

habe so besonders starken Eindruck gemacht, ihm soviel gegeben; neue Richtung, Mut, Wegweisung. Ich besann mich dann sehr oft hin und her: Hast du das denn überhaupt gesagt? oder wenn es sich um Bücher von mir handelte: hast du denn das so geschrieben? Dann merkte ich in vielen Fällen, daß ich selbst gar keinen besonderen Nachdruck gerade auf diese Worte, diesen Satz, diesen Gedanken gelegt hatte. Aber er hatte eine eigene Lebens- und Gedankenwelle in einem Hörer oder Leser ausgelöst. Mir ist das dann immer das Wertvollste gewesen, was mich trotz der Anstrengungen einer Vortragsreise und trotz der Unvollkommenheit, mit der man inneres Leben und Erleben in Worte kleiden und durch bedrucktes Papier vermitteln kann, immer wieder ermutigte, es trotzdem weiterzutreiben, ja verstärkt weiterzutreiben. Ich sage es wohlüberlegt als Redner und Schriftsteller: es ist mir viel wichtiger, daß einer meiner Leser oder Hörer durch meine Worte auf eigene Gedanken kommt, selbst mit seinen Augen das Leben (vielleicht ganz anders als ich selbst) sieht, als daß er gedächtnismäßig meine Bücher und Vorträge nachher noch jahrelang in sich aufbewahrt. Ich weiß, daß andere Schriftsteller und Redner anders denken; aber ich glaube, meine Haltung hat doch auch ihr Recht.

Und von da aus sage ich: Wir müssen die Bücherleser dazu erziehen, daß sie kein Buch, was es auch sei, mehr lesen, ohne Papier und Bleistift in Reichweite zu haben. Und daß sie allen aufsteigenden Gedanken nachhängen, bis ans Ende, wo es nimmer weiter geht oder sie nimmer weiter kommen. Das hat einen doppelten Wert: einen äußeren: die Menschen kommen immer mehr vom rein stofflichen Lesen, vom Sensationsjagen ab, weil das Lesen eines Buches immer wieder durch Nachdenklichkeit unterbrochen wird. Diese Pausen können wahrhaft »schöpferisch« werden, wenn die Menschen sich daran gewöhnen, geduldig und andächtig den aufsteigenden geistigen Regungen nachzuhorchen und ihren Spuren zu folgen, in unerforschtes, meistens noch sehr dämmeriges Eigenland, das aber darum eben, weil es aus der Flutentiefe aufsteigendes Neuland ist, uns und ihnen wertvoll sein muß. Eigenes Denken, eigenes Empfinden, eigenes Sehen, eigenes Leben wecken ist doch stets das Ziel, das echte Denker und Dichter vor sich sehen, wenn sie ihren Beruf recht erfaßt haben und nicht in Eitelkeit und Ichbetonung ihre Weisheit nur breit auf den Markt bringen wollen.

Wenn ich vorschlage, daß der Leser sich daran gewöhne, alles, was ihm beim Lesen eines Buches aufsteigt oder lebendig wird, niederzuschreiben, so möge das nicht als Pflege der Einbildung mißverstanden werden. Gerade das Niederschreiben zwingt zu ganz klarem Nachdenken, zum sorgfältigen Ausfeilen des Wortes: Und die deutsche Sprache ist bekanntlich so geartet, daß man klar denkt, wenn man klar schreibt und spricht. Und umgekehrt. Niederschrift von Gedanken wirkt klärend und — später einmal wiedergelesen — erziehend: wenn man einige Tage oder Wochen später die Aufzeichnungen nicht mehr versteht, wenn nicht sogleich beim Überlesen die Tiefensicht von damals in einem wieder aufleuchtet, dann wird man aus einer unbestechlichen Selbstkritik heraus — sich selbst erkennen und an sich weiterarbeiten. Dadurch wird jeder Dichter und Denker, mit dem ein Mensch durch Bücher in Verbindung kommt, erst wirklich ein Erzieher und Menschenbildner. Nicht schon, wenn er »verschlungen«, sondern erst wenn er fruchtbar gelesen wird und Wellenkreise geistigen Eigenlebens weckt, hat er seine Sendung erfüllt. Das wirkt sicher auch auf die Verfasser der Bücher zurück, die mit noch mehr Sammlung und geradezu religiösem Ernste an ihr Werk gehen werden, weil sie wissen müssen, daß sie nicht mit Blendwerk eine Augenblickslaute oder Sensationshungers zu stillen haben, sondern daß man sie kritisch liest: ein Schriftsteller, der keine geistigen Wellenkreise auslöst, bei dessen Buche dem Leser kein eigenes inneres Leben erwacht, wird sich immer weniger Gefolgschaft unter der wachsenden Menge fruchtbar Lesender in Zukunft erhalten können.

