL). Kleine Gassen werden in sechs Fällen als zum Markt gehörig gesehen: Bei NOMAD kann man beispielsweise „durch die Gassen des schmalen Suqs“ bummeln, bei EXTREMO „durch einen weit verzweigten Suq“. Schließlich werden vier Mal spezielle Gerüche angesprochen, z. B. „Auf den farbenfrohen Märkten riechen Sie die würzigen Düfte des Orients“ (ONHOL) oder „Der Duft orientalischer Gewürze strömt durch die engen Basargassen“ (EXTREMO).

Der Faden zur Vergangenheit zieht sich auch beim Thema Markt weiter durch. Nur werden diesmal keine glorreichen Jahre bejubelt, im Gegenteil: Eine Verhaftung der Gesellschaft in der Vergangenheit, Rückständigkeit, ein „Stehengeblieben“-Sein wird assoziiert. Gleichzeitig erfreut man sich aber an diesen „alten Traditionen“. Mit Lebendigkeit, Farbenvielfalt und wohlriechenden Gewürzen werden Themen angesprochen, die für die europäische Tourist_innen einen Kontrast zu ihrem üblichen Alltag schaffen. Die Erwähnung der Gassen kann ein labyrinthähnliches Bild erzeugen, das Spannung und Geheimnisvolles verspricht.

IV. 1. 2. 4 Religion

Gerade im Zusammenhang mit dem Jemen wird in den westlichen Medien immer wieder von al-Qā'ida oder anderen radikalen religiösen Gruppen berichtet, die sich im Land angesiedelt haben. Dass das Thema Islam außerdem generell ein sehr vorurteilsbehaftetes ist und kaum ohne stereotypisierende Zuschreibungen auskommt, steht außer Frage. Es hat in diesem Fall nicht viel Sinn, alle „islamischen“ Schlüsselbegriffe aufzuarbeiten, da diese meist neutral verwendet werden. Hier wird nur auf ganz konkrete Passagen eingegangen.

Von den Textstellen, die mit „dem *Islam*“ zusammenhängen, gibt es nur wenige, die für die Untersuchung ausschlaggebend sind. Generell um neutrale und zurückhaltende Beschreibungen bemüht wird in einer Quelle (DJOSER) „dem Islam“ sogar ein eigener Exkurs gewidmet, der auf informative Weise die Lesenden aufklären soll. Man kann dort z. B. von den Säulen des Islam und über die verschiedenen Rechtsschulen lesen.

Ohne sich auf eine grundlegende islamisch-theologische Diskussion einzulassen und ohne die beiden Kategorien vollständig autark voneinander sehen zu wollen, werden vier Fälle ausgemacht, die „Islam“ mit „Tradition“ vermischen. In AL-BAB erfährt man, dass „Bescheidenheit und Scham [...] das wesentliche Konzept von Ehre in der islamischen Gesellschaft“ ist. Hier werden traditionelle gesellschaftliche Konzepte von Ehre und Schande als Merkmal einer „islamischen“ Gesellschaft gesehen. Für die „islamische Tradition der Gastfreundschaft“ (DJOSER) gilt Ähnliches: diese Tradition ist nicht per se islamisch und würde auch ohne die Religion gelebt (oder auch nicht). EXTREMO rät den Reisenden, sich angemessen zu kleiden, um „die religiösen Gefühle der Menschen“ zu achten. Ohne den Tipp abwerten zu wollen, ist die Aussage ungenau, wenn sie die Bekleidungsnormen mit einer ausschließlich religiösen Vorschrift gleichsetzt. Schließlich wird als Begründung dafür, die Menschen nicht ungefragt zu fotografieren, bei DJOSER angeführt, dass es „[d]er Glaube verbietet [...] Menschen abzubilden“. Dass sich einige Menschen nicht fotografieren lassen und dies auch mit ihrem Glauben begründen, ist durchaus der Fall. Nach Barbara Finster bezieht sich aber das „Bilderverbot heute [nur mehr] strikt auf die Abbildbarkeit Gottes und auf Kulturgebäude“ (Finster 2001: 63).

Phänomene werden oft mit der Kategorie „islamisch“ versehen und andere

Zusammenhänge gleichzeitig ausgeblendet oder zumindest in den Hintergrund gerückt, wie al-Azmeh erklärt:

Thus, there are „Islamic cities“ unlike all other cities, „Islamic economies“ to which economic reason is inapplicable, „Islamic polities“ impenetrable to social sciences and political sense, „Islamic history“ to which the normal equipment of historical research is not applied. Facts are dissociated from their historical, social, cultural and other contexts, and reduced to this substantive Islamism of the European imagination. [...] Orientalism [...] names things as Islamic, and at the same stroke endows them with the changeless and ageless characteristics of the *homo islamicus*. (al-Azmeh 1987:21 ff, Hervorhebung im Original)

Nach Turner haben Islam und Christentum nicht nur Parallelen in religiöser und geografischer Hinsicht, sondern auch bezüglich Philosophie, Wissenschaft und Medizin (vgl. Turner 1994: 46). „Despite these overlapping cultural traditions, the general direction of orientalism has always been to stress differences and separations“ (vgl. ebd.). Dass trotz vieler Gleichheiten die Differenzen betont werden, kann man nur in einer Textstelle wiederfinden. Bei DJOSER wird gesagt, dass „[d]ie Trinitätslehre, wie sie von Christen praktiziert wird, [...] von den Muslimen abgelehnt [wird], da sie dem Gebot der Einzigartigkeit und Einheit Gottes widerspricht“.

Das Merkmal „islamisch“ dient in den erwähnten Textstellen vor allem zur Vereinfachung. Ohne den Autor_innen bewusste Manipulation vorzuwerfen, entstehen dabei unscharfe Abbildungen der Realität. Die meisten von diesen wenigen heiklen Punkten findet man in der Quelle, die am engagiertesten über „den Islam“ aufklären will. Das hat unter anderem den Grund, dass andere nur oberflächlich oder gar nichts über diese Religion schreiben. Es scheint, man umgehe das Thema zumeist, was Religion eher als kleines Detail am Rande erscheinen lässt; einen archaischen *homo islamicus* findet man im Korpus nicht. Das Thema könnte zu polarisierend oder angstbesetzt sein, jedenfalls ist es nicht sicher, wie die Leser_innen diesem gegenüber eingestellt sind.

In früheren Reiseberichten über den Jemen wird der Religion manchmal Toleranz, manchmal Abneigung entgegengebracht (vgl. Willhardt 2004: 108). Zusätzlich kann man an dieser Stelle noch die Studie von Iman Attia erwähnen. Aus ihren Interviews ging hervor, dass heute mit dem „Orient“ positive und mit „dem Islam“ negative Bilder assoziiert werden (vgl. Attia 2009: 99). Abfällige Äußerungen kann man jedoch im untersuchten Korpus keine finden. Die Vermeidung negativer

Assoziationen zieht sich auch hier durch.

Grundsätzlich gibt es in den Reisebroschüren erstaunlicherweise wenig Informationen über die im Jemen lebenden Menschen. Die individuellen Lebenswelten näher zu erforschen, liegt nicht im Sinne der meisten Autor_innen.

Die Charakterisierungen der Menschen werden vor allem von den Eigenschaften „stolz“, „freundlich“ und „gastfreundlich“ bestimmt. Diese sind durchaus positiv konnotiert. Gemeinsam mit der Beschreibung der Beduinen kann man sie aber auch als einen Verweis auf den „Edlen Wilden“ betrachten, der sich jenseits von Vernunft an Glück und Freiheit erfreut und auch die Reisenden an diesem glücklichen Zustand teilhaben lassen könne. Nebenbei wurde Vernunft nach Pflitsch nie mit den „Orientalen“ in Verbindung gebracht, ihnen wurde „ein schwärmerisch-mystisches Weltbild zugeschrieben, das die Menschen zu unreflektiert triebhaftem Handeln und entrücktem Phantasieren trieb“ (Pflitsch 2003: 91).

Bis auf die Tatsache, dass die Menschen keine bösen Absichten zu haben scheinen, erfährt man kaum etwas über sie. Wie bereits erwähnt, ist der Kontakt zu den Menschen ziemlich stark reguliert. Über die notwendigen „Brückenbauer_innen“ hinaus ist kein Kontakt zu den Menschen vorgesehen. Wenn sie überhaupt beschrieben werden, ist ihre Zeichnung harmlos, aber auch farblos.

Märkte dienen in den Broschüren dazu, Spannung und Neugierde auf eine Welt zu erzeugen, die in der Vergangenheit verhaftet zu sein scheint. Darüber hinaus wird „der“ Islam, abgesehen davon, dass er in der oft üblichen Weise als eine Religion beschrieben wird, die monolithisch erscheint („*der* Islam“), nicht essentialisiert. Die Intention liegt darin, die Religion sachlich und harmlos darzustellen, auch wenn dabei Ungenauigkeiten passieren.

IV. 1. 3 Der Kontakt zur anderen Welt

Als exotisch kann gelten, etwas zu erleben, was noch nie oder kaum jemand zuvor erlebt hat. Auf Entdeckungsreise zu gehen und sich als Pionier_innen auf unbekanntem Terrain fühlen – der Jemen scheint fünf Quellen zufolge ein Land zu sein, in dem dies noch möglich ist. Aber die Thematik hat einen bitteren

Beigeschmack: Wenn man etwas als „unkundet“ beschreibt, so heißt das eigentlich nichts anderes, als dass man von einem subjektiven Standpunkt aus definiert, was „bekannt“ ist und was nicht. Aber *was* ist dabei *für wen* unbekannt? Neben einer ethnozentristischen Perspektive ist es außerdem schwierig, bei dieser Thematik *nicht* das Bild von Eroberungen und Kolonialismus mitzudenken.

Euphorische Worte für ihre Jemen-Reise findet Rohrbach, wenn sie schreibt: „Als ich meine Art zu reisen in Asien, Afrika und Amerika erprobt hatte, glaubte ich, reif zu sein für meine Expedition nach Arabien. Prickelnd wie niemals zuvor empfand ich die Ungewissheit und den Reiz eines wahren Abenteuers“ (Rohrbach 2000: 16).

Der **Abenteurer**-Topos findet sich in fünf von 21 Broschüren mit neun Erwähnungen. Es handelt sich fast ausschließlich (fünf Mal) um Textstellen, die Reisen innerhalb des Jemen (oder das Gefährt, mit welchem diese unternommen werden) betreffen. Beispielsweise kann man bei KNEISSL lesen, dass sich der Weg von Ṣan‘ā’ ins Wādī Ḥaḍramaut abenteuerlich gestalte. Andernorts bestreitet man seine Fahrt auf „eine[r] teilweise abenteuerliche[n] Piste“ (EXTREMO). Zwei Mal wird an den Abenteuergeist der Tourist_innen selbst appelliert, indem z. B. dazu aufgefordert wird, dass man „Abenteuerlust [...] mitbringen“ soll (ebd.). In einer Quelle wird eine Tour als „Abenteuerreise“ ausgeschrieben (AL-BAB) und Freya Starks „abenteuerlicher Lebenslauf“ (NOMAD) kann als Vorbild für die eigene Reise dienen.

Bei sieben Reiseangeboten gibt es etwas zu **entdecken** – und das insgesamt 17 Mal. Manche Beispiele kann man mehreren Unterthemen zuordnen.

In zwei Fällen haben bereits andere etwas entdeckt, genau genommen die Entdeckungsreisenden Hans Helfritz (KNEISSL) und Freya Stark (EXTREMO). All die anderen Male sind es die Reisenden selbst, die die Möglichkeit haben, neue Gefilde zu erkunden. Am öftesten (mit sechs Erwähnungen) betrifft das Architektur oder Bauten im Allgemeinen. In Ṣan‘ā’ kann man z. B. „die einmalige Architektur dieser Stadt“ (HORIZONT) erkunden und bei NOMAD „lassen sich immer wieder grüne Palmenoasen und die typischen kubischen Lehmhäuser entdecken“. Auch Flora und Fauna des Landes können vier Mal entdeckt werden; dazu zählen z. B. Paviane (vgl. EXTREMO). Drei Mal sind die Entdeckungen auf die Lebenswelten der Jemenit_innen bezogen. So bleibt WIGWAM zufolge „immer genügend Zeit und Muße, [...] die einzigartige Architektur, die Natur oder die Menschen zu entdecken“.

In zwei Fällen bietet sich die Möglichkeit, den Jemen im Allgemeinen zu entdecken, wie z. B. bei AL-BAB: „Entdecken Sie mit uns die Schönheit und Mystik von Arabia Felix“. Mit jeweils nur einer Nennung rangieren Ṣan‘ā’ (vgl. NOMAD), „Entdeckungen abseits der Wege“ (EXTREMO) und der „Charme und die Geheimnisse des Orients“ (EXTREMO) auf dem letzten Platz.

Es gibt Textstellen, die auf *europäische Jemen-Reisende* bezogen sind. Darunter ist Freya Stark am öftesten vertreten. In NOMAD wird ihr fast eine ganze Reiseroute gewidmet. Man „folgt [...] den Spuren von Freya Stark“ oder will den „Flair der Zeit Freya Starks widerspiegeln“ etc. Im Wādī Daw‘an gibt es auch ein Freya-Stark-Haus, das besucht werden kann. Sie wird gemeinsam mit Carsten Niebuhr genannt als eine, die „zurückkehrte[...] und über ihre Erlebnisse berichten konnte[...]“; mit Hans Helfritz sei sie im „Wettrennen“ um die erste Reise nach Ṣabwa³ gewesen. Auch bei EXTREMO kann man sich „auf die Route [begeben,] auf der sich auch Freya Stark während ihrer Forschungsreisen bewegt“. Bei BEDU wird eine Reise nach einem Buch von Freya Stark „Die Südtore Arabiens“ benannt. Carsten Niebuhr wird neben der schon erwähnten Quelle außerdem noch bei EXTREMO gewürdigt als „der berühmte deutsche Orientforscher[, der] 1760 als erster Europäer nach Manakha [reiste]“. Hans Helfritz erhält bei KNEISSL die Rolle des Bezeichners von Manāḥa im Ġabal Ḥarāz als „Dach Arabiens“ und bei HORIZONT ist er der Schöpfer der Bezeichnung „Chicago der Wüste“ für die Stadt Ṣībām im Ḥaḍramaut. Dieser Beiname wurde auch bei EXTREMO übernommen. Interessant ist es zu sehen, welche Verwandlung dieser in neun anderen Malen in den Quellen BEDU, MOND, ONHOL, JUMBO erfahren hat, nämlich zu „Manhattan der Wüste“. Bei JEMRE kann man auch die „Manhattan-gleichen Lehmbauten in Shibam“ bewundern. Diese Entwicklung ist wohl auf das Unwissen der Autor_innen über den Kontext zurückzuführen, in dem diese Bezeichnung entstanden ist und eventuell auch auf die Annahme, dass der Vergleich mit Chicago nicht mehr zeitgemäß war. Noch passender als Helfritz' Beinamen fand man bei RAIREIS die Metapher „Manhattan des Orients“ oder bei EXTREMO „Manhattan Arabiens“.

Gehen europäische Tourist_innen auf Entdeckungsreise, so setzt das voraus, dass es Gegenden und Erfahrungen gibt, die jenseits des „normalen“ Erfahrungshorizonts liegen. In vier Reisebroschüren (NOMAD, KNEISSL, EXTREMO, DJOSER) kann

³ Ṣabwa ist ein Ort mit einer Ausgrabungsstätte und eine Provinz im Jemen.

man das Wort *abgelegen* finden, das auf Orte hinweist, die nur mit Mühe zu erreichen sind. Es ist also etwas Außergewöhnliches und vielleicht sogar ein Privileg, diese zu besichtigen.

Das besondere Gefühl, etwas entdeckt zu haben, bekommt man, wenn man absolutes Neuland betritt. So wird bei NOMAD eine „*unberührte* Welt der südlichen Ausläufer des Bergjemen“ versprochen.

Der Kontakt zu den Jemenit_innen wird durch die *Sprache* natürlich erschwert. Arabisch wird auch nicht vorausgesetzt, dafür sorgen deutsch- oder englischsprachige Reiseleiter_innen in neun Broschüren (EXTREMO, AL-BAB, ONHOL, JUMBO, JEMRE, BEDU, HORIZONT, RAIREI, NOMAD). Innerhalb einer speziellen Sprachreise Arabisch zu lernen, wird nur bei AL-BAB angeboten – und dort sogar die gesprochene Sprache, den jemenitischen Dialekt.

