

zeige. Beide Formen sind in Japan sehr beliebt. Es ist gar keine Frage, daß die ausdrucksvolle chinesische Schrift sich als Horizontalspalte, also quer über die ganze Breite der Zeitung laufend, äußerst vorteilhaft verwerten läßt. Es kommt jedoch nur selten vor, daß Horizontalspalten oben oder unten auf der Seite richtig so angelegt werden, daß der freie Raum des Zeitungsrandes als dazugehörig erscheint.

Die in den Text verstreute Anzeige ist bei uns stark angefeindet. Sicher gibt es eine Reihe von Gründen, die gegen sie sprechen. Was hier jedoch interessiert, ist die Tatsache, daß die kleine in den Text verstreute Anzeige eine große Bedeutung in Japan besitzt. Das kleine Rechteck mit starker Benutzung von Schwarz und mit schöner bildhafter Geschlossenheit ist eine typische Erscheinung der japanischen Zeitung. Sicher ist auch, daß diese kleinen Anzeigen, wenn sie bildhaft herausgearbeitet sind, beim Öffnen der Zeitung sogleich das Interesse auf sich lenken.

In Abb. 18 und 19 sind Beispiele dieser Anzeigenform gegeben. Abb. 18 ist eine Reklame für Unionbier, Abb. 19 eine Reklame für ein nicht alkoholisches Getränk, Kinsen Cider (vgl. auch Abb. 33, 34, 35, 39).

Ein beliebtes Mittel, das Äußere abweichend zu gestalten, bieten schließlich auch die europäischen Sprachen. Zahlreich sind fade amerikanische Schlagwörter wie „Stop, look, listen“, „Mother's Love“, „Needless Worry“, „Logical Comfort“, „Latest in Fashion“ usw. Auch Wahlsprüche in englischer Sprache und lateinischer Schrift sind ziemlich häufig. Einige Beispiele: „She has grown in beauty“, „Neither cold nor fever can oppose the Febringan“, „There is the tint of youth in the touch of Club Face Powder“. Es treten auch längere Beschreibungen, Gebrauchsvorschriften usw. in englischer Sprache auf.

Die deutsche Sprache wird hauptsächlich zur Beschreibung der Wirkung von Medizin benutzt. Auch bei Bücheranzeigen findet man zuweilen deutsche Brocken. So las ich einmal eine Anzeige: „Mehr Licht! Wehre geistiger Not, kaufe geistiges Brot.“

Bisweilen wird allein dadurch Abwechslung erreicht, daß Japanisches mit lateinischen Buchstaben gedruckt wird. Beispiele sieht man besonders unter den Namen der Getränke nach europäischer Art, so Bimi Jiyo Budoshu und Akadama Portwein.