

**REZENSION:**

**Neuerscheinung „Zwischen Verklärung und Verführung“ im Febr.2016**

Die Frau in der französischen Plakatkunst des späten 19. Jahrhunderts

„Ende des 19. Jahrhunderts avancierten Plakate von Frankreich ausgehend von bloßer Werbung zu einer veritablen Kunstform. Als Blickfang dienten vor allem Frauenfiguren – von der verklärten Idealgestalt bis hin zur verführerischen Lebedame. Anhand der zentralen Werbestereotype der damaligen Zeit erläutert Barbara Martin, welche Vorstellungen von Weiblichkeit den Darstellungen zugrunde liegen und wie Plakate das Rollenbild der Frau in der Gesellschaft spiegelten und zugleich veränderten.“

**[transcript-verlag] Reihe Image**



Barbara Martin

**Zwischen Verklärung und Verführung**

Die Frau in der französischen Plakatkunst  
des späten 19. Jahrhunderts

450 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb., 39,99 €,  
ISBN 978-3-8376-3077-0

**REZENSION:**

Das vorliegende Buch beruht auf der Dissertation von Barbara Martin am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) von 2014. Es untersucht die Entwicklung der Plakatkunst im späten 19. Jahrhundert in Frankreich. Die Zeit der Blüte der französischen Plakatkunst ist der relativ kurze Zeitraum von den späten 1870er Jahren bis zu den ersten Jahren des 20. Jahrhunderts und hat dabei ihre Verbreitung fast ausschließlich in Frankreich. Besonders betrachtet werden die Arbeiten von Jules Chéret bis zu Théophile Alexandre Steinlen sowie von Alfons Mucha bis zu Henri de Toulouse-Lautrec, die ihre Plakate anfangs überwiegend als Werbeplakate und zunehmend mit steigendem künstlerischen Anspruch bearbeiteten und damit eine neue Kunstform schufen. Das besondere Thema des Buches ist jedoch an erster Stelle die Darstellung der Frau in diesen Plakaten und die Untersuchung der Rolle der Frau im späten 19. Jahrhundert, die sich darin in ihrer Vielfalt, ihren Ansprüchen und auch in ihrer Widersprüchlichkeit spiegelt.

Martin beschreibt in ihrer Einleitung ausgehend vom Stand der Forschung und der gewählten Methodik für ihre Untersuchung die historische Entwicklung der Plakatkunst im 19. Jahrhundert. Anschließend geht sie über zum leitenden Thema ihrer Untersuchung, der Stellung der Frau in der Gesellschaft des 19. Jahrhunderts.

In den weiteren Kapiteln des Buches werden am Beispiel der ausgeführten Plakate und der Verwendung für die verschiedensten Auftraggeber, den zu bewerbenden Produkten und den Ankündigungen für Veranstaltungen und Veranstaltungsorten die Rollen der Frau und die Erwartungen des Publikums und der potenziellen Kunden herausgestellt und die bildlichen und szenischen Inhalte in dieser Richtung analysiert.

Ausgehend von der Rolle der Frau im häuslichen Umfeld als Mutter, als Hausfrau oder als Dienstmädchen über die Frau als selbstbewusste Parisienne bis zu der Frau als Tänzerin oder allgemein als Bühnenkünstlerinnen werden spezifische Plakatentwürfe vorgestellt.

(Wegen der Darstellung der Frau als Tänzerin im Plakat wurde dieses Buch auch thematisch für die Rezension in dieser Tanzwebsite gewählt.)

Die weiteren Kapitel thematisieren die mehr ideellen und emotionalen Wirkungen und deren funktionale Verwendung der Darstellung der Frau in der Plakatkunst. Das entrückte Ideal, ebenso wie die weibliche Gestalt im Kontext der Allegorie, der Frau als Muse und Modell, wie auch ihre Betrachtung im Kontext der sozialen Frage, und auch nicht vergessen, die weibliche Erotik als Werbestrategie. Mit der industriellen Massenproduktion entstand zunehmend auch ein Überangebot an Produkten, die durch unverwechselbare Markenzeichen ausgezeichnet werden konnten. Für diese Aufgaben eigneten sich Frauenbilder, die sich leicht ins Gedächtnis prägen ließen, um Produkte zu bewerben.