Im untersuchten Korpus wird ein Gefühl von Abenteuer suggeriert. Darüber, ob die Realität ein solches Versprechen halten kann, kann man diskutieren. Jedenfalls bestärkt die Vorstellung, ein_e Abenteurer_in zu sein, die individuelle Position der Reisenden. Die Anderen, also die Jemenit_innen, die von diesem Entdeckertum wahrscheinlich kaum etwas merken, werden zu Nebendarsteller_innen degradiert. Zusätzlich werden frühere Reisende zum Vorbild gemacht, indem ihre Terminologie und Reiseroute aufgenommen werden. Die Distanz zu den Menschen wird dabei kaum aufgelöst. Der Kontakt zu den Menschen ist reguliert und auf Reiseleitung und „Hilfspersonal“ beschränkt. Parallel zu früheren europäischen Reisenden in den Jemen (vgl. Kabbani 1993: 149) bleiben die Beziehungen zu den Menschen oberflächlich.

Ohne über Sprachkenntnisse zu verfügen, kann man diese Barriere wohl kaum überwinden. Für die Reisenden bedeutet das, dass sich ihr Bild über die Jemenit_innen fatal entwickeln kann, wenn man Todorovs Aussage folgt, die lautet: „Bin ich der Sprache der anderen nicht mächtig, kann ich sie nicht als vollwertige Menschen wahrnehmen“ (Todorov 2010: 33).

Die Zuschreibung von exotischen und romantischen Attributen verzerrt die Wirklichkeit und verhindert eine faire und konstruktive Auseinandersetzung mit den

Anderen. Eng verwoben mit dem Diskursstrang Exotismus ist die Zeitebene. Pflitsch zufolge führt „[d]iese weit verbreitete Art der Exotisierung [...] dazu, dass die so beschriebenen Länder und ihre Menschen kaum ernst genommen werden. Sie erscheinen nicht als Zeitgenossen, sondern als Zeugen einer fernen Vergangenheit“ (Pflitsch 2003: 79).

IV. 2 ANACHRONISMUS

Die Beschreibung von Vergangenen kann mitunter auch der Aufwertung des Selbst dienen. Sir Herbert Butterfield konnte solch ein Phänomen in seinem Werk *The Whig Interpretation of History* von 1931 ausmachen. Mit „Whiggish History“ bezeichnete er das Verfahren der Geschichtsschreibung, der die Gegenwart als das Produkt eines triumphalen historischen Prozesses sieht (vgl. Mayr 1990: 305). Den Fall, wie man aus europäischer Perspektive die eigene Geschichte triumphal der anderen gegenüberstellt, beschreibt Chakrabarty. Ihm zufolge gibt es in Europa den Standpunkt, alle großen menschlichen Errungenschaften seien zuerst dort entstanden und dann exportiert worden (vgl. Chakrabarty 2000: 7). Als Folge davon würden Menschen auf unterschiedlichen Zeitebenen existieren. Dafür übernimmt er von Bloch den Ausdruck einer „gleichzeitigen Ungleichzeitigkeit“⁴.

Dieses Phänomen kann man als Anachronismus bezeichnen. Im *Britannica World Language Dictionary* (1962) wird unter dem Stichwort „Anachronismus“ die Definition „chronological error“ oder „[s]omething occurring out of its proper time“ angeführt.

Anachronistische Perspektiven, die aus dem Korpus herausgearbeitet wurden, sind erstens die Ansicht, dass die Vergangenheit zur Beschreibung der Gegenwart dient. Darunter fallen Phänomene, die auf eine vergangene sogenannte „Hochkultur“ bezogen sind. Zweitens wird Gegenwärtiges beschrieben, als ob es einer früheren „Zeitstufe“ angehöre. In Anlehnung an das soeben genannte Zitat von Chakrabarty wird diese Kategorie „Gleichzeitige Ungleichzeitigkeiten“ benannt. Schließlich werden drittens jene Textstellen behandelt, die eine langsamere gesellschaftliche Entwicklung suggerieren.

IV. 2. 1. Historische Hochkultur

Aus einer Bewunderung des Orients der Vergangenheit einerseits und der Überlegenheitsfantasien von Orient-Forscher_innen andererseits geschieht es wohl

⁴ „[S]ynchronicity of the nonsynchronous“. (Bloch zit. in: Chakrabarty 2000: 13)

bis heute, dass Historisches aufgewertet wird, während die aktuelle Lebenssituation der im „Orient“ lebenden Menschen bestenfalls ignoriert, schlimmstenfalls abgewertet wird (vgl. Said 2009: 55). Die Tendenz, den „Niedergang der arabischen bzw. islamischen Zivilisation“ ausführlich zu beschreiben, mag eine Folge dessen sein. Nach Willhardt existiert dieses Motiv seit dem 18. Jh. – und zwar im Sinne eines Niedergangs der altarabischen Hochkulturen hin zum Islam (vgl. Willhardt 2004: 120 ff.). Auch in den Islamwissenschaften wird nach al-Azmeh die Geschichte des Islam „in terms not of progress, but of decline“ (al-Azmeh 1987: 14) beschrieben.

Nach Barnard steht an der Spitze der evolutionären Vorstellungen die Zivilisation. Diese definiert er als „characterized by urbanization, social hierarchy, and complex social structure“ (Barnard 2002: 193). Zivilisation hat Todorov zufolge mehr als eine Bedeutung. Einerseits kontrastiert er den Begriff mit „Barbarei“, andererseits ändert sich seiner Ansicht nach „die Bedeutung des Wortes [...] erheblich, wenn man es im Plural gebraucht. *Die Zivilisationen* entsprechen nicht mehr einer zeitlosen moralischen und geistigen Kategorie, sondern stellen historische Gesellschaftsformationen dar“ (Todorov 2010: 42, Hervorhebung im Original). Die zweite, pluralische Bedeutung knüpft an Barnards Definition an und von dieser wird auch das folgende Kapitel handeln. Die Logik einer progressiven Evolutionsleiter ist aber in entgegengesetzter Richtung fortschreitend zu verstehen: Es geht um eine hochentwickelte Zivilisation, die es einmal gegeben hat. Nach dem „Niedergang“ dieser Zivilisation sei der Jemen dabei, sich ständig zurückzuentwickeln.

Die Tendenz, vergangene Zivilisationen überzubetonen, findet man auch in einem Bildband der National Geographic Society. Dort betont man „the theme of the area's ‘ancient’ roots [...] when it calls a trip to the Middle East ‘a trip back in time’“ (Lutz & Collins 1993: 125).

Das Thema **Kultur** wird deshalb in diese Kategorie aufgenommen, weil bei Durchsicht des Korpus klar wurde, dass es einen starken Vergangenheitsbezug hat. Der Begriff „Kultur“ und diejenigen Begriffe, die mit diesem verwandt sind, tauchen in der Analyse 69 (!) Mal in 15 verschiedenen Broschüren auf.

Am öftesten (34 Mal) sind diese Textstellen Bezüge auf die Geschichte oder deren materielle Zeugnisse. Zehn davon sind Erwähnungen von Ṣan‘ā’, Šībām oder Zabīd als UNESCO-Weltkulturerbe (allerdings gibt es bei EXTREMO alleine schon neun Mal den Hinweis darauf). In den anderen Fällen ist die Rede von „Kulturdenkmälern“

(BOTROS), „kulturhistorische[n] Monumente[n]“ (EXTREMO) oder „jahrtausendalte[r] Kultur“ (KNEISSL) und „einzigartige[m] kulturelle[n] Erbe“ (DJOSER). In neun Textstellen wird Kultur als vergangene Zivilisation oder „Hochkultur“ verstanden. So wäre „der Jemen an der Entwicklung der Kulturen Mesopotamiens, Ägyptens, des Indus und der Levante [beteiligt gewesen]“ (DJOSER). Andernorts wird erwähnt, dass „[s]chon vor 4000 Jahren [...] die Region [Ḥaḍramaut] große Bedeutung als Zentrum und Handelsplatz südarabischer Kulturen [erlangte]“ (EXTREMO). Als Ursprungsort einer städtischen Kultur sieht man den Jemen bei KNEISSL.

Kultur verstanden als „(traditionelle) Lebensweise“ kommt in den Texten fünf Mal vor. KNEISSL zufolge hätten sich z. B. „viele Elemente der angestammten Kultur und alte Stammestraktionen erhalten“ und bei HORIZONT wird man dazu aufgefordert, „Rücksicht auf die kulturellen Gepflogenheiten im Land“ zu nehmen. Fünf Mal werden im Korpus Kultur und Natur einander gegenüber gestellt. Bei WIGWAM werden „Natur- und Kulturreise abwechslungsreich kombiniert“ und die Broschüre BEDU wirbt mit „Wandern und Kultur im Bergjemen“. Im Gegensatz dazu wird vier Mal mit dem Begriff „Kultur“ etwas beschrieben, das man auch unter „Natur“ subsumieren könnte. Das Wādī Ḥaḍramaut beispielsweise ist bei AL-BAB eine „Kulturlandschaft“ und GEO preist „Gebirgszüge mit uralten Terrassenkulturen“ an.

Drei Mal wird „Kultur“ benutzt, um innerhalb des Landes stärkere Differenzierung zu schaffen. Bei BOTROS wird demnach empfohlen, das Nationalmuseum zu besuchen, „das einen interessanten Überblick über die Vielfalt der Kulturen des Landes bietet“. Speziell auf die arabische Kultur bezogene Textstellen gibt es zwei Mal, z. B. kann man „den Jemen als Wiege der arabischen Kultur“ (DJOSER) erleben. Acht Mal ist die Definition von „Kultur“ ziemlich uneindeutig. Der/ die Autor_in der Broschüre AL-BAB bewirbt an vier Textstellen einen Kurs für die arabische Sprache bzw. Geschichte und Kultur. Sonst wird der Terminus sehr allgemein gehalten und nicht näher definiert, wie bei WIGWAM, wo behauptet wird, dass Zabīd, „[d]ie weiße Stadt [...] Kultur in Hülle und Fülle [bietet]“.

In fünf Broschüren wird eine längst vergangene *Blütezeit* betont. Am weitesten zurück liegt diejenige des minäischen Reiches im 4. Jh. (MAIERS). Später ist die Zeit

einzuordnen, in der „die Römer den Yemen in seiner Blütezeit“ als „Arabia felix“ bezeichneten (VERBÜ). Auch für DJOSER war die jemenitische Blütezeit zu jener Zeit (500 v. Chr. bis 500 n. Chr.). Ġibla hatte laut BOTROS im 11. Jh. – zu Zeiten Königin Arwas – seinen kulturellen Höhepunkt. Und die am kürzesten zurückliegende Blütezeit kann die Stadt Zabīd vorweisen, u. a. mit der Entwicklung der Algebra im 12.-15. Jh. (MAIERS). Nur in EXTREMO bleibt die Blütezeit von al-Mukallā (als sie die „Weiße Stadt“ genannt wurde) undatiert; jedenfalls ist sie aber schon vergangen.

Wenn auf **Reichtum** oder **Wohlstand** angespielt wird, handelt es sich von 23 Mal ein einziges Mal um einen Aspekt, der die Gegenwart betrifft: bei KNEISSL geht es um Erdöl und den daraus resultierenden Wirtschaftsboom. Ironischerweise wird dabei aber auf alle anderen Regionen der Arabischen Halbinsel außer auf den Jemen Bezug genommen. Die restlichen Textstellen aus den zehn Quellen, die einen der beiden Begriffe (oder deren Abwandlungen) beinhalten, erwähnen nur den Reichtum der Vergangenheit. Falls dafür ein Grund genannt wird, ist es fast immer derselbe: der Handel. In MAIERS kann man von „alten Wohnsitze[n] reicher Händlerfamilien“ lesen, die Palästen gleichen; andernorts verdanke Saba dem Karawanenhandel „sagenhaften Reichtum“ (JUMBO). Nur zwei Mal bringen die Autor_innen Landwirtschaft mit Reichtum in Verbindung (DJOSER, VERBÜ).

Man kann hier sehen, in welch engen Zusammenhang Reichtum, Vergangenheit und Ökonomie gebracht werden. Erstaunlich ist, wie genau eine Aussage von Pflitsch dieses Ergebnis zu bestätigen scheint: „Die Vorstellung von den Reichtümern des Orients hat außer den Erzählungen der Reisenden einen anderen, konkreteren Hintergrund: den Handel“ (Pflitsch 2003: 109).

Als Zeugnis dieses „hoch entwickelten“ Handels in der Vergangenheit gilt die **Weihrauchstraße**. Die Autor_innen der Reisebroschüren erwähnen sie in elf von 21 Broschüren, insgesamt 27 Mal. Durch den Handel, der über die Weihrauchstraße stattfand, konnten sich „Prosperität und die kulturelle Blüte Südarabiens, und hier vor allem das Reich von Sabā“ (Daum 1988: 12), entwickeln. Der Begriff „Straße“ könnte jedoch in die Irre führen. Nach Brunner war der Handelsweg nicht auf eine Route fixiert, sondern veränderte sich immer wieder je nach politischer Lage (vgl. Brunner 1999: 65).

Unabhängig von der Königin wird das antike **Reich von Saba** in acht Broschüren (26 Mal) erwähnt. Dass die beiden Phänomene getrennt voneinander untersucht werden, ist damit zu erklären, dass das Reich einer historischen Dimension zuzuordnen ist, bei der Königin dagegen schwingen sagenhafte Elemente mit. Zwölf Mal kann man von baulichen Resten des Reiches lesen. Darunter fallen zum einen Tempel und Staudämme. Bei BEDU wird den Lesenden versprochen, sie würden „[i]n Marib, der alten Hauptstadt des Reiches Saba, [...] die Ausgrabungen zweier Tempel und die Dämme, denen Marib in der Vergangenheit wie auch heute sein fruchtbares Umland verdankt“, besichtigen. Weiters kann man als Überreste dieses Reiches Inschriften finden, wie z. B. Schriftsteine „[i]n den Toren und Häusern“ (EXTREMO). Dieses „Sammeln“ alter Inschriften im Jemen war scheinbar auch in früheren Reiseberichten ein Thema erster Ordnung. Auf der Suche nach Inschriften wurde die antike Kultur über die gegenwärtige gestellt (vgl. Willhardt 2004: 249). Dezidiert wird in sieben Fällen auf eine glorreiche Vergangenheit des Reiches verwiesen. Reist man mit NOMAD, könne man „die Ruinen des mächtigsten aller antiken Reiche des Jemen [erkunden]: des Königreiches von Saba“. Nach DJOSER wäre Ma'rib die „Hauptstadt des legendären Reiches von Saba“. Auf die einst wichtige Rolle der Region für den Handel gibt es lediglich fünf Anspielungen, so ist es bei JUMBO der Karawanenhandel, dem Saba seinen Reichtum verdanke. Neben diesen Unterkategorien gibt es auch vier Erwähnungen des Saba-Topos, die unkommentiert bleiben.

Jemen-Reisende stellten Sabäer_innen und Araber_innen in ihren Reiseberichten immer wieder gegenüber (vgl. Willhardt 2004: 121). Dieser Anachronismus diene dazu, die lebenden Araber_innen in Misskredit zu bringen: Sie hätten das Erbe ihrer Vergangenheit nicht weitergetragen, sondern wären verantwortlich für dessen Verfall.

Als bauliche „Meisterleistung“ der Vergangenheit ist der einstige **Staudamm** im Reich von Saba oft ein Thema. Ob nun der Königin oder dem Reich zugeschrieben, wird er 25 Mal in elf Broschüren erwähnt. Vier Mal liest man von ihm als „antike[m] Weltwunder“, z. B. wäre KNEISSL zufolge Ma'rib „berühmt für seinen aus dem 6. Jh. v. Chr. stammenden Staudamm, der als eines der Weltwunder der Antike galt“. Diesen Superlativ benutzt auch Daum, der den Damm begeistert als „berühmteste[s] und bedeutendste[s] Wasserbauwerk der Antike, [...] [als] achte[s] Weltwunder“ (Daum 1988: 15), identifiziert.

In 14 Reisebroschüren findet man gleich 51 Textstellen, die von *Arabia Felix* handeln, was auf Latein so viel wie „Glückliches Arabien“ heißt.

