

VU avec un autre REGARD

Ein QUERSCHNITT durch DIE NEUE ZEIT



Exposition | Ausstellung

19-30 novembre 2018, 7-31 janvier 2019

Allemagne Diplomatie, 31, rue de Condé, 75006 Paris

Horaires d'ouverture | Öffnungszeiten:
Lundi / mercredi | Montag / Mittwoch:
11.00-13.00, 14.00-17.00
Mardi / jeudi | Dienstag / Donnerstag :
14.00-17.00
Vendredi | Freitag :
11.00-13.00, 14.00-15.30

Entrée libre | Eintritt frei
Accueil des groupes sur rendez-vous |
Gruppenbetreuung nach Vereinbarung:
mardi / jeudi | Dienstag / Donnerstag: 10.30-12.30

VU avec un autre REGARD

Pendant l'entre-deux-guerres, la presse illustrée de masse a joué un rôle essentiel dans la révolution médiatique que l'on a rétrospectivement qualifiée de « tournant iconique » (iconic turn). Ce rôle accru du visuel fut porté dans une large mesure, en France comme dans la République de Weimar, par le film muet et la presse illustrée, qui étaient à l'époque les supports d'images rencontrant le plus de succès auprès du public. L'exposition VU avec un autre REGARD (Ein QUERSCHNITT durch DIE NEUE ZEIT) montre des numéros de revues significatifs en provenance des deux pays, afin de mettre en exergue les interactions qui caractérisent l'évolution de la presse illustrée de part et d'autre du Rhin. Les exemples présentés entendent non seulement montrer l'étendue et la variété du paysage des médias imprimés en France et en Allemagne, mais aussi mettre en évidence l'espace de débat que le medium a contribué à façonner par son traitement de l'image.

Dans cette optique, les pièces exposées sont présentées dans 12 sections, correspondant soit à un type de support de presse (revues ou journaux illustrés, magazines), soit à un champ thématique particulier (politique/propagande, mode, art, cinéma). Les différents exemplaires présentés relèvent de sources journalistiques variées et rendent ainsi compte de la diversité disponible sur les étals des kiosques de cette époque ; le choix des numéros retenus a aussi été guidé par notre souci de montrer des exemples représentatifs du média ou du champ thématique en question. Il en résulte un dialogue qui dépasse les frontières – à une époque où le terme de « mondialisation » n'était pas encore à la mode mais où l'on pouvait pourtant bien observer, en matière de pratique médiatique, des influences réciproques et des convergences thématiques et formelles.



Le Mot

No. 3
Paris, 19 décembre 1914
(Paul Iribe)

Ein QUERSCHNITT durch DIE NEUE ZEIT

Die illustrierte Massenpresse besaß in der Zwischenkriegszeit eine essentielle Bedeutung für jenen medialen Umbruch, der im Rückblick als „iconic turn“ bezeichnet wird. Dieser Visualisierungsschub wurde in Frankreich ebenso wie in der Weimarer Republik maßgeblich von dem Stummfilm und der Illustriertenpresse getragen, den beiden damals maßgeblichen Bildmedien mit hoher Publikumsresonanz. Die Ausstellung Ein QUERSCHNITT durch DIE NEUE ZEIT präsentiert exemplarische Heftausgaben aus beiden Ländern, die die Wechselbeziehungen in der Zeitschriftenentwicklung diesseits und jenseits des Rheins verdeutlichen. Sie sollen beispielhaft nicht nur die Breite und Vielfalt der Printmedienlandschaft in Frankreich und Deutschland verdeutlichen, sondern gleichzeitig die wichtigen Diskursfelder markieren, die das Medium durch seine Bildberichterstattung mit prägte.

Zu diesem Zweck teilen sich die Exponate in 12 Gruppen auf, die stellvertretend für entweder einen Illustriertentypus stehen (Zeitungs- und Heft-Illustrierte, Magazine) oder für ein thematisches Feld (Politik/Propaganda, Mode, Kunst, Film). Die Einzelhefte decken verschiedene publizistische Quellen ab und dokumentieren so die Vielfalt an den Kiosken jener Zeit; gleichzeitig wurde bei der Auswahl darauf geachtet, prototypische Ausgaben sowohl für das jeweilige Medium als auch für den betreffenden Gegenstandsbereich auszuwählen. Im Ergebnis resultiert hieraus ein Dialog über Grenzen hinweg – in Zeiten, in denen Globalisierung noch nicht das Schlagwort der Stunde war, aber sehr wohl eine wechselseitige Koordination in der geübten Medienpraxis zu beobachten war.



Simplicissimus

Nr. 34
München, 15. November 1924
(Karl Arnold)

Les débuts de la presse illustrée

Les parallèles sautent aux yeux : la revue parisienne *L'Illustration* et le *Leipziger Illustrirte Zeitung* (« *Journal illustré de Leipzig* ») ont tous les deux été créés en 1843 et font ainsi partie des tout premiers hebdomadaires illustrés au monde. Tous deux ont paru à intervalles réguliers jusqu'en 1944, *L'Illustration* arborant au tournant du siècle des couvertures art déco à couper le souffle. Le *Leipziger Illustrirte*, plus traditionnel, résista des années durant aux bouleversements de la typographie et de la mise en page qui ébranlèrent le paysage journalistique des années 1920.

