



Varia 2

- **Claude Reichler**

Un envoûtement par l'image Usages et critiques de l'image dans le prisme de la *Montagne magique*

On sait que dans *La Montagne magique*, roman paru en 1924, Thomas Mann raconte l'histoire du jeune Hans Castorp qui, venu de Hambourg à Davos pour trois semaines de vacances afin d'y rendre visite à son cousin Joachim atteint de la tuberculose, y séjourne finalement sept ans, jusqu'au début de la grande guerre. Durant cette période, Castorp apprend à connaître le monde du sanatorium, de la montagne et de la maladie, rencontre des personnages qui l'entraînent dans de longues discussions sur les fondements de la culture européenne et de la crise qu'elle connaît en ce début de siècle, tombe amoureux de l'énigmatique Mme Chauchat... Le terme de « magique » utilisé par les traducteurs français (comme par les traducteurs anglais) est trompeur s'il apparaît au lecteur dans un sens unidimensionnel. Dans la pensée de Thomas Mann, et pour la langue allemande, le *Zauberberg* est source d'un envoûtement équivoque comme le serait un enchanteur ou une sorcière : il produit un effet de *charme*, mot dans lequel il faut entendre l'ambiguïté du sens ancien, qui comporte les idées d'attrait et de captation, voire de capture. Il y a dans la famille du verbe *zaubern*

les notions mêlées de fascination, de sortilège et de métamorphose, d'inquiétude et d'illusion.

Qu'est-ce qui envoûte dans la montagne des cures d'altitude ? On se doute que la réponse à cette question demanderait des analyses complexes du roman et de ses composantes que sont la maladie, l'initiation ou l'amour. Je voudrais ici me limiter à un aspect de cet envoûtement : le rôle qu'y jouent les images, ou encore l'effet de captation produit sur le jeune héros par les images, autant celles qu'il voit que celles qui l'entourent d'une présence discrète, muette et efficace. Le roman de Thomas Mann opère en effet une mise en œuvre et une critique du rôle des images dans la culture moderne, au travers des nouvelles techniques de production d'images qui se développent au tournant des XIXe-XXe siècles.

Pour les habitants des villes et des sites industriels à cette époque, les stations balnéaires, la découverte d'une campagne de loisir (et non plus seulement de labeur), la montagne et les séjours en altitude ont constitué des espaces privilégiés où ont pu se manifester à la fois le plaisir de l'exercice physique, la recherche d'un air pur et salubre, des pratiques sociales nouvelles... Le naturisme, avec ses idées de régénération, de vie saine, sa valorisation de la nature et des thérapies qu'elle offre, a conféré une légitimité à la fois mythique et philosophique à un mouvement qui touchait de larges couches de la société¹. La pleine inscription de ces comportements nouveaux dans la culture leur est conférée par l'accès à des valeurs symboliques et le déploiement imaginaire que leur donnent leur prise en charge par l'art, autant les arts de l'image que ceux du texte. Ainsi la peinture de plein air et le paysage sur le motif, qui se développent dans le dernier tiers du XIXe siècle et s'épanouissent au début du XXe, accompagnent les valorisations nouvelles de la nature. L'affiche touristique, apparue dans le dernier tiers du XIXe siècle, vient exposer quant à elle le désir de

¹ Voir entre autres A Rauch, *Vacances et pratiques corporelles. La naissance des morales du dépaysement*, Paris, PUF, « Pratiques corporelles », 1988 et *Histoire de la santé*, Paris, PUF, « Que sais-je », 1995 ; A. Baubérot, *Histoire du naturisme. Le mythe du retour à la nature*, Rennes, PUR, 2004. Le présent article prend une partie de ses matériaux dans une recherche interdisciplinaire qui porte sur l'histoire des représentations et des usages de l'air des montagnes, menée dans le cadre du Fonds national de la recherche scientifique suisse (PNR 48). Un ouvrage collectif intitulé *L'Air, la montagne et l'homme. Une histoire d'alliances*, à paraître, en présentera les résultats principaux.

nature au cœur des villes et se propose comme médiation esthétique à tout un chacun. Elle constitue un remarquable indicateur culturel, à la fois par son histoire et par les thèmes qu'elle développe.