Am öftesten (20 Mal) steht dieser Ausdruck für einen Hotelnamen und bleibt unkommentiert. In 15 Fällen wird er als Synonym für den Jemen genutzt. So heißt es bei RAIREI (unter Missachtung des grammatikalischen Geschlechts) „Jemen – Faszinierendes Arabia Felix“ und Ṣan‘ā’ wird als „Perle von Arabia Felix“ (DJOSER) bezeichnet. Sieben Mal werden Römer, römische Geografen oder „die alten Geographen“ damit in Zusammenhang gebracht. Man erfährt beispielsweise, dass „„Arabia Felix“, Glückliches Arabien, [...] schon die Römer den Jemen in seiner Blütezeit [nannten]“ (VERBÜ) oder eben „[d]ie alten Geographen“ den Jemen als „Arabia Felix“ bezeichneten (AL-BAB). Drei Mal begründet man das „Glück“ des Jemen mit der Weihrauchstraße und dem Wohlstand, den diese der Region gebracht hat. Bei EXTREMO kann man nachlesen, dass „[e]inst [...] hier die antike Weihrauchstraße entlang [führte]. Die dabei verdienten Maut- und Schutzeinnahmen machten den Jemen zu ‚Arabia Felix‘“. Wieder drei Mal sind es aber die Vegetation und das Klima, die anscheinend der Region dieses Glück beschert haben. So wird behauptet, der Jemen wurde „wegen seiner fruchtbaren Böden und seines ausgeklügelten Bewässerungssystems als ‚Arabia Felix‘ bezeichnet“ (MAIERS). Der Ausdruck wird auch an zwei Stellen im Korpus auf Arabisch übersetzt. NOMAD zufolge „verbreitete sich die Rede von ‚Arabia Felix‘, dem Glücklichen Arabien oder – auf Arabisch – ‚Arab Mahdhudha‘“. Es wird aber nirgendwo diskutiert, ob dieser arabische Ausdruck überhaupt Relevanz für die jemenitische Bevölkerung hatte bzw. hat oder ob durch diese Übersetzung dem Begriff nur ein Hauch von Authentizität verliehen werden soll.

In einem Fall wird die Etymologie des Namens „Jemen“ auf eine entsprechende Bedeutung von „Arabia Felix“ zurückgeführt. So würden „[d]ie alten arabischen Legenden und sogar die Jemeniten selbst sagen, daß AL-YAMAN vom Wort AL-YUMN Segen und Wohlstand) [sic] kommt. Diese Bedeutung stimmt mit dem Namens [sic] ‚Arabia Felix‘ überein“ (AL-BAB). Ähnlich, aber doch mit anderer Erklärung, kann man die Herkunft und Bedeutung des Namen „Jemen“ bei Daum nachlesen.

Bei den Römern und Griechen hieß das Land *Arabia Felix*, „Glückliches Arabien“, im Gegensatz zur nördlichen *Arabia Petraea*, dem „Steinigen“ Nabatäerreich mit seiner Hauptstadt Petra und dem wüstenhaften Arabien, dem *Arabia Deserta*. [...] Freilich dürfte

die Bezeichnung eher vom einheimischen Namen „Jemen“, der soviel wie „Süden“ und „rechts“ bedeutet, abgeleitet sein, galt das „Rechte“ doch schon immer als glücklich und das „Linke“ als sinister. (Daum 1988: 12)

Die Ableitungen der Wurzel des arabischen *y-m-n* können also „rechts“, „Süden“ und auch „glücklich“ bedeuten. Für Daum ist aber nicht das Glückliche das ursprünglich Bezeichnende (wie in der Broschüre behauptet), sondern „Süden“ oder „rechts“ als geografische Lokalisierung. Dass dieser Teil „Arabiens“ als besonders glücklich betrachtet wird oder wurde, könnte also einfach an einer unglücklichen Übersetzung liegen.

Für die Geschichte des *Kaffees* spielt der Jemen eine tragende Rolle. Ursprünglich wurde die aus Äthiopien stammende Pflanze den ersten schriftlichen Quellen zufolge nicht unbedingt als Getränk konsumiert. Das von Avicenna (Ibn Sīnā) im 11. Jh. unter dem Namen „Bunchum“ geführte Heilmittel weist wahrscheinlich auf die Kaffeepflanze hin (vgl. Heise 1996: 14). Nachdem Kaffee im Jemen kultiviert worden war, gelangte er zwischen 1470 und 1500 nach Mekka und Medina und 1510 auch nach Kairo (vgl. ebd.: 17 ff.). Von dort aus wurde er sieben Jahre später nach Istanbul gebracht und war um 1600 im gesamten Osmanischen Reich verbreitet (vgl. ebd.: 19). Damals „bezog die arabische und türkische Welt ihre Kaffeebohnen ausschließlich aus dem Südjemen“ (ebd.: 46), der eine Monopolstellung für den Handel mit Kaffee innehatte.

In Europa erfuhr man von Kaffee ungefähr zur selben Zeit, allerdings vorerst auch noch nicht als Genussmittel. Anfangs waren es nämlich noch Ärzte und Botaniker, die am Ende des 16. Jhs. über Kaffee berichteten, weswegen die ersten Pflanzen in Europa auch in botanischen Gärten gezüchtet wurden (vgl. Schnyder-von Waldkirch 1988: 30). Das Klima in Europa ist für Kaffee aber nicht ideal. So wurde der Kaffeeanbau in dafür geeignete Kolonien verlagert (vgl. ebd.).

Auch speziell für Wien war der Kaffee eine Erfolgsgeschichte. Ein Ereignis dürfte für den Kaffeekonsum der Wiener Bevölkerung prägend gewesen sein: Sultan Mehmed IV war zum Zwecke eines Friedensvertrags 1665 mit seinem Hofstaat nach Wien gekommen. In seinem Lager wurde Kaffee gekocht, den viele neugierige Wiener_innen verkosten durften. Bis zur Eröffnung des ersten Kaffeehauses gibt es auch einige Hinweise auf privaten Konsum der Wiener_innen (vgl. Heise 1996: 44).

Sagen um einen gewissen Franz Georg Kolschitzky berichten, dass dieser nach der Vertreibung der osmanischen Armee angeblich für seine Dienste als Bote mit erbeutetem Kaffee und einer Ausschanklizenz belohnt worden sein soll (vgl. Pflitsch 2003: 114). Offiziell nachweisbar ist jedoch das Privileg für die Ausschank von Kaffee des Armeniers Johannes Diodato im Jahre 1985; die Gründung des ersten Kaffeehauses wird um dieses Datum herum vermutet (vgl. Teply 1980: 104 ff.).

In den Reisebroschüren gibt es in elf Exemplaren 40 Bezugnahmen auf Kaffee. 16 Mal geht es dabei um den Anbau und Handel von Kaffee in vergangenen Zeiten (d. h. bis ins 17./ 18. Jh.) und um die Rolle, die der Kaffee für den Welthandel gespielt hat. Bei WIGWAM wird die Stadt al-Muḥā als „im 17. und 18. Jahrhundert wichtigste[r] Kaffee-Exporthafen“ beschrieben und in JEMRE ist die Rede von „Mahwit, einem ehemaligen Kaffeezentrum“. In fünf der 16 vergangenheitsbezogenen Nennungen geht es explizit um den Verfall von al-Muḥā als wichtigen Handelsplatz. Ein gutes Beispiel dafür kann man bei DJOSER nachlesen, wo es heißt: „Heute ist Al Mukha ein ärmliches Dorf[,] in dem der Glanz vergangener Zeiten keine Spuren hinterlassen hat“.

Aber Kaffee ist nicht nur auf die Vergangenheit bezogen ein Thema. Es überrascht, dass 24 Mal die gegenwärtige Relevanz von Kaffee angesprochen wird. 16 Mal geht es um Kaffeeanbau; dabei wird Kaffee zwar wieder als Produkt der Vergangenheit dargestellt (vor allem in seiner traditionellen Anbauweise), aber mit Bezug auf die Praxis im Heute. Es ist die Rede von „Terrassenfeldern mit Kaffee und Qat“ (BEDU) oder davon, dass u. a. Kaffeeanbau im Bergjemen dessen „wirtschaftliche Basis“ bedeute (KNEISSL). Entscheidet man sich, mit NOMAD zu reisen, könne man sogar einen „dreitägige[n] Aufenthalt bei den Kaffeebauern am Djabal Bura' [einem Berg]“ verbringen.

Neben dem Anbau lässt sich acht Mal Kaffee als Konsumgut identifizieren, sei es als Getränk wie z. B. „Qishr, Kaffeeschalentee“ (EXTREMO) oder als Ware am Markt (vgl. KNEISSL). Die jemenitische Zubereitungsweise unterscheidet sich stark von derjenigen, die in Europa hauptsächlich verbreitet ist. So wird in den untersuchten Texten Kaffee kaum als Genussmittel angepriesen, sondern vor allem auf seine (ehemalige) wirtschaftliche Bedeutung und Bewirtschaftung eingegangen. Niebuhr zeigt sich vom jemenitischen Kaffee auch wenig begeistert. Er beschreibt ihn sogar

als „abscheulich“ (Niebuhr 1973 [1761-67]: 69).

In zwei Quellen (EXTREMO, MAIERS) kann man über die Stadt Zabīd lesen, dass dies der Ort war, an dem die *Algebra* erfunden wurde. So erfährt man bei MAIERS, dass in „Zabid [...] die erste Universität der arabischen Welt errichtet [wurde]. [...] In ihrer Blütezeit vom 12.-15. Jh. wurde hier die Algebra entwickelt“. Dies ist ein weiteres Beispiel dafür, welche glorreichen Errungenschaften der Vergangenheit anerkannt werden. Dass man Ähnliches der heutigen jemenitischen Bevölkerung zutrauen würde, kann bezweifelt werden. Hier ist besonders interessant, dass es sich um einen Aspekt handelt, der die Ratio betrifft. Die Vernunft wird spätestens seit der Zeit der Aufklärung als ein Wert gesehen, der gerne „dem Westen“ zugeschrieben wird. Für den Jemen ist sie den beiden Quellen zufolge nur ein Teil der Vergangenheit.

Aspekte, die „Kultur“ betreffen, werden im Korpus hauptsächlich auf die Vergangenheit bezogen und dabei als „hochkulturell“ verstanden. Der Begriff der „Hochkultur“ ist aber problematisch. Er ist wertend und setzt voraus, dass es ihm entgegengesetzt so etwas wie eine minderwertige Kultur gibt. Dass die Autor_innen der Broschüren diese Definition von Kultur benutzen und aktuelle Entwicklungen dabei nicht miteinbeziehen, erinnert an die Zuschreibung an, dass im arabischen Raum Menschen als nicht produktiv gesehen werden, im Sinne der „kanonischen orientalistischen Ansicht, dass die Semiten nie eine große Kultur hervorgebracht haben“ (Said 2009: 332).

Man findet den Begriff aber auch mit Bezug auf Traditionen, als das Gegenstück von Natur bzw. auf Natur bezogen oder um verschiedene Gruppen innerhalb des Jemen zu bezeichnen. Das mag unter anderem aus der Uneindeutigkeit des Kulturbegriffs selbst hervorgehen. Was kann mit „Kultur“ *nicht* bezeichnet werden? Von Gewohnheiten über Sprachräume bis hin zu „Zivilisiertheit“ wurde so manches „kulturalisiert“. Kritisch sieht al-Azmeh die Entwicklung des Begriffs ab den 1970ern. Er meint, “race became ethnicity, then culture” (al-Azmeh 1996: 5). Kultur als Ersatz für den „Rasse“-Begriff? In Zeiten von „kulturellem Rassismus“ ist das durchaus denkbar. Unter dem Deckmantel von „political correctness“ lässt es sich vielleicht umso leichter essentialisieren.

Verstanden als „Hochkultur“ und „Zivilisation“, wurde „Kultur“ von frühen Jemen-Reisenden nicht unbedingt erwünscht. Man kann die Aussage von Helfritz als einen Wunsch nach dem „Verharren“ in einem rückständigen Zustand interpretieren, wenn er schreibt: „Wie lange es noch dauern wird, daß [...] in Hadramaut die sogenannte ‚Kultur‘ ihren Einzug hält, wissen wir nicht. [...] Wir wollen hoffen, daß uns eines der wenigen ursprünglichen Länder unserer Erde noch recht lange so erhalten bleibt wie es ist“ (Helfritz 1936: 67).

Blütezeit, Reichtum und Wohlstand werden ausschließlich der Vergangenheit zugerechnet. Dabei kann die Weihrauchstraße als Beleg für die damaligen „Hochkulturen“ gelten. Auch die Relevanz des Reiches von Saba wird betont. Dessen bauliche Überreste, wie der Staudamm, sind die Attraktionen vieler Reiseangebote. Die Bezeichnung „Arabia Felix“ synonym für den Jemen zu verwenden, bedeutet einerseits, einen historisch relevanten Namen zu verwenden, andererseits, eine griechisch-römische Fremdbezeichnung zu übernehmen. Die Jemenit_innen als „glücklich“ anzusehen, erinnert stark an den dem „Edlen Wilden“ nahestehenden „Orientalen“ (s. o.), dem ein glücklicher Urzustand zugeschrieben wird.

Was den Kaffee betrifft, so wird er sowohl mit Bezug auf die Vergangenheit als auch auf die Gegenwart thematisiert. Durch den internationalen Handel mit ihm kam dem Jemen eine bedeutende Schlüsselfunktion zu. Gegenwärtig spielt Kaffee in den Reisebroschüren zwar noch eine Rolle, diese ist aber sozial-wirtschaftlich und geografisch peripher: die relevanten Textstellen beziehen sich auf die traditionelle Anbauweise oder auf Berge, an denen Kaffee angebaut wird.

Schließlich wird mit der Erwähnung von Algebra auch auf eine vergangene Glanzzeit der Wissenschaft und der Vernunft angespielt.

Eine „Kulisse einer Orientbühne“ (Said 2009: 80) kann man im Korpus auch auf die Vergangenheit bezogen wiederfinden. Dort wird der Jemen einmal als „eines der interessantesten Freilichtmuseen der Welt“ beschrieben (VERBÜ). Die Gegenwart wird dadurch als fast unbedeutende Größe abgehandelt. Die einzige Zeit, der in den Broschüren „Hochkulturen“ zugestanden werden, ist die Vergangenheit. Die Parallele zu Reichtum und Handel zieht sich dabei wie ein roter Faden durch das Korpus.

IV. 2. 2 „Gleichzeitige Ungleichzeitigkeiten“

Mit der Festschreibung, dass die eigene Vergangenheit die Gegenwart der Anderen bedeute, im Sinne von “their present is our past“ (Lutz & Collins 1993: 125), folgt man einer evolutionären Argumentation. Die Prämisse für dieses Denken ist, dass die europäische Zeitabfolge linear verläuft, während die jemenitische zum Stillstand gekommen ist oder sogar Zeitsprünge (in die Vergangenheit) zulässt. Das folgende Kapitel soll von der Paradoxie handeln, die es möglich macht, dass dem Jemen nachgesagt wird, er würde in der Vergangenheit verharren und Relikte einer anderen Zeitstufe beibehalten. Solche Argumente findet man übrigens auch öfters in der Alltagssprache wieder, wenn man über andere Länder z. B. von „Zuständen wie vor 100 Jahren“ spricht. In den Broschüren geschieht das u. a. mit Hilfe der Themen „Urzeitlichkeit“, mit Zeitschritten von Jahrtausenden, mit dem Bezug auf die Bibel, dezidierten temporalen Ungleichzeitigkeiten und dem Verweis auf das Mittelalter.

