Philipp Oswalt, The Bauhaus Brand 1919–2019: The Victory of Iconic Form over Use

Thibaut de Ruyter

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/61988>

DOI : 10.4000/critiquedart.61988

ISSN : 2265-9404

Éditeur

Groupement d'intérêt scientifique (GIS) Archives de la critique d'art

Référence électronique

Thibaut de Ruyter, « Philipp Oswalt, The Bauhaus Brand 1919–2019: The Victory of Iconic Form over Use », *Critique d'art* [En ligne], Toutes les notes de lecture en ligne, mis en ligne le 04 juin 2021, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/61988> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/critiquedart.61988>

Ce document a été généré automatiquement le 25 septembre 2020.

EN

Philipp Oswalt, The Bauhaus Brand 1919–2019: The Victory of Iconic Form over Use

Thibaut de Ruyter

- 1 L'année 2019 a été culturellement marquée par le centenaire du Bauhaus et jalonnée par nombre d'expositions, conférences, films documentaires ou de fictions et livres en tous genres consacrés à ce sujet. Ce fut, il faut le reconnaître, une année riche de découvertes ou de mises à jour (le rôle des femmes dans l'institution fut largement discuté), mais, dans d'autres cas, il s'agissait d'une simple opération de *marketing* ayant pour but de vendre des objets ou de générer du tourisme. Dans ce capharnaüm, le livre de Philip Oswalt *The Bauhaus Brand 1919-2019, The Victory of Iconic Form over Use* est – et restera – une contribution majeure. L'auteur a choisi d'étudier la façon dont, dès les premières heures de l'école, Walter Gropius a travaillé à une « marque » bauhaus. Cela passe évidemment par un logo, un journal et le graphisme du papier à en-tête, mais aussi par l'étiquetage des productions des ateliers ou, clairement, l'architecture manifeste et iconique du bâtiment de l'école à Dessau. Mais le génie de Philipp Oswalt consiste à relever dans son approche toutes les formes de la postérité de cette marque, et associe de fait une histoire et son actualité. Qu'il s'agisse d'un timbre en République démocratique allemande, des lampes de Wilhelm Wagenfeld copiées par dizaine de milliers en Chine, de produits dérivés plus ou moins officiels (T-shirts, tapis de souris, crayons à papier, étuis de smartphone, etc.), d'un discours d'Angela Merkel ou de l'invention d'un style architectural « bauhaus » par les promoteurs immobiliers en mal d'inspiration, tout est passé en revue par l'auteur. On sourit beaucoup à la lecture des 300 pages du livre, on est choqué par l'exploitation sans fin de l'imagerie moderne, on imagine que Walter Gropius se retourne plusieurs fois dans sa tombe. Surtout, on reste sans voix devant l'exhaustivité des recherches de l'auteur et les « preuves par l'image » qu'il déroule au fil des pages. Philip Oswalt a réussi à répondre à la question : « qu'en est-il du Bauhaus aujourd'hui ? » sans tomber dans la révérence ou la fascination béate. Il met en place une histoire de l'art, des idées et des objets, qui couvre un siècle entier

pour nous faire comprendre que si le Bauhaus semble être aujourd'hui un peu partout il n'est, en réalité, nulle part.