

REKLAME- PHOTO IN FRANKREICH



Phot. LORELLE

R. L. DUPUY

WIE alles, so ist auch die Reklame der Mode unterworfen. So scheint es, als ob heute in der Reklame das Photo mehr und mehr die Mode beherrschen wird.

Besonders in Frankreich hat die Photographie eine sehr interessante Entwicklung genommen. Bisher lehnten die Reklamekünstler die Photographie mehr oder weniger ab. Diese Einstellung entsprang einer gewissen Furcht, daß dieses allzu „technische“ Ausdrucksmittel die Phantasie des Künstlers in der Entfaltung hemmen könne. Diese Ansicht ist aber völlig falsch. Man wird im Gegenteil nach einiger Überlegung zugeben müssen, daß die Photographie einem begabten Künstler ein sehr fruchtbares Feld bietet für originelle Entdeckungen, für überraschende und harmonische Kompositionen.

Auch die kühnste Phantasie kann sich hier frei entfalten, um so mehr, als ihre Wirkung immer wieder durch den authentischen Charakter, der jeder — auch der „deformiertesten“ photographischen Arbeit anhaftet, gemildert wird.

Die Photographie vereinigt im Grunde in höherem Maße als jedes andere Illustrationsmittel die beiden Hauptfaktoren für die Wirkung eines Reklamebildes: nämlich Überraschung und Überzeugungskraft. Überraschen kann sie dank der Erfindungsgabe ihres „Regisseurs“, der ihr Form verleiht, überzeugen