In neun Broschüren findet sich die Vorsilbe „*ur-*“ als Hinweis auf „Urzeitlichkeit“. 26 Mal trifft man auf ein Wort mit dieser Vorsilbe. Dabei sind hauptsächlich (in 19 Fällen) ursprüngliche, vielleicht auch altmodische Traditionen und im schlimmsten Fall primitiv-rückständige Lebensweisen gemeint, die als Relikte der Vergangenheit bis heute überlebt haben. Auffällig ist, dass der Markt in zehn Fällen als Ort der Ursprünglichkeit genannt wird. So könne man z. B. einen „Bummel durch die Altstadt mit ihrem ursprünglichen Souq“ machen (BEDU), oder es wird darauf hingewiesen, dass sich auf den Märkten im Jemen wie in kaum einem anderen Land „die uralten Traditionen erhalten“ hätten (NOMAD). Man könnte meinen, dass sich die Bezeichnungen „ursprünglich“ oder „urtümlich“ eher auf die architektonische Ebene beziehen würden, wobei die Menschen, die dort ihren gegenwärtigen Alltag leben, dadurch ausgeblendet werden. Die diversen Märkte sind ja gegenwärtig aktiv und keine bloßen baulichen Überreste aus der Vergangenheit. Außerdem wird sechs Mal auf eine „altarabische Ursprünglichkeit“ (EXTREMO) verwiesen oder behauptet, dass „[i]n keinem anderen arabischen Land [...] die Sitten und Bräuche noch so ursprünglich geblieben [sind] wie hier“ (DJOSER).

Daneben gibt es noch Anspielungen auf ein ursprüngliches Funduk (vgl. EXTREMO), dessen Attribut wahrscheinlich hauptsächlich auf einen bescheidenen Standard aufmerksam machen soll, auf die „urtümliche Atmosphäre“ der Stadt Ġibla

(VERBÜ) und die Bewohner des Ġabal Bura⁶, die „seit Urzeiten vom Kaffeeanbau leben“ (NOMAD).

Es gibt aber auch fünf Fälle mit dem Präfix „ur-“, die von Natur handeln, nach denen man beispielsweise „durch Urzeitlandschaften“ wandern könne (EXTREMO). Von „uralten Ruinen“ in Ma⁷rib und vom „uralten Handelsweg der Weihrauchstraße“ kann man bei NOMAD lesen.

Um zum Ausdruck zu bringen, wie alt diese „Zivilisation“ ist, wird mitunter in *Jahrtausenden* gerechnet. Es gibt fünf solcher Textstellen in vier Broschüren, wobei darauf hinzuweisen ist, dass Aussagen, die lediglich Jahreszahlen betreffen, ausgespart wurden. Hier soll es vielmehr um die Distanz zur Gegenwart gehen, die dadurch geschaffen wird. Bei WIGWAM sind es „Jahrtausende alte Kulturzeugnisse“, wozu man auch die Karawansereien in der Altstadt von Ṣan⁸‘ā’ zählen kann, die „müheles zweieinhalb Jahrtausende [überbrücken]“ (NOMAD). Textstellen, die auf diese Art und Weise der jemenitischen Kultur ein hohes Alter zurechnen, gibt es bei KNEISSL und EXTREMO. Einmal ist es die „nordjemenitische Gesellschaftsstruktur“, die „seit Jahrtausenden durch die Stämme geprägt ist“ (NOMAD).

Nach Pflitsch „ist es auch die Bibel, die die europäische Vorstellung vom Orient maßgeblich geprägt hat“ (Pflitsch 2003: 80). Anspielungen auf die *Bibel* findet man in sechs Quellen (14 Mal). Dabei wird in drei Broschüren vier Mal gemutmaßt, dass Ṣan⁹‘ā’ „von Noahs Sohn Sem gegründet worden“ sei (NOMAD). In GEO können sich potentielle Reisende auf ein „orientalisches Märchen mit biblischem Hauch“ freuen, das zwei Mal in einer Überschrift propagiert, von dem aber später nicht mehr die Rede sein wird. Dass die Königin von Saba in der Bibel bzw. dem Alten Testament erwähnt wird, kann man bei AL-BAB und JUMBO nachlesen. Zwei Mal finden sich auch Textstellen, die Heiligengräber betreffen: Neben dem Grab von „Nabi Ajub, der einer Legende zufolge Vorbild für das Buch Hiob im Alten Testament gewesen sein soll“ (EXTREMO), kann man in Ḥaḍramaut das Grab von Eber besuchen (vgl. AL-BAB). In den Quellen JUMBO und MOND wird behauptet, dass die Arche Noah in ‘Adan erbaut worden sei, allerdings jeweils mit gleichem Wortlaut, was an der eigenständigen Produktion der einen oder anderen Broschüre zweifeln lässt. ‘Adan wird aber diesbezüglich auch in einen anderen Zusammenhang gebracht: „Laut

Legende haben Kain und Abel die Stadt gegründet“ (AL-BAB). Schließlich kann man sich bei NOMAD unter der Obhut des Reiseführers „so sicher wie in Abrahams Schoß“ fühlen.

In all diesen Fällen wird durch Verweise auf die Bibel versucht, eine Verbindung zwischen einem „Wir“ und den „Anderen“ zu schaffen. Diese Strategie macht den Jemen zum Land der Bibel und soll so Nähe erzeugen. Dieses Phänomen konnten auch Lutz und Collins bei ihrer Analyse des *National Geographic* ausmachen. Sie bemerkten, “[m]any of its articles on the Middle East focus on the roots of Western religion” (Lutz & Collins 1993: 125). Auch wenn dies in den Broschüren nicht allzu oft der Fall ist, geht es doch in dieselbe Richtung. Der Jemen wird mit dem Entstehungsraum der biblischen Texte, vor allem des Alten Testaments, identifiziert; seine eigene Geschichte rückt dabei in den Hintergrund und wird zu einem kleinen Teil „unserer“ Geschichte gemacht. Gleichzeitig sinkt der Grad einer unüberbrückbaren Fremdheit, die einer Reiseentscheidung im Weg stehen würde. Diese Nähe und Vertrautheit erwähnte auch Hans Helfritz in einem seiner Reiseberichte: „Den Alten war das Land Hadramaut schon bekannt, es war das Hazamareth [sic] der Bibel, das Land des Weihrauchs, und Sabota, das heutige Shabwa, war seine Hauptstadt“ (Helfritz 1936: 31). Auch Said erwähnt den wiederkehrenden Bibel-Topos europäischer Orient-Forscher_innen, die „[den Orient] im Sinne seiner biblischen ‚Ursprünge‘ auffassen [...], das heißt als einen unabänderlich primär religiös definierten Raum“ (Said 2009: 299).

Eine nennenswerte Stelle ist vielleicht noch jene, die besagt, dass „[in den Oasen] die Voraussetzungen für eine städtische Kultur [entstanden], deren Anfänge bis weit in vorchristliche Zeit zurück reichen“ (KNEISSL). Hier wird dezidiert die „christliche Zeit“ als historische Zäsur für ein Land verwendet, das mehrheitlich von Muslim_innen bewohnt wird. Eine Projektion also, die – bewusst oder nicht – den Anderen eigene Vorstellungen von Geschichte überstülpt. Gleichzeitig betrachtet man diese alten kulturellen Errungenschaften nicht als zum heutigen Land gehörig, sondern zu jener alten „Hochkultur“, die noch dazu in eine Kontinuität mit dem Christentum gebracht wird. Die Einbettung der Geschichte in die eigene kann man als Strategie sehen, um Kontrolle über die Anderen ausüben zu können und um die eigene überlegene Position zu bestärken.

Textstellen, in denen es eindeutige Bezugnahmen auf *temporale Ungleichzeitigkeiten* gibt, findet man in sieben Broschüren – und zwar elf Mal. Gemeint ist jedes Mal dasselbe: das Leben im Jemen oder bestimmte Aspekte davon spielen sich in der Vergangenheit ab.

Die Rede ist sechs Mal von einer anderen bzw. vergangenen Zeit. In Ṣan‘ā’ beispielsweise fühle „man sich in eine andere Zeit versetzt“ (KNEISSL). An anderer Stelle könne man sich „bei einem Streifzug durch die Reste der ehemaligen Wehranlage in vergangene Zeiten versetzen“ lassen (ONHOL). Vier Mal wird suggeriert, dass im Jemen der Lauf der Zeit stehengeblieben ist, wie am Beispiel des Palasts des Imams Yaḥyā, in dem „die Zeit scheinbar stillgestanden ist“ (BEDU), oder bei AKAD, wo „die Zeit seit zweitausend Jahren stehen geblieben zu sein [scheint]“. In der Reisebroschüre BOTROS vergleicht man die Jemenreise mit einer „Fahrt durch Jahrhunderte“.

In Textstellen, die solche Ungleichzeitigkeiten aufweisen, wird dem Jemen und seinen Bewohner_innen unterstellt, sich nicht entwickelt zu haben. Dabei gilt der eigene Weg gesellschaftlicher Entwicklung als Nonplusultra. Das, was davon abweicht, wird als „rückständig“ erkannt und der Vergangenheit zugeschrieben.

In acht Quellen ist insgesamt 28 Mal die Rede vom *Mittelalter*. Es handelt sich dabei aber fast ausschließlich um bauliche Aspekte der Städte bzw. Orte Ṣan‘ā’, ‘Amrān, Ṭulā, Ḥabāba, al-Ḥağara und Šibām. Nur in einer Quelle wird stilistisch übertrieben: In al-Ḥağara sei man nämlich dazu eingeladen, „einen Steinstufenweg ins Mittelalter“ zu gehen (JUMBO). In nur drei Fällen kann man Mittelalter als Synonym für die Rückständigkeit auf das Land bezogen interpretieren. Was bei JEMRE „mittelalterlich anmutend[...]“ ist, hat anderswo den Charakter eines „gallischen Dorfes“, was die wirtschaftliche Entwicklung der Arabischen Halbinsel betrifft:

Innerhalb einer Generation katapultierten Erdölreichtum und Wirtschaftsboom eine ganze Region vom Mittelalter in die Moderne. Trotz aller Probleme, die heute in wirtschaftlicher, sozialer und politischer Hinsicht existieren, gibt es aber noch ein Arabien, das im Verborgenen blüht. Im Südwesten der Halbinsel haben sich viele Elemente der angestammten Kultur und alte Stammestraditionen erhalten. (KNEISSL)

In einer Quelle wird dieses Stadium der Rückständigkeit als soeben überwunden dargestellt; man wäre im Jemen nämlich „gerade erst aus dem Mittelalter erwacht“

(DJOSER).

Es gibt also einige Fälle, in denen mit dem Mittelalter eine gewisse Wertung in Verbindung gebracht wird und die an ein evolutionistisches Fortschrittsmodell mit Entwicklungsstufen erinnern. Man sollte trotzdem bedenken, dass in den 25 anderen Malen, in denen dies nicht explizit der Fall ist, ein Wort zur Beschreibung verwendet wird, das Sprünge von Jahrhunderten zulässt – sei es auch nur in Gedanken – und somit einen Gegensatz zur „Moderne“ suggeriert. Freya Stark beschreibt einen Harem, in dem das Leben „[b]is in jede Einzelheit [...] dem auf einer mittelalterlichen Burg [glich]“ (Stark 1992 [1934]: 137).

Mit „Mittelalter“ meint man jenes Bild, das man dabei mit Europa verbindet. So ist dies ein weiteres Beispiel für eine Unterteilung in historische Kategorien, die von „eigenen“ Parametern bestimmt wird. Der Zusammenhang mit Rückständigkeit lässt nicht nur auf das Bild über den Jemen schließen. Gleichzeitig schafft man durch solche Vergleiche Distanz zur eigenen Vergangenheit.

Die Tatsache, dass das Leben im Jemen zur selben Zeit stattfindet wie jenes in Europa, wird oft außer Acht gelassen. Mit Anspielungen auf eine gegenwärtige Urzeitlichkeit werden hauptsächlich die Assoziationen „altmodisch“ und „rückständig“ geschaffen. Die wenigen Male, in denen Jahrtausende eine Rolle spielen, beziehen sich vor allem auf eine alte materielle Kultur, aber auch auf eine Sozialstruktur, die der Vergangenheit angehört. Es wird dabei außerdem der Kontrast Vergangenheit – „Moderne“ geschaffen und untermauert. Einige Male gibt es auch Textstellen, die auf die Bibel Bezug nehmen. Die Nähe, die durch das Überstülpen eigener historischer Kategorien entsteht, bekommt durch den Aspekt der Einverleibung der Geschichte der Anderen einen bitteren Beigeschmack. Die Zäsur „Christi Geburt“ wird in allen Broschüren beibehalten, die islamische Zeitrechnung (*hiğra*) kein einziges Mal erwähnt. Ungleichzeitigkeiten werden dort direkt angesprochen, wo suggeriert wird, dass Zeit im Jemen nicht linear verläuft. Zusätzlich wird auf eine unzureichende gesellschaftliche Entwicklung angespielt. Im Korpus ist mit „Mittelalter“ hauptsächlich eine bauliche Ebene gemeint, die dazu dient, eine Kulisse aus einer anderen Zeit zu erschaffen. Hier werden wieder eigene historische Kategorien und deren Assoziationen (wie z. B. „rückständig“) auf die Anderen übertragen.

Vergleiche mit der Vergangenheit werden angestellt, Zeit wird nicht immer gleich schnell verlaufend wie im „Westen“ dargestellt oder es werden Aspekte betont, die eigentlich gänzlich der Vergangenheit angehören – noch dazu nicht unbedingt der jemenitischen Vergangenheit. Auch mit Hilfe einer antiquierten Sprache versetzt man sich quasi in eine andere Zeit. So heißt es einmal über die Stadt Šibām: „Mit Bewunderung *schreiten* wir durch die Gassen dieser altertümlichen Stadt“ (MOND, Hervorhebung durch die Autorin).

III. 2. 3 Gesellschaftliche Entwicklung

Wie bereits erwähnt, bedeutet der Begriff „Zivilisation“ nach Todorov (vgl. 2010: 42) in seiner singulären Verwendung Kontrast zu Barbarei. Der Weg von der Barbarei in die Zivilisation ist aus europäischer Perspektive oft geprägt von einem evolutionären Fortschrittsdenken. Die Entwicklung der Menschen – zumindest solange man von den Anderen spricht – ist diesem Denken nach bereits festgeschrieben. Lutz und Collins meinen, diese Anschauung „allows us to know our past through the present of others, to know the present of others through our own past, and to know their future through our own present“ (Lutz & Collins 1993: 239 ff.). So liest man in Starks Reisebericht, die jemenitischen Gärtner würden ihrer Arbeit „auf eine prähistorische Art“ nachgehen (Stark 1992 [1934]: 45). Auch Helfritz' Ansicht nach würden die Menschen im Jemen gerade in einer Periode leben, die Europa schon längst überwunden hätte. Deshalb meint er: „Auf Kunstwerke großen Stils muß man bei der Musik primitiver Völker natürlich von vornherein verzichten. Dafür haben wir es aber meist mit einer Musik zu tun, die heute kaum anders ist als zu vorchristlichen Zeiten“ (Helfritz 1936: 55).

Diese Entwicklungen werden aber nicht unbedingt erwünscht. Die Gewissheit darüber, dass die Anderen – obwohl sie verdammt seien, demselben Prozess folgen zu müssen – mit diesem nicht Schritt halten können, lässt ein Überlegenheitsgefühl entstehen. Freya Stark will in diesem Sinn eine Tendenz zur Unabhängigkeit durch die Anspruchslosigkeit und Armut des „auch noch so von der Zivilisation angekränkelten Arabers“ (Stark 1992 [1934]: 55) erkannt haben. Wie sehr die Zivilisation also auf die Araber_innen einwirken möge – rückständig würden sie wohl immer bleiben. Dazu wird mit der Bedeutung der Krankheit suggeriert, dass es „nicht

normal“ für sie wäre bzw. sie nicht gut zurecht kommen würden, würden sie sich aus ihrem authentischen Zustand der Wildheit emanzipieren.

In 14 Reisebroschüren gibt es 79 Nennungen, die etwas über **Traditionen** aussagen, von denen manche mehreren Kategorien zugerechnet werden konnten.