Il fournit ainsi à son public fidèle un contenu conservateur et sérieux sous une présentation épurée.

Les deux organes furent largement imités, par exemple par *La Vie au grand air* ou *Die Woche* (« *La Semaine* »). Après la Libération en France, *L'Illustration* fut dans un premier temps interdite en raison des activités de collaboration de son éditeur, puis refondée sous le nom de *France Illustration*.

Die Klassiker der illustrierten Presse

Die Parallelen sind unübersehbar: Die Pariser *L'Illustration* (Die *Illustration*) und die Leipziger *Illustrirte Zeitung* wurden beide 1843 gegründet und gehören damit zu den ersten bebilderten Wochenblättern der Welt. Beide erschienen fortlaufend bis 1944, *L'Illustration* um die Jahrhundertwende mit atemberaubenden Jugendstilumschlägen. Die traditionsreiche *Illustrirte Zeitung* verweigerte sich lange Zeit den Umwälzungen in Typographie und Gestaltung, die die Kiosklandschaft in den 1920er Jahren erschütterten.

Stattdessen bediente man sein Stammpublikum mit einer konservativ-seriosen Berichterstattung in gediegener Aufmachung. Beide Organe fanden zahlreiche Nachahmer wie z. B. *La Vie au Grand Air* (Das Leben an der frischen Luft) oder *Die Woche*. Nach der Befreiung Frankreichs von den deutschen Besatzern wurde *L'Illustration* aufgrund der Kollaboration des Verlegers zunächst verboten, danach als *France Illustration* wiedergegründet.



L'Illustration
No. 4968
Paris, 21 mai 1938
(Olympia par Leni Riefenstahl)



Illustrierte Zeitung
Nr. 4364
Leipzig, 1. November 1928



La Vie au Grand Air
No. 594
Paris, 5 février 1910



Die Woche
Nr. 17
Berlin, 25. April 1925
(Ein schwerer Beruf /
Un métier difficile)

La satire des premières heures

En France comme en Allemagne, le paysage journalistique repose sur une riche tradition de feuilles satiriques et humoristiques qui, dès le 19^e siècle, usaient du clin d'œil pour commenter les actualités de leur temps. Outre le *Kladderadatsch* (dont le nom est intraduisible : l'expression berlinoise « *Kladderadatsch* » désigne approximativement le bruit de quelque chose volant en éclats) et les *Lustige Blätter* (« *Feuilles amusantes* »), la revue munichoise *Simplicissimus*, où travaillèrent les dessinateurs et caricaturistes les plus influents de l'époque, jouissait d'une renommée particulière.

Dans la tourmente de la Première Guerre mondiale, le caricaturiste de *L'Illustration* Henri Maigrot fonda la feuille satirique *La Baïonnette*, participant, avec son orientation clairement germanophobe et anti-wilhelminienne, à la propagande patriotique. A la même époque naquit *Le Crapouillot*, issu d'un journal de tranchées, censuré à plusieurs reprises en raison de sa ligne dénonciatrice. Les cahiers thématiques de ces journaux forçaient volontiers le trait pour évoquer les différents aspects de la vie moderne. Après les bouleversements de 1933, le *Kladderadatsch* et le *Simplicissimus* perdirent leur visée critique et se mirent sans réserve au service de la propagande nationale-socialiste.

Satireblätter der ersten Stunde

Deutschlands wie Frankreichs Presselandschaften können auf eine reiche Tradition an satirischen und humoristischen Blättern zurückblicken, die schon im 19. Jahrhundert das aktuelle Zeitgeschehen mit einem Augenzwinkern kommentierten. Einen besonderen Ruf genoss (neben dem *Kladderadatsch* und den *Lustigen Blättern*) der Münchner *Simplicissimus*, für den die bedeutendsten Zeichner und Karikaturisten ihrer Zeit arbeiteten.

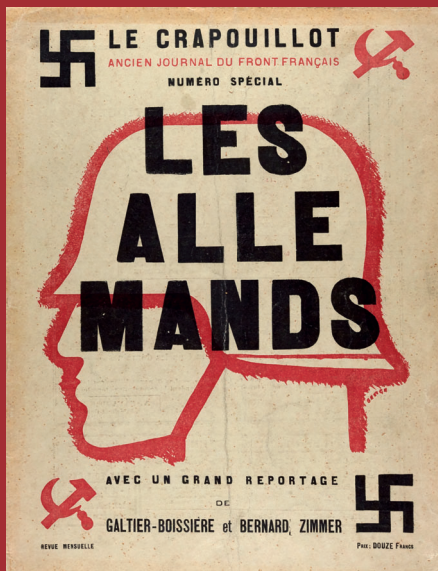
In den Wirren des Ersten Weltkriegs gründete der *L'Illustration*-Karikaturist Henri Maigrot das Satireblatt *La Baïonnette* (*Das Bajonett*) als Teil der Heimatpropaganda mit einer klar antiwilhelminischen, deutschfeindlichen Ausrichtung. Zur selben Zeit entstand *Le Crapouillot* (*Die Haubitze*) aus einer Frontzeitschrift, wegen seines kritisch-aufklärerischen Duktus mehrfach zensiert. Themenhefte dieser Journale überspitzten gerne die Erscheinungsform des modernen Lebens. Mit den Umwälzungen von 1933 verloren *Kladderadatsch* und *Simplicissimus* ihren kritischen Anspruch und stellten sich vorbehaltlos in den Dienst der NS-Propaganda.



