

Publisher: Igitur, Utrecht Publishing & Archiving Services. Website: www.tijdschriftstudies.nl

Content is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 License

URN:NBN:NL:UI:10-1-114156. TS ·> # 35, juli 2014, p. 5-21.

‘Une page est une image.’

Tekst als beeld in *Arts et Métiers Graphiques*

KRISTOF VAN GANSEN

kristof.vangansen@kuleuven.be

ABSTRACT

Arts et Métiers Graphiques (1927-1939) was a French graphic arts periodical published by type founder Charles Peignot. It tried to address all aspects of graphic design and of the art of the book in articles written by prominent art critics, graphic designers, book historians and literary authors. These contents were presented in a luxury way: on fine paper with an intricate page layout and multiple fonts, and with offset inserts serving as illustrations or samples of technical innovations such as color printing – all of which would please the bibliophile readership. Apart from advocating the renaissance of the *beau livre* and bibliophilia, *Arts et Métiers Graphiques* tried to redefine or adjust the traditional view on the literary text. A literary text was not only a thing to be read, it was also a visual and material object – hence the editors’ often exclusive focus on material aspects of the books they discussed. In doing so, they wanted to enlarge the scope of literary criticism to include these aspects. After a historical overview of the magazine and a discussion of the editors’ views on bibliophilism, this article aims to investigate the notion of the text as image in *Arts et Métiers Graphiques*.

KEYWORDS

French periodical, modernism, bibliophilia, typography, word and image, *Arts et Métiers Graphiques*

Charles Peignot a envoyé des Alphabets et des Lettres, nobles matériaux sans quoi tout ceci n’existerait pas et qui ainsi à l’état brut conservent intacte leur grandeur émouvante. Nous n’exagérons rien. Demandez seulement à un Bibliophile, à un écrivain de vous parler de l’étrange charme qui se dégage d’un catalogue d’imprimeur et de fondeur.¹

Dat letters zulke reacties kunnen oproepen, kan enige verbazing wekken. Wie een tekst leest, leest die, maar kijkt er meestal niet naar. We zien letters en vertalen die in woorden, zinnen en teksten, zonder lang stil te staan bij de visuele dimensie van de

¹ L. Cheronnet, ‘Le 4^{ème} Salon de l’U.A.M.’ *Arts et Métiers Graphiques* (hierna afgekort tot *AMG*) 36, 1933, 49-51 (51).

letters (het gebruikte lettertype, de lettergrootte, de lay-out, etc.), het papier waarop ze gedrukt staan en het boek waarin dat papier gebundeld zit. Nochtans zien we letters voordat we ze (kunnen) lezen en kunnen ze, blijkens het citaat hierboven, net als andere visuele en materiële aspecten van de tekst, voor een esthetische ervaring zorgen. Het citaat is afkomstig uit het Franse tijdschrift *Arts et Métiers Graphiques*,² dat zich qua vorm en inhoud expliciet op bibliofielen richtte, en de contemporaine bibliofilie ook een spiegel wilde voorhouden. Het tijdschrift had de ambitie een monument van drukkunst, typografie en grafisch ontwerp te worden: lezers ontvingen een blad met een luxueuze vormgeving dat aandacht schonk aan alle facetten van de grafische kunsten. Het bevatte onder meer technische en historische bijdragen over druk- en bindprocessen, artikelen over illustratoren, reclamekunst en fotografie, vaak geschreven door prominente Franse (en buitenlandse) auteurs, kunstenaars en critici. In een groot deel van de artikelen, in het bijzonder in de boekbesprekingen, stonden de visuele en materiële aspecten van de tekst voorop en kwam de inhoud ervan nauwelijks aan bod. Het ging dus meer om kritische besprekingen van de typografische aspecten van de tekst, *typocritique*, dan om *critique littéraire*. Voor de redacteurs was een literaire tekst nooit louter een inhoud, maar ook, of zelfs meer, een beeld en een object: een symbiose van vorm en inhoud. Daarmee wilden zij de gangbare visie op de literaire tekst bijstellen en *typocritique* deel doen uitmaken van de literair-kritische praktijk. In wat volgt ga ik, na een historische schets van het blad en een bespreking van de visie op bibliofilie die erin gepresenteerd is, dieper in op die opvatting van de literaire tekst als visueel object. Dat aspect van teksten wordt immers al te vaak vergeten, maar draagt steeds bij aan de beleving van de tekst.

HET TIJDSCHRIFT

In de modernistische periode waren tijdschriften belangrijke factoren van vernieuwing, deel van de instituties die het modernisme ondersteunden en promootten. Het boek, dat begrensd was door zijn twee kaften en definitieve waarden bevatte, kon minder makkelijk verslag uitbrengen over de moderne realiteit dan tijdschriften, die frequenter, sneller en goedkoper geproduceerd en verspreid werden.³ Bovendien waren die laatste bijna per definitie een internationaal fenomeen: ze waren vaak meertalig of bevatten vertalingen van artikelen, publiceerden bijdragen van auteurs van verschillende nationaliteiten en

² Suggesties voor verdere lectuur: H. Dufour, 'Arts et Métiers Graphiques 1927-1939.' *Art & Métiers du livre* 188, 1994, 3-31; A. Hugill-Fontanel, 'Arts et Métiers Graphiques: The Graphic Design Magazine of the Deberny and Peignot Type Foundry.' *Printing History* 49, 2006, 20-41. Hugill-Fontanel maakte ook een [website](#) over *Arts et Métiers Graphiques* voor het Rochester Institute of Technology, dat een opleiding grafisch design aanbiedt. Zowel het tijdschrift als de activiteiten van Peignot komen meermaals aan bod in *Histoire de l'édition française. Le livre concurrentiel 1900-1950* van R. Chartier en H.-J. Martin (1991). Voor de fotografische pool van het tijdschrift, zie onder meer A. Fleig, *La naissance de la photographie comme média*. Neuchâtel: Ides & Calendes 1997; D. Leenaerts, *Petite histoire du magazine Vu*. Brussel: P.I.E. Peter Lang 2010 en F. Denoyelle, 'Arts et Métiers Graphiques. Histoire d'images d'une revue de caractère.' *La recherche photographique* 3, 1987, 7-17.

