

tiven Unbewußten) kennt viele solcher Symbole und hat uns deren tief affektiven Charakter gelehrt. Sie gehen natürlich auf vorweltlichste Instinkte zurück: Instinkt der Erhaltung oder der Fortpflanzung und alles, was sich daran knüpft; darum spielt das Erotische, selbst latent und für das Bewußtsein ungreifbar, eine große Rolle dabei. Die Reklame-Fachleute wußten das schon lange, wie denn die amerikanischen Kino-Fachleute das „sex appeal“ kennen, und haben davon ausgiebig Gebrauch gemacht, indem sie einer bestimmten Marke oder einem bestimmten Produkt die Silhouette einer schönen Frau anhefteten. Aber es handelt sich im Augenblick darum, im Unterbewußtsein Vorstellungen aufzurufen, die nicht vorher das Bewußtsein passiert haben, um der Verdrängung durch das Publikum Herr zu werden. Als Beispiel nenne ich die 6 des Fabrikanten Citroën, die mit Feuerbuchstaben auf dem Eiffelturm erscheint und die, kraft der instinktiven Gedankenverbindungen zu einem wundervollen Symbol von Macht, Kraft, Männlichkeit wird, das sich dem Unbewußten jedes Zuschauers einprägt, ohne daß das Bewußtsein wüßte, warum. Bei unserm eben genannten Beispiel, bei dem es sich um einen Wagen, einen Motor handelt, einen Gegenstand, den sich die Leute ersehnen als eine Erhöhung ihrer Macht, ihrer Mittel, ist das heraufbeschworene Bild dem völlig entsprechend, und ich führe zum Beweis nur die Tatsache an, daß mehrere meiner Patienten, die ich analysiere, davon geträumt haben und in ihren spontanen Gedankenverbindungen darauf gestoßen sind. Ich möchte als Beispiel einen dieser Träume anführen, obwohl es immer heikel ist, vor der Oeffentlichkeit von der Freudschen Interpretation eines Traums zu berichten: ich erwähne also nur das, was den Zusammenhang zwischen Reklame und dem davon betroffenen Unbewußten unter Ausschaltung des Bewußtseins darlegen soll. Eine meiner Kranken träumt also, daß sie sich an einen Ort begeben möchte, wo sie sich, wie ich von anderer Seite weiß, früher gefühlsmäßig immer sehr wohl befunden hat. Ihr Traum zielte also auf Erfüllungen ähnlicher Art. Nun, sie läßt aus Nachlässigkeit die Trambahn, die sie hätte benutzen sollen, vorüberfahren (und in den Erläuterungen, die sie mir späterhin gibt, geben die öffentlichen Verkehrsmittel Anlaß zu jenen Wortspielen, deren sich der Traum bedient, wie das manchmal banale Bürger tun: das Traumbild drückte aus, daß die gewöhnlichen Befriedigungen nicht nach ihrem Geschmack seien). Sie wendet sich also im weiteren Traum einem Privatauto zu, das da steht, und fragt den Chauffeur, ob er sie fahren könne; dieser antwortet, die Fahrt koste 6 Fr., in diesem Augenblick erblickt sie die leuchtende 6 auf dem Eiffelturm und denkt an die Marke Citroën. Um diesen Traum zu analysieren, mußte ich der Kranken, die keineswegs mit diesen Begriffen schon vertraut war, erst bedeuten, daß der Eiffelturm ein Symbol von Männlichkeit sei und die Ziffer 6 eine ähnliche Bedeutung hätte. Sie erfaßte endlich, daß diese Zahl durch ihre Form an gewisse Zeichnungen erinnert, die man häufig an Häuserwänden mit Kreide angemalt sieht, und die sie schon in ihrer Kinderzeit irritiert hatten. Und ebenso, daß sie, noch ganz klein, das Wort sechs mit dem Wort Sexus, das ihr damals voller Geheimnis schien, in Verbindung gebracht und verglichen hatte. Der Sinn ihres Traumes schien ihr also der zu sein, der Sexualität nicht auszuweichen, damit ihre gefühlsmäßigen Sehnsüchte gestillt würden.