Le Mot
No. 5
Paris, 9 janvier 1915
(Paul Iribe)



Simplicissimus
Nr. 33
München, 12. November 1918
(Thomas Theodor Heine)



Le Crapouillot
numéro spécial
(Les Allemands)
1931
(Senge)



Lustige Blätter
Nr. 37
Berlin, 13. September 1931
(Josef Fenneker)

Magazines illustrés

Le *Berliner Illustrierte Zeitung* (*BIZ*, « *Journal berlinois illustré* ») fut indéniablement le leader sur le marché des illustrés allemands de l'entre-deux-guerres et un précurseur influent sur le plan international ; son tirage dépassa parfois le million d'exemplaires par semaine. Visant un large public, le *BIZ* n'était pas l'hebdomadaire le plus innovant ni le plus enclin à l'expérimentation, mais de par sa grande diffusion, il joua un rôle majeur dans l'avènement du reportage photographique moderne. L'inextinguible soif de matériel iconographique nouveau qui habitait la rédaction, menée par le légendaire Kurt Korff, fit du *BIZ* l'une des références de premier plan pour les photoreporters de renom, nationaux comme internationaux.

A partir de 1928 parut, sur le modèle du *BIZ*, l'hebdomadaire illustré français *Vu* sous la forme de 638 numéros grand-format. Edité par Lucien Vogel, *Vu* revendiquait une orientation politique et sociale, il était ouvertement antifasciste et devint sous la direction artistique d'Alexander Libermann le point de rendez-vous des meilleurs photoreporters de l'époque.

Die Zeitungs-Illustrierten

Unbestrittener Marktführer unter den deutschen Illustrierten der Zwischenkriegszeit und internationaler Trendsetter war die *Berliner Illustrierte Zeitung*, die zeitweilig über eine Million Exemplare pro Woche an die Leser bringen konnte. Aufgrund dieses breiten Publikums war sie nicht das innovativste oder experimentierfreudigste unter den Wochenmagazinen, aber wegen ihrer Verbreitung elementar für den Siegeszug der modernen Fotoreportage. Der schier unstillbare Hunger der Redaktion, geführt von dem legendären Kurt Korff, nach neuem Bildmaterial machte die *BIZ* zu einer ersten Adresse für national und international renommierte Bildjournalisten.

Nach dem Vorbild der *BIZ* erschien ab 1928 in Frankreich die Wochenillustrierte *Vu* (*Gesehen*) in 638 großformatigen Ausgaben. Von Lucien Vogel herausgegeben, formulierte *Vu* einen politisch-gesellschaftlichen Anspruch, war klar antifaschistisch engagiert und unter Art-Director Alexander Libermann Treffpunkt der besten Fotoreporter jener Epoche.



Vu
No. 293
Paris, 29 mars 1933
(Lucien Vogel)



Berliner Illustrierte Zeitung

Nr. 34
Berlin, 24. August 1919
(Ebert und Noske in der Sommerfrische / Ebert et Noske dans la fraîcheur de l'été)



Vu
No. 153
Paris, 18 février 1931
(Martin Munkacsí / Leni Riefenstahl)



Berliner Illustrierte Zeitung

Nr. 2
Berlin, 11. Januar 1931
(Martin Munkacsí / Leni Riefenstahl)

Magazines illustrés

En Allemagne même, le *BIZ* fut largement imité : le *Illustriertes Blatt* (« *Feuille illustrée* ») de Francfort en particulier reprit le langage iconographique de la *Nouvelle Vision* (*Neues Sehen*), notamment dans les images de couverture du populaire photographe de presse Sasha Stone. Le plus sérieux concurrent de la *BIZ* était néanmoins à partir de 1924 le *Münchener Illustrierte Presse* (« *Presse illustrée de Munich* ») qui, sous la houlette de son fameux rédacteur en chef Stefan Lorant, contribua de façon décisive au triomphe du reportage photo en Allemagne.

De manière analogue, l'hebdomadaire de reportages parisien *Voilà*, d'abord édité par Georges Kessel puis par Florent Fels chez Gallimard, proposait des séries d'images réalisées par des photographes célèbres, mais aussi des contributions moins ambitieuses, proches de la presse de boulevard. Deux ans avant *Vu*, le magazine sportif « sans compromis » *Match* atteignait déjà, grâce à la large part faite aux images, un tirage de masse et il s'imposa après la guerre comme illustré généraliste grand public sous le nom de *Paris Match*.

Die Zeitungs-Illustrierten

Auch im Inland fand die *BIZ* zahlreiche Nachahmer: Besonders das in Frankfurt erschienene *Illustrierte Blatt* adaptierte dabei die Bildsprache des „Neuen Sehens“, etwa in Titelbildern des populären Pressefotografen Sasha Stone. Prominentester Wettbewerber der *BIZ* war allerdings ab 1924 die *Münchener Illustrierte Presse*, die unter ihrem legendären Chefredakteur Stefan Lorant erheblich zum Siegeszug der Fotoreportage in Deutschland beitrug.