³ M. Melot, 'Introduction. L'image et les périodiques en Europe entre deux siècles (1880-1920).' In E. Stead & H. Védérine (red.), *L'Europe des revues (1880-1920). Estampes, photographies, illustrations*. Paris: Presses Université Paris-Sorbonne 2008, 13-19 (18).

werden over heel Europa gelezen. Daardoor waren tijdschriften voor vele avant-garde-bewegingen het middel bij uitstek om ideeën te verspreiden. ‘Kleine tijdschriften’ als *BLAST*, *Cabaret Voltaire* of *Littérature* zijn onlosmakelijk verbonden met respectievelijk het vorticisme, het Dadaïsme en het surrealisme. Tegelijkertijd bestonden er in die periode tijdschriften die een groter publiek bereikten en zorgden voor de disseminatie van de modernistische cultuur, zoals *La Nouvelle Revue Française*.⁴ Zulke tijdschriften bevonden zich op een kruispunt tussen de kleine tijdschriften en de massapers en stonden minder extreme innovaties voor dan de avant-gardes. Ook in het domein van typografie en grafisch ontwerp, dat in de jaren '20 een sterke vernieuwingsimpuls kreeg met de ‘Nieuwe Typografie’ van Jan Tschichold, waren er zowel avant-gardetijdschriften als periodieken die zulke innovaties onder een breder publiek wilden verspreiden. Een blad rond architectuur, design, film, theater, mode en fotografie als *das neue frankfurt* behoorde tot die eerste pool, terwijl lifestylemagazine *die neue linie* een groter publiek voor ogen had.⁵ *Arts et Métiers Graphiques* kan eveneens tot de tweede pool gerekend worden: het tijdschrift stond tussen de avant-gardes en de massa en trad op als een doorgeefluik om vernieuwingen in typografie, grafisch design en in de culturele productie in het algemeen te verspreiden onder een breder publiek.

Arts et Métiers Graphiques werd uitgegeven in Parijs, verscheen van 1927 tot 1939 en telde 68 nummers. De eigenaar van het tijdschrift was lettergieter Charles Peignot, eigenaar van de Fonderies Deberny et Peignot, en de hoofdredacteuren waren Marcel Astruc (nummers 2-3)⁶, François Haab (nummers 4-41) en André Lejard (nummers 42-68). In de vroegste jaargangen stond Bertrand Guégan apart vermeld als de redacteur van de artikelen over bibliofilie en boekgeschiedenis. De overige leden van het redactiecomité waren vooral mensen uit het drukkerij- en uitgeverwezen: H.-L. Motti, eigenaar van de Imprimerie de Vaugirard (waar het tijdschrift gedrukt werd), Léon Pichon, drukker, uitgever en letterontwerper, Lucien Vogel, later redacteur van *Vu*, en Walter Seymour Maas, reclameontwerper.⁷ Hun namen werden vermeld tot in nummer 26, daarna werden alleen nog Peignot en Haab of Lejard genoemd. Wie niet vermeld werden, maar wel een belangrijke rol in en rond het tijdschrift hadden, waren typograaf, illustrator, grafisch ontwerper, criticus en schrijver Maximilien Vox (pseudoniem van Samuel Monod) en typograaf en uitgever Henri Jonquières.

Oorspronkelijk publiceerde de redactie zes nummers per jaar voor 30 Franse frank per nummer.⁸ In het blad werden geen oplagecijfers vermeld, maar Dufour en Hugill-

⁴ Peter Brooker, ‘General Introduction: Modernity, Modernisms, Magazines.’ In P. Brooker et al. (red.), *The Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines. Volume III: Europe 1880-1940*. Oxford: Oxford University Press 2013, 1-21 (18); Anne-Rachel Hermetet, ‘Modern Classicism: *La Nouvelle Revue Française* (1909-43).’ In Brooker et al. 2013, 101-119.

⁵ P. Rössler, ‘Frankfurt, Leipzig, and Dessau: “Neue Typographie” – The New Face of a New World: *das neue frankfurt* (1929-33) and *die neue linie* (1929-43).’ In Brooker et al. 2013, 969-991.

⁶ Het eerste nummer bevat geen overzicht van de redactieleden.

⁷ Dufour 1994, 3-31 (4).

⁸ Volgens het [Institut national de la statistique et des études économiques](#) komt 30 frank overeen met 18,30 euro. Dat is vrij prijzig voor een magazine, maar niet overdreven duur. Dat sluit aan bij het verzet van de redacteurs tegen overdreven dure bibliofilie (cf. infra).

Fontanel spreken over vierduizend exemplaren, waarvan een derde voor het buitenland bestemd was.⁹ Stijgende productiekosten (bijvoorbeeld vanwege de loonsverhoging voor arbeiders die het Front Populaire bedongen had) zorgden ervoor dat het aantal nummers per jaar terugviel tot vijf vanaf november 1936. Tegelijkertijd werd de prijs voor Franse en Belgische lezers verhoogd tot 35 frank. Die prijs steeg opnieuw in november 1937: vanaf nummer 60 kostte een exemplaar 45 frank, terwijl in het buitenland de prijs varieerde van 45 tot 60 frank. Abonnementen kostten tussen 150 en 200 frank in Frankrijk en België en tussen 200 en 240 frank in het buitenland.

Voor die prijs kregen de lezers een luxueus vormgegeven en rijkelijk in zwart-wit en in kleur geïllustreerd tijdschrift, dat ook een staalkaart van de toenmalige druktechnieken wilde zijn. Een exemplaar van *Arts et Métiers Graphiques* (zie afbeelding 1 voor een collage van verschillende covers) was 31 cm lang en 24,5 cm breed (wat ongeveer overeenkomt met een kwartoformaat) en telde rond de 70 gebrocheerde bladzijden. Zowel voor de kافت als voor het binnenwerk werden verschillende exclusieve papiersoorten gebruikt en in elk nummer zaten offset-inzetten die vaak dienden als voorbeeld van nieuwe, geavanceerde (kleuren)drukprocessen.



Afb. 1: In de loop der jaren kreeg het blad verschillende covers aangemeten

⁹ Dufour 1994 (6); Hugill-Fontanel 2006, 20-41 (27).

Het magazine had een verzorgde lay-out en typografie, die verschilden van artikel tot artikel. Daarvoor werden meestal lettertypen uit Peignots eigen lettergieterij gebruikt, wat het blad tot een soort catalogus maakte. Een prominente plaats was weggelegd voor de lettertypen Bifur en Peignot (zie afbeelding 2) van de toonaangevende graficus Cassandre.¹⁰ Hoewel die lettertypen in de eerste plaats voor posters en reclame dienden, zijn enkele nummers volledig in Peignot gezet, wat in het geval van een speciaal nummer over middeleeuwse manuscripten (zie afbeelding 3) voor een zekere spanning tussen het ‘moderne’ lettertype en het onderwerp van de tekst zorgde. Er werd tot slot ook geëxperimenteerd met typografie (cf. infra), maar die experimenten waren minder extreem dan in een avant-gardeblad als 391.

