



PARLIAMO DI... Montagna

Un numero dedicato alla montagna può sembrare una scelta banale e al tempo stesso difficile: come arricchire con qualcosa di nuovo un argomento in apparenza trattato in tutte le declinazioni possibili? Il tema, tuttavia, è di costante attualità. Lo dimostrano manifestazioni recenti: le mostre *Alpine Air* in Giappone e *hoch hinaus* presso il Kunstmuseum di Thun nel 2005; *In den Alpen*, presso il Kunsthaus di Zurigo nel 2007 e *Enigma Helvetia*, aperta fino al 17 agosto 2008 al Museo cantonale d'arte e al Museo d'arte moderna di Lugano; oppure il convegno dal titolo *Über die Grenze. Vermessung einer Kulturlandschaft*, organizzato lo scorso ottobre a Bregenz dall'Associazione svizzera degli storici e delle storiche dell'arte con i colleghi austriaci e che fra i punti centrali annoverava proprio lo spazio alpino. La montagna, dunque, rimane un *trademark* della Svizzera e la Svizzera non smette di interrogarsi su questa problematica da molteplici punti di vista: tecnologia, scienza, turismo, cultura, emozione.

L'idea da cui ha preso le mosse questo fascicolo verteva su un'indagine del concetto di montagna come *topos*, stato mentale, caratteristica culturale. L'approccio si è poi ampliato, incentrandosi sulla produzione di *immagini* della montagna, sul rapporto con esse e sull'impatto multiforme che queste esercitano sulla creazione artistica elvetica moderna e contemporanea.

Nell'affrontare la questione sono emersi due aspetti interessanti. Innanzitutto, per la Svizzera "montagna" è sinonimo di Alpi: accostarsi alla montagna, anche come entità metafisica, sembra essere possibile solo attraverso lo specifico paesaggio alpino. In secondo luogo, ogni ricerca deve confrontarsi con il *mito* delle Alpi. Fra la diligenza di Rudolf Koller, immortalata nel dipinto *Posta del Gottardo* (1873), e Alptransit corre un mondo, ma il mito alpino, consolidatosi sul finire del XVIII secolo anche grazie alla pittura di Caspar Wolf, passa per trasformazioni che non ne minano la persistenza: all'idea di luogo idilliaco, senza tempo e contrapposto a un'urbanizzazione minacciosa, si sovrappongono e si susseguono interesse scientifico e sfruttamento turistico come sfida alla (e della) modernità; al paesaggio alpino quale fondamento identitario e protettivo, difesa fisica e spirituale del Paese negli anni '30 e '40, fa seguito la de-costruzione del mito a partire dagli anni '60. E poi giù giù fino allo slogan del movimento giovanile degli

anni '80, ripreso dal Kunsthaus di Zurigo come titolo per una mostra nel 1998: *Nieder mit den Alpen! Freie Sicht aufs Mittelmeer!* Il recupero del mito in forma di riflessione su di esso negli anni '90 si iscrive pure in una tendenza all'analisi dei mezzi artistici come tali e si lega al loro riposizionarsi nel progressivo emergere di nuovi *media*.

È in questo contesto che si colloca il presente numero, che considera la problematica della montagna, della sua immagine e del suo immaginario in modo trasversale. I contributi coprono un periodo che va dalla fine del XIX secolo all'epoca attuale e la tematizzano in ambiti differenti: c'è la montagna trascendente in certo modo autobiografica di Ferdinand Hodler, e c'è l'evocazione coeva, trasmessa dalla fotografia e non priva di stereotipi, di una montagna incontaminata, evocazione che segna profondamente l'immaginario collettivo; a un nuovo approccio architettonico, che si misura con standardizzazione e monotonia cercando altri modi di interagire con il paesaggio, fa eco l'influsso poliedrico della società del commercio e della pubblicità, che fra kitsch, luogo comune ed effetto sviluppa l'immagine della montagna in un discorso di marketing e la pone al centro di studi innovativi nel campo del design. La montagna, ormai, diventa esperienza virtuale nella visione digitale di artisti il cui lavoro, improntato alle tecnologie più avanzate, si schiude a scenari inattesi.

Il numero si basa in parte su ricchi materiali inediti e su ricerche nuove, e completa idealmente il fascicolo *2000 metri sopra il mare* (1999.3), imperniato in particolare sullo sfruttamento tecnologico e turistico della montagna. Con i loro contenuti, e con le relative riflessioni, queste pagine vogliono essere stimolo a esplorare ulteriormente e da varie angolazioni un territorio inesauribile, che continuerà a costituire una trama fondamentale nel tessuto identitario, culturale e artistico della Svizzera.

Un breve accenno, infine, alla rubrica "Visto da vicino", che presenta il Lido di Lugano: dopo tante "scalate", il lettore si sentirà forse rinfrescato – e rinfrescato – da un testo, per così dire, balneare.