Ähnlich präsentierte die Pariser *Voilà* (*Bitte schön!*), zunächst von Georges Kessel, später von Florent Fels im Verlag Gallimard herausgegeben, als wöchentliches Reportagemagazin Bildstreifen bekannter Fotografen, und daneben auch manch kolportagehaften Beitrag. Schon zwei Jahre vor *Vu* erreichte die „kompromisslose“ Sportzeitschrift *Match* (*Spiel*) mit hohem Bildanteil Massenauflagen und reüssierte nach dem Krieg als allgemeine Publikumsillustrierte *Paris Match*.



Miroir du Monde
No. 244
Paris, 3 novembre 1934



Kölnische Illustrierte Zeitung
Nr. 21
Köln, 25. Mai 1929
(Umbo [Otto wUmbehr])



Match
No. 61
Paris, 31 août 1939



Münchener Illustrierte Presse
Nr. 28
München, 16. Juli 1933
(Lager Dachau / le camp de Dachau)

Politique

La période de l'entre-deux-guerres fut marquée en Allemagne par d'intenses débats politiques, et c'est aussi pour cela que les partis et mouvements fondèrent leurs propres illustrés. A gauche, le plus populaire était le *Arbeiter Illustrierte Zeitung (AIZ, « Journal illustré des ouvriers »)* présentant les iconiques photomontages de John Heartfield, qui était publié par les éditions de Willi Münzenberg et marqué par une orientation communiste affichée, y compris pendant son exil à Prague après 1933. L'équivalent français du *AIZ* était le magazine *Regards*, né en 1932 et dirigé par Léon Moussinac, engagé dans la lutte antifasciste au même titre que *Marianne*, fondé la même année.

Hebdomadaire pacifiste de l'élite intellectuelle imprimé en très grand format, *Regards* doit sa célébrité aux photomontages politiques de Marinus (Jakob Kjedgaard), dans la veine d'un John Heartfield. A partir de 1933, les journaux proches du régime nazi – et en premier lieu le *Illustrierter Beobachter* (« *L'Observateur illustré* ») du NSDAP – s'imposèrent de manière croissante face aux autres organes de presse, indépendants quoique très sévèrement encadrés.

Politik

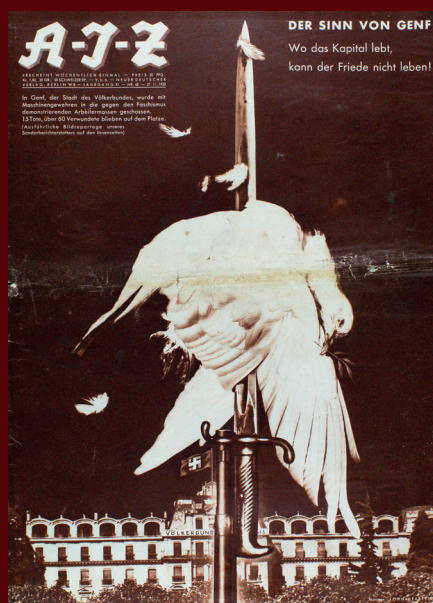
Die deutsche Zwischenkriegszeit war geprägt von politischen Meinungskämpfen, weshalb auch Parteien und Bewegungen eigene Illustrierte gründeten. Im linken Spektrum errang dabei die *Arbeiter-Illustrierte Zeitung (AIZ)* mit den ikonischen Fotomontagen John Heartfields die größte Popularität, veröffentlicht im Verlag von Willi Münzenberg und mit klarer kommunistischer Ausrichtung, auch nach 1933 im Prager Exil. Das französische Pendant zur *AIZ* war die 1932 gegründete *Regards (Einblicke)*, unter der Leitung von Léon Moussinac ebenso im antifaschistischen Kampf engagiert wie die im selben Jahr gegründete *Marianne*.

Als pazifistische Wochenschrift der intellektuellen Elite im übergroßen Zeitungsformat gedruckt, wurde sie wegen der politischen Fotomontagen von Marinus (Jacob Kjeldgaard) im Stil John Heartfields berühmt. Ab 1933 setzte sich in Deutschland die NS-regimenahe Publizistik immer mehr gegenüber den unabhängigen, wenngleich streng reglementierten Organen durch, allen voran der *Illustrierte Beobachter* der NSDAP.



Nos regards

No. 7
Paris, novembre 1928
(11 ans d'Union Soviétique /
11 Jahre Sowjetunion)



Arbeiter-Illustrierte Zeitung (AIZ)

Nr. 48
Berlin, 27. November 1932
(John Heartfield)



Marianne

No. 51
Paris, 11 octobre 1933
(Marinus :
« King Kong Hitler »)



Illustrierter Beobachter

Nr. 48
Berlin, 26. November 1932
(« Notre poing les écrase tous »)

Culture et art de vivre

Nourris par les milieux intellectuels des capitales Paris et Berlin, deux périodiques ciblaient le public des métropoles : la revue culturelle *La Vie parisienne*, née dès 1863, qui inspira à Jacques Offenbach le titre de son opéra-comique, et le *Berliner Leben* (« *La Vie berlinoise* »), un magazine mensuel de qualité douteuse lancé en 1898, dont le contenu était en général grivois et les illustrations souvent à tendance érotique. Pendant la République de Weimar, les magazines de petit format reliés sous forme de livres concurrent un franc succès et devinrent la lecture privilégiée d'une nouvelle classe moyenne urbaine.

