LES AVANT-GARDES ET LA MÉTROPOLE

Sonia de Puineuf

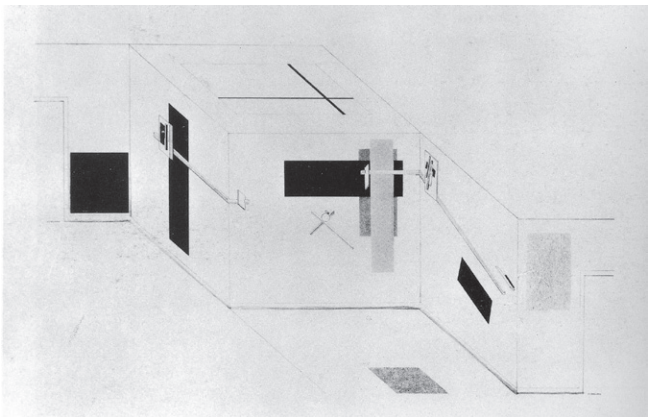
Lorsque l'historien de l'art étudie la période des années 1920 et 1930, en s'intéressant de près aux avant-gardes, il ne peut manquer de constater une confusion permanente entre l'utopie et la réalité, autrement dit entre le projet et la réalisation effective d'une œuvre. Cela est particulièrement vrai dans le domaine de l'architecture où le discours critique développé par l'avant-garde sur le dessin ou la maquette d'architecture tend souvent à occulter le caractère virtuel de l'objet. Ainsi, le *Monument à la IIIe Internationale* de Vladimir Tatline, qui n'a pourtant jamais dépassé le stade de la maquette, est-il vigoureusement comparé par les jeunes Tchèques du groupe avant-gardiste Devětsil à la tour Eiffel[1] ; de même, le projet de Ludwig Mies van der Rohe pour un gratte-ciel sur la Friedrichstrasse à Berlin est-il reproduit dans de nombreuses revues progressistes comme s'il s'agissait d'une construction qui allait être réalisée sous peu. De ce va-et-vient permanent entre l'intention artistique et son accomplissement résulte l'image d'un monde dynamique où le présent et le futur se confondent[2].

1. Dans *Život. Sborník nové krásy*, Prague, Odbor Umělecké Besedy, 1922.
2. Aujourd'hui, cette manière de présenter des travaux d'architecture est privilégiée par de nombreux architectes, dont Jean Nouvel. Dans l'exposition qui lui était consacrée au Centre Pompidou en 2001-2002, les projets lauréats et les projets perdants étaient exposés sans distinction. C'est ainsi que son projet de *Tour sans fin* s'est matérialisé dans l'imaginaire collectif.

Il est particulièrement intéressant d'aborder sous cet angle les « enseignes » des avant-gardes, c'est-à-dire les projets de bâtiments et d'édicules destinés à la sphère commerciale et publique, rêvés ou réalisés par les artistes et les architectes progressistes. Ces constructions ont la particularité de présenter une apparence formelle complexe qui met en jeu, mieux que dans tout autre type d'œuvre, le croisement de plusieurs disciplines artistiques (architecture, peinture, typographie). En outre, émergeant simultanément dans plusieurs villes européennes, elles permettent de localiser sans ambiguïté les points d'ancrage de l'avant-garde entre les deux guerres.

Les enseignes comme expérience artistique pluridisciplinaire

Pour comprendre la genèse de ces kiosques et autres bâtisses, il faut remonter aux espaces Proun d'El Lissitzky, artiste engagé, plus que tout autre, dans la propagation de l'art progressiste russe en Europe centrale et occidentale. Les espaces Proun posent clairement la question fondamentale du rapport entre l'espace (*Raum*) et le tableau/image (*Bild*), celui-ci étant traditionnellement appréhendé comme une surface. L'organisation dynamique de l'espace Proun, qui opère avec des murs peints et des panneaux en relief, permet, selon l'ambition affichée de Lissitzky, d'esquisser la transformation de la peinture en architecture : « Proun est la station de changement de la peinture à l'architecture[3]. »



El Lissitzky, *Projet pour un espace Proun*, 1923

3 El Lissitzky et Hans Arp, *Die Ismen. Les Ismes. The Isms*, Erlenbach/Zurich/Munich/Leipzig, Eugen Rentsch Verlag, 1925, p. XI.

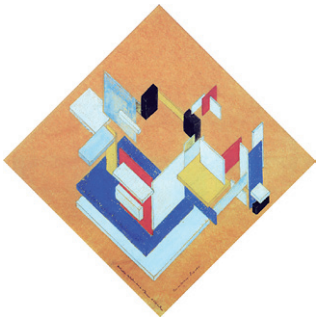
C'est précisément ce lien étroit entre l'image et l'architecture qui caractérise les premiers projets architecturaux de Lajos Kassák, artiste hongrois très tôt informé de l'art de Lissitzky. Kassák présente ses projets sous le terme de « *Bildarchitektur* » (architecture-image) qu'il a lui-même forgé en 1921 en commentant un album graphique de Sándor Bortnyik. Dans ses lithographies, Bortnyik élaborait des compositions de formes abstraites aux coloris très délicats ponctuées de quelques lettres de l'alphabet. Ces formes élémentaires, préfigurations du vocabulaire plastique du constructivisme hongrois, traduisaient l'ambition de « produire quelque chose à partir du néant[4] », de faire apparaître « l'harmonie existant entre l'homme et l'univers[5] ». En 1922, Kassák se mit lui aussi à produire des architectures-images clairement situées dans la lignée de Proun : « Le suprématisme a mis "le dernier point sur la lettre i dans la peinture". Et l'architecture-image tente, avec la force énergique de Proun, ses premiers pas vers une architecture en tant qu'art unique, matériel et spirituel, de construction collective. La force de l'architecture-image, comme de la vie même, est donnée par le mouvement. Toutefois, elle-même représente déjà le résultat du mouvement — la stabilité[6]. » En effet, la plupart des dessins de Kassák sont des compositions stables dont les éléments sont organisés selon les axes horizontal et vertical.