In der Zusammenfassung zieht Martin die Schlüsse aus ihrer Untersuchung, indem sie feststellt, dass die meisten Plakatkünstler männlichen Geschlechts waren und die Frau als das andere Geschlecht in der von Männlichkeit geprägten Kultur dieser Zeit ansahen und sie in dieser Funktion und Rolle abbilden und in diesem Ideal einordnen.

Abschließend zitiert sie:

»Die Vorstellungen von Weiblichkeit, die das Frauenbild nicht nur der Plakatwerbung, Sondern ganz allgemein der Kunst und Kultur des 19. Jahrhunderts prägten, sind somit fast ausschließlich Zuschreibungen von männlicher Seite, deren Beliebigkeit Paule Vigneron 1897 in La Fronde entlarvte:

„Solange es Männer gibt“, die sowohl schreiben ... als auch sprechen, haben sie Pergamente und Bücher angehäuft; Worte, Vorträge und Lieder in die Luft gesät, um ihre Gedanken über uns auszusprechen; Gedanken, die oft von ihrer dichterischen Einbildungskraft, immer [aber] von ihrer egoistischen Leidenschaft und ihrem Leben als Männer geschaffen wurden. Sie haben aus uns Schutzengel wie Antigone gemacht, Kokette wie Penelope, Verräterinnen wie Dalila. Sie haben uns in den Wolken platziert wie Walküren, in Grotten und Wäldern wie Feen, [sie haben uns] zu Unzeiten über das Heidekraut wandern lassen wie die Hexen Macbeths, erstickt [und] wie Desdemona im Himmel und mit Beatrix und Francesca in der Hölle platziert, auf Triumphbogen und Pendeluhrn gestellt. Je nach Jahreszeit haben sie uns Ähren, Lotusblumen oder phrygische Mützen aufgesetzt. Sie waren in Versen und in Prosa mit uns auf Du und Du, haben uns mit allen Tieren der Schöpfung verglichen: der Schlange, der Katze, der Färse, der Eule, der Turteltaube, manchmal mit dem Kranich, oft mit der Gans oder der Bekassine, sogar mit Wesen, die nie existiert haben; die Sphinx beispielsweise ist diejenige, die wohl am meisten Erfolg hatte. Sie haben [auch] noch gesagt, dass wir der Welle

gleichen, den Sternen, dem Schnee, der Feder, die hinweg fliegt, dem Honig und dem Absinth, dem Alabaster und der Gischt, dem gespannten Netz und den Pflanzen: Rosen, Lilien, Eschenwurz, Pfirsichblüten, Lorbeer und Mohnblume. Sie haben uns in Schwänken als nichts Besonderes beschimpft, als Perverse in der Zeit der Romantik, als gestörte in den zeitgenössischen Romanen, fast immer als schwache und bornierte Geister.“(395-396)«

Das Buch enthält ein sehr umfangreiches Bildmaterial in Schwarz-Weiß und auch in farbiger Ausführung, dazu auch ein umfangreiches Literaturverzeichnis und eine längere Liste von Forschungsliteratur zur Vertiefung des Themas.

Insgesamt handelt es sich bei diesem Buch um eine sehr vielseitige, umfangreiche und informative Dokumentation der Plakatkunst und laut Autorin um eine Ergänzung zur in dieser Hinsicht defizitären feministischen Kunstgeschichte, sowie der ‚gender studies‘, in Bezug auf die Analyse des Frauenbildes dieser Zeit und der Hinterfragung ihres ideologischen Gehalts.