Avec la publication en avant-première d'œuvres originales d'écrivains de renom, des illustrations d'art et un excellent contenu iconographique, *Der Querschnitt* (« *L'Echantillon* ») incarna le prototype du magazine intellectuel et devint un modèle presque jamais égalé (pour le *New Yorker* notamment). Les revues *die neue zeit* (« *La nouvelle Epoque* ») et d'autres organes du mouvement naturiste allemand (FKK, *Freikörperkultur*) n'étaient pas les seuls à miser sur des photos de modèles féminins dénudés, puisque des mensuels populaires tels que *Uhu* (« *Hibou* ») d'Ullstein, *Das Leben* (« *La Vie* ») ou encore *Figaro* en publiaient également ; une mode que reprirent volontiers en France *Paris Magazine* et *Paris Plaisir*.

Kultur und Lebensart

Aus den kulturellen Milieus der Hauptstädte Paris und Berlin speisten sich zwei auf das metropolitane Publikum abzielende Periodika: Die schon 1863 gestartete Kulturzeitschrift *La Vie Parisienne* (*Pariser Leben*), nach der Jacques Offenbach seine gleichnamige komische Oper benannte; und das 1898 gegründete *Berliner Leben*, eine monatliche Kolportageschrift mit zumeist anzüglichen Beiträgen, die Illustrationen oft erotisch angehaucht. Zu einem großen Erfolg wurden in der Weimarer Republik die kleinformatigen, geleimten Heft-Magazine in Buchstärke, der Lesestoff für eine neu urbane Mittelschicht.

Mit Erstdrucken namhafter Literaten, künstlerischen Illustrationen und einem exzellenten Bildteil verkörperte *Der Querschnitt* den Prototypen des intellektuellen Magazins und wurde zum – meist unerreichten – Vorbild (u. a. für den *New Yorker*). Nicht nur die neue Zeit und andere Organe der FKK-Bewegung, sondern auch populäre Monatsmagazine wie Ullsteins *Uhu*, *Das Leben* oder *Figaro* setzten oft auf Nacktaufnahmen weiblicher Modelle; ein Trend, den in Frankreich das *Paris Magazine* oder *Paris Plaisir* (*Pariser Vergnügen*) gerne aufgriffen.



La Vie Parisienne
No. 30
Paris, 27 juillet 1929
(LG)



Berliner Leben
Nr. 6
Berlin, Juni 1921
(P. Linge)



Paris Plaisir
No. 135
Paris, octobre 1933



Der Querschnitt
Nr. 8
Berlin, August 1931
(Willi Baumeister/
H. de Toulouse-Lautrec)

Art

Les arts connurent un élan sans précédent dans l'entre-deux-guerres, depuis les hauts lieux du Dadaïsme que furent Paris et Berlin jusqu'à l'Expressionnisme et au Surréalisme – accompagnés de périodiques tels que *Der Sturm* (« *La Tempête* ») ou *La Révolution surréaliste*. La revue *die form* (« *La Forme* ») contribua largement à rendre compte des avancées du *design* et de la culture de consommation moderne. En 1930, l'Union allemande de l'artisanat (*Deutscher Werkbund*) organisa, en tant qu'éditeur, une exposition très remarquée au Grand Palais à Paris, conçue par les premiers grands maîtres du Bauhaus Walter Gropius, Laszlo Moholy-Nagy et Herbert Bayer.

À côté du Bauhaus de Dessau, avec sa revue trimestrielle du même nom *bauhaus*, la revue *das neue frankfurt* (« *Le nouveau Francfort* ») s'imposa en Allemagne comme haut lieu du fonctionnalisme, auquel des magazines comme *L'Esprit Nouveau* de Le Corbusier accordaient aussi une attention particulière. Avec *Verve*, *Minotaure*, *XX^e siècle* et les *Cahiers d'Art*, les revues d'art jouissant de la plus grande renommée internationale étaient éditées à Paris.

Kunst

Die Zwischenkriegszeit erlebte einen beispiellosen Aufbruch der Künste, ausgehend von den Dada-Zentren in Berlin und Paris und – begleitet von entsprechenden Periodika wie *Der Sturm* oder *La Révolution Surréaliste* (*Die surrealistische Revolution*) – rund um den Expressionismus und den Surrealismus. Zur Dokumentation von Design und moderner Warenkultur trug wesentlich *die form* bei; als Herausgeber bestritt der Deutsche Werkbund 1930 eine vielbeachtete Ausstellung im Pariser Grand Palais, die die früheren Bauhaus-Meister Walter Gropius, László Moholy-Nagy und Herbert Bayer gestalteten.

Neben dem Dessauer Bauhaus mit seiner gleichnamigen Vierteljahresschrift *bauhaus* etablierte sich in Deutschland *das neue frankfurt* als Zentrum des Funktionalismus, der auch von Magazinen wie *Le Corbusiers L'Esprit Nouveau* (*Der neue Geist*) aufmerksam beobachtet wurde. Mit *Verve* (*Schwung*), *Minotaure* (*Minotaurus*), *XX^e siècle* (*20. Jahrhundert*) und den *Cahiers d'Art* (*Kunsthefte*) kamen die weltweit bedeutendsten Kunstzeitschriften der 1930er Jahre aus Paris.