4 Lajos Kassák, dans la préface de Sándor Bortnyik, album *19MA21*, 1921 ; cité in Charles Dautrey et Jean-Claude Guerlain, *L'Activisme hongrois*, Montrouge, Goutal-Darly, 1979, p. 161.
5 Sándor Bortnyik, *Magyar Irás*, 1922 ; cité en français in *idem*.
6 Lajos Kassák, « Bildarchitektur », *Ma*, 1922, VIII, n° 1, non paginé.

Lajos Kassák, *Architecture-image, projet de kiosque*, 1923

La diagonale intervient rarement. Le vocabulaire plastique s'y réduit au cercle, au carré, au rectangle, au triangle et à la ligne droite. Dans certaines images, Kassák introduit aussi des lettres dont la présence se justifie de manière très rationnelle lorsque les compositions s'apparentent à des projets architecturaux. Les lettres forment alors des mots qui s'apparentent à des slogans publicitaires. Il en va ainsi, par exemple, d'une gouache de 1923 intitulée *Architecture-image, projet de kiosque*. Les kiosques de Kassák sont véritablement une tentative d'interpréter l'espace Proun en volume, c'est-à-dire d'imaginer un *extérieur* qui, par l'organisation de ses différents éléments, serait un équivalent des *intérieurs* de Lissitzky. Kassák propose une composition architecturale faite de boîtes — qui s'apparentent à des abris — et de panneaux qui n'ont pas d'autre fonction que d'accueillir la couleur et l'écriture[7]. De l'encastrement complexe de ces deux types de volumes résulte un espace dynamique dans le sens où il ne peut être appréhendé dans sa totalité que si le visiteur en fait le tour complet. L'effet final est à comparer aux dessins de constructions fictives que Lissitzky présente dans son livre *Histoire suprématiste de deux carrés en six constructions*, publié en 1922 à Berlin[8]. En construisant cette boîte éclatée et réorganisée, Kassák se rapproche également de la démarche contemporaine des architectes du groupe De Stijl, dont la revue, il ne faut pas l'oublier, a publié l'intégralité du livre *De deux carrés* en traduction néerlandaise.

7 Cette composition rappelle également une couverture de la revue *Ma* conçue par Henrik Glauber en 1922. L'artiste y joue avec les lettres du titre en les rapprochant d'architectures modernes.
8 El Lissitzky, *De deux carrés*, Berlin, Les Seytes, 1922.



Theo Van Doesburg, *Construction des couleurs dans la quatrième dimension de l'espace-temps*, 1924

Si Kassák choisit de regrouper ses projets sous le terme générique d'architecture-image, c'est bien qu'il s'agit de confronter l'architecture à la peinture ; cette dernière est suggérée par une forte présence de la couleur, ce qui relie directement les kiosques de Kassák aux théories architecturales embryonnaires

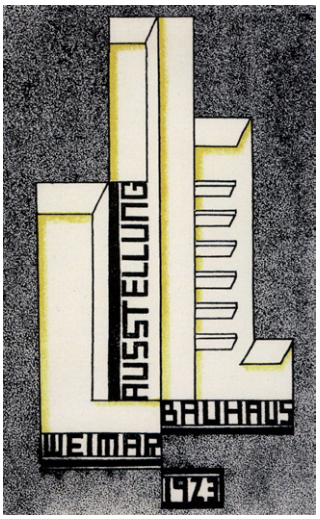
de Theo Van Doesburg[9]. Le choix même des couleurs (les trois primaires complétées par le gris, le noir et le blanc) est largement redevable aux peintures néoplastiques de Piet Mondrian, elles-mêmes à la base de la réflexion du groupe De Stijl sur la couleur dans l'architecture. Ainsi, dans leur manifeste, *Vers une construction collective*, les membres de De Stijl soutiennent : « Nous avons donné la vraie place à la couleur dans l'architecture et nous déclarons que la peinture séparée de la construction architecturale (c'est-à-dire le tableau) n'a aucune raison d'être[10]. » L'insertion de la couleur dans l'architecture participe donc à rendre caduque l'existence, si contestée par les constructivistes, du tableau de chevalet. Les murs deviennent le support privilégié de l'expression plastique, ils sont en même temps l'architecture et l'image ; la couleur devient alors « matériau de construction[11] ». Van Doesburg en donnera une brillante démonstration en 1926-1928 lorsque, en collaboration avec Hans et Sophie Arp, il réalisera le décor du cinéma-dancing L'Aubette à Strasbourg, dont le résultat fut un « espace oblique sur-matériel et pictural[12] ».