Vor allem architektonische Aspekte werden diesbezüglich genannt. 19 Mal findet man Textstellen, die von „traditioneller Baukunst“ (HORIZONT), der Altstadt (vgl. z. B. ONHOL), einem „traditionellen Stadtviertel“ (MAIERS) oder traditionellen Häusern (vgl. z. B. NOMAD) handeln. Speziell auf Lehmhäuser wird vier Mal eingegangen. Als traditionell werden oft auch Märkte angesehen (14 Mal), wie in Şan‘ā’, wo der Markt „auch heute noch die klare Struktur eines traditionellen Suk auf[weist]“ (EXTREMO). 13 Mal wird mit Tradition etwas über den Lebensstil der Menschen oder ihre gesellschaftlichen Strukturen ausgesagt. Nach DJOSER blieben beispielsweise „[i]m Nordjemen [...] traditionelle Gesellschaftsstrukturen vorherrschend“. Konkret werden vor allem Stämme (fünf Mal) und Bergbewohner (drei Mal) öfters genannt. So kann man lesen, der Jemen habe sich seine „alte[n] Stammestraditionen erhalten“ (KNEISSL), oder man erfährt von Bergnomaden von Zufār, „die bis zum heutigen Tage mit ihren Viehherden ihren traditionellen Lebensstil weiterführen“ (EXTREMO). Dem *funduq* (arabisch für „Hotel“) wird acht Mal im Korpus zugeschrieben, es sei „traditionell“, wie z. B. durch die Bezeichnung „traditionelle Herberge“ (ebd.). „Accessoires“ im weitesten Sinn werden sechs Mal mit dem Attribut „traditionell“ bedacht. Im Zusammenhang mit Frauen werden traditionelle Kleidung und Kosmetik (vgl. z. B. AL-BAB) oder Schmuck (vgl. KNEISSL) erwähnt. Auf Männer bezogen werden z. B. der Krummdolch (vgl. EXTREMO) oder „traditionelle Futah (Wickelröcke)“ (NOMAD) genannt. Genauso oft wird Tradition nicht näher definiert. Man erfährt zumindest nichts Genaueres, wenn es beispielsweise heißt, dass „traditionelle Werte [...] hier besonders gepflegt [werden]“ (EXTREMO). Ein weiteres, sehr idealisierendes Beispiel zeichnet die Jemenit_innen als Menschen, die „sich durch die Zwänge der Neuzeit nicht von ihren alten Traditionen abhalten [lassen]“ (BOTROS). In diesem Satz wird „Moderne“ mit dem Wort „Zwang“ verbunden, was impliziert, dass man sich im Jemen eigentlich gegen jegliche Neuerung wehrt. Gleichzeitig impliziert diese Aussage, dass sich die potentiellen Tourist_innen in einer Lebenswelt befinden, in der sie unter Druck stehen. Vier Mal fallen religiöse Aspekte in diese Kategorie, wie z. B. bei KNEISSL, wo geschrieben steht, dass „[d]ie Kopfbedeckung [...] für den traditionsbewussten

Moslem aber noch eine andere Bedeutung [hat]“. Dass das Gesagte nur für einen einzigen Gläubigen gelten soll, kann bezweifelt werden. Ein bestimmtes traditionelles Handwerk, wie z. B. die Arbeit mit Kalkbrennöfen (vgl. EXTREMO), wird drei Mal erwähnt. Wieder drei Mal gibt es Hinweise auf eine traditionell-jemenitische Küche. So darf man mit NOMAD „in einer traditionellen Garküche“ essen. Als orientalisches bezeichnet man Tradition in zwei Fällen. Als ein Beispiel für absolute Festschreibungen sei eine Passage genannt, in der es heißt, der Jemen sei „eine Welt, die tief in der archaisch-orientalischen Tradition verhaftet scheint“ (VERBÜ). Der Begriff „archaisch“ deutet außerdem auf Rückständigkeit hin. Je zwei Mal findet man Textstellen, die eine Hochzeit (vgl. EXTREMO, NOMAD) bzw. Gastfreundschaft (vgl. HORIZONT, NOMAD) traditionell nennen.

„Tradition“ bzw. „traditionell“ im Sinne von sozialer Praxis oder materiellen Kulturgütern weist eine sehr hohe Anzahl von Nennungen auf. Die Toleranz der anderen Lebensweise wird großgeschrieben; bis auf das Etikett „archaisch“ sind die 78 restlichen Nennungen frei von negativen Zuschreibungen. Ebenfalls tolerant gegenüber Gewohnheiten und Bräuchen gibt sich Freya Stark, was für die Rolle der Dschinnis gilt (vgl. Stark 1992 [1934]: 247) oder für die Ehe eines älteren Mannes mit einem 14-jährigen Mädchen, das sie nur mit „Sie ist reizend“ (ebd.: 249) kommentiert. Die Hervorhebung alter jemenitischer Traditionen wird positiv dargestellt – für die Bevölkerung selbst und auch für Reisende. Eine in der Tradition verhaftete Gesellschaft stellt für europäische Reisende eine Besonderheit dar. Neben einem Schwelgen für Praktiken, die in der eigenen Gesellschaft verloren geglaubt sind, gibt es eine Konnotation zu Rückständigkeit. Die Fähigkeit, etwas Neues zu schaffen, wird zudem ausschließlich auf die Vergangenheit bezogen.

In sieben Broschüren werden 15 Stellen mit dem Attribut „**wild**“ bedacht. Es handelt sich dabei aber fast ausschließlich um Beschreibungen von Berglandschaften. So hat man z. B. die Möglichkeit, die „wilde[...] Tafelberglandschaft“ (JUMBO) oder die „wilde Bergwelt des Harraz-Gebirges“ (ONHOL) zu erkunden. Neben dem „wilde[n] Osten des Jemen“ (NOMAD), der in Ma'rib beginnen soll, wird der Jemen auch als „wilde[s] Land“ beschrieben (ebd.). Man kann in einem Fall auch „wild lebende Tiere“ (DJOSER) sehen.

Selbst wenn an anderer Stelle angedeutet wird, der Jemen sei noch sehr rückständig,

bringt man nie dezidiert Menschen mit Wildheit in Zusammenhang. Der „Orientale“ steht scheinbar doch über dem „Edlen Wilden“. Es könnte aber auch sein, dass man seine Leser_innenschaft durch solche Assoziationen nicht abschrecken möchte.

In drei Broschüren (MOND, JUMBO, VERBÜ) werden die Basare als *unverfälscht* beschrieben. Das bedeutet, dass sie sich nicht verändert haben und „echt“ geblieben sind. Mehr noch, sie würden „falsch“, also negativ, bewertet werden, wenn sie sich verändern würden! Gegenstände industrieller Massenproduktion, die auf diversen Märkten angeboten werden, werden dabei ignoriert.

Auch Ableitungen des Begriffs „*Rückständigkeit*“ findet man nur ein einziges Mal im Korpus. Es betrifft auch diesmal keine Menschen, sondern Baumaterial, denn Lehm gelte „trotz seiner Vorteile als rückständig“ (KNEISSL).

Im Korpus findet man in sechs Quellen 17 Textstellen, in denen konkret eine *Entwicklung* im gesellschaftlichen Sinn angesprochen wird.

Sechs Mal ist damit die geringe Entwicklung der Infrastruktur im Jemen gemeint. Davon sind drei Fälle speziell auf den Tourismus bezogen, so sei z. B. „[d]ie touristische Infrastruktur im Jemen [...] trotz deutlicher Verbesserungen während der letzten Jahre noch am Anfang ihrer Entwicklung“ (EXTREMO). Vier Mal wird der Jemen als Entwicklungsland dargestellt. Der Begriff selbst taucht nur einmal auf (vgl. DJOSER), die anderen Male geht es um Entwicklungszusammenarbeit oder -helfer_innen. Spezielle Fertigkeiten, die entwickelt wurden, werden drei Mal erwähnt. Da wären jemenitische Juden, „die diese Fertigkeit [Silberhandwerk] am weitesten entwickelt hatten“ (KNEISSL), und zwei Mal handelt es sich um einen Aspekt, der die Landwirtschaft betrifft: sei es die „hochentwickelte[...] Wasserbautechnik“ am Ġabal Ḥarāz (ebd.) oder der „hochentwickelte Terrassenbau“ (DJOSER). Zwei Mal handelt es sich beim Thema Entwicklung um einen Prozess, der weit in der Vergangenheit zurückliegt. Einerseits wird die Rolle des Jemen bei der „Entwicklung der Kulturen Mesopotamiens, Ägyptens, des Industals und der Levante“ genannt (ebd.), andererseits die Entwicklung der Algebra im 12.-15. Jh. (vgl. MAIERS). Der ehemalige Premierminister al-Iryānī wird zitiert, wenn er den „Mangel an wirtschaftlicher Entwicklung“ bedauert, an dem die Jemenit_innen leiden würden (NOMAD).

Ein Kommentar sticht speziell hervor, da in diesem die Dichotomie „Wir“ und die

„Anderen“ sehr deutlich betont wird. Dort ist die Rede von „Wegstrecken, die bei den Einheimischen erfragt werden müssen, die bisher kein Verständnis für *unseren* Sport, nur zum Spaß über die Berge zu gehen, entwickeln konnten“ (KNEISSL, Hervorhebung durch die Autorin). Neben dieser Binarität ist auch die Inhaltsebene dieser Textstelle interessant. Der Satz impliziert, dass die Jemenit_innen irgendwann doch verstehen werden, warum *wir* denn diesen Sport ausüben. Sie würden irgendwann doch noch ausreichend dazu „entwickelt“ sein. Die Thematik lässt auch an das Stereotyp erinnern, Araber_innen würden sich ohnehin nicht für die Landschaft interessieren (vgl. Said 2009: 271), sie hätten keinen Sinn für eine dazu notwendige Muße.

Der Tenor geht also in die Richtung, dass der Jemen „unterentwickelt“ sei. Seine Infrastruktur und Wirtschaft seien noch defizitär und die Bezeichnung „Entwicklungsland“ verleihe ihm die Qualität, dass er auf die Hilfe anderer Länder angewiesen ist, insofern er Fortschritt erlangen möchte. Das, was im Jemen „hochentwickelt“ ist, sind das Silberhandwerk, die Wasserbautechnik und der Terrassenbau. Diese Fertigkeiten kann man als „traditionell“ bezeichnen, da sie bereits über viele Generationen hinweg existieren. Die Frage ist, wem das Prädikat „hochentwickelt“ denn eigentlich gilt: den gegenwärtigen Menschen oder den damaligen, die damals vielleicht ihrer Zeit weit voraus waren. Auch wenn die Rolle des Jemen bei der Herausbildung oder bei der Entwicklung der Algebra betont wird, sind das Perioden, die der Vergangenheit angehören und heute kaum mehr Relevanz haben. So gesehen kann man sagen, der Jemen sei den Broschüren zufolge entweder „unterentwickelt“, statisch oder er entwickle sich stetig zurück.

Die Frage, wie in den Reisebroschüren *Veränderungen* in der jemenitischen Gesellschaft beschrieben werden, ist nicht einfach zu beantworten. Diesbezüglich findet man in drei Broschüren fünf Mal widersprüchliche Aussagen.

Eindeutig verändert habe sich demnach ‘Adan „unter englischer Vorherrschaft und in sozialistischer Zeit“ (NOMAD). Auch die Sicherheitslage für das Reisen habe sich verändert und die Konsequenzen werden dafür gezogen (vgl. ebd.). Unverändert im Gegensatz zum Rest der Arabischen Halbinsel wird der Jemen hingegen bei KNEISSL beschrieben.

Nun aber zu einem komplexeren Beispiel. Der Vereinigungsprozess von Nord- und

Südjemen, der ja an sich durchaus einen Prozess der Veränderung für beide Seiten bedeutete, wird an einer Stelle als von „mit fortdauernden ideologischen Divergenzen und natürlich unveränderten tribalistischen Egoismen“ (EXTREMO) charakterisiert. Die Inkongruenz dieser Aussage (durch das Zugeständnis einer Veränderung und dem gleichzeitigen Verweigern dieser) spiegelt differenzierte Prozesse wieder. In dem Totschlagargument der „unveränderten tribalen Egoismen“ klingen die Eigenschaften statisch und stur an; bei genauerem Hinsehen beschreibt der Satz insgesamt aber einen Prozess der Veränderung.

Es gibt noch ein weiteres inhomogenes Beispiel dieser Kategorie: „Die in den beiden Reiseberichten [von Freya Stark und Carsten Niebuhr] humor- und respektvoll beschriebene Lebensweise der Jemeniten hat sich trotz der tiefgreifenden politisch-sozialen Umwälzungen in diesem Jahrhundert kaum verändert“ (NOMAD). Einerseits besagt dieser Satz, dass entscheidende Veränderungen passiert sind. Diese betreffen aber nur „politisch-soziale Umwälzungen“ und nicht die Lebensweise der Menschen. Ob die beiden Sphären in der Realität unbeeinflusst voneinander bleiben können, ist mehr als fraglich. Nicht außer Acht zu lassen ist aber auch der erste Teil der Aussage. Über Geschmack bzw. Humor lässt sich streiten. Respekt lassen aber die Beschreibungen einiger Orientreisender vermissen. Nach Said ist die Weise, wie über die „Orientalen“ berichtet wird, auch keinesfalls neutral, sondern „erzählend und urteilend“ (Said 2009: 262).

Über die „**Moderne**“ kann man in sieben Reisebroschüren (13 Mal) lesen. Moderne Autos (fünf Erwähnungen in GEO, JUMBO, NOMAD) und das Attribut „moderne Stadt“ für Ḥudayda (NOMAD) sind Argumente für eine „gelungene Moderne“.

In sechs Textstellen ist das nicht so eindeutig: die Behauptung, dass „die Moderne“ eine bloße Nebenerscheinung sei, kann man zwei Mal in NOMAD finden (einerseits bezüglich des Kontrastes der Wüste zur modernen Technologie der Ölgesellschaften, andererseits im Zusammenhang mit der Alt- und Neustadt von Ṣan‘ā’). „Anschluss an die moderne Welt zu finden“ versucht der Jemen laut KNEISSL; in derselben Quelle betrifft der Wirtschaftsboom durch Erdöl, der auf der Arabischen Halbinsel „innerhalb einer Generation [...] eine ganze Region vom Mittelalter in die Moderne“ gebracht hat, den Jemen nur in abgeschwächter Form. So wird das Land beschrieben als „ein Arabien, das im Verborgenen blüht“ (ebd.). Auch wenn in den untersuchten Texten der technologische Fortschritt ausschließlich positiv rezipiert wird, ist dies

natürlich ein Trugschluss. Was die Förderung von Öl auf der Arabischen Halbinsel betrifft, ist es durchaus sinnvoll, auch ökologische und politische Konsequenzen für die Region mitzudenken. Analog dazu, wenn auch überspitzt, kann man mit Todorov (2010: 62) „das Zünden der Atombombe über Hiroshima zugleich [als] ein Zeichen für den wissenschaftlich-technischen Fortschritt und ein[en] Beleg für zivilisatorischen Rückschritt“ sehen.

In Anlehnung an den Begriff „Schwellenland“ kann man bei DJOSER lesen, dass sich der Jemen heute „an der Schwelle von orientalischer Tradition zu westlicher Moderne“ befindet. Nur zwei Mal findet man in den Broschüren eine Verneinung der Moderne. Bei BOTROS lassen sich die Menschen „durch die Zwänge der Neuzeit nicht von ihren alten Traditionen abhalten“ und laut EXTREMO sind die Gassen in Zabīd auch „weitgehend freigeblieben [...] von modernen Eingriffen“. Hier wird eine eigenständige Gestaltung der jemenitischen Gegenwart in Frage gestellt und die Tatsache ignoriert, dass es moderne Elemente gibt, die im europäischen Sinn nicht als solche gelten oder übersehen werden.

Wenn in den Broschüren „modern“ definiert wird, kann man darunter auch „hoch entwickelt“ verstehen. Am häufigsten (in sieben Fällen) bezieht sich der Begriff auf Technologie (sei es bezogen auf die Öl- oder Automobilindustrie). Zwei Mal ist der architektonische Aspekt (auf das Stadtbild bezogen) gemeint. In weiteren zwei Fällen wird „Moderne“ als Gegenteil zu einer „orientalischen“ Tradition verstanden.

Es wird im Korpus oft auf Traditionelles verwiesen. Die Art und Weise, wie die Menschen ihren Alltag verbringen und ihre Sitten und Bräuche pflegen, wird in den Reisebroschüren (in den Textstellen, in denen es thematisiert wird) als selbstverständlich unterschiedlich zu unserer dargestellt. Wenn man diese Lebensweise als traditionell versteht, so besitzt diese eine kontinuierliche Verbindung zur Vergangenheit. Aber wie man lebt, weist auch gleichzeitig auf eine aktuelle soziale Realität hin.

