

dingungen, die bei der Konzeption eines Gemäldes maßgebend sind; das Innenplakat darf und soll also viel mehr auf Einzelheiten eingehen, wie es ja auch viel mehr Text enthalten soll als die Affiche. Infolgedessen werden derartige Führungen des Bewußtseinsablaufs durch „Willensskelette“ bei dem Innenplakat von größerer Wirkung sein, was bei der Untersuchung von Plakatwirkungen genau zu beobachten ist und worauf später an entsprechender Stelle noch einzugehen sein wird.

Der Einfluß, welcher von Werken der Kunst, Gebrauchskunst usw. ausgeübt wird, ist besonders Gegenstand eines Artikels von Karl Fleischhack über „Kunst und Suggestion“¹⁾. Der Verfasser geht von den verschiedenen Formen der Suggestion aus und legt dar, daß „eine beabsichtigte Zweckwirkung die Suggestion auf die Masse ist.“ Man könne behaupten, daß diese Suggestionen die Seele einer künstlerischen Schöpfung sei. Mit ihr stehe und falle das Kunstwerk. Wenn ein Kunstwerk, gleich welcher Richtung, nicht geeignet sei, Gemütsbeeinflussungen bei der unbetheiligten Menge herbeizuführen, so sei es kein wahrhaftes Kunstwerk. Der Verfasser bespricht weiter ausführlicher die suggestiven Wirkungen, die von der Presse ausgehen; seine Ausführungen hierüber decken sich in vielen Punkten mit den oben berichteten Darlegungen Witkies: wenn so und so viele Menschen eine Sache für gut befunden, wenn dieser und jener Beurteiler von Sachkenntnis sein günstiges Urteil abgegeben habe, so müsse doch etwas daran sein, dieser Glaube sei fast noch in jedem Menschen vorhanden. Übergehend zur „Nützlichkeitskunst“ weist Fleischhack auf die „Einflußwirkung von repräsentierenden und werbenden Gebrauchskunstwerken“ hin. Die Suggestionenwirkung kann nach ihm durch gedruckte Vorstellung ebenso wie durch andere — baukünstlerische usw. — beabsichtigt werden und wird durch Zweckmäßigkeit außerordentlich verstärkt, wie dies besonders im „Werbekunstwerk“ erfolgreich geschieht, wenn der Künstler sich in die Seele des Kunden zu vertiefen und dieser im Werbe-

¹⁾ K. Fleischhack, Kunst und Suggestion, Das Plakat. 11. Jahrgang 1920, S. 458ff.