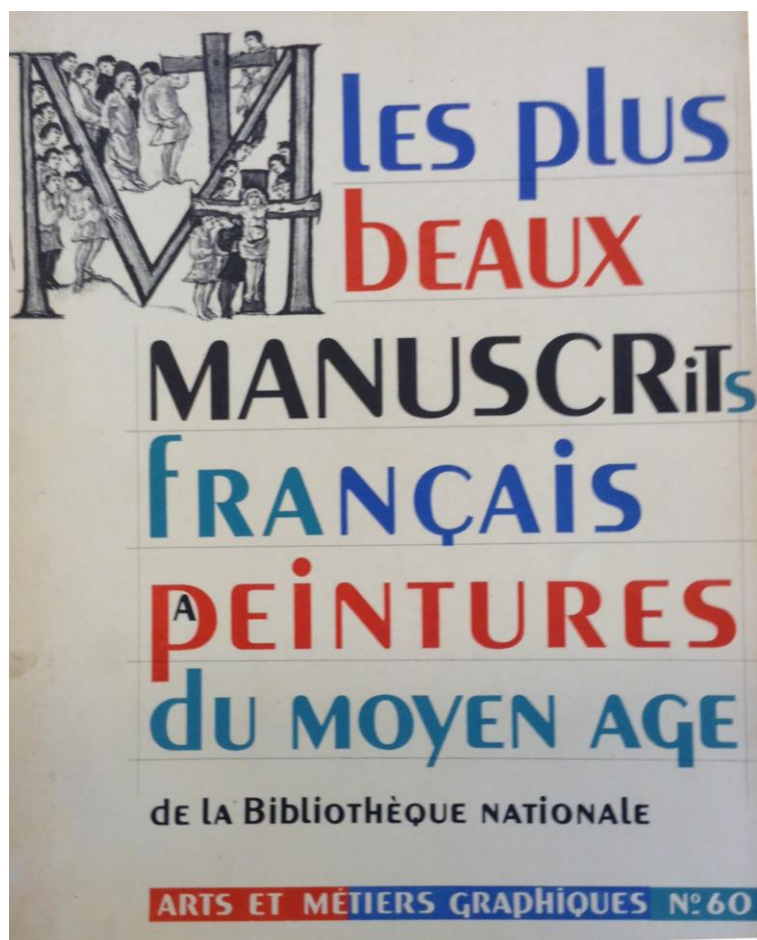


Afb. 2: De lettertypen Bifur en Peignot

Dat de materiële dimensie van het tijdschrift erg belangrijk was voor de redactie, blijkt uit de paginalange colofon (*achevé d'imprimer*) waarin de gebruikte papiersoorten, lettertypen en drukprocessen werden opgesomd. Opvallend is dat die colofon niet – zoals gebruikelijk – achteraan, maar vooraan in het blad stond: de materialiteit van het blad staat dus letterlijk op de eerste plaats. Wie nog meer informatie wenste over het gebruikte papier, kon in de sectie ‘Notes et Echos’ terecht, waarin vaak bijna encyclopedische bijdragen over de verschillende papiersoorten stonden, naast lossere reflecties, aankondigingen van tentoonstellingen, overzichten van boekveilingen, besprekingen van buitenlandse tijdschriften, advertenties, enzovoort. Wanneer de productie duurder werd, koos de redactie ervoor om minder nummers per jaar te maken, om zo (naar eigen zeggen) de

¹⁰ Cassandre is onder meer bekend vanwege zijn reclameaffiches voor de meubelwinkel Au bûcheron en de aperitiefdrank Dubonnet.

materiële kwaliteit te kunnen blijven waarborgen.¹¹ Lezers konden tot slot elk jaar een verzameldoos van imitatiesuède kopen om hun nummers in te bewaren: *Arts et Métiers Graphiques* was een zeldzaam en luxueus verzamelobject dat in waarde bleef stijgen.¹²



Afb. 3: De special over middeleeuwse manuscripten

Geregeld verschenen er speciale themanummers. Nummer 26 (1931) behandelde *Le livre d'art international*, terwijl nummer 31 (1932) gewijd was aan karikaturen. In 1935 verscheen een special over Victor Hugo (nummer 47). 1937 bracht nummers over *Les arts et les techniques graphiques* (59) en *Les plus beaux manuscrits français à peintures du Moyen Âge de la Bibliothèque Nationale* (60). Nummer 62 (1938) blikte terug op de wereldtentoonstelling van 1937 in Parijs en vooruit op die in New York in 1939. Vanaf 1930 bracht de redactie bovendien jaarlijks een album *Photographie* uit. *Photographie 1930* verscheen als nummer 16 van het tijdschrift (zonder meerprijs voor abonnees), maar voor de volgende albums moesten lezers apart intekenen. De bundels van ongeveer tweehonderd met spiraal gebonden bladzijden (een vernieuwende bindmethode) bevatten werk van bekende (kunst)fotografen als Maurice Tabard, Germaine Krull, Man Ray en László Moholy-Nagy,

¹¹ Brief aan de lezers vooraan in *AMG* 54, 1936.

¹² In nummer 18 kondigde de redactie aan dat de eerste jaargang voor 1200 frank was verkocht op een veiling, negen keer de oorspronkelijke waarde. Zie 'A nos lecteurs.' *AMG* 18, 1930 (z.p.).

meestal voorafgegaan door een essay. Vanaf 1934 publiceerde *Arts et Métiers Graphiques* eveneens een jaarlijkse special over reclamekunst, waarvan de eerste in de reguliere reeks verscheen als nummer 42. Dat nummer heeft een transparante kunststof kaft en spiraalbinding. Tot slot gaf *Arts et Métiers Graphiques* zelf boeken uit. De Editions Arts et Métiers Graphiques verzorgden onder meer *Paris de nuit* van fotograaf Brassai (1933) en bleef nog lang nadat het tijdschrift ophield te bestaan boeken over grafische kunst en fotobundels publiceren.

Arts et Métiers Graphiques had een internationaal lezerspubliek, wat reeds blijkt uit de aparte prijzen voor buitenlandse lezers. Voor hen waren er in sommige nummers Engelstalige samenvattingen of zelfs vertalingen van de artikelen bijgevoegd. In vele nummers stonden advertenties voor en besprekingen van vergelijkbare buitenlandse periodieken en de redactie onderhield contacten met internationale collega's, waaronder H.K Frenzel van *Gebrauchsgraphik* (1924-1938), de Duitse 'tegenhanger' van het blad.

'LA RENAISSANCE DU BEAU LIVRE'

Bij de eerste twee nummers van *Arts et Métiers Graphiques* zat een los pamflet, dat voor publiciteit moest zorgen en het programma of de ambities van de redacteurs (die de superlatieven niet schuwden) verkondigde. Het lijkt me daarom interessant om even stil te staan bij die tekst (zie afbeelding 4).

Het pamflet was geadresseerd aan de beoogde lezers: bibliofielen. Zij moesten om een aantal redenen het tijdschrift kopen: het blad ambieerde een hoge literaire waarde dankzij de medewerking van de grootste literatoren en kunstcritici van zijn tijd, wier teksten op mooi papier in offset gedrukt zouden worden. Het tijdschrift had echter ook encyclopedische waarde, want het zou, met rubrieken als 'Technique' en 'Histoire du livre et de l'imprimerie', technische en historische artikelen over alle aspecten van de boekdrukkunst bevatten. Bovendien zorgde de redactie aan het einde van de meeste jaargangen voor een thematische index, zodat de geïnteresseerde lezer makkelijk informatie terug kon vinden. Dat alles zou, zoals het bibliofielen betaamt, op verzorgde wijze en in een beperkte oplage gepresenteerd worden. *Arts et Métiers Graphiques* had dus als oogmerk om de meest luxueuze en complete publicatie over de kunst van het boek te worden. Tot slot konden de beoogde lezers, allen gecultiveerde personen, terecht bij de redactie voor verdere informatie over alle gerelateerde onderwerpen.

