

und geübt, führt zu sicheren, erfolgreichen Resultaten, genau wie die fleißige Übung im Lesen und Schreiben, nachdem man die Zeichen zu deuten gelernt hat!

Um die ganze Reklamematerie erfassen zu können, müssen wir uns noch mit dem Wort Sensation einerseits, mit dem Wort Propaganda anderseits befassen. Danach werden wir die Reklame in ihren Beziehungen zur Ethik und Volkswirtschaft behandeln.

c. Sensation und Reklame.

Das Wort Sensation ist ein neulateinisches (sensa (orum) = Vorstellungen) und wird mit Sinneseindruck, Empfindung, Aufsehen übersetzt.

Dieses Wort und sein Begriff stehen mit der Reklame in enger Verbindung, weil einerseits Sensation oft mit Reklame übersetzt oder verwechselt wird, anderseits die Reklame sich manchmal der Sensation bedient, um auf die Massenpsyche zu wirken, auf diese erhöhten Eindruck zu machen.

Die Sensation gründet in der Übertreibung, in der Abnormität, vielfach in der Gegensätzlichkeit, ja in der Disharmonie von Form, Art und Ausdruck in ihren Beziehungen. Sie löst Wirkungen aus, welche auffallen, stutzig machen, die Neugierde wecken.

Auf alle Sinneswahrnehmungen kann die Sensation sich erstrecken: auf Geruch, Gefühl, Gesicht, Gehör, Geschmack.