9 En 1922, la revue *Ma* publie un numéro spécial dédié à De Stijl dans lequel est également reproduit l'article « L'architecture en tant qu'art synthétique » de Theo Van Doesburg. Voir Krisztina Passuth, « Theo Van Doesburg et le mouvement d'avant-garde hongrois », in Serge Lemoine (dir.), *Theo Van Doesburg*, Paris, Philippe Sers, 1990, p. 165. Concernant les riches échanges entre les artistes hongrois de la revue *Ma* et les artistes néerlandais de De Stijl, voir aussi *Avant-Garde hongroise 1915-1925*, Bruxelles, BBL & Brepols Publishers, 1999.

10 Theo Van Doesburg, Cornelius Van Eesteren et Gerrit Rietveld, *Vers une construction collective*, tract distribué à l'exposition « L'Architecture et les arts qui s'y rattachent », Paris, École spéciale d'architecture, 1924.

11 Theo Van Doesburg, cité par Yve-Alain Bois, « "L'idée" De Stijl », in *De Stijl et l'architecture en France*, Liège, Mardaga, 1985.

12 Theo Van Doesburg cité par Sergio Polano, « Theo Van Doesburg, théoricien de l'architecture comme synthèse des arts », in Serge Lemoine (dir.), *Theo Van Doesburg*, *op. cit.*, p. 131.



à gauche : Farkas Molnár, carte postale pour l'exposition du Bauhaus, Weimar *(Bauhausausstellung)*, 1923
à droite : Theo Van Doesburg, projet d'alphabet, 1919

L'apparence formelle des lettres apparaissant sur les façades des projets de Kassák est elle aussi héritée de l'enseignement de Van Doesburg. Les architectures-images peuvent être rapprochées d'une carte postale contemporaine conçue par Farkas Molnár à l'occasion de l'exposition du Bauhaus de Weimar, où Molnár était alors étudiant. La typographie bien particulière utilisée par les deux artistes est celle que Theo Van Doesburg préconisait en 1921 lors de ses conférences subversives de Weimar : l'idée était de dessiner des lettres selon une grille orthogonale ne reconnaissant que les lignes horizontales et verticales, conformément aux tableaux de Mondrian. Ce choix formel strict, qui sera critiqué dès 1923 par László Moholy-Nagy[13], représente le premier effort des avant-gardes

13 László Moholy-Nagy, « Die neue Typographie », in *Staatliches Bauhaus in Weimar 1919-1923*, Weimar/Munich, Bauhausverlag, 1923, p. 141.

pour redéfinir, en simplifiant et en épurant la ligne constitutive des caractères alphabétiques, les lois de la typographie moderne. La police imaginée par Van Doesburg est exclusivement composée de lettres majuscules. Elle tend à un haut degré d'abstraction et souffre, de ce fait, d'un manque de lisibilité. Sa rigidité constructive aboutit, pour certaines lettres, à un résultat peu harmonieux : par exemple, le B et le R affichent un réel problème de proportion et d'équilibre tandis que le D, le O et le S perdent leurs courbes caractéristiques[14]. Malgré ces imperfections, on peut se demander dans quelle mesure l'apparition de cette écriture dans les projets architecturaux progressistes a conditionné la typographie des futures enseignes avant-gardistes.

On connaît le combat de la Nouvelle Typographie pour une écriture universelle[15], que les artistes cherchent à définir à partir des formes minuscules des lettres de l'alphabet latin. Tributaire de la rapidité de la lecture, le nouvel imprimé de l'ère de la communication doit offrir une lisibilité maximale. Il s'agit aussi, grâce à la minuscule, de remettre en cause les règles orthographiques arbitraires ayant provoqué un éloignement entre l'écriture et la langue parlée[16]. Toutefois, si l'on observe les mots affichés sur les façades des édifices conçus par cette même avant-garde internationale, on ne peut qu'être frappé par la présence quasi permanente de majuscules. L'exemple le plus intrigant est le bâtiment du Bauhaus de Dessau, construit par Walter Gropius en 1925-1926. À cette date, la réflexion sur l'écriture universelle est déjà bien avancée : Herbert Bayer, professeur au Bauhaus, travaille de manière intense sur le sujet. Pourtant, l'enseigne de l'école n'en porte que peu de marques. Certes, la typographie choisie est une linéale souple qui correspond à l'idéal de la Grotesk des années 1920 en même temps qu'elle s'éloigne de la rigidité formelle doesburgienne. Mais il s'agit malgré tout de majuscules, qui sont au même moment critiquées avec virulence au sein même de l'école[17].

Walter Gropius, bâtiment du Bauhaus, Dessau, 1925

Loin d'être un paradoxe, ce choix délibéré permet de distinguer le support mural propre

14 À l'occasion de son travail sur L'Aubette, Van Doesburg conçoit une table d'orientation utilisant cet alphabet. Il en améliorera alors les lettres « problématiques ».

15 Voir à ce propos notre article « Au commencement était l'alphabet. L'avant-garde internationale en quête de la langue universelle, 1909-1939 », *Cahiers du MNAM* (Paris), n° 102, hiver 2007-2008, p. 36-63.