Arts et Métiers Graphiques bekommerde zich vooral om de promotie van bibliofilie en om het lot van *le beau livre* in een tijd waarin veel verschuivingen plaatsvonden in het boek- en uitgeverijwezen. Het begin van de twintigste eeuw kende een toenemende visualisering van het boek en de pers. De markt werd overspoeld door goedkope en vaak geïllustreerde uitgaven, ook van literaire uitgeverijen,¹³ en de fotografie begon aan haar opmars in de pers (met *Vu* als model). De pers was bovendien al langer een concurrent van het boek.¹⁴ Het grootste probleem was echter de explosie van (te) dure luxueuze

¹³ P. Fouché, 'L'édition littéraire, 1914-1950.' In R. Chartier & H.-J. Martin (red.), *Histoire de l'édition française. Tome IV. Le livre concurrencé 1900-1950*. Paris: Fayard 1991, 210-268 (220-222).

¹⁴ C. Bertho, 'Les concurrences.' In Chartier & Martin 1991, 13-27 (14).

BIBLIOPHILES

- ¶ La haute tenue littéraire de notre Revue assurée par une collaboration de premier ordre, réunissant les noms de nos plus grands écrivains, poètes et critiques.
- ¶ La Publication dans chaque numéro d'un article inédit imprimé en hors-texte sur les plus beaux papiers.
- ¶ Une très importante documentation historique, complétée de documents précieux et portant sur les problèmes qui vous intéressent.
- ¶ Une documentation technique incomparable qui vous tiendra au courant de tous les perfectionnements apportés à chaque instant aux différents procédés d'impression.
- ¶ La monographie de chacun des plus grands artistes du livre, accompagnée de reproductions de leurs œuvres et de leur portrait.
- ¶ Des renseignements très complets, accompagnés de reproductions, sur les belles éditions étrangères, avec des études sur leurs illustrateurs et sur les progrès des Arts Graphiques dans le monde entier.
- ¶ Le soin apporté au choix et la reproduction de tous nos documents et son tirage limité.

FONT DE CETTE REVUE

la publication encyclopédique la plus complète et la plus luxueuse consacrée aux arts du livre.

Elle s'adresse à tous les gens cultivés dont le goût ou la curiosité sont attirés par les Arts Graphiques.

La Direction de la Revue se tient à l'entière disposition des

ABONNÉS

pour leur fournir tous les renseignements artistiques (illustrateurs, écrivains) ou techniques (fabrication, machines, papiers, caractères, encres, procédés de reproduction) et toute documentation bibliophilique (chiffre de tirages, noms des éditeurs et illustrateurs, dates de publication, etc.).

VOTRE REVUE EST

ARTS ET MÉTIERS
GRAPHIQUES.

ABONNEZ - VOUS

Afb. 4: Het pamflet met reclame voor het blad

uitgaven.¹⁵ In een *article de tête* (cf. infra) dat de titel ‘Programme 1933-1934’ kreeg, kwam die problematiek expliciet aan bod:

Le livre dit ‘de luxe’ est mort parce qu’on l’a fait LUXUEUX et CHER, au lieu d’abord de le faire BEAU ; parce qu’il n’était plus qu’un prétexte à IMAGES... et à spéculation, au lieu d’être d’abord un TEXTE IMPRIMÉ ; parce qu’il était devenu un objet de collection qu’on faisait relier et qu’on ne regardait que par hasard. Le ‘livre de luxe’ est mort parce que tout simplement il n’était plus un LIVRE.¹⁶

Het bibliofiele boek was volgens de redacteurs verworpen tot een duur en luxueus verzamelobject dat niet langer een tekst of een boek was, maar iets wat men in de kast zette om er daarna niet meer naar te kijken. De ware bibliofiel hield volgens hen echter van boeken ‘sans snobisme ni esprit de spéculation’.¹⁷ De hoge verkoopprijs was voor hen immers geen maatstaf voor de waarde van het boek: dat was pas echt geslaagd wanneer de tekst, de typografie en de illustraties van de eerste orde waren en een harmonieuze eenheid vormden.¹⁸ De redacteurs betreurden dat de meeste bibliofielen meer bekommerd waren om geld en een voorkeur voor het clichématige hadden, waardoor gedurfde en risicovolle publicaties uitbleven.¹⁹ Ze stelden dan ook voor om de bibliofiel bij te leren over de hedendaagse boekdrukkunst door middel van de vele technische en encyclopedische artikelen in het blad. Een hernieuwde appreciatie van die technieken kon volgens de redactie bijdragen aan de ‘renaissance’ van het boek.²⁰

Om het mooie boek nog meer levenskracht te geven, richtten de redacteurs eind 1933 een bibliofiele vereniging op, L’Epreuve. De oogmerken en de statuten van de vereniging verschenen in de nummers 37 tot 39 van het tijdschrift. De oprichters wilden zich verzetten tegen de ‘esprit de stagnation’ die in de bibliofiele wereld heerste en die veronderstelde dat er sinds Gutenberg geen typografische innovaties meer geweest waren. Innovatie was immers alomtegenwoordig en de stichters wilden volop gebruikmaken van die nieuwe technieken en zo weer leven geven aan de boekdrukkunst. Ze pleitten voor een boekkunst waarin de grafische middelen niet louter als decoratie of illustratie van de tekst zouden dienen, maar de tekst zouden ondersteunen en er één mee worden. Alleen zo kon de grafische vormgeving de uniciteit en de schoonheid van de tekst benadrukken. Concreet rekende de vereniging op financiële steun van haar leden om zo werken uit te brengen die andere uitgevers vanwege commerciële motieven niet konden of durfden te realiseren.²¹

Niet alleen dure uitgaven kwamen aan bod in het blad, ook goedkopere en populaire uitgaven konden bibliofielen bekoren (of zouden dat moeten kunnen). Een voorbeeld

¹⁵ A. Fierro, ‘Evolution et typologie de la librairie.’ In Chartier & Martin 1991, 111-123 (118).

¹⁶ ‘Programme 1933-1934.’ *AMG* 36, 1933, 5-8 (7).

¹⁷ Jean Bruller, ‘Le livre d’art en France. Essai d’un classement rationnel.’ *AMG* 26, 1931, 41-62 (42).

¹⁸ *Ibid.* (46, 47).

¹⁹ L. Jaïs, ‘Heurs et malheurs de la société de bibliophiles.’ *AMG* 28, 1932, 44-45 (45).

²⁰ ‘Programme 1933-1934.’ (8).