La Révolution Surréaliste
No. 12
Paris, 15 décembre 1929
(André Breton / Tristan Tzara)



das neue frankfurt
Nr. 1
Frankfurt, Januar 1930
(Hans & Grete Leistikow)



Verve
No. 1
Paris, décembre 1937
(Henri Matisse)



Die Form
Nr. 11/12
Berlin, 7. Juni 1930
(Walter Dexel/Herbert Bayer:
Section Allemande)

Mode

Dès le début du siècle, la femme cultivée des milieux aisés était devenue une cible privilégiée du marketing de presse. Les premiers magazines féminins tels que *Die Dame* (« *La Dame* »), publié à Berlin à partir de 1874, présentaient avant tout des illustrations de mode, souvent accompagnées de patrons ; mais très rapidement, leur contenu thématique s'élargit à tous les aspects de la gestion du foyer. Sous l'égide de Pierre Lafitte, *Femina*, créée en 1901, devint une revue féminine populaire à diffusion internationale.

En France comme en Allemagne, la revue américaine *Vogue*, de la maison d'édition Condé Nast, qui paraissait en éditions particulières pour chaque pays, acquit le statut de revue féminine la plus influente et posa d'importants jalons en termes de mise en page des illustrés avec ses séries de photos audacieusement mises en scène. Dans ce domaine, la revue *die neue linie* (« *La nouvelle Ligne* ») originaire de Leipzig se démarquait tout particulièrement ; publiée à partir de 1929 en collaboration étroite avec des maîtres du design venus du Bauhaus, elle put paraître jusqu'en 1943 sans faire beaucoup de concessions, en se présentant comme une revue non-censurée par un régime auquel elle servait en réalité de caution.

Mode

Schon um 1900 hatte das Pressemarketing die gebildete Frau aus den oberen Schichten als wohlhabende Zielgruppe entdeckt. Die ersten Frauenmagazine wie *Die Dame* aus Berlin (ab 1874) konzentrierten sich auf Modedarstellungen, oft mit beigelegten Schnittmustern; aber schon bald erweiterte sich ihr Gegenstandsbereich auf alle Aspekte der Haushaltsführung. Unter der Ägide von Pierre Lafitte entwickelte sich die 1901 gegründete *Femina* (*Weiblichkeit*) zu einer populären französischen Frauenzeitschrift mit internationaler Verbreitung.

In beiden Ländern wurde die US-amerikanische *Vogue* des Condé Nast Verlags in eigenständigen Ausgaben zum einflussreichsten Frauenmagazin, und setzte mit ihren aufwendig inszenierten Fotostrecken auch wichtige Akzente für das Illustriertenlayout. Besonders effektiv war dabei freilich *die neue linie* aus Leipzig, die ab 1929 unter maßgeblicher Mitwirkung führender Grafiker erschien und bis 1943 mit nur wenigen Zugeständnissen als vermeintlich unzensuriertes Feigenblatt des NS-Regimes erscheinen konnte.



femina
Paris, mai 1929
(P. Mourgue)



Die Dame
Nr. 25
Berlin, September 1924
(Auto-Nummer / numéro spécial automobile)



La Femme Chez Elle
No. 502
Paris, 1^{er} mai 1931
(B. Baucour)



Vogue (édition allemande)
Berlin, 9. Mai 1928
(Georges Lepape)

Cinéma

Au tournant du siècle, le cinématographe des frères Lumière permit de manière décisive la diffusion des tout premiers films. Après la Première Guerre mondiale, l'industrie allemande du film muet contribua quant à elle très largement au succès fulgurant de ce qui devint alors le deuxième média visuel le plus important. Des chefs-d'œuvre du cinéma virent le jour à cette époque, de NOSFERATU à CALIGARI jusqu'à M LE MAUDIT en passant par les films sur le DOCTEUR MABUSE. Ces grands succès s'accompagnèrent d'une vague de publications sur le cinéma, et d'un boom des revues qui, en France comme en Allemagne, très tôt déjà, faisaient de la réclame pour les films et plaçaient les stars du moment au cœur de leurs reportages.

Qu'il s'agisse de *Ciné-miroir*, *Cinémonde* ou *Le Film*; de *Filmwelt* (« *Le Monde du film* »), *Filmwoche* (« *La Semaine du film* ») ou de *Der Film* (« *Le Film* ») : la combinaison restait la même. *L'Illustrierter Filmkurier* (« *Le Courrier illustré du cinéma* »), la plus populaire des revues dédiées aux programmes de cinéma, atteignit des tirages très élevés, et des éditions spéciales de *La Petite Illustration* étaient elles aussi de temps en temps consacrées à des films, comme les productions cinématographiques à gros budget de l'Ufa METROPOLIS ou FRAU IM MOND. *Le Film complet*, quant à lui, proposait un récit en images exhaustif du synopsis du film.

Film

Um 1900 sorgte der „Cinematographe“ der Gebrüder Lumière maßgeblich für die Verbreitung der ersten Filmstreifen. Nach dem Ersten Weltkrieg trug die deutsche Stummfilmindustrie maßgeblich zum kometenhaften Aufstieg des zweiten wichtigen visuellen Mediums bei. Es entstanden Meisterwerke des Kinos, von NOSFERATU und CALIGARI bis zu M oder den MABUSE-Filmen. Diese Kassenschlager begleitete eine ausufernde Kinopublizistik mit einem wachsenden Markt an Filmzeitschriften, die in Frankreich wie in Deutschland schon früh für die Filme warben und die Stars ihrer Zeit in den Mittelpunkt ihrer Berichte rückten.