Je voudrais analyser pour commencer quelques affiches touristiques de montagne, dont on verra qu'elles associent, paradoxalement, un soubassement imaginaire venu de la tradition du paysage alpestre et une modernité séduisante et conquérante. *La Montagne magique* met en cause les stéréotypes répercutés par l'affiche ou par d'autres images, notamment en les reliant ironiquement au renouveau de l'idylle présent dans l'esthétique *Jugendstil* souvent associée au naturisme. Cette ironie s'exerce en particulier sur les images du peintre et dessinateur Ludwig von Hofmann, sur lesquelles je conclurai mon étude.

L'affiche touristique

L'affiche Belle Epoque était caractérisée par son aspect foisonnant, hétéroclite même, sur le plan graphique comme sur celui des contenus². Plusieurs vignettes de forme géométrique (cercle, losange, rectangle...) cohabitaient en général sur le fond d'un grand paysage, faisant voir chacune une vue partielle ou un aspect d'un site. Ainsi dans l'affiche « Mont-Blanc Chamonix » de A. Besnard (1890), on distingue simultanément le village de Chamonix, le paysage pittoresque du vieux pont Sainte-Marie, le franchissement d'une crevasse par des alpinistes sur la Mer de glace, la statue de Saussure et Balmat – tout cela sur un fond composite montrant en arrière-plan une vue panoramique du massif du Mont Blanc et des glaciers qui en descendent. L'affiche « Grand Hôtel de Caux sur Montreux » (Zimmermann, 1890) est organisée de manière comparable, mettant en évidence plusieurs atouts touristiques de l'hôtel : les jardins et leur écran de forêt, la célèbre Dent de Jaman dominant le site, la navigation sur le lac, le

² Sur l'affiche touristique de montagne, voir J.-Ch. Giroud et M. Schlup (éd.), *Paradis à vendre. Un siècle d'affiches touristiques suisses*, Genève et Neuchâtel, Patrick Kramer éditeur et Association des amis de l'affiche suisse, 2005, ouvrage dont je tire de nombreuses informations ; S. Bieri (éd.), « *Als regnete es nie* », vol. « Plakate. Affiches », par Anne Pastori Zumbach, Bâle, Schwabe, 2003 ; D. Vaj, « Atmosphère, atmosphère », portfolio de *L'Alpe 27*, « Au bon air de la montagne », 2005, pp. 28-37. Je remercie Daniela Vaj pour son aide précieuse dans la recherche et l'analyse des documents.

restaurant d'alpage, et avant tout le paysage du Léman qui se déploie devant la terrasse panoramique. Les sports d'hiver, dont la vogue commençait alors, ont droit à un traitement particulier, puisque l'image en est brandie dans un encart en forme d'éventail tenu par une figure d'Helvetia mince et séduisante..... Des messages verbaux se superposent aux images sur une bonne partie de la surface graphique : toponymes en grandes lettres et informations variées (horaire de voyage, offres de loisir et de sport, etc.) car s'il s'agit bien d'assurer la promotion d'un acteur économique (une compagnie de chemin de fer, un établissement de cure, un palace), c'est un système touristique complet qui se met en place et dont l'acteur en question est solidaire³. Ce système implique aussi des indications sur le genre de société qu'on rencontre dans telle ou telle station. Au Grand Hôtel de Caux, la société se devra d'être excellente, à l'instar de l'immense et luxueux bâtiment et des clients qu'on aperçoit près du tennis ou se rendant au restaurant, — alors que pour Chamonix, l'affiche « Mont-Blanc Chamonix » ne pilote pas d'image sociale particulière, laissant ouverte l'identité socio-économique des visiteurs⁴.

Dès ses débuts, l'affiche touristique répond donc à quatre fonctions essentielles pour la promotion des lieux de vacances et de loisir : informer, faire voir, attirer, différencier (les lieux et les clients). On constate que l'affiche Belle Epoque privilégie la première fonction en présentant sur l'espace restreint dont elle dispose le maximum d'informations. Elle subordonne les autres fonctions à celle-ci : le *faire voir* est traité comme un prospectus de vues et d'aspects, un catalogue de l'offre paysagère, sans que soit exploitée la force propre de l'image ; l'attraction exercée par le lieu et les circonstances évoquées (le *pull factor* du marketing touristique d'aujourd'hui) repose sur les indications concernant les usages du site, les facilités d'accès ou de séjour ; les différenciations sociales sont

³ Voir L. Tissot, « A travers les Alpes. Le Montreux-Oberland Bernois ou la construction d'un système touristique, 1900-1970 », dans *Histoire des Alpes*, 2004/9, pp. 227-244.