Paola Tedeschi-Pellanda

À PROPOS DE... La montagne

Dédier un numéro à la montagne peut paraître un choix banal. C'est en même temps une tâche difficile: comment apporter un regard nouveau sur un sujet qui a apparemment été traité sous tous les angles? Et pourtant, ce thème est toujours d'actualité, ainsi que le démontrent de récentes expositions: *Alpine Air* (Japon) et *hoch hinaus* au Musée des beaux-arts de Thoun en 2005; *In den Alpen* au Kunsthaus de Zurich en 2007, et *Enigma Helvetia* au Musée cantonal des beaux-arts et au Musée d'art moderne de Lugano ouverte jusqu'au 17 août 2008; ou encore le congrès organisé en octobre dernier à Bregenz par l'Association suisse des historiennes et historiens de l'art, en collaboration avec leurs homologues autrichiens, *Über die Grenze. Vermessung einer Kulturlandschaft*, qui, entre autres sujets, évoquait l'espace alpin. Pour la Suisse, la montagne reste donc un label toujours porteur, et elle ne cesse de l'étudier sous ses multiples aspects: technologique, scientifique, touristique, culturel et émotionnel.

L'idée de ce numéro est partie d'une enquête sur le concept de montagne en tant que topos, état d'esprit, caractéristique culturelle. Cette approche s'est ensuite élargie, pour se concentrer sur la production d'*images* de la montagne, sur notre rapport avec elles et sur leur impact multiforme sur la création artistique suisse moderne et contemporaine.

Deux aspects intéressants en ont émergé. Premièrement, pour les Suisses, la montagne est synonyme des Alpes: aborder le sujet, y compris comme entité métaphysique, ne semble être possible qu'à travers ce paysage spécifique. Deuxièmement, toute recherche passe obligatoirement par le *mythe* des Alpes. Entre la diligence d'un Rudolf Koller, immortalisée dans *La Poste du Gothard* (1873), et le projet «Alptransit», il y a tout un monde, mais le mythe alpin, qui s'est renforcé vers la fin du XVIII^e siècle dans la peinture de Caspar Wolf notamment, subsiste, même s'il a subi de nombreuses mutations. A l'idée d'un lieu idyllique, hors du temps, menacé par l'urbanisation, se superposent et se succèdent l'intérêt scientifique et l'exploitation touristique, véritables défis de l'époque moderne. Si, au cours de la dernière guerre, le paysage alpin constitue un fondement identitaire et protecteur, défense à la fois physique et spirituelle du pays, on assiste à une déconstruction du mythe à partir des années 1960, jusqu'au

slogan de la révolte des jeunes des années 1980, repris comme titre d'une exposition par le Kunsthaus de Zurich en 1998: «*Nieder mit den Alpen! Freie Sicht aufs Mittelmeer!*». La récupération du mythe sous forme de réflexion à son sujet dans les années 1990 s'inscrit dans un courant visant à analyser les moyens artistiques en tant que tels, et à les repositionner face à l'émergence progressive des nouveaux *medias*.

C'est dans ce contexte que se situe ce numéro, considérant la montagne, ses images et son imaginaire de manière transversale. Les articles couvrent une période qui va de la fin du XIX^e siècle à l'époque actuelle: on y trouve la montagne métaphysique et, d'une certaine manière, autobiographique, de Ferdinand Hodler, et on y trouve aussi son évocation dans les photographies de l'époque, parfois stéréotypée, celle d'une montagne encore intacte, qui a marqué profondément l'imaginaire collectif. A une nouvelle approche architectonique, mesurée à l'aune de la standardisation et de la monotonie, cherchant d'autres modes d'interaction avec le paysage, fait écho l'influence multiforme de la société de consommation et de la publicité qui, entre *kitsch*, lieux communs et effets visuels, développe l'image de la montagne dans un discours publicitaire et la met au centre d'études novatrices dans le domaine du design. Désormais, la montagne devient expérience virtuelle dans la vision numérique d'artistes dont le travail, marqué par les technologies les plus avancées, s'ouvre à des scénarios inattendus.

Ce numéro se base en partie sur maints documents inédits et sur des recherches récentes, complétant de manière idéale celui publié en 1999, *2000 mètres au-dessus de la mer*, consacré à l'exploitation technologique et touristique de la montagne. Ces quelques pages veulent être une invitation à explorer ultérieurement et sous des angles variés un territoire inépuisable, qui restera une trame fondamentale dans le tissu identitaire, culturel et artistique de la Suisse.

Signalons, pour conclure, la rubrique «Visto da vicino», qui présente le Lido de Lugano: après avoir «escaladé» tant de sommets, le lecteur se sentira peut-être rassénééré – et rafraîchi – par un texte que l'on pourrait qualifier de «balnéaire».