Ob *Ciné-miroir* (*Filmspiegel*), *Cinémonde* (*Filmwelt*) oder *Le Film*; ob *Filmwelt*, *Filmwoche* oder *Der Film*: die Mischung war stets ähnlich. Hohe Auflagen erzielte der *Illustrierter Filmkurier* als beliebteste Programmserie, und auch einzelne Ausgaben von *La Petite Illustration* (*Die kleine Illustration*) waren zuweilen dem Film gewidmet, etwa den Ufa-Blockbustern METROPOLIS und FRAU IM MOND. *Le Film Complet* (*Der ganze Film*) hingegen brachte eine umfassende, bebilderte Nacherzählung der Filmhandlung.



Cinémonde
No. 7
Paris, 6 décembre 1928
(Louise Brooks)



Deutsche Cinémonde
Nr. 1
Paris, November 1928
(La Passion de Jeanne d'Arc /
Die Passion der Jungfrau von
Orléans)



Mon Ciné
No. 383
Paris, 20 juin 1929
(Brigitte Helm)



Illustrierter Filmkurier
Nr. 840
Berlin, 1928
(Im Taumel von Paris /
Vertiges de Paris
[La Sarrazine])

Guerre et Propagande

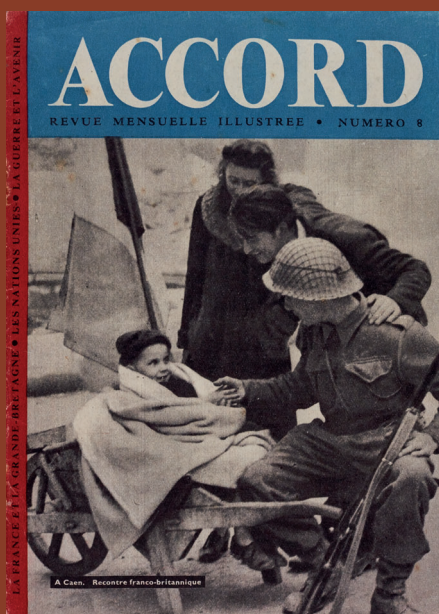
Avec le processus de « mise au pas » visant en particulier la presse quotidienne, les dirigeants nationaux-socialistes essayèrent d'orienter le discours politique sur la scène publique en leur faveur. Dès la période précédant la Seconde Guerre mondiale, des attaques à caractère propagandiste à l'encontre du voisin français étaient à l'ordre du jour : par exemple, en 1932 déjà, un numéro spécial du *Kölnische Illustrierte* (« *Illustré de Cologne* ») dénonçait les efforts d'armement de la « Grande Nation ». Après la déclaration de guerre en 1940, le ton devint plus acerbe : dans la revue proche du régime *Illustrierter Beobachter* tout comme dans la feuille réactionnaire *Kolonie und Heimat* (« *Colonie et patrie* »),

le « visage de la France » était décrit de manière raciste comme étant dominé par des caricatures de troupes coloniales et de personnes de confession juive. En retour, *Vu* dénonçait le processus de réarmement du voisin d'outre-Rhin. Pendant la guerre elle-même, des journaux illégaux, souvent fabriqués à l'étranger dans les pays alliés sous la forme de feuillets volants tels que *La France libre*, *Accord* ou *La Guerre illustrée*, tentèrent de diffuser de manière subversive une contre-propagande auprès de la population et en particulier des soldats du front. La diffusion de ces brochures fut rendue possible, en dépit des conditions d'approvisionnement déplorables, par leur largage depuis des avions ou leur circulation de soldat à soldat.

Krieg und Propaganda

Mit der so genannten „Gleichschaltung“ speziell der Tagespresse versuchten die NS-Machthaber, den öffentlichen politischen Diskurs in ihrem Sinne zu lenken. Schon vor dem zweiten Weltkrieg waren dabei propagandistische Angriffe auf das Nachbarland Frankreich an der Tagesordnung: Etwa prangerte bereits 1932 ein Sonderheft der *Kölnischen Illustrierten* die Aufrüstung der „Grande Nation“ an. Mit der Kriegserklärung 1940 wurde der Ton rauer: Sowohl der regimenahe *Illustrierte Beobachter* als auch das reaktionäre Blatt *Kolonie und Heimat* präsentierten das „Gesicht Frankreichs“ rassistisch als von Karikaturen der Kolonialtruppen und Menschen jüdischen Glaubens dominiert.

Im Gegenzug prangerte die *Vu* die Aufrüstung des Nachbarn am Rhein an. Im Krieg selbst versuchten illegale, oft im alliierten Ausland hergestellte Flugblattzeitungen wie *La France Libre* (*Das freie Frankreich*), *Accord* (*Einigkeit*) oder *La Guerre Illustrée* (*Der Krieg in Bildern*) die Bevölkerung und insbesondere die Frontsoldaten mit Gegenpropaganda zu infiltrieren. Die Verbreitung dieser Flugschriften war – trotz der katastrophalen Versorgungswege – durch Abwurf aus Flugzeugen und die Weitergabe von Soldat zu Soldat möglich.



