

volution war, sondern ihr aktives Werkzeug, ihr mächtiger, wenn auch stummer Rufer: das künstlerische Plakat.

Die Plakatkunst hat im Laufe der letzten sechs Jahre in Rußland eine ganz unerhörte, angespannteste Lebendigkeit gezeigt. Sie hat sich unter den schlimmsten Bedingungen des Bürgerkrieges entwickelt, zu einer Zeit, wo die Farben dem Künstler vor Kälte unter den Fingern erstarrten, wo man zum Bedrucken nichts hatte als einfachstes Einwickelpapier, wo häufig der ganze Entwurf in die Hände des einbrechenden Feindes fiel. . . . Und trotzdem gab es keine Gegend, keine Stadt, keine Station, keinen nach der Front gehenden Waggon, keinen rotgardistischen oder Arbeiterklub, der nicht mit diesen spröden, papiernen Bildern, welche die Flüche, wie die Aufrufe der Revolution verkündeten, geschmückt gewesen wäre. Es war dies eine Front für sich: „die Plakatfront“, ein ganzer Plakatkrieg, der das nicht zu umfassende Reich mit einem vielfarbigem Regen großer und kleiner Kunstblätter überschüttete. . . . Ausgaben der Politischen Armeeverwaltung, des „WZIK“, des Moskauer und des Petrograder Staatsverlags, des politischen Haupt-Aufklärungsdienstes in Moskau und der Provinz, des Volksgesundheits-Kommisariats etc.

Diese Blüte des politischen Plakats ist eine für alle Länder bemerkenswerte Erscheinung. Gewiß, der Lithographierstift bedeutete schon in den 30er bis 40er Jahren des vorigen Jahrhunderts in den Händen französischer Maler eine unüberwindliche Waffe politischen Protestes (wir brauchen nur an den großen Satiriker O. Daumier zu erinnern), aber das war Zeitschriften-Illustration und nicht das Wandplakat im heutigen Sinne dieses Wortes, das in Europa und Amerika als Kind der Handelskonkurrenz, als ein Werkzeug der Reklame aufkam und nur in seltenen Fällen politischen Zwecken gedient hat. Erst der Oktober stellte diese wuchtige und tönende Sprache des Plakats, diese Vielfarbigkeit der Lithographenplatte in den Dienst der Revolution und machte aus dem Problem der Reklame ein Problem der Agitation, ein Problem der Aufklärungstätigkeit unter den Massen. Aber nach dem Vorbilde Rußlands sahen wir dann auch im neuen Deutschland ein Aufblühen des politischen Plakats.

Wenn noch bis vor kurzem die Plakat-Produktion in Rußland gezwungenermaßen den Charakter fieberhafter Eile getragen hat, so ist es jetzt, unter friedlicheren Bedingungen, möglich geworden, den Problemen des Plakats eine durchdachtere und rationellere Lösung zu geben und gleichzeitig damit auch sein künstlerisch-technisches Niveau zu heben. Daher hatte die in Moskau nach sechs Jahren erstmalig eröffnete Plakat-Ausstellung Rußlands nicht nur die Aufgabe, einen historischen Ueberblick über das russische Revolutions-Plakat zu vermitteln, sie gab auch eine künstlerisch-tech-

nische Analyse der guten und schlechten Wirkungen, und kann so als eine Lektion für die Zukunft dienen. Dazu befähigte vor allem auch die erstmalig sich bietende Möglichkeit einer Gegenüberstellung des russischen und des westeuropäischen Plakats. Letzteres war auf der Ausstellung (zum erten Male in Rußland) vertreten, in Mustern der verschiedensten Kategorien: als Plakat der Kommunistischen Parteien (der deutschen, der französischen und der polnischen), als Plakat der Sozialdemokratie (Plakate der russischen G.S.D. der Vor-Ausstellungszeit), als Industrie-Plakat (beginnend mit den Schöpfungen des „Vaters des Plakats“ Toulouse-Lautrec und schließend mit den heutigen Reklame-Plakaten Englands, Deutschlands, Oesterreichs, Italiens und Norwegens).

Diese Vergleichsmethode, die der Ausstellung zugrunde lag, zeigte, daß das russische und das ausländische Plakat in ihrer Entwicklung völlig verschiedene Werte geschaffen und offenbart hatten. Es ist selbstverständlich, daß das russische Revolutions-Plakat dem westeuropäischen hinsichtlich der Qualität seines Papiers, der Reinheit der Farben, der Drucktechnik usw. durchaus unterlegen sein mußte. Dafür aber setzt in den Plakaten der russischen Revolution — das über tausend verschiedene Exemplare aufweist — die außerordentliche Weite seines Umkreises, mit dem es, wie der weit ausladende Schwung der Revolutionsbewegung selbst, d. h. jenes Kataklysmus, der eine Umlagerung aller Schichten des sozialen Aufbaus bewirkt hat, in Erstaunen. Es bedeutete Kampf gegen den wirtschaftlichen Verfall, Kampf gegen die Epidemien, Kampf gegen den Hunger, Kampf gegen den Analphabetismus, Kampf gegen die Verwahrlosung der Kinder, Kampf gegen die religiösen Vorurteile, Kampf gegen die Rechtslosigkeit der Frauen, Kampf gegen die Konterrevolution . . . es ist nicht aufzuzählen, gegen was sie alles kämpften, auf was alles, mit der Empfindlichkeit des Barometers das russische Plakat reagierte. Es ist ganz und gar durchdrungen von kriegerischem Geiste — Haß und Leidenschaft, Hohn über Veraltetes und Aufruf zum Neuen.

Hier ist auch die Ursache der vielgestaltigen Form des russischen Plakats, seiner methodologischen Buntheit zu suchen. Es läßt sich nicht nur nach Kriegs-, Bürger-, Wirtschafts-, Sanitäts- usw. Plakaten klassifizieren, sondern auch nach Typen, die sich ihrem Zweck entsprechend unterscheiden: die russische Revolution hat das Lösungs-Plakat, das Diagramm-Plakat, das Dekrets-Illustrations-Plakat, das Flugblatt-Plakat und das Wandbild-Plakat (das nicht für Außenwände, sondern für Innenausschmückung gedacht ist) usw. geschaffen. Hier drängt sich dem Beobachter eine ganz besondere Eigentümlichkeit auf: Bei einem Vergleich mit dem westeuropäischen Plakat muß — was Leserlichkeit und Lakonismus in Bezug auf den Gesamteindruck betrifft, sowie hinsichtlich des dekorativen