²¹ ‘La nouvelle société de bibliophiles.’ *AMG* 37, 1933, 2.

hiervan is het *article de tête* van Adrienne Monnier²² met de veelzeggende titel ‘Eloge du livre pauvre’. Ze wilde daarin de lof zingen van goedkope uitgaven die niet de pretentie hadden luxueuze boeken te evenaren, maar wel grote klassiekers voor iedereen toegankelijk konden maken. In dat opzicht waren ze zelfs belangrijker dan dure boeken, want ze waarborgden de vitaliteit van die werken: ‘Ce sont les livres pauvres qui leur assurent une circulation obscure, vitale, comme le cours du sang.’²³ In nummer 48 stond schrijver Roger Dévigne stil bij volksuitgaven door de eeuwen heen. Veel van die miskende werken waren volgens hem de moeite waard op grafisch vlak en minstens even zeldzaam en waardevol als ‘officiële’ bibliotheek boeken.²⁴ Bovendien liet Dévigne zien dat het contemporaine volkse boek thuishoorde in een oudere traditie, waardoor het wellicht meer legitimiteit kreeg. Goedkope herdrukken van dure geïllustreerde uitgaven zorgden er ook voor dat een breed publiek (Dévigne gebruikte zelfs de term ‘vulgarisatie’) kennis kon maken met literaire teksten: hij noemt dat ‘le reflet démocratique [...] d’une édition de luxe’.²⁵ De eerste vereiste bleef wel dat de uitgaven mooi waren en dat bleek niet altijd het geval bij goedkope boeken. De auteur hoopte dan ook dat vele klassieke boeken een soortgelijke behandeling zouden krijgen en dat nieuwe grafische procédés hun weg naar de volksuitgaven zouden vinden.

Arts et Métiers Graphiques ijverde daarmee eveneens voor een zekere democratisering van de bibliofilie, traditioneel toch een elitaire bezigheid. De herhaaldelijke afkeuring van veel te dure uitgaven en de aandacht voor goedkope uitgaven zijn in dat opzicht betekenisvol, net als de oprichting van een eigen bibliotheek vereniging. De leden moesten in de eerste plaats echte boekenliefhebbers zijn, eerder dan speculanten.²⁶ Toch had de vereniging een beperkt aantal leden, die bovendien vrij veel inschrijfgeld betaalden en eerst geaccepteerd moesten worden door de andere leden.²⁷ Ook in latere teksten keerde die spanning tussen een democratisering van de bibliofilie en het elitaire karakter ervan terug. Dévigne schreef in een speciaal nummer uit 1937 dat mooi verzorgde boeken duizenden lezers zouden moeten kunnen bereiken, terwijl een werk in beperkte oplage meestal alleen voor bibliotheek ‘magnaten’ of ‘maniakken’ was weggelegd.²⁸ In een tijd waarin er voldoende technische middelen bestonden om zulke werken op grote schaal te maken, was het volgens hem ‘baroque’ om te denken dat een boek meer waard was omdat er minder exemplaren van bestonden: zeldzaamheid was een eigenschap die een boek moest verdienen. Tegelijkertijd toont zijn artikel dat hij geen tegenstander was van uitgaven in beperkte oplage. Als uitgevers zulke werken wilden blijven produceren,

²² Monnier was schrijfster en uitgeefster, maar is vooral bekend als eigenares van de Parijse boekhandel La maison des Amis des Livres. Ze was de levensgezellin van Sylvia Beach, eigenares van de Engelse boekhandel Shakespeare and Co., die zich in dezelfde straat als die van Monnier bevond. Beide vrouwen hadden een belangrijke positie in het toenmalige literaire leven. Zo publiceerde Beach in 1922 *Ulysses*, terwijl Monnier in 1929 de eerste Franse vertaling van dat werk uitgaf.

²³ A. Monnier, ‘Eloge du livre pauvre.’ *AMG* 25, 1931 (z.p.).

²⁴ R. Dévigne, ‘Evolution artistique et graphique du livre populaire.’ *AMG* 48, 1935, 31-39 (32, 37).

²⁵ *Ibid.* (36).

²⁶ “L’épreuve.” Société bibliophile de recherches graphiques. Programme.’ *AMG* 39, 1934 (z.p.).

²⁷ ‘Extrait des statuts.’ *AMG* 38, 1933 (z.p.).

²⁸ R. Dévigne, ‘Les décorateurs, les illustrateurs du beau livre.’ *AMG* 59, 1937, 40-46 (46).

moesten ze echter wel gebruikmaken van nieuwe methoden. Dévigne verlangde in eerste instantie naar een nieuwe manier van verspreiden en verkopen van bibliothele boeken als reactie op de speculatie, maar ook naar innovaties in de grafische vormgeving van boeken. Alleen op die manier kon het zeldzame boek, waar ‘une importante élite’ alle baat bij zou hebben, op een (voor Dévigne) legitieme wijze blijven bestaan.²⁹ Dat elitisme was evenwel een middel om grafische innovaties uiteindelijk bij het grote publiek te krijgen, in lijn met wat hij eerder schreef: de elite steunde kleinschalige experimenten met technieken die later op grotere schaal toegepast konden worden.

Wat de spanning tussen het elitaire en het democratische betreft, zijn de vele advertenties voor publicaties van grote, commerciële uitgeverijen interessant. In nummer 12 prijkte bijvoorbeeld een paginagrote advertentie voor *Sequana*, de boekenclub van uitgever René Julliard. Abonnees kregen elke maand ‘les livres [...] les plus représentatifs de l’activité littéraire française’, gedrukt op kwaliteitspapier.³⁰ De advertentie zelf sprak van ‘édition[s] de luxe sur chiffon’³¹: de boeken werden gedrukt op (duur) lompenpapier, maar waren met hun prijs van 16,25 frank (bijna 10 euro) erg betaalbaar. De titels die in de advertentie staan, zijn *Le Radeau de la Méduse* van Auguste Bailly, *Léviathan* van Julien Green, *La Chronique des Frères Ennemis* van Jérôme en Jean Tharaud en *Erromango* van Pierre Benoît. Het gaat om het soort materiaal dat men bij een boekenclub mag verwachten: recente werken van succesvolle auteurs, alle voorbeelden van wat toen gezien werd als de betere publieksliteratuur, maar geen ‘vernieuwende’ teksten van avant-gardeauteurs. Dit alles kan dienen als illustratie van het project dat Dévigne voor ogen had: een toegankelijke vorm van bibliofilie, mooie maar betaalbare boeken met een (volgens de meerderheid van de lezers) kwalitatief hoogwaardige inhoud.

Tot slot is ook de aandacht voor meer populaire vormen van drukwerk en grafisch ontwerp deel van het democratiserende project van het blad. Zo verschenen er onder meer artikelen over *romances*, geïllustreerde liedboekjes uit het begin van de twintigste eeuw, en over *canards*, goedkope geïllustreerde sensatieblaadjes over misdaad.³² Daarnaast kwamen geregeld geïllustreerde kinderboeken aan bod, net als animatiefilms van Walt Disney. Advertentieposters, die alomtegenwoordig waren in het tijdschrift en door de redactie als een legitieme kunstvorm werden gezien, waren voor iedereen zichtbaar in het straatbeeld en daardoor de democratische kunstvorm bij uitstek.

CRITIQUE LITTÉRAIRE EN TYPOCRITIQUE: NAAR EEN HERDEFINITIE VAN DE TEKST

Voor iemand als Dévigne – en bij uitbreiding voor de hele redactie – was een boek pas echt interessant als bibliofiel object wanneer zowel de vorm als de inhoud esthetische waarde hadden.³³ Als *Arts et Métiers Graphiques* een referentiewerk voor bibliofielen wilde worden, moest het dus, naast een verzorgde vormgeving, ook literaire waarde hebben.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Fierro 1991 (116).