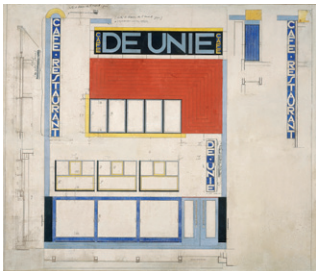
16 Rappelons que, dans l'écriture allemande, la première lettre de tous les substantifs se compose en capitale.

17 Gropius exprimait quelques réserves au sujet du programme radical de refonte de l'alphabet et de l'écriture : « L'élimination des capitales [initiée par] des férus des normes [...] ne doit pas être prise au sérieux », écrivait-il le 10 juillet 1926 dans *Papierzeitung*. Cité par Ute Brüning, « Herbert Bayer », in Jeannine Fiedler et Peter Feierbend (dir.), *Bauhaus*, Cologne, Könemann, 2000, p. 336.

à l'architecture de celui, en papier, spécifique au livre. Au cours des siècles, l'architecture a entretenu un rapport évident avec l'écriture, comme en témoignent les inscriptions gravées dans la pierre depuis l'Antiquité. Les maximes célébrant le pouvoir impérial ou religieux ou rappelant les principes éthiques de la société apparaissent en majuscules sur les murs ou les frontons des arcs de triomphe romains, des églises chrétiennes et des édifices publics. Véritable tradition, l'utilisation des capitales en architecture a pour pendant celle des bas de casse sur des supports mobiles, parchemin et, plus tard, papier[18].

18 Les caractères minuscules apparaissent dans les premiers livres enluminés insulaires (en Irlande et Écosse) avant même que Charlemagne généralise la minuscule carolingienne.

Les enseignes avant-gardistes s'inscrivent dans cette tradition, qui instaure un rapport de lecture différent de celui qui s'établit avec le livre. En effet, dans le cas de l'architecture, le défi du typographe ne consiste pas à optimiser la rapidité de la lecture pour transmettre le maximum d'information en un minimum de temps mais à attirer l'œil du passant et à le faire s'arrêter sur un « mot-choc » isolé. L'enseigne appelle à un temps de pause et à un questionnement qui lui est inhérent. Dans une rue animée, une façade de taille modeste, même coincée entre deux bâtiments imposants, attirera inévitablement le regard si une inscription visible la domine. Ainsi, la façade du café De Unie, construit par l'architecte Jacobus Johannes Pieter Oud à Rotterdam en 1925, compte-t-elle avec l'effet spectaculaire de lettres intégrées dans une composition abstraite colorée. Ces majuscules, qui se sont déjà libérées des contraintes de l'alphabet doesburgien, nomment clairement l'édifice, CAFE RESTAURANT DE UNIE, qui « constitue bien la première architecture néoplastique réalisée dans la ville[19] ». La disposition des mots de l'enseigne reprend les lignes de structure fondamentales du bâtiment moderne : l'horizontale et la verticale. Entre ces deux axes de lecture, le premier (suivant lequel s'organise, en haut de la façade, le nom DE UNIE) est plus commun car il minimalise l'effort de l'œil habitué à ce type de mouvement. De plus, sa direction correspond au déplacement du passant qui longe la façade lors de sa balade urbaine, à pied ou en véhicule. Par opposition, l'axe vertical (avec notamment l'inscription CAFE RESTAURANT) demande un arrêt du corps, un mouvement de la tête et un effort du regard. Il provoque ainsi un face-à-face avec le bâtiment d'Oud et, implicitement, une contemplation de l'architecture.

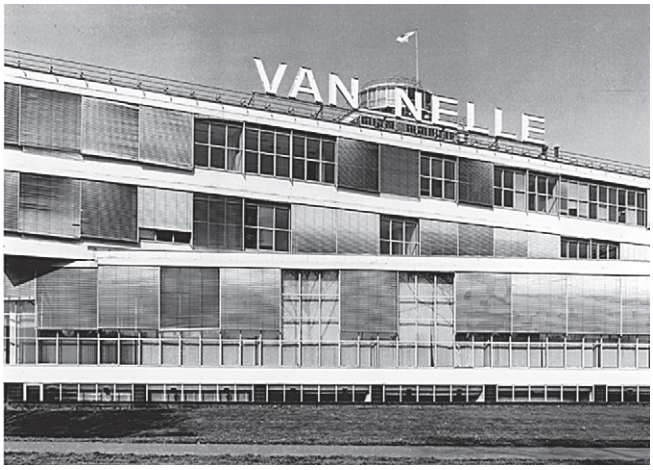


J.J.P. Oud, projet de façade pour le café De Unie, Rotterdam, 1925

19 Serge Lemoine, « Mondrian et De Stijl », in *Les Avant-Gardes*, Paris, Hazan, 1991, p. 81.

En 1925 toujours, à la périphérie de la ville de Rotterdam, deux autres architectes néerlandais, Johannes

Andreas Brinkman et Leendert Cornelis van der Vlugt, construisent la remarquable usine Van Nelle, en béton, acier et verre, qui devient rapidement l'« exemple triomphal du Nieuwe Bouwen[20] », c'est-à-dire du fonctionnalisme néerlandais. La grande façade conçue comme un mur-rideau est surmontée de l'enseigne de l'usine que le promeneur découvre en longeant un canal de la Schie. Dans ce cas, l'architecture se déploie horizontalement dans le paysage péri-urbain et c'est ce déploiement que l'inscription VAN NELLE souligne ou, plus exactement, « surligne ». La typographie épurée de l'enseigne fait écho à la clarté architecturale du bâtiment : la nuit, elle se détache en lumière colorée et couronne le rectangle lumineux de la façade en verre, contribuant ainsi à matérialiser l'architecture dans l'obscurité.