Die Innovationsfähigkeit der Jemenit_innen wird außerdem auf die Vergangenheit reduziert. Der Vorwurf der fehlenden Produktivität schließt daran an, dass dem arabischen Raum unterstellt wird, keine Hochkultur entwickelt zu haben (vgl. Said

2009: 332). Als „wild“ werden die Menschen deshalb aber nicht beschrieben. Die Distanz, die der Begriff schaffen würde, wäre womöglich unüberwindbar und könnte die Entscheidung für einen potentiellen Aufenthalt negativ beeinflussen. In einigen wenigen Quellen wird der Wunsch nach Unverfälschtem suggeriert. Veränderungen werden demnach negativ bewertet, vielmehr sehnt man sich nach Altbewährtem.

Sogar wenn neue Entwicklungen thematisiert werden, werden diese paradoxerweise – manchmal innerhalb ein und derselben Aussage – verneint. Schließlich ist ein statischer „Orient“ auch berechenbarer. Diese Reduktionen dienen dazu, den Jemen als ein Land zu präsentieren, das man verstehen, „ganz“ sehen kann. Auf diese Weise schaffen die Autor_innen eine Nähe zu den Leser_innen. Unterschiedliche gesellschaftliche Entwicklungen im Jemen werden als defizitär angesehen, indem man sie entweder mit dem Attribut „unterentwickelt“ assoziiert oder ihre Entwicklung als regressiv begreift. Da sich bestimmte Länder einem Fortschrittsdenken zufolge nicht selbst entwickeln können, sind sie dazu gezwungen, „im Wartezimmer der Geschichte [zu verharren]. Eine alltägliche Variante dieses Denkens ist zum Beispiel Erstaunen [...] über hochmoderne Lebensformen in direkter Nachbarschaft zu Überbleibseln einer archaischen Kultur“ (Chakrabarty 2010: 200 ff.). Auch wenn das „Verharren“ durchaus eine Rolle spielt, wundern sich die Autor_innen in den Broschüren nicht über Elemente „der Moderne“. Diese beziehen sich vor allem auf Technologie und Architektonik und werden oft mit Tradition kontrastiert. Eine selbstbestimmte Moderne wird dem Jemen auch gar nicht zugesprochen, „der Westen“ gilt als der einzige Maßstab.

V. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Im abschließenden Kapitel soll zusammengefasst werden, welche Strategien zur Konstruktion von Differenzen in der Analyse hervorgetreten sind. Die Leser_innen der Reisebroschüren bringen schon bestimmte Denkweisen mit und sind keine „tabula rasa“. Die möglichen Effekte dieser Strategien auf die Vorstellungen der Leser_innen hinsichtlich der Bilder über sich Selbst und der Anderen sollen im folgenden Kapitel vorgestellt werden. Dabei wird auf den Hintergrund der Textsorte geachtet und erörtert, welche Auswirkungen diese auf die Auswahl der Orientbilder in den Reisebroschüren hat.

V.1 ZUSAMMENHANG ZUR IRRATIONALITÄT

Indem man den Jemen in Verbindung mit Märchen, Sagen oder Legenden bringt, schafft man eine Verbindung zur Irrationalität. Legenden aus Vergangenheit und Gegenwart suggerieren, dass die Struktur der jemenitischen Gesellschaft auf solchen Narrativen basiert und nicht auf Vernunft, wie sich die „westliche“ Welt gerne selbst beschreibt. Die Anspielungen auf Magie und Zauber erzeugen ebenso einen Kontrast zur eigenen Gesellschaft, auch wenn die beiden Begriffe kaum in ihrer ursprünglichen Bedeutung verwendet werden. Vielmehr eröffnet sich v. a. durch die Verwendung von Adjektiven, die nur mehr den gleichen Wortstamm teilen, Raum für Spekulationen und Fantasien. Sie bieten sich für Assoziationen an, die Geheimnisvolles suggerieren und schaffen durch ihren exotischen Charakter einen Reiz für die Leser_innen. Das Spannungsfeld Distanz und Anziehung wird also bewusst genutzt. Die Autor_innen der Reisebroschüren versuchen, unverfänglich zu bleiben. Die Textsorte Werbebroschüre lässt nicht zu, durch allzu polarisierende Beschreibungen abzuschrecken. Auf den Inhalt der Märchen wird kaum eingegangen. So haben negativ behaftete Figuren keine Chance, mit dem Jemen in Verbindung gebracht zu werden. Dass Reichtum ein Element dieser Märchen sein könnte, wäre im Zusammenhang mit dem Jemen unglaublich. Die Erwähnung „authentischer“

jemenitischer Sagen und Legenden ist gänzlich auf die Königin von Saba reduziert. Geheimnisvolles wird niemals konkretisiert, versetzt aber die Leser_innen in die Rolle von Entdecker_innen.

Für die genannten Kategorien gilt, dass durch Auslassungen von erwarteten Topoi und Assoziationen ein großer Spielraum für westliche Fantasien erzeugt wird. Dieser ist auf Autor_innenseite nicht unerwünscht – insofern sich damit der Anreiz, sich für diese Reise zu entscheiden, erhöht. Deshalb wird auch versucht, sie in eine bestimmte Richtung zu kanalisieren. Neben der fantasievollen Empfindungsebene der Leser_innen wird gleichzeitig deren Rolle als Vernunftwesen angesprochen, die diesen Kontrast zur gewohnten Umwelt suchen, ohne die Parameter der eigenen Gesellschaft verwerfen zu müssen. Das Bedürfnis nach Ursprünglichkeit hervorzurufen und die Leser_innen auf Traditionen einer „guten alten Zeit“ zu besinnen sind ebenso ein Teil der Werbestrategie.

Nach Quigley hat die Anwendung des Irrationalen außerdem eine wichtige Funktion für die Konstruktion der Beziehungen von „Orient“ und „Okzident“: “[T]he portrayal of the Orient as a place that was (and remains) either mysterious or hostile, *in any case generally irrational*, was (and remains) a way in which the West could assert both its own rationality and the justness of its own political institutions” (Quigley 1997: 104, Hervorhebung durch die Autorin). Die Strategie, die Anderen als irrational zu beschreiben, hat also auch einen Effekt auf die eigene Gesellschaft, der u. a. Handlungen (post-)kolonialer Natur legitimiert.

V. 2 DIE REISE ALS EROBERUNG

Daneben gibt es die Tendenz, die Reise in den Jemen als Eroberungsexpedition zu sehen. Die Autor_innen der Reisebroschüren suggerieren, dass es im Jemen einiges zu entdecken gibt. Zur Unterstreichung werden frühere europäische Jemen-Reisende als Vorbilder herangezogen, deren Spuren nachgegangen werden kann. Auch Echtner und Prasad gelangten in ihrer Analyse von Reisebroschüren zur „Dritten

Welt“ zu einem ähnlichen Ergebnis. Sie fanden heraus, dass hauptsächlich die Verben „entdecken“, „reisen“, „erleben“ und „sich etwas gönnen“ benutzt werden, um die Handlungen der Tourist_innen zu beschreiben (vgl. Echtner & Prasad 2003: 665).

Auf der Suche nach dem Abenteuer tritt das Ich der Reisenden in den Vordergrund und die Jemenit_innen werden zu Statist_innen degradiert. Es sind Agent_innen vorgesehenen, die auf kontrollierte Weise zwischen den „unüberwindbaren“ Grenzen der beiden Gesellschaften Brücken bauen und übersetzen sollen. Der Kontakt zu den Jemenit_innen selbst ist jedoch auf ein Minimum reduziert. Zum selben Ergebnis kommen auch Echtner und Prasad: Die Menschen im Gastland werden als passiv und ohne Interaktionen mit den Reisenden beschrieben (vgl. ebd.).

Der Vergleich mit einigen kolonialistischen Perspektiven liegt nahe: Ein Gebiet wird als „unentdeckt“ markiert, obwohl es besiedelt ist. Bedenklich ist, dass den Bewohner_innen von Regionen mit bestimmten Handelsinteressen im besten Fall Ignoranz entgegengebracht wurde bzw. wird. Zu eben diesen Menschen wird darüber hinaus Distanz geschaffen. Dann (1996b: 71) beschreibt beispielsweise die Beziehung zu den Menschen in Reisebroschüren – sprich das Verhältnis zwischen „Hosts“ und „Guests“ – als distanziert, wenn er schreibt, „tourists never interacted with them“. Während aber für Dann der Grund für die Distanz in dem Wunsch der Tourist_innen nach Einsamkeit liegt (vgl. ebd.), ist das für die vorliegende Untersuchung wohl eher nicht ausschlaggebend. Vielmehr dürfte hier ein Habitus früherer „Orientreisender“ eine Rolle spielen, in welchem sich die Beziehungen zwischen „Orient“ und „Okzident“ häufig oberflächlich gestalteten (vgl. Kabbani 1993: 149).

V. 3 FEHLENDE BESCHREIBUNGEN DER MENSCHEN

Einhergehend mit der eben genannten Marginalisierung gibt es keine genaueren Charakterisierungen von den Menschen im Korpus. Die wenigen Beschreibungen der Jemenit_innen reduzieren sich hauptsächlich auf klischeehafte und positive Charaktereigenschaften wie Stolz, Freundlichkeit und Gastfreundschaft. Die Assoziation zum vom Glück erfüllten „Edlen Wilden“ liegt dabei nicht fern.

Tatsächlich gibt es kaum Hinweise auf Vernunft in der jemenitischen Gesellschaft. Der einzige Verweis in diese Richtung ist die Erwähnung der Entstehung der Algebra, was einen absoluten Bezug auf die Vergangenheit darstellt. Auf kontroversielle Charakterisierungen wie Erotik wird gänzlich verzichtet. Das erlaubt das Ziel nicht, so viele Menschen wie möglich anzusprechen um ihnen eine Reise zu verkaufen. Im Gegensatz dazu finden solch polarisierende Beschreibungen aber durchaus Eingang in frühere Reiseberichte.

Beduinen werden in den untersuchten Broschüren überaus positiv gezeichnet. Sie werden als Guides für die Sicherheit der Reisenden eingesetzt, aber dabei ausschließlich auf ihre Funktion reduziert. Zudem beschreiben die Autor_innen sie als sehr homogen.

V. 4 BETONUNG EINER HISTORISCHEN „HOCHKULTUR“

Durch die Hervorhebung der Weihrauchstraße oder des sabäischen Reichs bekommt man einen musealen Eindruck des Landes. Indem die Besucher_innen des Jemen antike Kulturstätten aufsuchen, werden ihnen die Überbleibsel großer Leistungen der Vergangenheit vor Augen geführt. Mit dem Blick auf deren Ruinen kann man diese alten „Hochkulturen“ bestaunen, ohne sich mit ihnen zu messen oder durch irgendeinen Konkurrenzgedanken bedroht fühlen zu müssen. Schließlich kann man sich vor Ort beruhigt von ihrem Verfall überzeugen. Dass aber der Jemen generell zu großen kulturellen Leistungen fähig sei, rückt ihn und seine Bewohner_innen näher an das Selbstbild der eigenen Gesellschaft.

Distanz wiederum schafft, dass der Begriff „Kultur“ fast ausschließlich mit der Vergangenheit in Zusammenhang gebracht wird. Er steht dabei meist für das wertende Konzept einer „Hochkultur“. Die große Rolle, die der Jemen für den Kaffeeanbau und -export spielte, wird oft erwähnt; gleichzeitig wird aber auch auf den Verfall des Handels und der Handelsstadt al-Muḥā hingewiesen. Der Erfolg und der Kontakt zu einer „westlichen“ Zivilisation, den der Kaffee mit sich brachte, existieren heute nicht mehr.

Dass die gesellschaftliche Hochblüte Teil der Vergangenheit ist, lässt gleichzeitig die verbreitete Meinung von Orientalist_innen mitschwingen, die einen Niedergang der arabischen bzw. islamischen Zivilisation propagieren. Diese Wissenschaftler_innen beschäftigen sich intensiv mit den betroffenen Regionen und den dort lebenden Menschen. Sie sollten daher am besten wissen, dass es nicht zielführend ist, von einer einzigen gleichgeschalteten, monolithischen Zivilisation zu sprechen.

V. 5 VERORTUNG DER GESELLSCHAFT IN DER VERGANGENHEIT

Nicht nur herausragende Leistungen, sondern auch die alltägliche Praxis der gegenwärtigen Gesellschaft wird in der Vergangenheit angesiedelt. Diese Strategie bewegt sich zwischen positiv formulierten Traditionen und dem negativen Bild der Rückständigkeit. In beiden Fällen wird impliziert, dass nur der eigene Weg der Weg der „Moderne“ ist, die Anderen gehören einer niedrigeren Stufe auf der gesellschaftlichen Evolutionsleiter an.

Das Leben um den Basar als lebendige Tradition dient beispielsweise zur Konstruktion eines positiv bewerteten Kontrastes, der Neugierde und Spannung erzeugen soll. Auch Kaffee wird in den Reisebroschüren nicht nur mit der Vergangenheit in Verbindung gebracht. Er spielt im Korpus für die Gegenwart noch eine Rolle, diese ist aber marginal und bezieht sich hauptsächlich auf dessen traditionelle Anbauweise. Man gibt sich gegenüber der Lebensweise der Anderen, die als sehr traditionell beschrieben wird, tolerant. Diese Traditionen kann man als Kontinuum zur Vergangenheit sehen, als über Jahrhunderte hinweg unveränderten Lebenswandel. Dieses Altbewährte wird positiv dargestellt, man erfreut sich an dieser Gesellschaft, die in ihrer Vergangenheit verhaftet scheint. Für einige frühere Jemen-Reisende war es auch eher von Interesse, diese Gesellschaft in ihrem rückständigen Zustand verharren zu sehen. Eine „Kultur“ im Sinne einer „Hochkultur“ vorzufinden war nicht unbedingt erwünscht.

Auch wenn die Autor_innen der Reisebroschüren Rückständigkeit nicht dezidiert mit

Menschen in Zusammenhang bringen, so schwingt diese durch Elemente wie Magie, Zauberei und alten Traditionen mit. Außerdem konstruieren sie im Korpus temporale Ungleichzeitigkeiten, u. a. mithilfe von „Jahrtausenden“, „Mittelalter“ oder Worten mit der Vorsilbe „ur-“. Dadurch wird ein Kontrast zur Gegenwart gesetzt und unterstellt, dass die Zeit für Jemenit_innen anders verläuft. Das Land sei „unterentwickelt“ oder es entwickle sich stetig zurück im Sinne einer kulturellen Regression. Gleichzeitig wird die Fähigkeit, Neues zu schaffen, ausschließlich auf die Vergangenheit bezogen. Veränderungen werden zudem in einem Atemzug mit Stagnation genannt. Der orientalistische Topos des „statischen Orients“ kommt hier zum Tragen. Das Gefühl, dass diese andere Gesellschaft nicht mit der eigenen Entwicklung Schritt halten kann, schafft ein Überlegenheitsgefühl. Wenn im Korpus von „Moderne“ die Rede ist, kann man diese als Synonym für „hoch entwickelt“, v. a. in technologischer Hinsicht, lesen. Dass der Jemen einen eigenen Weg geht, gesteht man ihm nicht zu; modern ist nur „der Westen“.

Echtner und Prasad kommen in ihrer Analyse von Reisebroschüren zu ähnlichen Ergebnissen. So bezeichnen sie das Festschreiben gegenwärtiger Phänomene in so genannten „Dritte-Welt-Ländern“ in der Vergangenheit als „Myth of the Unchanged“ (Echtner & Prasad 2003: 669). Durch anachronistische Beschreibungen (für die Definition von Anachronismus siehe S. 55) wird ein Verharren in der Vergangenheit suggeriert.

V. 6 ANWENDUNG WESTLICHER PARAMETER

Neben dem Effekt der Nähe, der durch die Verwendung einer „christlichen Zeit“ als historische Zäsur erzeugt wird, kann man klar eurozentrische Tendenzen erkennen. Der Verständlichkeit wegen sollte natürlich der bekannten Zeitrechnung der Vorzug gegeben werden. Dass aber der islamische Kalender nicht einmal erwähnt wird, ignoriert grundlegende Parameter des Jemen. Zudem werden mehrfach biblische Topoi als dem Jemen zugehörig dargestellt.

Wenn von einer historischen „Hochkultur“ die Rede ist, werden immer wieder Reichtum und Handel thematisiert. Dass aufgrund des profitorientiert geprägten

Hintergrunds der eigenen Gesellschaft die Kriterien einer „Hochkultur“ an diesen Parametern festgemacht werden, ist wahrscheinlich nicht erst seit Erfindung von Reisebroschüren so.