³¹ *AMG* 12, 1929 (z.p.).

³² J. Selz, ‘Les romances illustrées de 1900.’ *AMG* 50, 1935, 29-32; J. Selz, ‘4 siècles de “canards”.’ *AMG* 52, 1936, 9-20.

³³ Dévigne 1935 (39).

Op het pamflet gold de literaire waarde zelfs als eerste ‘verkoopargument’. De vraag rijst dan hoe die literaire dimensie vorm kreeg en welke visie op literatuur in het blad gepresenteerd werd.

Het pamflet gaf al aan dat er samengewerkt zou worden met de grootste literatoren van die tijd. Uit de indexen blijkt inderdaad dat heel wat befaamde auteurs en kunstenaars bijdragen hebben geleverd aan het tijdschrift. Het gaat daarbij om auteurs van velerlei pluimage, zowel op literair als op politiek vlak: jongeren en ouderen, traditionelen en vernieuwers, linkse en rechtse auteurs. In het blad publiceerden ze vooral essays en kritische teksten over bibliofilie, grafische kunsten en kunstenaars. Ook dat soort teksten behoorde tot de toenmalige literaire productie, de ‘fructueuse polygraphie’, van auteurs die leefden van hun pen, zoals Paul Valéry, Pierre Mac Orlan of Philippe Soupault.³⁴ Bovendien werden ook kunstcritici, zelfs als ze verder geen fictie of dichtbundels publiceerden, vaak als literatoren gezien.³⁵ De vele kritische teksten over kunst en literatuur stonden dus garant voor de literaire waarde van het tijdschrift.

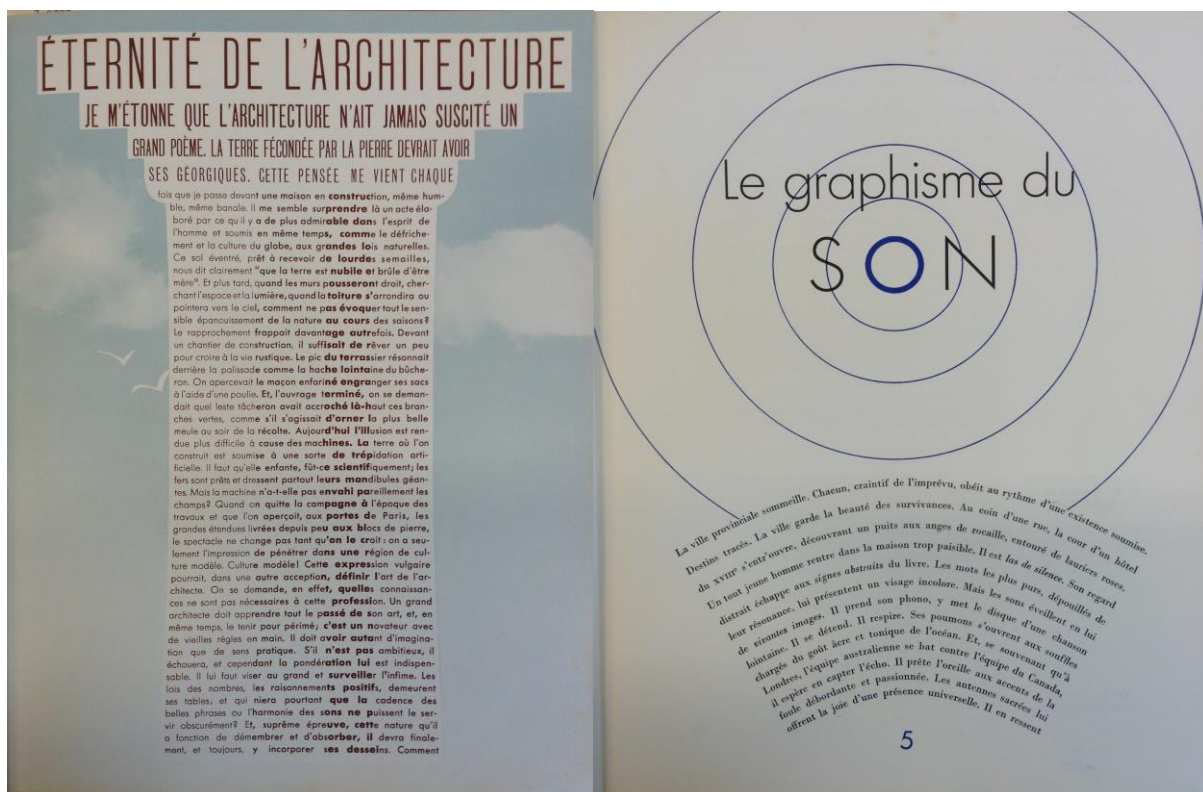
Die literaire waarde werd verder verzekerd door de *articles de tête* in elk nummer: op kwalitatief hoogstaand papier gedrukte hoofdartikelen in de vorm van bijvoorbeeld een essay, een gedicht of een fragment uit een brief, roman of toneelstuk. Zo begon het eerste nummer van *Arts et Métiers Graphiques* met een essay van Paul Valéry, getiteld ‘Les deux vertus d’un livre’. Valéry was op dat moment een van de belangrijkste Franse auteurs, en was bovendien net toegetreden tot de Académie française. Met een tekst van zo’n prominente auteur kon het tijdschrift zich meteen op de culturele kaart zetten, ook al werd Valéry zowat overal om bijdragen gevraagd.³⁶ De hoofdartikelen werden echter nooit alleen om hun literaire waarde opgenomen. Enerzijds moesten die artikelen het tijdschrift literair of cultureel aanzien geven, anderzijds vormden ze voor de redacteurs de uitgelezen plek om technische en typografische vernuftigheden tentoon te spreiden (zie afbeelding 5). In sommige gevallen gebruikte de redactie expliciet de term *essai de mise en page*, maar in feite ging het steeds om pogingen om een nieuwe dan wel bestaande tekst een innovatieve of verrassende typografie en lay-out te geven. Dat resulteerde in de aantrekkelijke presentatie van een tekst die de redactie inhoudelijk de moeite waard vond, en die volledig in de lijn van het bibliofiele programma van het tijdschrift was.

De visuele en de materiële dimensie van de tekst bleef dus steeds belangrijk, zelfs primair, voor *Arts et Métiers Graphiques*. Dat is ook waar de tekst van Valéry op aanstuurt: ‘Une page est une image. Elle donne une impression totale, présente un bloc ou un système de blocs et de strates, de noirs et de blancs, une tâche de figure et d’intensité

³⁴ M. Touret, *Histoire de la littérature française du XXe siècle. Tome I. 1898-1940*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes 2000 (9, 33).

³⁵ C. Peltre, ‘Peinture et écriture au XIX^e siècle.’ In P. Berthier & M. Jarrety (red.), *Histoire de la France littéraire. Modernités. XIX^e – XX^e siècle*. Paris: Presses Universitaires de France 2006, 539-544.

³⁶ F. Chaubet, ‘Les relais de l’écrivain au XX^e siècle.’ In Berthier & Jarrety 2006, 723-772 (746).