Johannes Andreas Brinkman et Leendert Cornelis van der Vlugt, usine Van Nelle, Rotterdam, 1925

Les enseignes comme expérience politique plurinationale

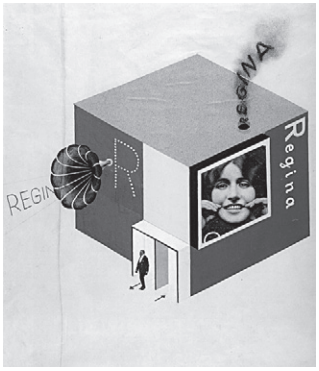
Nombreuses sont les enseignes des avant-gardes qui jouent de manière subtile avec ce double axe d'écriture sur les façades. Ainsi en est-il du bâtiment commercial Olympic conçu à Prague par Jaromír Krejcar. Dès le stade du projet (1923), les mots sont distribués sur les murs de différentes manières, en fonction de l'effet souhaité. Comme dans le cas du café De Unie, le nom OLYMPIC apparaît dans les deux sens : horizontalement, au-dessus de la porte, afin d'interpeller celui qui entre, et verticalement, sous forme d'éléments détachés de la façade,

Jaromír Krejcar, projet pour le bâtiment Olympic, Prague, 1923

20 Hans van Dijk, *Twentieth-Century Architecture in the Netherlands*, Rotterdam, 010 Publishers, p. 68.

afin que celui qui approche le bâtiment latéralement puisse le voir et le *lire* de loin. Dans un premier temps, ce projet de façade a été « refusé par la commission d'urbanisme et l'auteur a été contraint de dessiner une sorte de façade ornementale pour obtenir l'autorisation de construire[21] », tant son projet était novateur dans le contexte pragois.

Les enseignes des avant-gardes sont également un moyen de repenser l'architecture commerciale et d'exploiter ses possibilités publicitaires. À cet égard, l'un des exemples les plus étonnants est le projet d'un stand d'exposition multimédia conçu par Herbert Bayer en 1924. L'édicule, qui n'est pas sans lien avec les projets architecturaux des élèves du Bauhaus (dont Farkas Molnár), puise évidemment, pour ce qui est du choix des couleurs, dans le vocabulaire néoplasticien[22]. Mais il affiche plus d'originalité quant au traitement du « mot-choc » ; « Regina » apparaît en effet sous de multiples formes : une inscription murale verticale, un grand R lumineux, une annonce sonore diffusée par un haut-parleur et même — dispositif quelque peu loufoque — une « fumée de lettres ». Un grand écran accroché sur l'une des façades accompagne l'ensemble — sur lequel était vraisemblablement projeté un film publicitaire. Ce projet, comme tant d'autres, témoigne du rapport enthousiaste que les artistes progressistes entretenaient avec l'univers publicitaire[23]. Dès leurs premiers voyages à Paris, les futuristes italiens sont fascinés par les lettres lumineuses des publicités géantes[24]. Ils décèlent en elles le souffle du progrès et se reconnaissent littéralement en elles, ainsi que le démontrent les lettres de Giacomo Balla[25]. La « modernolâtrie » futuriste se répand en Europe et l'engouement pour la publicité lumineuse touche de nombreux artistes parmi ceux qui adhéreront, dans les années 1920, au constructivisme international. Ainsi, dans le fameux scénario *Dynamique de la grande ville*[26] de László Moholy-Nagy (le film ne sera jamais réalisé), l'artiste hongrois imaginait son nom, MOHOLY, défiler en lettres lumineuses sur le sommet d'un gratte-ciel. Comment interpréter cette proposition autrement que comme un désir intense de communication dont Moholy-Nagy faisait l'un des leitmotive de sa création ?



Herbert Bayer, projet pour un stand d'exposition multimédia, 1924

21 Karel Teige, *Práce Jaromíra Krejcara*, Prague, Václav Petř, 1933, p. 167. *Bauhaus*, *op. cit.*, p. 335

22 Herbert associait étroitement la peinture murale à la publicité : « Dans plusieurs constructions publicitaires, il associa l'expérience acquise pendant ses études de peinture murale avec ses connaissances en publicité. Trouvant logique de combiner ces deux disciplines, il les fit inscrire dans le cursus quand il devint jeune maître. » Ute Brüning, « Herbert Bayer », in Jeannine Fiedler et Peter Feierbend (dir.), *Bauhaus*, *op. cit.*, p. 335

23 Voir, par exemple, l'article de Karel Teige, « Umění dnes a zítra », in *Devětsil. Revoluční sborník*, Prague, 1922, p. 202.

24 Ardengo Soffici, *Primi Principi de una estetica futurista*, Florence, Vallecchi editore, 1920 ; repris in Maria Drudi Cambillo, Teresa Fiori, *Archivi del futurismo*, Rome, de Luca editore, 1958, p. 587.