Paola Tedeschi-Pellanda

ZUM THEMA

Der Berg

Ein Heft über die Berge kann ebenso banal wie schwierig sein: Was kann bei diesem vermeintlich in allen Facetten abgehandelten Thema noch Neues aufgezeigt werden? Und dennoch ist es von anhaltender Aktualität. Dies beweisen Veranstaltungen der jüngsten Vergangenheit: die Ausstellungen *Alpine Air* in Japan und *hoch hinaus* im Kunstmuseum Thun 2005, *In den Alpen* im Kunsthaus Zürich 2007 und *Enigma Helvetia*, bis am 17. August 2008 im Museo cantonale d'arte und im Museo d'arte moderna in Lugano, oder die Tagung *Über die Grenze. Vermessung einer Kulturlandschaft*, die 2007 in Bregenz von Kunsthistorikerinnen und Kunsthistorikern aus der Schweiz und aus Österreich organisiert wurde und bei der ein zentrales Thema der Alpenraum war. Berge bleiben eine schweizerische *Trademark*, und die Schweiz befasst sich auch weiterhin mit dieser Problematik aus den Blickwinkeln der Technologie, Wissenschaft, des Tourismus, der Kultur und Emotion.

Ausgangspunkt dieses Hefts bildeten die Fragen zum Konzept Berg als *Topos*, als Geisteszustand, als kulturelle Eigenschaft. Mit einbezogen wurden aber auch die Herstellung von *Bildern* der Berge, die Beziehung zu diesen und die vielfältige Wirkung, die sie auf das moderne und zeitgenössische Kunstschaffen in der Schweiz ausüben.

Zwei interessante Aspekte wurden sichtbar: In erster Linie ist in der Schweiz der «Berg» ein Synonym für «Alpen»: Sich mit den Bergen zu befassen, auch als metaphysische Einheit, scheint nur über die Alpenlandschaft möglich zu sein. Zweitens hat sich jede Arbeit mit dem *Mythos* der Alpen auseinanderzusetzen. Zwischen der Postkutsche von Rudolf Koller, verewigt im Bild der *Gotthardpost* (1873), und Alptransit befinden sich Welten, aber der Mythos der Berge, wie er sich gegen Ende 18. Jahrhundert auch durch die Malerei von Caspar Wolf herausgebildet hat, unterliegt Wandlungen, die sein Fortdauern nicht untergraben: Die Vorstellung der Berge als idyllischer Ort – zeitlos und im Gegensatz zur bedrohlichen Verstädterung – wird überlagert und abgelöst durch wissenschaftliches Interesse und touristische Ausbeutung als Herausforderung der heutigen Gesellschaft. Auf die alpine Landschaft als Identität stiftende und Schutz bietende Grundlage, materielle und geistige Landesverteidigung der 1930/40er-Jahre, folgt die Demontage des Mythos ab den 1960er-Jahren, um schliesslich beim Slogan der Jugendbewegung der 1980er-Jahre anzulangen,

der 1998 vom Kunsthaus Zürich als Ausstellungstitel übernommen wurde: *Nieder mit den Alpen! Freie Sicht aufs Mittelmeer!* Die reflektierte Wiederaufnahme des Mythos Berg in den 1990er-Jahren ist auch im Zusammenhang mit einer Tendenz zur Analyse der künstlerischen Mittel als solche und deren Neupositionierung in der zunehmenden Präsenz der neuen *Medien* zu sehen.

Die Beiträge umfassen eine Zeitspanne von Ende 19. Jahrhundert bis zur Gegenwart und thematisieren die Berge in unterschiedlichen Bereichen, wie etwa den transzendenten und in gewissem Sinne autobiografischen Berg von Ferdinand Hodler, aber auch die zeitgleiche, durch die Fotografie in stereotypen Wiederholungen überlieferte Evokation einer unbefleckten Bergwelt – eine Vorstellung, die das kollektive Bewusstsein stark geprägt hat. Die Architektur in den neuen Alpensiedlungen wiederum spielt mit den Themen der Standardisierung und Monotonie, sucht neue Interaktionsarten mit der Landschaft und spiegelt den vielfältigen Einfluss einer Gesellschaft des Warentauschs und der Werbung; diese entwickelt zwischen Kitsch, Gemeinplatz und Effekt das Bild der Berge in einem Marketing-Diskurs und setzt sie ins Zentrum innovativer Studien im Bereich Design. Schliesslich werden die Berge zur virtuellen Erfahrung in der digitalen Vision der Kunstschaffenden, deren Arbeiten – im Zeichen modernster Technologien – sich auf unerwartete Szenarien öffnen.

Die vorliegende Nummer gründet zum Teil auf reichhaltigem, unveröffentlichtem Material sowie auf neuen Forschungsarbeiten und komplettiert das Heft *2000 Meter über Meer* (1999.3), in dessen Zentrum die technologische und touristische Nutzung der Berge stand. Ihre Inhalte und die daraus folgenden Überlegungen mögen dazu anregen, aus einer Vielfalt der Perspektiven ein unerschöpfliches Gelände noch breiter zu erkunden, das auch in Zukunft eine der Grundstrukturen der kulturellen und künstlerischen Identität der Schweiz bilden wird.

Noch ein Hinweis auf die Rubrik «Im Blickpunkt», die den Lido von Lugano vorstellt: Nach den «Kletterpartien» wird die Leserin, der Leser, vielleicht Vergnügen aus diesem erfrischenden Text schöpfen.

Paola Tedeschi-Pellanda