Afb. 5: Twee *articles de tête*: links 'Eternité de l'architecture' van Jacques de Lacretelle (nummer 34) en rechts 'Le graphisme du son' van Edouard Dolléans (nummer 41). In beide gevallen is de tekst niet alleen inhoud, maar ook illustratie, door respectievelijk een zuil en geluidsgolven uit te beelden³⁷

plus ou moins heureuse.³⁸ Het essay van Valéry, de eerste tekst die een lezer van het blad voor ogen kreeg, diende niet alleen om de culturele legitimiteit te waarborgen, maar maakte meteen ook het programma van het blad duidelijk: de tekst moest gezien worden als een beeld. Wanneer een redacteur boeken besprak, wat onder meer in de rubriek 'L'œil bibliophile' gebeurde, schreef hij dus vooral over materiële aspecten als de papier-soort en de binding en visuele aspecten als illustraties, typografie en lay-out, en minder over de inhoud van het boek. Daar waren andere bladen voor, en veel van die teksten waren trouwens reeds elders geconsacreerd als literair werk. Dévigne noemde die praktijk *typocritique*; hij wenste niet aan *critique littéraire* te doen.³⁹ Maar misschien is *typocritique*, een 'science naturelle du Livre',⁴⁰ wel een onderdeel van literaire kritiek: de kritische, zelfs objectief-wetenschappelijke analyse van het visuele karakter van de tekst. Dat is een aspect dat de literaire kritiek (ook nu nog) veelal buiten beschouwing laat, maar dat een wezenlijk deel uitmaakt van het boek. Voor de redacteurs was het zeer belangrijk: een boek was pas echt geslaagd wanneer de inhoud, de typografie en de illustraties van de hoogste kwaliteit waren, of wanneer de *typographie pure*, een geslaagde

³⁷ Hugill-Fontanel 2006 (30).

³⁸ Paul Valéry, 'Les deux vertus d'un livre.' *AMG* 1, 1927, 3-8 (4).

³⁹ Dévigne 1935 (39).

⁴⁰ Roger Dévigne, 'La lettre et le décor du livre pendant la période 1880-1905.' *AMG* 54, 1936, 53-56 (53).

keuze en schikking van de letters op de bladzijde, de tekst zodanig ondersteunde en aanvulde dat illustraties overbodig werden. Daarmee promoveerde de redactie een herdefinitie van de literaire tekst: de tekst is niet alleen woordkunst, maar heeft ook een visuele en materiële dimensie die bijdraagt aan de esthetische beleving ervan. Een tekst is beeld, een tekst is een object.

Dat concept van de tekst als beeld en van een pure typografie sluit aan bij een lange traditie van verzet tegen illustraties in ‘ernstige’, literaire teksten, hoewel de redacteurs in principe niet tegen illustraties waren, zolang die in harmonie waren met het geheel van de tekst. In de zestiende eeuw begonnen vele humanisten illustraties te wantrouwen: voor hen primeerde de tekst, die men moest lezen en waarop men moest reflecteren; illustraties leidden de aandacht daarvan af.⁴¹ Tegelijkertijd bestond het besef dat de tekst zelf als een (puur typografische) afbeelding of illustratie gezien kon worden: ‘Il n’est [...] pas exclu que le texte [...] soit lui-même aperçu comme une image [...]. L’écrit est toujours visuel et, comme tel, participe à sa propre illustration.’⁴² Lettertekens zijn inderdaad nooit alleen de visuele manifestatie van een voorafgaand (gesproken) discours, maar kunnen autonoom, volgens eigen semiotische wetten, teksten-als-visueel-object vormen en hun materialiteit op de voorgrond plaatsen.⁴³ Dat is wat Jean-Gérard Lapacherie ‘grammatekstualiteit’ noemt, de grammaticale of poëtische functie van het schrift, naar analogie met de poëtische functie van de taal bij Jakobson.⁴⁴ Voor de redacteurs stond die materialiteit in ieder geval sterk op de voorgrond, en ook in eigen artikelen, vooral die met een experimentele lay-out zoals in afbeelding 5, vestigden zij de aandacht op het materiële en visuele van de tekst. Een goedgekozen lettertype en dito lettergrootte en een doordachte lay-out, puur typografische middelen, konden hen minstens evenveel esthetisch genot verschaffen als illustraties.

De aandacht voor het visuele en materiële karakter van de tekst blijkt eveneens uit een rubriek als ‘Autographes’. In die rubriek werden handschriften en brieven van auteurs geanalyseerd. Die zaken waren om verschillende redenen interessant voor de redacteurs en voor bibliofielen in het algemeen. Manuscripten en brieven vertellen iets over de genese van een literaire tekst en over de persoon van de auteur. Bovendien hebben manuscripten een bijzonder aura: ‘Une œuvre lue dans le manuscrit s’anime; on la voit naître, on la vit; le visage de l’auteur apparaît entre les lignes’.⁴⁵ De redacteurs keken in de rubriek echter vooral naar het visuele aspect van de letters, zoals grafologen doen, en minder naar de inhoud van het manuscript: de studie van de vorm van de letters en het schriftbeeld zou inzicht verschaffen in de psychologie van de auteur en in zijn oeuvre. Voor de grafoloog (en voor de typocriticus) waren de geschreven letters van de tekst dus opnieuw beeld en materie in de vorm van tekens of sporen op papier.