25 Lettre de Giacomo Balla à Elisa Marcucci publiée en français in Giovanni Lista, *Balla*, Modène, 1982, p. 20.

26 László Moholy-Nagy, « Dynamik der Gross-Stadt », repris in *Malerei, Fotografie, Film*, Munich, Albert Langen Verlag, 1925, p. 121.

Ce dernier exemple doit toutefois être rattaché au contexte historique particulier de l'émergence du Grand Berlin (« *Gross-Berlin* ») dans les années 1920. La capitale allemande, qui aspire à devenir une véritable métropole (« *Gross-Stadt* »), accorde à la réclame un rôle structurant de première importance. Ainsi, la ville se couvre d'affiches et d'enseignes lumineuses sur la quasi-totalité de son territoire, sans que la réglementation puisse (ou veuille) véritablement freiner cet élan publicitaire dans lequel la typographie trouve un terrain d'expression privilégié. À la différence de Paris, capitale du XIX[e] siècle (pour reprendre les termes de Walter Benjamin), Berlin est une ville sans passé architectural glorieux, sans homogénéité stylistique, ce qui encourage la construction de bâtiments modernes parmi lesquels les grands magasins ou les cinémas. Ces deux types d'édifices sont alors envisagés par les architectes berlinois (et plus largement allemands) comme particulièrement propices à l'installation d'enseignes typographiques. Ainsi, l'œuvre d'un Erich Mendelsohn[27], par exemple (mais on pourrait également citer les frères Luckhardt, notamment), est fortement marquée par cette philosophie de la surface[28], ses bâtiments étant conçus de manière à recevoir des enseignes commerciales ou publicitaire typographiées. À la fin des années 1920, Hugo Häring en vient même à suggérer l'idée que la publicité lumineuse qui orne les façades lisses des nouveaux édifices rend caduque l'architecture qui la supporte : il parle alors de la « dissolution de la ville et de son architecture », autrement dit, de la déconstruction de l'espace urbain « architecturé ». En regardant de près les propositions d'environnements publicitaires du Bauhaus (sortes de membranes lumineuses avec des lettres), il semble que cette ville architecturée

27 La première commande que Mendelsohn reçoit après l'inflation de 1923 est la reconstruction de la façade du magasin Herpich en 1924. L'intervention de l'architecte se limite ici à la redéfinition de la *surface* du bâtiment : il n'y a donc pas d'acte architectural conséquent et, en ce sens, cette intervention peut être rapprochée des projets d'enseignes des avant-gardes. Mendelsohn conçoit ensuite des grands magasins à Berlin ou à Stuttgart ainsi que le cinéma Universum, pourvu d'une tour publicitaire.

28 Il semblerait d'ailleurs que l'attention portée à la surface soit un phénomène propre à la culture visuelle urbaine de la République de Weimar, comme l'a démontré Janet Ward dans *Weimar Surfaces. Urban Visual Culture in 1920s Germany*, Los Angeles, University of California Press, 2001.

Oscar Nitzchké, projet utopique pour une Maison de la publicité, 1935-1936 → p. 77

classique tende à disparaître au profit d'une ville typographiée insolite. Si le contexte architectural parisien est moins propice à l'expérimentation typographique, on peut toutefois trouver quelques exemples instructifs qui montrent que l'engouement pour l'enseigne aurait pu s'y déployer de la même manière qu'à Berlin si la réglementation en vigueur n'avait pas freiné l'élan des artistes : citons l'installation éphémère de la publicité Citroën sur la tour Eiffel (par Fernand Jacopozzi en 1925) ou les enseignes du théâtre Pigalle (façade lumineuse conçue par l'affichiste Jean Carlu en 1929) ou du cinéma Le Rex, dont l'architecture est typiquement Art déco (1932). La même influence est perceptible dans le projet de la Maison de la publicité (1935-1936) d'Oscar Nitzchké, un élève d'Auguste Perret.

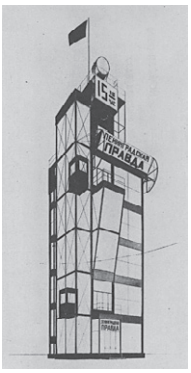
L'univers urbain était donc perçu par les artistes progressistes comme un espace saturé d'information écrite qui rimait, dans leurs esprits, avec la modernité[29]. Ainsi, les édicules avant-gardistes sur lesquels étaient apposées des enseignes typographiques étaient-ils souvent dédiés aux biens de consommation modernes : on pense au projet de kiosque à journaux de Bayer mais aussi à un dessin de garage de Mieczyslaw Szczuka.

29 Ce sentiment découlait du fait que seules les façades modernes étaient, à l'unanimité, considérées comme propices à recevoir des enseignes typographiques. Autrement dit, la présence de l'écriture supposait une architecture moderne.

Les enseignes des avant-gardes à caractère publicitaire et commercial sont donc à considérer comme des architectures fondamentalement urbaines. Leur insertion dans la *polis* vise la reconnaissance publique d'un art dont elles se veulent les ambassadrices. En effet, au-delà du bien vanté par les logos et les inscriptions, elles veulent aussi « vendre » l'esthétique moderne défendue par leurs créateurs. Il s'agit de provoquer la rencontre avec le citoyen dans l'univers qui lui est familier et de contaminer cet univers par une multitude de petits objets architecturaux de forme nouvelle, elle-même se référant à l'art d'un esprit nouveau. Dans l'idéal, il s'agit de faire adhérer le consommateur moderne à cet art derrière lequel se cache tout un programme social. De ce fait, les enseignes remplissent également une fonction politique de première importance et elles peuvent être perçues comme des points de signalisation du territoire conquis par l'esprit progressiste.