Erziehung der Leser zu schöpferischem Lesen bedeutet zugleich eine starke Rückwirkung auf die Verfasser, die wir heute doch wohl weithin wieder nötig haben und begrüßen müssen. Sie bedeutet aber auch eine unmittelbare Erziehung der Leser zum guten Buche. Es mehrt sich schnell und stark die Zahl derer, die kein Buch mehr schätzen, das kein eigenes geistiges Leben in ihnen

auslöst. Denn nur Tiefe und Gehalt, Wert und Echtheit löst Tiefe und Gehalt, Wert und Echtheit im Leser aus. Hier scheint mir ein durchaus gangbarer Weg sich zu zeigen, auf dem der einzelne Leser, abseits von literarischem Dogma und Mode, abseits von Literaturpäpsten und Geschmacks tyrannen, allmählich zu einem selbstsicheren Instinkt kommen kann, welche Bücher gut und welche schlecht sind. Natürlich erschöpft diese Wertung von Schrifttum nicht alles, aber sie hilft schon sehr weit. Freilich wird dadurch die ungeheure verantwortungsvolle Vorarbeit des Buchkritikers noch lange nicht unnötig. Sie bekommt vielmehr eine neue Bedeutung und ein neu eingestelltes Ziel, von dem das nächste Mal die Rede sein soll.

Berchtesgaden-Schönau.

Emil Engelhardt.

(Ein zweiter Aufsatz folgt.)

### Suggestion und Buchreklame.

In unserer Zeit, in der nur Spezialisierung Erfolg verspricht, in der das Einzelwesen viel zu stark mit seinem Ich, mit seinen beruflichen Interessen und der Angelegenheit seines Ellenbogenkampfes beschäftigt ist, um absolute Sicherheit in der Beurteilung außerhalb liegender Dinge zu besitzen, ist das Urteil des Fachmanns — um nicht zu sagen Wissenschaftlers — geschätzter denn je. Der Masse als Kollektivbegriff genügt es deshalb noch nicht, wenn sich dieser oder jener x-beliebige für eine Sache einsetzt, wenn nach dem Rezept »man reimt« poetische Reklame gemacht, oder mit »einprägsamen« Schlagzeilen der Imperativ der Kaufnotwendigkeit eines Artikels verkündet wird. Die Sache muß ausführlich, wenn nicht gar wissenschaftlich begründet sein. Der Fachmann mit dem unfehlbaren Urteil spukt nicht allein in den Leitartikeln der Tagespresse, er wird überall gewünscht. Dieser Zweifel bei der eigenen Urteilsbildung einerseits und das geradezu kindliche Vertrauen auf das fachmännische Urteil andererseits sind nun typisch für die psychische Einstellung unserer Zeit und deren Empfänglichkeit für die Reklame. In Verbindung mit den geistigen Austauschmöglichkeiten der Gegenwart, in denen der persönliche Austausch nur noch eine untergeordnete Rolle spielt, ist deshalb die Reklame das Problem des Geschäfts schlechthin. Denn auch die Güte einer Ware, als der letzte für den Kauf entscheidende Faktor, bleibt solange ein abstrakter Begriff, bis er von der konkreten Tatsache der Eigenerprobung abgelöst ist. Und der Mittler, der die Gedankenbrücke von der abstrakten zur konkreten Vorstellung schlägt, bleibt eben in den weitaus meisten Fällen die Reklame.

Aus diesem Grunde deute ich den Begriff der Reklame mit willkürlicher Beeinflussung (Suggestion), die einen ideellen oder materiellen Vorteil des Reklameveranlassenden bezweckt, und ich setze die Beeinflussungsmöglichkeit jeder Reklame, soweit sie eben Anspruch auf die Bezeichnung »Reklame« erheben kann, voraus. Die Beeinflussung kann nur erfolgreich sein, andernfalls ist es keine. Von Reklame hingegen spricht man fälschlicherweise auch dann noch, wenn sie sich als solche wirkungslos erwiesen hat. Ein oberflächlicher Sprachgebrauch.

Das Geheimnis der erfolgreichen Reklame ergründen hieße also der Kausalität der Beeinflussung auf die Spur kommen. Man könnte nun noch weiter gehen und die Frage stellen: Wo fängt die Beeinflussungsmöglichkeit des Individuums an und wo hört sie auf?, ohne damit das Fundament für geeignete Hypothesen zu erhalten, denn dazu ist der Begriff zu problematisch.

Geeigneter für die Untersuchung ist das psychologische Experiment, die Analyse der Beeinflussungskette, welche die verblüffende Wirkung des Suggestionsexperiments zuwege bringt. Jeder, der durch Beeinflussung (Suggestion) wirken will, beginnt am besten damit, daß er sich durch die möglichst allseitige Ausschaltung nicht erwünschter Störungen einen günstigen Aufnahmeboden für seine Beeinflussungsabsichten verschafft. Zu diesem Zwecke schaltet er alle störenden Momente (fremde Geräusche, den Tonfall der eigenen Stimme, optische Ablenkungen usw.) aus. Arbeitet er ganz gründlich, dann begnügt er sich nicht mit der Wachsuggestion, sondern täuscht dem Medium noch Schlaf vor, damit dessen Eigenbewußtsein bzw. Kritikvermögen auf den Nullpunkt herabsinkt. Denn wohlgemerkt, der Grad des Kritikvermögens bei dem Medium ist für das Gelingen der Suggestion von gleicher Wichtigkeit wie die Konzentrationsmöglichkeit. Der Suggestierende versucht nach der beschriebenen Vorbereitung einen innigen Kontakt mit einer gewissen, noch im Unterbewußtsein des Mediums schlummernden gedanklichen Fähigkeit herzustellen und sich dem gesteckten Ziel durch geeignete Wortformeln (Verbal-suggestion) immer mehr zu nähern. Auch hier führen verschiedene Wege nach Rom,