Aus Berichten von europäischen Jemen-Reisenden wurden sowohl Terminologie (Helfritz' Bezeichnung von Šibām als „das Chicago der Wüste“) und Routen (in NOMAD kann man auf den Spuren von Freya Stark reisen) übernommen. Der Diskurs derjenigen, die ab dem 18. Jh. in „den Orient“ reisten, um einer Expedition oder einem Abenteuer nachzugehen, wird so weitergetragen, selbst wenn die von ihnen verfassten Reiseberichte heute kaum mehr gelesen werden. Auf diese Weise wird Nähe hergestellt, die für die Reisenden wichtig ist, um sich nicht vollkommen „fremd“ zu fühlen.

Einerseits schwächt diese Strategie die Distanz zu den Jemenit_innen ab, indem die eigenen, bekannten Parameter herangezogen werden, um zu messen und um zu beurteilen. Andererseits kann man diese Methode als Einverleibung sehen. Auf Kosten eines Sicherheitsgefühls, das bei potentiellen Tourist_innen ausgelöst werden soll, wird die Souveränität der Jemenit_innen kaum beachtet.

V. 7 BETONUNG VON UNTERSCHIEDEN

Im Gegensatz zu Reiseberichten früherer Jemen-Reisender wird das Thema Islam im Korpus kaum behandelt. Das steht wohl in Zusammenhang mit der Diskussion über den Islam als Gegenbild „des Westens“, die kaum ohne Instrumentalisierung von Emotionen verläuft. Das Thema ist aktuell und heikel, deshalb wird es auch im Korpus eher vermieden. Falls es doch zur Sprache kommt, handelt es sich meist um bemüht objektive Schilderungen dieser Religion. Das macht einen Kontrast zu den Pauschalisierungen aus, die in vielen Medien und Statistiken zum Tragen kommen. Ganz neutral bleiben die Beschreibungen der Broschüren nicht, negative Topoi werden gänzlich ausgespart. Wenn diese Bilder des Islam auch nicht völlig objektiv erscheinen, können sie positive Auswirkungen auf ihre Leser_innenschaft haben. Schließlich hat diese nicht oft die Gelegenheit, Aspekte dieser Religion kennenzulernen, die nicht mit Gewalt oder Bedrohung in Zusammenhang stehen. Im

Verhältnis zum Christentum werden dabei aber vor allem die Unterschiede beschrieben und nicht das Gemeinsame.

In den Reisebroschüren herrscht oft der Unterton, dass man fast ausschließlich mit Beduinen zu tun haben werde. Sie werden zudem einige Male mit der restlichen jemenitischen Gesellschaft kontrastiert. Die Bipolarisierung der Gesellschaft kreiert gleichzeitig Beduinen als „besondere“ Menschen. Das schafft für die Leser_innen einen Reiz; mit dem Gegensätzlichen und (harmlos) Kontrastreichen will man Interesse erwecken.

V. 8 SPRACHLICHE STRATEGIEN

Sowohl in Reisebroschüren als auch in früheren Reiseberichten kommt es vor, dass Beduinen durch den Singular homogenisiert werden. Dadurch entsteht der Eindruck von einer gleichgeschalteten, homogenen Einheit. Die Charakterisierung einzelner lassen alle Akteur_innen dieser Gruppe als bekannt erscheinen. Beduinen sind somit nicht nur einfacher zu beschreiben, sie werden durch diese Strategie auch berechenbarer.

Der Name „Arabia Felix“ – das „Glückliche Arabien“ – findet immer wieder Eingang in das Korpus. Dabei ist dies eine historische griechisch-römische Fremdbezeichnung, die womöglich nur durch schlechte Übersetzung als „glücklich“ interpretiert wird. Außerdem erinnert das Bild von „glücklichen“ Jemenit_innen stark an den dem „Edlen Wilden“ nahestehenden „Orientalen“ (s. o.), dem ein glücklicher Urzustand zugeschrieben wird.

Antiquierter Sprachgebrauch findet sich selten. Er wirkt unterstützend, um dem Jemen ein „altertümliches“ Flair zu verleihen.

VI. FAZIT

Nicht alle orientalistischen Topoi sind auf der Diskursebene der Reisebroschüren im Rahmen des Sagbaren und somit geeignet, die Ware „Orientreise“ zu verkaufen. Die Textsorte der Reisebroschüren trägt dazu bei, die Orientbilder in bestimmter Art und Weise zu reproduzieren. Auch die Auswahl dieser Bilder ist spezifisch. So werden manche orientalistische Motive, wie Märchen, aufgegriffen. Andere wiederum werden „weich gezeichnet“ wie das Thema Islam und wieder andere werden von den Autor_innen der Broschüren gänzlich ausgelassen (z. B. Erotik). Die in der Analyse hervorgetretenen Hauptkategorien der deutschsprachigen Reisebroschüren, Exotismus und Anachronismus, differenzieren die jemenitische Gesellschaft in Bezug zu einer „westlichen“ und überschneiden sich hin und wieder.

Die erzeugten Differenzen sollen den Anreiz, sich für eine solche Reise zu entscheiden, auf zwei verschiedene Arten verstärken. Einerseits durch den Gegensatz zu einer Welt, die scheinbar so anders funktioniert als die eigene. Auch wenn das Unterscheidende angesprochen wird, soll dabei keine Grenze überschritten werden, die die Anderen vollständig mit der eigenen Lebenswelt kontrastiert. Handlungen sollen nachvollziehbar sein und die „kulturelle Kluft“ sollte sich im Rahmen halten. Um eine Jemen-Reise verkaufen zu können, darf man nicht nur Differenzen konstruieren. So kann es auch sein, dass in gewissen Momenten Nähe zu den Jemenit_innen erzeugt wird. Andererseits wird das Land durch das Überlegenheitsgefühl dieser „anderen“ Welt gegenüber reizvoll. Diese Welt scheint reich an exotischen Elementen, „ursprünglich“ und seine Gesellschaft wenig komplex.

Relikte eines kolonialistischen Diskurses sind nach Echtner und Prasad im Kontext von Repräsentationen mehr oder weniger vorprogrammiert. Sie meinen in ihrer Analyse von Reisebroschüren, „postcolonial theory suggests that the representation of the Third World in any context [...] cannot be separated from colonial discourse“ (Echtner & Prasad 2003: 671). In der Analyse wird deutlich, dass man sich in den Reisebroschüren eines Ideenregisters bedient, das in Auswahl an einen solchen kolonialen Duktus erinnert. Mit der Zuschreibung von Irrationalität und der Verortung

der Gesellschaft in der Vergangenheit wird auf eine fehlende Zivilisation hingewiesen, die auch bei der Legitimierung des Kolonialismus eine Rolle spielte. Ebenso wird durch eine Reise, die in gewisser Weise als Einverleibung gesehen werden kann und in der Wert darauf gelegt wird, Distanz zu den dort lebenden Menschen zu halten, koloniales Flair verbreitet. Der kausale Zusammenhang, in den Handel und „Hochkulturen“ gestellt werden, schafft nicht nur eine skalenhafte Wertung von Kulturen, sondern spiegelt eine gewinnorientierte Sichtweise wider, die besagt, dass sich Gesellschaften erst durch Handel vollständig oder eben „hoch“ entwickeln können. Noch mehr in Richtung evolutionistisches Weltbild geht die Betonung historischer „Hochkulturen“. Ein fragwürdiges Relikt der eigenen Wissenschaftsgeschichte oder Weltanschauung mag hier ein wesentlicher Punkt sein: Gesellschaften entwickeln sich auf evolutionäre Weise; „der Westen“ steht an oberster Stufe.

Was Darstellungen „des Orients“ in einem kolonialistischen Kontext und im Kontext von Tourismuswerbung in der Auswahl ihrer Topoi unterscheidet, muss an anderer Stelle geklärt werden. Eine grundlegende Gemeinsamkeit ist aber, dass beide Repräsentationen höchstmöglichem (finanziellen) Profit dienen.

Nach Selwyn (1996: 26) spielen touristische Mythen “[a] role in social and political processes [...]”. Such myths have also become part of the process of political and economic marginalization”. Die Konstruktionen „eines Orients“ in der Reiseliteratur allgemein und den Reisebroschüren im Besonderen haben durch die sich verfestigenden Assoziationen mit bestimmten Bildern also weitreichendere soziale und politische Konsequenzen, als „nur“ eine Projektionsfläche für Wünsche und Sehnsüchte zu sein. Sie fanden und finden Eingang in die (Re-)Produktion eines Wissensrepertoires, das wiederum u. a. dazu genutzt wird, soziale Realitäten zu formen.

LITERATURVERZEICHNIS

Abdallah, Laila

- 1998 Islamischer Fundamentalismus – eine fundamentale Fehlwahrnehmung? Zur Rolle von Orientalismus in westlichen Analysen des islamischen Fundamentalismus. Berlin: Das Arabische Buch.

Attia, Iman

- 2009 Die „westliche Kultur“ und ihr Anderes. Zur Dekonstruktion von Orientalismus und antimuslimischem Rassismus. Bielefeld: transcript Verlag.

al-Azmeh, Aziz

- 1987 Islamic Studies and the European Imagination. In: Islamic Culture, LXI (1), S. 1-27.
1996 Islams and Modernities. London u. a.: Verso.

Barnard, Alan

- 2002 History and Theory in Anthropology. Cambridge u. a.: Cambridge University Press.

Barnes, Trevor J. & James S. Duncan

- 1998 Introduction. In: Trevor J. Barnes & James S. Duncan (Hrsg.), Writing Worlds – Discourse, Text and Metaphor in the Representation of Landscape, S. 1-17. London: Routledge.

Beyer, Rolf

- 1987 Die Königin von Saba. Engel und Dämon. Der Mythos einer Frau. Bergisch Gladbach: Gustav Lübbe Verlag.

Bitterli, Urs

- 1984 Der „Edle Wilde“. In: Thomas Theye (Hrsg.), Wir und die Wilden. Einblicke in eine kannibalische Beziehung. Reinbek: Rowohlt.

Borges, Jorge Luis

- 1991 Niedertracht und Ewigkeit. Erzählungen und Essays 1935-1936. Frankfurt a. M.: Fischer-Taschenbuch-Verlag.

Brunner, Ueli

- 1999 Jemen. Vom Weihrauch zum Erdöl. Wien u. a.: Böhlau.

Buzinde, Christine N., Carla Almeida Santos & Stephen L. J. Smith

- 2006 Ethnic Representations: Destination Imagery. Annals of Tourism Research, 33 (2006), S. 707–728.

Cameron, Deborah, Elizabeth Frazer, Penelope Harvey, Ben Rampton & Kay Richardson

- 1999 Power/Knowledge. The Politics of Social Science. In: Adam Jaworski und Nikolas Coupland (Hrsg.), The Discourse Reader, S. 141-157. London/New York: Routledge.

Carrier, James G.

- 2003 *Occidentalism. Images of the West*. Reprinted in Paperback. Oxford: Clarenton Press.

Castro Varela, María do Mar & Nikita Dhawan

- 2005 *Postkoloniale Theorie. Eine kritische Einführung*. Bielefeld: transcript.

Chakrabarty, Dipesh

- 2000 *Provincializing Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference*. Princeton u. a.: Princeton University Press.
 2010 *Europa als Provinz. Perspektiven postkolonialer Geschichtsschreibung*. Frankfurt a. M.: Campus Verlag.

Chatelard, Géraldine

- 2001 *Tourism and Representations: Of Social Change and Power Relations in Wadi Ramm*, veröffentlicht in S. Latte-Abdallah: *Représentation et construction de la réalité sociale en Jordanie et Palestine*, Institut français du Proche-Orient (IFPO), Beirut und Amman, 2005; Internetquelle:
<http://wadiram.userhome.ch/fichiers/Tourism%20and%20representations.doc>
 (03.12.2008)

Chraïbi, Aboubakr

- 2007 *Galland's "Ali Baba" and Other Arabic Versions*. In: Ulrich Marzolph (Hrsg.), *The Arabian Nights in Transnational Perspective*, S. 3-15. Detroit: Wayne State University Press.

Clifford, James

- 1986 *On Ethnographic Allegory*. In: James Clifford & George E. Marcus (Hrsg.), *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*, S. 98-121. Berkeley: University of California Press.
 1988 *The Predicament of Culture*. Cambridge u. a.: Harvard University Press.

Clifford, James & George E. Marcus

- 1986 *Introduction*. In: James Clifford & George E. Marcus (Hrsg.), *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*, S. 1-26. Berkeley: University of California Press.

Curtis, Michael

- 2009 *Orientalism and Islam. European Thinkers on Oriental Despotism in the Middle East and India*. Cambridge u. a.: Cambridge University Press.

Dann, Graham

- 1996a *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford, Oxon: CAB International.
 1996b *The People of Tourist Brochures*. In: Tom Selwyn (Hrsg.), *The Tourist Image. Myths and Myth Making in Tourism*, S. 61-81. Chichester: Wiley.

Daum, Werner

- 1988 *Einführung*. In: Werner Daum (Hrsg.), *Die Königin von Saba. Kunst, Legende und Archäologie zwischen Morgenland und Abendland*, S. 1-32. Stuttgart u. a.: Belser.

Echtner, Charlotte M. & Pushkala Prasad

- 2003 The Context of Third World Tourism Marketing. In: *Annals of Tourism Research*, 30 (3), S. 660–682.

Fairclough, Norman

- 1999 Linguistic and Intertextual Analysis within Discourse Analysis. In: Adam Jaworski & Nikolas Coupland (Hrsg.), *The Discourse Reader*, S. 183-212. London u. a.: Routledge.

Finster, Barbara

- 2001 Bilderverbot. In: Ralf Elger & Friederike Stolleis (Hrsg.), *Kleines Islam-Lexikon. Geschichte - Alltag – Kultur*, S. 63. München: Beck.

Foucault, Michel

- 1981 *Archäologie des Wissens*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Fowler, Roger & Gunther Kress

- 1979 Critical linguistics. In: Roger Fowler, Bob Hodge, Gunther Kress & Tony Trew (Hrsg.), *Language and Control*, S. 185-213. London u. a.: Routledge and Keegan Paul.

Fuchs-Sumiyoshi, Andrea

- 1984 *Orientalismus in der deutschen Literatur*. Hildesheim u. a.: Olms-Weidmann.

Glaser, Barney G. unter der Mitarbeit von Judith A. Holton

- 2011 Der Umbau der Grounded-Theory-Methodologie. In: Günter Mey (Hrsg.), *Grounded Theory Reader*, S. 137-161. Wiesbaden: VS-Verlag.

Hajer, Maarten A.

- 2004 Argumentative Diskursanalyse. Auf der Suche nach Koalitionen, Praktiken und Bedeutung. In: Reiner Keller (Hrsg.), *Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse Bd. 2. Forschungspraxis*, S. 271-298. Wiesbaden: VS-Verlag.

Hall, Stuart

- 1997a Introduction. In: Stuart Hall (Hrsg.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, S: 1-12. London: Sage.
 1997b The Spectacle of the 'Other'. In: Stuart Hall (Hrsg.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, S: 223-290. London: Sage.
 1997c The Work of Representation. In: Stuart Hall (Hrsg.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, S. 13-64. London: Sage.

Heise, Ulla

- 1996 *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Bohne macht Kulturgeschichte*. Leipzig: Gustav Kiepenheuer Verlag.

Helfritz, Hans

- 1936 *Vergessenes Südarabien. Wadis, Hochhäuser und Beduinen*. Berlin: Büchergilde Gutenberg.

Jäger, Siegfried

- 2001 *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. 3., gegenüber der 2., überarbeitete und erweiterte, unveränderte Auflage. Duisburg: DISS.

- 2006 Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse. In: Reiner Keller (Hrsg.), Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse Bd. 1. Theorien und Methoden, S. 83-113. Wiesbaden: VS-Verlag.
- 2008 Zwischen den Kulturen: Diskursanalytische Grenzgänge. In: Andreas Hepp (Hrsg.), Kultur – Medien – Macht: Cultural Studies und Medienanalyse, S. 327-352. Wiesbaden: VS-Verlag.

Jenkins, Jennifer

- 2004 German Orientalism: Introduction. In: Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East, 24 (2), S. 97-100.

Kabbani, Rana

- 1993 Mythos Morgenland. Wie Vorurteile und Klischees unser Bild vom Orient bis heute prägen. München: Droemer, Knauer.