À ce propos, il est intéressant de relever l'élan vertical du bâti dans un nombre considérable de projets architecturaux soviétiques intégrant la typographie[30]. Cette dynamique particulière est intimement liée au désir de triomphe idéologique qui accompagne ces projets. L'immeuble des frères Vesnine pour le quotidien *Pravda* (1923), de type gratte-ciel, devait être surmonté d'un drapeau, de même que le pavillon de l'URSS de Konstantin

30 Le dynamisme vertical est peu exploité par les architectes de la tendance fonctionnaliste. Lorsque Henry Russell Hitchcock et Philip Johnson organisent l'exposition « Modern Architecture : International Exhibition » au musée d'Art moderne de New York en 1932, ils retiennent l'horizontalité parmi les principes stylistiques de l'architecture moderne.



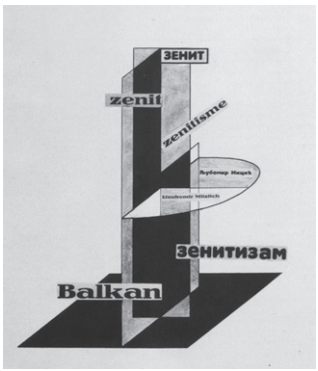
Frères Vesnine, projet pour l'immeuble du quotidien *Pravda*, 1923

Melnikov, construit à l'occasion de l'Exposition des arts décoratifs et industriels modernes à Paris en 1925. Dans ce dernier, la structure de la tour est fortement inspirée du projet de tribune pour Lénine que Lissitzky élabore entre 1920 et 1924 à partir des travaux de ses étudiants de Vitebsk. La diagonale emphatique constructiviste a simplement cédé la place à une verticale assagie, moins utopique et plus sereine, qui fait penser aux poteaux électriques, symboles du monde nouveau. La tour qui signale de loin l'édifice devient évidemment un support idéal d'écriture.

Jo Klek, projet pour un kiosque à journaux, 1923 → p. 78

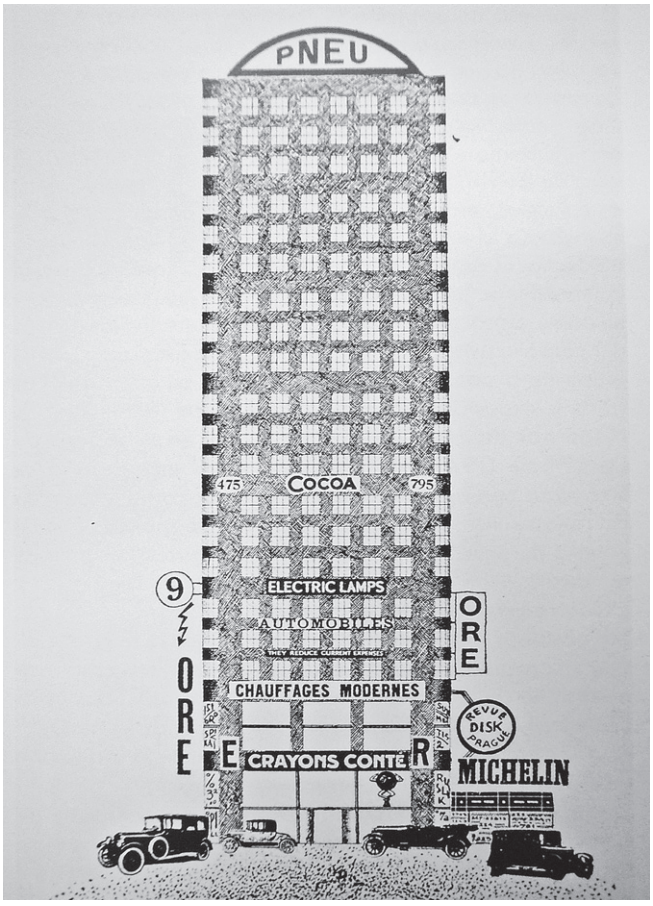
Dans d'autres projets, cette tour revêt les allures d'une superstructure au-dessus du bâtiment à proprement parler ; le dessin de Jo Klek pour un kiosque à journaux en est le meilleur exemple. Sur un sol en damier, le kiosque lui-même, une simple boîte blanche, est environné d'un ensemble de panneaux surdimensionnés sur lesquels prennent place diverses inscriptions colorées, tournées dans différentes directions. Sur l'un de ces panneaux, le nom de l'artiste apparaît à côté du mot « *Reklam* ». Klek veut-il simplement « signer » son œuvre ou cherche-t-il aussi à faire sa propre publicité ? Un autre projet du même artiste joue plus explicitement sur le registre de la propagande. Proche de Ljubomir Micić, Klek est l'un des rares défenseurs du zénitisme, un art engagé, fortement inspiré par le modèle futuriste et exaltant la force des « Barbares de la civilisation[31] » en provenance des Balkans. « Zénith, zénitisme, zenitizam », « Lioubomir Mitzitch » : telles sont les inscriptions que l'on peut lire sur le collage, qui semble proposer une construction verticale de modeste épaisseur. S'il s'agit d'un éventuel projet architectural, il sert alors à affirmer la ténacité du mouvement zénitiste dans l'espace géopolitique complexe des années 1920.

