

R. L. DUPUY

Professor für Reklamlehre an der Handelshochschule Paris

Professeur de Publicité à l'École de Haut Enseignement Commercial de Paris

## FRANZÖSISCHE PLAKATMALER DER GEGENWART

### QUELQUES AFFICHIESTES FRANÇAIS CONTEMPORAINS

IM verflossenen Jahre sprach ich an dieser Stelle über die Entwicklung des französischen Plakats während der letzten 40 Jahre. Mit Rücksicht auf den geringen Raum konnte ich leider nicht so sehr ins einzelne gehen, wie ich es gern getan hätte, und der Leser hat nur einen flüchtigen Überblick über den ganzen Fragenkomplex gewinnen können, aus dem er sich sicher kein Bild machen kann von der Größe und Wichtigkeit des Einflusses, den in Frankreich gegenwärtig eine Reihe von jungen Künstlern ausüben, deren Bedeutung ihrem Alter weit vorausgeht ist.

Ich habe darum jetzt die Absicht, in einer Reihe von Artikeln eingehend über jeden der damals genannten Plakatkünstler zu sprechen, und ich hoffe, aus ihren Arbeiten heraus ihr persönliches Temperament entwickeln und gleichzeitig darlegen zu können, wie sie es verstanden haben, sowohl den künstlerischen als auch den reklametechnischen Tendenzen unserer Zeit Gestalt zu verleihen. Ich möchte zeigen, wie es diesen jungen Künstlern gelungen ist, die internationale Revolution in der Kunstauffassung aller Völker seit dem Beginn dieses Jahrhunderts der französischen Mentalität anzupassen.

#### *Einige Vorbemerkungen.*

Ehe wir ins Einzelne gehen, muß man feststellen, mit welchen Schwierigkeiten diese jüngste Schule der Plakatmaler in Frankreich zu kämpfen hat. Zwei Hindernisse stellen sich ihnen entgegen: Vor allem hat sich die zutiefst konservative Wesensart des französischen Volkes — gestützt auf eine außerordentlich reiche künstlerische Vergangenheit — stets ganz besonders ablehnend gegen die Verwegenheit der jüngsten Malerei verhalten. Außerdem aber war der Einfluß der amerika-

J'AI eu le plaisir, l'année dernière, d'exposer aux lecteurs de Gebrauchsgraphik les stades successifs du développement de l'Affiche française au cours des 40 dernières années. Mais j'ai été contraint, faute de place, de n'envisager ces divers stades que d'une façon très générale, sans pouvoir entrer suffisamment dans le détail.

Je crains donc que nos lecteurs n'aient eu de la question qu'un aperçu trop bref, trop rapide, et qu'ils n'aient pas entrevu l'ampleur et l'intérêt du mouvement remarquable exercé actuellement en France par une série d'artistes dont la valeur, comme a dit le grand tragédien Corneille, »n'a pas attendu le nombre des années«.

Je vais donc, dans une série d'articles, reprendre chacun des artistes que j'ai cités, et leur consacrer une étude plus approfondie, en m'efforçant chaque fois de dégager dans leurs œuvres leur tempérament personnel, et la façon dont ils ont su traduire à la fois les tendances publicitaires et les tendances artistiques de notre époque. Je m'efforcerai également de montrer comment ces jeunes artistes ont su adapter à la mentalité française la véritable révolution internationale qui s'est opérée depuis le début du siècle dans le sens artistique de tous les publics.

#### *Quelques remarques avant de commencer.*

Il convient de noter avant toute étude, à quelles difficultés se sont heurtés en France les affichistes de la jeune école. Deux obstacles se dressaient devant eux: D'abord le tempérament foncièrement conservateur du public français qui, fort d'un passé artistique extrêmement copieux, s'est toujours montré particulièrement rebelle aux audaces de la jeune peinture. Ensuite, l'influence exercée sur ce public par les productions publicitaires