

EMPRUNT DE LA DÉFENSE NATIONALE



POULBOT

ABBILDUNG 3
Druck: Devambez, Paris

PLAKAT

erstens das französische Volk von der Verworfenheit seiner Feinde zu überzeugen und zu wildem Hass gegen alles Deutsche zu entflammen, zweitens die Neutralen für die französische Sache zu gewinnen und gegen Deutschland einzunehmen.

Diejenigen, die Frankreich schlecht kannten, wurden durch die geistige Disziplin und den organisatorischen Aufschwung, die Frankreich nach seiner anfänglichen Niederlage entwickelte, überrascht. Wenn Frankreich auch seit dem XVII. Jahrhundert mehrfach eine organisatorische Begabung bewiesen hat und in geistigen Dingen disziplinfähiger als Deutschland gelten kann,

so bleibt es doch staunenswert, dass es ihm gelang, so schnell nach einer herein gebrochenen Katastrophe auf allen Gebieten und unter der grössten Ausnutzung aller Mittel eine grosszügige Propaganda zu entwickeln, die das doppelte Ziel verfolgte: Frankreich zu verherrlichen und Deutschland zu brandmarken.

Dabei erfolgte eine sorgfältige Auswahl der geistigen Kräfte, die gründliche Ausnützung aller technischen Mittel und die rücksichtslose Ausbeutung aller Geldquellen. Denn Frankreich fühlte, es gilt auch im geistigen Kampf Leben oder Tod, und daher sollte kein Preis als zu hoch erscheinen, keine technische Schwierigkeit als unüberwindlich gelten.

Die Regierung rief einen amtlichen Propagandadienst ins Leben, der dem Ministerium des Aeusseren unterstellt wurde und in den Pierre Perroy, René Puaux, A. Bréal und die früher in Deutschland ansässigen Haguenin und Marc Henry berufen wurden. Es wurden ausserdem vom Institut, von der Alliance française, von der Ligue des patriotes und zahlreichen anderen Genossenschaften Werbevereine gegründet, die die grossen und vielseitigen Aufgaben unter sich teilten.

Eine Aufgabe bestand darin, die bestehenden Zeitschriften zu verbreiten, wie „Illustration“, „Monde illustré“, „Rire“, „Sourire“, „A la Bayonette“, neue Zeitschriften zu gründen, wie etwa 50 Schützengrabenzeitungen, ferner „Le Miroir“, „La grande guerre vue par les artistes“, ihnen künstlerisches Material zuzuführen, den Künstlern den Besuch an der Front, den Besuch verwüsteter Dörfer und Städte

zu ermöglichen und ihnen Geldmittel zuzuführen. Weiter galt es, Postkarten und Kunstblätter herzustellen zur Verherrlichung der französischen Tapferkeit, zur Popularisierung der Generäle, Plakate für Wohltätigkeitsfeste, Werbeplakate für die Anleihen, Albums und Postkarten zur Beschimpfung und zur Verunglimpfung der Deutschen.

Alle diese Aufgaben sind in einer erstaunlich kurzen Zeit quantitativ glänzend gelöst worden. Von Mitte Oktober 1914 an wurde ganz Frankreich mit Postkarten überschwemmt, auf denen der Held Joffre, der Retter von Paris, General Galliéni mit Lorbeer-