Accord
No. 8
Angleterre (par avion),
juillet 1944



Kölnische Illustrierte Zeitung
Sonderheft Frankreich in
Waffen
(Numéro spécial La France en
armes)
Köln, November 1932



La Guerre Illustrée
Londres
juillet 1944



Illustrierter Beobachter
Sondernummer Frankreichs
Schuld
(Numéro spécial La
responsabilité de la France)
Berlin, 1940

Signal

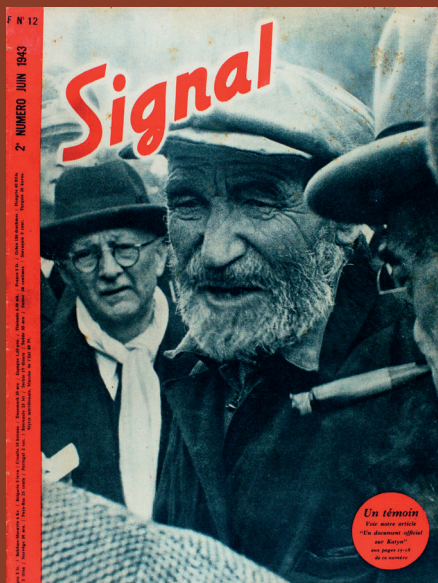
D'abord conçue comme une édition spéciale du *Berliner Illustrierte Zeitung* consacrée à l'actualité guerrière, la revue *Signal* devint rapidement un média prestigieux admiré par les adversaires militaires de l'Allemagne eux-mêmes. Cette revue illustrée, qui contenait de coûteuses reproductions en couleurs et de temps en temps un supplément (*Signal extra*), était diffusée dans de nombreuses langues – dont, évidemment, l'allemand et le français. Avec ses impressionnantes photos des correspondants de guerre rattachés aux « compagnies de propagande » (Propagandakompagnien, ou PK), cet illustré donnait l'impression de plonger au cœur des hostilités,

préfigurant ainsi le concept du « journalisme embarqué » (embedded journalism). Des reportages sur la vie de l'arrière devaient quant à eux renforcer à l'étranger l'esprit belliqueux des troupes au front et montrer aux régions dominées la supériorité de l'ordre social allemand. Répondant à des injonctions ouvertement propagandistes, *Signal* n'en eut pas moins, par l'usage qu'il fit de la photographie et par sa mise en page, une influence décisive sur les illustrés populaires des années 1950 en France comme en Allemagne.

Signal

Zunächst als Sonderausgabe der *Berliner Illustrierten Zeitung* über das Kriegsgeschehen gedacht, avancierte *Signal* schnell zu einem Prestigemedium, das selbst vom militärischen Gegner bewundert wurde. Verbreitung fand die Illustrierte, die auch aufwändige Farbwiedergaben und zuweilen eingelegte Sonderhefte (*Signal extra*) enthielt, in zahlreichen Sprachfassungen – darunter natürlich auch deutsch und französisch. Mit packenden Aufnahmen der Kriegsberichterstatler aus den *Propagandakompagnien* schien die Illustrierte, in Vorwegnahme des Konzepts des „embedded journalism“, quasi mitten dabei in den Kampfhandlungen.

Berichte von der Heimatfront sollten daneben den Kampfgeist der kämpfenden Truppe im Ausland stärken und den besetzten Gebieten die Überlegenheit der deutschen Gesellschaftsordnung vermitteln. So offenkundig propagandistisch die Absichten hinter *Signal* erkennbar waren, so prägend sollte sich ihr Umgang mit Fotografie und ihr gestalterisches Konzept für die populären Illustrierten der 1950er Jahre in Frankreich und Deutschland erweisen.



Signal (Éd. française)
No. 12
Berlin, juin 1943
(« Katyn »)



Signal (Dt. Ausgabe)
Nr. 3
Berlin, Februar 1941



Signal (Éd. française)
No. 4
Berlin, février 1944



Signal (Dt. Ausgabe)
Nr. 3
Berlin, Februar 1943
(« Dans le port de Toulon »)

Vu avec un certain REGARD - Ein QUERSCHNITT durch DIE NEUE ZEIT

Commissaire | Kurator:

Prof. Dr. Patrick Rössler (Universität Erfurt)

Avec le soutien de | mit Unterstützung der:

Interdisziplinären Forschungsstelle für historische Medien (IFhM)
der Universität Erfurt

Conception graphique | Grafik: Tiffany Dinger (Erfurt)

Traduction des textes | Übersetzung der Texte:

Claire Aslangul (Sorbonne Université), Estelle Gotgheluck (Paris),
Bérénice Zunino (Université de Franche-Comté)

Organisation:

Allemagne Diplomatie – Service des Relations publiques et des
Médias | Service für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Sorbonne
Université (Claire Aslangul), Université de Franche-Comté
(Bérénice Zunino)

Avec le soutien de | mit Unterstützung von:

Ambassade de France à Berlin, CIERA, SIRICE UMR 8138

November | novembre 2018



die neue linie

Nr. 11

Leipzig/Berlin, Juli 1936

(Herbert Bayer, couverture)