Kaster, Heinrich

- 1986 Die Weihrauchstraße. Handelswege im alten Orient. Frankfurt a. M.: Umschau-Verlag.

Kickinger, Claudia

- 1997 Städtische Märkte des Nahen Ostens: eine Untersuchung der vorindustriellen Organisation der Berufe. Frankfurt a. M., Wien u. a.: Lang.

Kontje, Todd Curtis

- 2004 German orientalism. Ann Arbor, Mich.: University of Michigan Press.

Lang, Bernhard

- 2006 Der Orientreisende als Exeget, oder Turban und Taubenmist. In: Christine Ecker (Hrsg.), In Spuren Reisen. Vor-Bilder und Vor-Schriften in der Reiseliteratur, S. 31-61. Berlin: LIT.

Lewis, Bernard

- 2004 Die Wut der arabischen Welt. Frankfurt u. a.: Campus Verlag.

Link, Jürgen

- 2006 Diskursanalyse unter besonderer Berücksichtigung von Interdiskurs und Kollektivsymbolik. In: Reiner Keller (Hrsg.), Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse Bd. 1. Theorien und Methoden. S. 407-430. Wiesbaden: VS-Verlag.

Link, Manfred

- 1963 Der Reisebericht als literarische Kunstform von Goethe bis Heine. Dissertation, Universität Köln.

Lutz, Catherine A. & Jane L. Collins

- 1993 Reading National Geographic. Chicago: The University of Chicago Press.

Marcus, George E. & Michael M. J. Fischer

- 1999 Anthropology as Cultural Critique. An Experimental Moment in the Human Science. 2. Edition. Chicago u. a.: The University of Chicago Press.

Mayr, Ernst

- 1990 When is Historiography Whiggish? *Journal of the History of Ideas*, 51 (2), S. 301-309.

Mey, Günter & Katja Mruck

- 2011 Grounded-Theory-Methodologie: Entwicklung, Stand Perspektiven. In: Günter Mey (Hrsg.), *Grounded Theory Reader*, S. 11-48. Wiesbaden: VS-Verlag.

Molina, Arturo & Águeda Esteban

- 2006 Tourism Brochures: Usefulness and Image. *Annals of Tourism Research*, 33 (4), S. 1036-1056.

Niebuhr, Carsten

- 1973 Entdeckungen im Orient. Reise nach Arabien und anderen Ländern 1761-1767. Herausgegeben und bearbeitet von Robert und Evamaria Grün. Tübingen u. a.: Horst Erdmann Verlag.

Osterhammel, Jürgen

- 1989 Reisen an die Grenzen der Alten Welt. Asien im Reisebericht des 17. und 18. Jahrhunderts. In: Peter J. Brenner (Hrsg.), *Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur*, S. 224-260. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Patai, Raphael

- 2007 *The Arab Mind*. Revised Edition. New York: Hatherleigh Press.

Pflitsch, Andreas

- 2003 *Mythos Orient. Eine Entdeckungsreise*. Freiburg im Breisgau u. a.: Herder.
2007 Schwindel erregende Ausschweifungen, süße Chimären. Die Erzählungen aus Tausendundeiner Nacht und ihr europäisches Publikum. In: Iman Attia (Hrsg.), *Orient- und IslamBilder*, S. 167-180. Münster: Unrast Verlag.

Pickerodt, Gerhart

- 2000 Aufklärung und Exotismus. In: Thomas Koebner & Gerhart Pickerodt (Hrsg.), *Die andere Welt. Studien zum Exotismus*. Unveränderter Nachdruck Frankfurt a. M., 1987, S. 121-136. Berlin: Philo-Verlagsgesellschaft.

Putschögl-Wild, Anna Monika

- 1978 *Untersuchungen zur Sprache im Fremdenverkehr*. Frankfurt a. M. u. a.: Lang.

Quigley, Declan

- 1997 Deconstructing colonial fictions? In: Allison James, Jenny Hockey & Andrew Dawson (Hrsg.), *After Writing Culture. Epistemology and praxis in contemporary anthropology*, S. 103-121. London u. a.: Routledge.

Rabinow, Paul

- 1986 Representations Are Social Facts: Modernity and Post-Modernity in Anthropology. In: Clifford and Marcus (Hrsg.), *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*, S. 234-261. Berkeley u. a.: University of California Press.

Read, Allen Walker (Hrsg.)

- 1962 Anachronism. In: Funk & Wagnalls Standard Dictionary of the English Language, International Edition, combined with Britannica World Language Dictionary. Part 1. New York: Funk & Wagnalls.

Reichert, Folker

- 1996 Einleitung Ludovico de Varthema und sein Itinerar. In: Ludovico de Varthema: Reisen im Orient. Eingeleitet, übersetzt und erläutert von Folker Reichert, S. 7-31. Sigmaringen: Thorbecke.

Rohrbach, Carmen

- 2000 Im Reich der Königin von Saba. Auf Karawanenwegen im Jemen. Rheda-Wiedenbrück: RM Buch und Medien Vertrieb GmbH.

Said, Edward

- 2009 Orientalismus. Aus dem Englischen von Hans Günter Holl. Frankfurt a. M.: Fischer Verlag.

Sarasin, Philipp

- 2006 Diskurstheorie und Geschichtswissenschaft. In: Reiner Keller (Hrsg.), Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse Bd. 1. Theorien und Methoden, S. 55-81. Wiesbaden: VS-Verlag.

Schnyder-von Waldkirch, Antoinette

- 1988 Wie Europa den Kaffee entdeckte. Zürich: Jacobs Suchard Museum.

Schoeler, Gregor

- 1981 Die Anwendung der oral poetry-Theorie auf die arabische Literatur. In: Der Islam 58 (2), S. 205-236.

Selwyn, Tom

- 1996 Introduction. In: Tom Selwyn (Hrsg.), The Tourist Image. Myths and Myth Making in Tourism, S. 1-32. Chichester: Wiley.

Smith, G. Rex

- 1987 Politische Geschichte des islamischen Jemen bis zur ersten türkischen Invasion. In: Werner Daum (Hrsg.), Jemen, S. 136-154. Frankfurt a. M.: Umschau-Verlag.

Smith, Valene L.

- 1978 Introduction. In: Valene L. Smith (Hrsg.), Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism, S. 1-20. Oxford: Blackwell.

Spivak, Gayatri Chakravorty

- 1985 The Rani of Sirmur. In: Francis Barker, Peter Hulme, Margaret Iversen & Diana Loxley (Hrsg.), Europe and its Others. Bd. 1, S. 128-151. Colchester: University of Essex.

Stark, Freya

- 1992 Die Südtore Arabiens. Stuttgart u. a.: Weitzbrecht Verlag.

Teply, Karl

1980 Die Einführung des Kaffees in Wien. Wien u. a.: Verein für Geschichte der Stadt Wien.

Todorov, Tzvetan

2010 Die Angst vor den Barbaren. Kulturelle Vielfalt versus Kampf der Kulturen. Hamburg: Hamburger Edition.

Turner, Bryan S.

1994 Orientalism, postmodernism and globalism. London u. a.: Routledge.

Urry, John

2008 The Tourist Gaze. Second Edition. London u. a.: Sage Publications.

Willhardt, Jens

2004 Kulturbegegnung mit dem Orient. Eine Untersuchung historischer Reiseberichte sowie der Berichte von Touristen und Auslandsentsandten am Beispiel des Jemen. Berlin: Klaus Schwarz Verlag.

Weber, Mirjam

2001 Der „wahre Poesie-Orient“. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.

Wood, Robert

1997 Tourism and the State: Ethnic Options and Constructions of Otherness. In: Michel Picard & Robert Wood (Hrsg.), Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies, S. 1-34. Honolulu: University of Hawaii Press.

Yan, Grace & Carla Almeida Santos

2009 China, Forever: Tourism Discourse and Self-Orientalism. In: Annals of Tourism Research, 36 (2), S. 295-315.

BROSCHÜREN

Printbroschüren:

BOTROS TOURS GmbH

undatiert⁵ Orient. Horn: Ferdinand Berger & Söhne GmbH.

Orion Reisen Reisebüro Ges.m.b.H.

2009 Akademischer Reisedienst 2009/2010. Studien- und Erlebnisreisen. Ort und Verlag nicht angegeben.

Verkehrsbüro-Ruefa Reisen GmbH

2010 Kultur- und Studienreisen 2010. Selber spüren: Neue Welten entdecken. Horn: Ferdinand Berger & Söhne GmbH.

⁵ Der Katalog wurde am 03.10.2009 in einem Wiener Reisebüro erfragt.

Onlinebroschüren:

AL-BAB

<http://www.al-bab.com/yet/de/home.htm> (18.12.2008)

BEDU Expeditionen

http://www.bedu.de/yemen/tour_jem.html (15.03.2010)

DJOSER

http://www.djoser.de/rundreise_jemen/22_tage_jemen/?gclid=CJ_EiaKE0Z4CFdSCzAodhg3D3g (15.03.2010)

DR. MAIERS STUDIENREISEN

<http://www.maiers.org/074-075.pdf> (15.03.2010)

GEO Reisen

<http://www.geo.at/eigenreisen/> (22.06.2009)

HORIZONT Tours

http://www.horizonttours.de/reisen/reiseziele/programmuebersicht/jemen/rundreise_jemen_socotra_15.html (15.03.2010)

JUMBO TOURISTIK

Orient 09/10, S.49.

<http://www.jumbo.at/php/09KatalogLandView-neu.php?KONTINENT=Orient&LAND=Jemen> (18.12.2008)

KNEISSL TOURISTIK

<http://www.kneissltouristik.at/de/291/> (22.06.2009)

Mondial

<http://www.mondial.at/newscenter/news.php?newsID=1720&Kategorie=Erlebnissreise> (06.04.2009)

Nahost entdecken

http://www.nahost-entdecken.de/reisen/jemen_reisen.php (12.05.2009)

nomad. Reisen zu den Menschen

<http://www.nomad-reisen.de/> (22.06.2009)

Orient-Reisen ARABICA

http://www.arabica-orientreisen.ch/jemen_programm.html (22.06.2009)

orient.xtremo.de

<http://www.orient.xtremo.de/content.php?menuID=26> (22.06.2009)

Raiffeisen-Reisen

<http://www.raiffeisen-reisen.at/raiffeisen-reisen/kultur-erlebnis-reisen/orient-zentralasien/20081202-jemen.php?navanchor> (18.12.2008)

WIGWAM. Naturreisen und Expeditionen

<http://wigwam-tours.de/expeditionen/arabien/jemen-sokotra.html?gclid=COH9w56F0Z4CFcmOzAod-IW84w> (06.04.2009)

www.jemenreisen.com

<http://www.jemenreisen.com/> (06.04.2009)

www.onlineholidays.de

http://www.onlineholidays.de/reisen/orient/naher-osten/jemen/rundreise_jemen.html
(12.05.2009)

www.reisekontakte.at

<http://www.reisekontakte.at/laenderreisen/vordererorient/jemen/index.php>
(12.05.2009)

ANHANG

ABSTRACT:

In dieser Arbeit werden Differenzen in Reisebroschüren über den Jemen als Teil eines „Orient“-Diskurses analysiert. Das Hauptaugenmerk liegt darauf, wie diese geschaffen werden, was als „normal“ gilt, sowie auf der Rolle der Reisenden und ihren Erwartungen.

Die in postkolonialen Studien herausgearbeiteten Zusammenhänge zwischen Repräsentationen, Macht und Wissen spielen hierbei eine wichtige Rolle, insbesondere Edward Saids Werk *Orientalism*, das Konzept von Ost und West als Imagination und die Strategie des „Othering“, also der Kontrastierung von Wir und den Anderen. Repräsentationen des „Orients“ haben oft den Sinn, das Selbst aufzuwerten und sich im Spiegel der Anderen selbst zu definieren. Durch Wiederholungen und Intertextualität gelangen Repräsentationen und Diskurse in ein Wissensrepertoire (u. a.) des Alltags. So werden Wahrheiten konstruiert und bestimmt, was normal ist und was nicht. Dabei haben Diskurse narrativen Charakter und sind reich an Wertungen und Assoziationen. Wahrheit und Macht sind so eng miteinander verwoben.

Reiseberichte als Teil des „Orient“-Diskurses und Broschüren stehen in einer Tradition. In dieser Untersuchung wird speziell auf die „Orient“-Reisenden Carsten Niebuhr, Freya Stark und Hans Helfritz Bezug genommen, da sie auch in den Broschüren erwähnt werden. Auch die Mythen moderner Tourismuswerbung verraten viel über kollektive Wertvorstellungen des „Westens“ und existieren meist schon vor Antritt der Reise. Am Ziel angelangt soll der Diskurs bestätigt werden, der sie zur Reise motiviert hat.

Differenzen in den Broschüren sollen Spannung und Anziehung schaffen, aber nicht unüberbrückbar erscheinen. Nur die vermarktbaren Stereotype sind für die Broschüren relevant. Daneben gilt es, die oft negativen Bilder medialer Repräsentationen zu neutralisieren. Die Sagbarkeitsfelder in Reisebroschüren sind begrenzt und spezifisch, da sie auf den Verkauf der Ware „Orientreise“ abzielen.

Das Korpus umfasst 21 deutschsprachige Reisebroschüren aus den Jahren 2008-2010. Mithilfe der Diskursanalyse und der Grounded Theory-Methodologie werden die Hauptthemen „Exotismus“ und „Anachronismus“ herausgearbeitet, wobei für die Analyse Form und Inhalt ausschlaggebend sind. Häufig vorkommende Schlüsselbegriffe werden im Korpus wie Hypothesen untersucht. Nicht nur das Sagbare, sondern auch mitgedachte Assoziationen werden herausgearbeitet.

Die Bilder in den Reisebroschüren können als Produkt der „westlichen“ Gesellschaft gedeutet werden. Neben Irrationalem und dem Wunsch nach Ursprünglichkeit findet man in den Reisbeschreibungen Hinweise auf Eroberung bzw. Aneignung des Landes. Wenn Menschen aus dem Jemen überhaupt Beachtung finden, dann auf positive und homogene Art und Weise. Die jemenitische Gesellschaft und ihre „Hochkulturen“ werden generell in der Vergangenheit verortet, zu einem gewissen Grad spielen auch westliche Parameter und sprachliche Strategien eine Rolle. Für die Leser_innen entsteht auf diese Weise sowohl Neugier auf eine „Anderswelt“ als auch ein Überlegenheitsgefühl gegenüber einer „weniger entwickelten“ Gesellschaft.

LEBENS LAUF

LISA MINE OREL

PERSÖNLICHE DATEN

Geburtstag: 19. April 1983 in Linz

Staatsbürgerschaft: Österreich

AUSBILDUNG

10/2010 Wahlfachmodul Deutsch als Fremd-/ Zweitsprache (Uni Wien)

10/2005 Studium der Arabistik (Uni Wien)

10/2002 Studium der Kultur- und Sozialanthropologie (Uni Wien)

Spezialisierung: Türkei, Arabischer Raum

10/2001 Studium der Soziologie kombiniert mit Ethnologie (Uni Wien)

06/2001 Matura

09/1993 Gymnasium Khevenhüllerstraße, Linz

09/1989 Volksschule Ottensheim

BERUFSERFAHRUNG

07/2007

- 02/2009 Infotrainerin im net.culture.space, Museumsquartier Wien

07/2005 Sechswöchiges Praktikum bei MAIZ – Autonomes Integrationszentrum von und für Migrantinnen mit Schwerpunkt Haus- und Sexarbeit in Linz

07/2004 Ein Monat Deutschunterricht für zwei ägyptische Kinder in Ottensheim

1999-2005 Fast jährliche Mitarbeit als Ordnerin bzw. Backstage-Betreuerin am Linz-Fest und Pflasterspektakel (organisiert vom Kulturstadamt Linz)

BESONDERE KENNTNISSE

Fremdsprachen: Englisch – fließend in Wort und Schrift
Französisch, Türkisch – gute Grundkenntnisse
Latein – Maturaniveau
Arabisch – Grundkenntnisse

SONSTIGES

2010/11 Teilnahme am SchülerInnen-Mentoring-Projekt Nightingale

02/2006 Einmonatiger Sprachaufenthalt in Sana'a, Jemen

07/2008 Einmonatiger Sprachaufenthalt in Kairo, Ägypten