



wieder geeignet, die Phantasie des Japaners zu steigern und seine Stimmung zum Weiterlesen anzuregen. Auch an die große Kinderliebe der Japaner appelliert die Reklame oft; selbst die Fremden haben die Wirksamkeit dieses zugkräftigen Mittels sich weitgehend zunutze gemacht.

Eine Eigentümlichkeit der Anpreisung westlicher Produkte ist die starke Verwendung englischer und bei Büchern auch deutscher Ausdrücke, die dann im japanischen Text durch ihre fremde Schrift herausfallen und nach dem Grundsatz, daß das Fremde zunächst einmal das Modernere ist, den Käufer anlocken.

\*

Es ist zu bedauern, daß die Japaner bis jetzt nicht verstanden haben, aus ihrer eigenen Überlieferung heraus auf breiter Front moderne Reklame zu schaffen. Namhafte Künstler haben sich der Plakatmalerei noch nicht zugewandt, obgleich gerade die eigentümlich japanische, zum Unterschied von der französisch beeinflussten Ölmalerei der modernen großen Kunstausstellungen, uns mehr wie Plakatkunst anmutet. Vorläufig ist der Stolz des Malers wohl noch zu groß, um sein Schaffen in den Dienst wirtschaftlicher Zwecke einzuordnen, und so müssen wir ohne Rücksicht auf das moderne Japan unsere Anregungen, an denen Japan gerade für die Gebrauchsgraphik so unerschöpflich reich ist, uns selbst holen.

foreigners have exploited the effectiveness of this appealing medium.

One peculiarity in the propaganda of Western products is the pronounced use made of English and in the case of books, of German expressions — expressions which loom from out the Japanese text, and — according to the principle that the alien thing is also the more modern — serve as bait for the buyer.

\*

It is to be regretted that the Japanese have not yet been able to create advertising art on broad, modern lines whilst at the same time retaining their own traditions. Well-known artists have so far not yet devoted themselves to poster painting, although it is precisely the peculiar Japanese art of india-ink painting in contradistinction to oil-painting by the French school as evident in the great modern art exhibitions, which appeals to us as akin to poster art. For the present, the pride of the painter is still too great for him to enlist his creative power in the service of commercial ends, and we are thus forced, without considering modern Japan, to seek for ourselves ideas and suggestions of which Japan can offer us so many in the field of advertising art.

*Translated by E. T. S.*



OLD JAPANESE FAMILY CRESTS FROM THE 17th AND 18th CENTURIES