31 Ljubomir Micić, « Manifest an die Barbaren des Geistes und Denkers auf allen Kontinenten », Belgrade, 25 octobre 1925, cité en allemand in *Manifeste und Proklamationen der europäischen Avantgarde (1909-1938)*, traduction et présentation par Wolfgang Asholt et Walter Fahnders, Stuttgart/Weimar, J. B. Metzler, 1995, p. 358.



Jo Klek, *Zénith, zénitisme, zenitizam*

Où exactement cet édifice (ou plutôt ce monument) serait-il construit ? Existerait-il en un seul exemplaire ? Pourquoi l'artiste choisit-il d'utiliser deux types d'alphabet — latin et cyrillique ? Veut-il implicitement insister sur la capacité d'expansion du zénitisme à travers l'Europe ? D'ailleurs, n'en est-il pas de même de tous les projets d'enseignes proposant des inscriptions en plusieurs langues (« *Zeitung* »/« Journal ») ? Certes, le projet de Klek semble d'emblée plus agressif que tout autre car il n'affiche que trop clairement son but : cette éloquence le rapproche plus du pavillon de Melnikov que des kiosques à journaux « inoffensifs » de Kassák et de Bayer. Le plus souvent, les allusions à un mouvement ou à un groupe sont plus discrètes et presque noyées dans une masse d'inscriptions ; dans un projet de gratte-ciel de l'architecte et poète tchèque Vít Obrtel, on peut ainsi déceler un panneau circulaire signalant la revue *DISK* parmi une multitude d'enseignes commerciales françaises (Michelin, Crayons Conté, etc.). L'intention d'Obrtel est de suggérer la présence du groupe Devětsil, éditeur de la revue, dans l'univers de la cité et de le hisser au rang des acteurs de la vie moderne. Le caractère polyglotte des inscriptions traduit fondamentalement le rêve d'une société urbaine cosmopolite, paradigme d'un monde idéal où les frontières politiques entre les peuples disparaîtraient.



Vít Obrtel, projet d'immeuble, vers 1924

Si la plupart de ces enseignes restent au stade de projet, leur efficacité ne s'en trouve pas pour autant amoindrie. Les multiples revues avant-gardistes se chargent d'assurer leur omniprésence sur le territoire européen. Il s'avère que l'information a même très bien circulé : *a posteriori*, il est en effet possible de deviner les modèles multiples, de repérer les influences mutuelles, de dresser enfin une image idéale de l'enseigne qui résume toutes les aspirations

des avant-gardes ; celle-ci s'apparente à un véritable système sémantique qui se construit à travers l'expérience collective du milieu artistique progressiste. Dans leur rôle hautement symbolique, les enseignes contrebalancent l'ensemble des édifices d'habitation autour desquels l'avant-garde développe une activité théorique très importante (réflexions sur les contraintes de l'organisation de l'espace vital, sur la surface minimale ou les lieux d'implantation idéaux des nouveaux *Siedlungen*, etc.). Si, *a contrario*, il n'existe pas de corpus théorique comparable concernant les édifices destinés à la sphère commerciale et publique, cela peut s'expliquer par le fait que ces constructions pourvues d'écritures parlent d'elles-mêmes. Par ailleurs, elles sont commentées par divers observateurs dans de multiples revues d'architecture, d'urbanisme et de la création moderne en général[32].

Ces projets architecturaux, rêvés ou réalisés par l'avant-garde internationale, sont de véritables « enseignes », dans la triple acception du terme[33]. Ce sont le plus souvent des édicules ou des édifices complétés par des panneaux, emblèmes ou inscriptions à caractère informatif ou commercial. Mais ce sont aussi, selon la signification première du mot, des « marques », des « indices », des « preuves » de l'existence et de la présence d'un mouvement artistique international qui se reconnaît dans et par une esthétique moderne. Ce sont, enfin, pour reprendre le vocabulaire militaire par lequel ce milieu progressiste n'est pas effrayé, des « symboles de commandement servant de signe de ralliement pour les troupes ». Les enseignes disséminées, *réellement* ou *virtuellement*, sur le territoire entier de l'Europe des années 1920 tendent à redéfinir la géopolitique du vieux continent. Elles démontrent avec pertinence que, dans l'espace idéal des avant-gardes, il n'existe ni frontières séparatives, ni centres ou périphéries, mais plutôt un réseau dynamique de métropoles conquises. Le caractère formel complexe de ces enseignes s'explique justement par leur fonction symbolique inhérente. Derrière chaque ligne, chaque angle, chaque couleur ou chaque lettre se devine la référence à un concept artistique et politique compris par celui qui se bat pour une société et un monde nouveaux.

32 Notamment en Allemagne dans les revues *Stadtbaukunst*, *Farbige Stadt*, *Die Form*, *Bauhaus*…

33 Selon *Le Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, rédaction dirigée par Alain Rey et Josette Rey-Debove, Paris, Le Robert, 1992, p. 651.