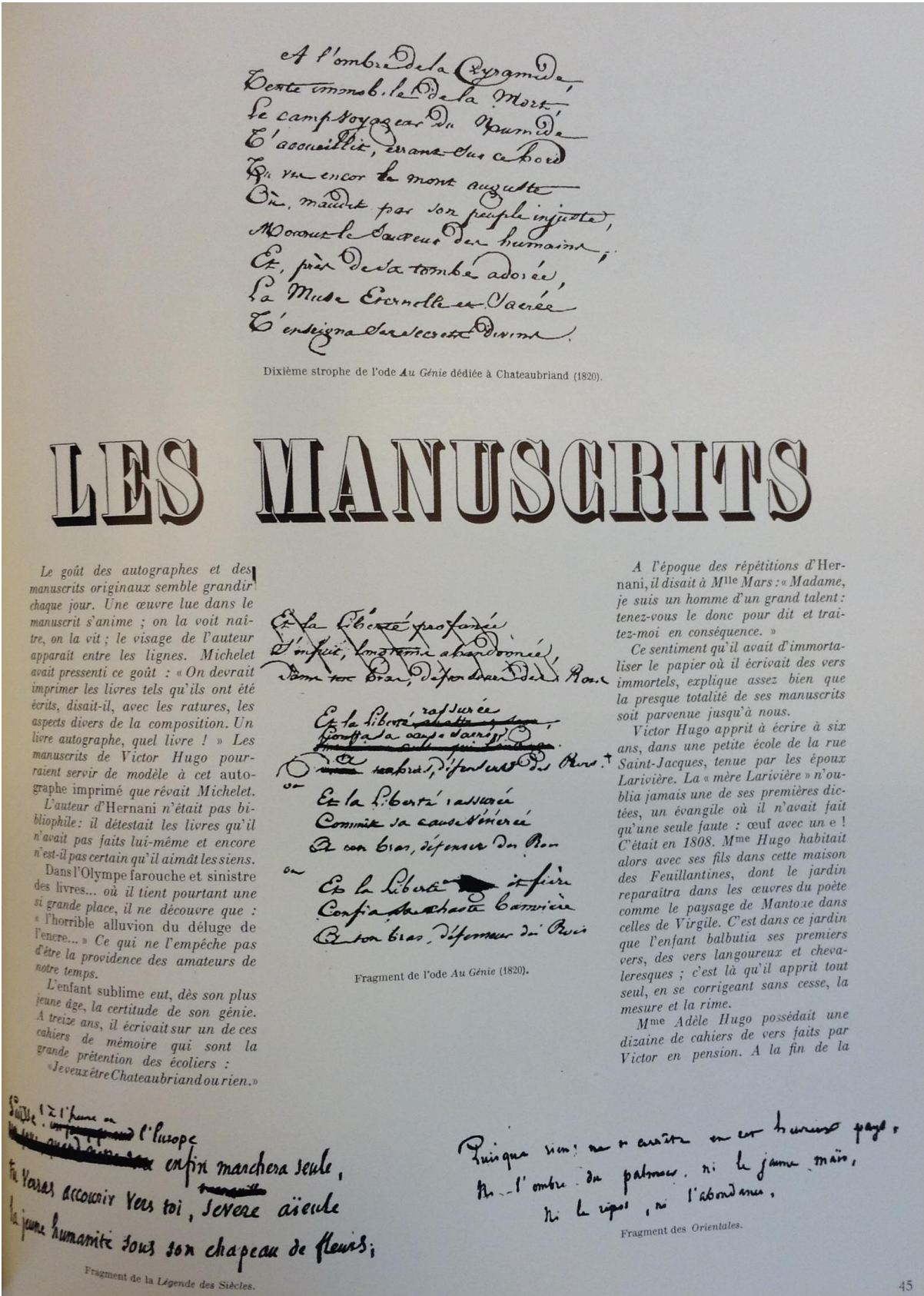
⁴¹ M. Pastoureau, ‘L’illustration du livre: comprendre ou rêver?’ In R. Chartier & H.-J. Martin (red.), *Histoire de l’édition française. Tome I. Le livre conquérant. Du Moyen Âge au milieu du XVII^e siècle*. Paris: Fayard 1989, 602-628 (605).

⁴² *Ibid.*

⁴³ J.-G. Lapacherie, ‘De la grammatextualité.’ *Poétique* 59, 1984, 283-294 (283).

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ G. Heilbrun, ‘Les manuscrits.’ *AMG* 47, 1935, 45-50 (45).



Afb. 6: Een artikel over de manuscripten van Victor Hugo (nummer 47)

In het verlengde van die visuele benadering van de literaire tekst besteedden de redacteurs aandacht aan het beeldende werk van literatoren. In nummer 45 stond bijvoorbeeld een artikel over Emile Zola als fotograaf. Zijn fotografische werk werd beschouwd als een waardevolle aanvulling op zijn literaire oeuvre en droegen bij aan zijn roem: ‘ces photographies [...] nous révèlent un Zola beaucoup plus artiste que ne le laisse supposer sa légende’.⁴⁶ Iets gelijkaardigs gebeurde in het themanummer over Victor Hugo, dat opende met een artikel over de relatie tussen zijn plastische en literaire werk:

A vrai dire, il est aussi absurde de vouloir négliger l'écrivain pour le peintre que de tenter de comprendre le poète en ignorant l'artiste. L'un et l'autre se commentent, s'expliquent, s'éclairent. [...] tout ce qui constitue le génie de l'écrivain, nous le retrouvons dans l'œuvre plastique de Victor Hugo.⁴⁷

Beide aspecten van zijn werk vulden elkaar dus aan, beïnvloedden elkaar en waren steeds aanwezig in zijn werk. Raymond Escholier, de auteur van het artikel, vergeleek Hugo met de *homo universalis* uit de renaissance, die zich bekwaamde in elke kunstvorm. Wat voor Hugo telde, was ‘vivre et [exprimer], par le noir et le blanc, l'intense émotion que lui inspirait la vie et surtout ce que nous sentons palpiter confusément derrière ses apparences’.⁴⁸ De middelen van Hugo, het zwart en het wit, waren zowel die van de tekenaar als die van de schrijver: de plastische kunstenaar werkte in deze visie dus met hetzelfde materiaal als de schrijver en beiden produceerden uiteindelijk beelden. Ook literaire auteurs werden dus geherdefinieerd: Zola en Hugo (en een aantal andere contemporaine auteurs als Max Jacob en Jean Cocteau)⁴⁹ waren niet alleen schrijvers, maar waren ook op andere artistieke vlakken actief – steeds als visueel kunstenaar.

CONCLUSIE

Charles Peignot had met zijn tijdschrift *Arts et Métiers Graphiques* (1927-1939) de ambitie om de meest luxueuze encyclopedische publicatie over boekdrukkunst en grafische kunsten te maken. Op die manier wilde hij bijdragen aan de renaissance van het mooie boek en de bibliofilie. Het was slecht gesteld met beide, maar de redactie geloofde dat een hernieuwde appreciatie van de technieken van de boekkunst soelaas zou bieden. Tegelijkertijd stond het blad een zekere democratisering van de bibliofilie voor, onder meer door aandacht te besteden aan goedkopere *beaux livres* en aan populaire vormen van drukwerk en die als legitieme kunstvormen te presenteren. Uit dat bibliofiele programma volgde ook een bepaalde kijk op literaire teksten. Die hadden immers niet alleen een inhoud, maar ook een belangrijke visuele en materiële dimensie, die vaak – volgens de redacteurs ten onrechte – buiten beschouwing werd gelaten in de literaire kritiek. Diezelfde kritiek had doorgaans ook weinig aandacht voor het plastische werk van literatoren. Door uitgebreid stil te staan bij al die zaken, onder andere aan de hand van

⁴⁶ Jean Loize, ‘Emile Zola photographe.’ *AMG* 45, 1935, 31-35 (34, 35).

⁴⁷ Raymond Escholier, ‘L’artiste.’ *AMG* 47, 1935, 5-14 (11).

⁴⁸ *Ibid.* (14)

⁴⁹ Nicole Vedrès, ‘Dessins de littérateurs, écrits de peintres.’ *AMG* 67, 1939, 37-46 (38).

kritische besprekingen van de typografische aspecten van een werk, promootte de redactie een herdefinitie van de literaire tekst als object en een visie op literatoren als artiesten die ook visuele artistieke objecten maakten. De lezer moest (en moet nog steeds) op een andere manier met teksten omgaan: ze dienen niet alleen om te lezen, maar ook om naar te kijken.

•> KRISTOF VAN GANSEN *is doctoraatsstudent aan de KU Leuven. Hij werkt momenteel aan een proefschrift over Arts et Métiers Graphiques onder begeleiding van prof. dr. Jan Baetens.*