⁴ Chamonix et le Mont Blanc jouissaient déjà d'une très grande notoriété touristique, et toutes les classes sociales se croisaient dans le village et sur les chemins. Parmi les témoignages les plus intéressants, voir un séjour à Chamonix et une ascension du Mont Blanc en 1875 racontés par un « touriste moyen » dans E. Zieglmeyer, *Par amour du vagabondage... Voyages dans les Alpes en 1872 et 1875*, Genève, Georg, 2006, pp. 241-265.

à leur tour rattachées à ce facteur d'attraction puisque les clients potentiels sont représentés dans les activités diverses qui sont leur proposées, portant des vêtements qui permettent de distinguer l'appartenance sociale plus que l'activité spécifique. L'affiche touristique de la Belle Epoque montre principalement un public jeune et fortuné, qui non seulement possède l'argent, mais dispose des loisirs qui permettent de le dépenser. Avec la vogue du naturisme, particulièrement en Allemagne et dans les pays de culture germanique, le public représenté sera aussi porteur des valeurs diffusées par les mouvements de la *Lebensreform* et les idées résumées dans le slogan *Kraft und Schönheit*⁵.

A partir du début du XXe siècle, au moment où l'affiche connaît une évolution remarquable liée à l'essor du tourisme de loisir, ces fonctions vont être réparties tout différemment. La part accordée proportionnellement aux unes et aux autres sera modifiée ; l'information pratique passera au second plan et les techniques de mise en valeur propres à l'image seront développées. Alors que les commanditaires avaient été d'abord uniquement privés (et le resteront encore en partie), les entités publiques créées à partir des années 20 à 30 stimulent beaucoup la production graphique par leurs commandes. Elles trouvent en effet dans l'affiche un support idéal pour la communication globale qu'elles souhaitent faire passer. Au cours de cette période, les graphistes se voient proposer des cahiers des charges stimulants qui les conduisent à inventer un dispositif nouveau et déterminant : d'une part les vignettes disparaissent et l'espace graphique est unifié autour d'un motif phare ; d'autre part le texte se sépare de l'image et se limite à quelques mots porteurs d'un message simple. Par ce dispositif, l'affiche passe du statut de placard illustré, produit de l'imprimerie (même s'il est complexe), à celui d'art graphique. Une esthétique nouvelle se crée, qui proclame sa valeur par sa simplicité et sa force de communication.

⁵ *Lebensreform* (réforme du mode de vie) était un mouvement très répandu qui prônait l'hygiène, le sport, la vie en plein air, un régime alimentaire faiblement carné. *Kraft und Schönheit* (Force et Beauté) est le titre d'une revue nationaliste, fondée en 1901, qui connut un grand succès ; elle exaltait la vigueur physique et l'esthétique corporelle prise sur les modèles de la statuaire antique. Pour une information synthétique en langue française, voir A Baubérot, *Histoire du naturisme. Le mythe du retour à la nature, Op. Cit.*, pp. 43-60.

Corps et paysage I

Lorsqu'on examine un certain nombre d'affiches touristiques datant des premières décennies du XXe siècle, une constatation s'impose : la révolution formelle accompagne une mise en évidence du corps plongé dans une activité de loisir en plein air. On dirait même qu'elle a été accomplie pour exalter le corps dans le paysage, et que cela est devenu le principal message de l'affiche, sinon son unique contenu. Ce triomphe des corps reste fidèle aux idées du naturisme, dont la promotion touristique tire parti avec habileté : jeunesse, vigueur et beauté caractérisent les êtres donnés à voir dans l'affiche. La liberté conquise sur les conventions sociales de la Belle Epoque, sur les corsets et les jupons des femmes et sur les costumes noirs des messieurs, éclate dans les vêtements légers, adaptés aux activités de plein air, dans la nudité proclamée des baigneuses. Une érotisation peu discrète nimbe la représentation des loisirs de l'été, où le genre sexuel partage les corps dans une exhibition qui rejette, là encore, les conventions du monde bourgeois. Les hommes, qui sont montrés en train de faire du ski en hiver ou d'excursionner à la belle saison, portent des vêtements qui vont peu à peu se différencier pour chaque activité ; le corps masculin est voué dès lors à exprimer la santé, les joies de la dépense physique, l'accord avec les vastes horizons naturels, et à la limite la confusion entre l'excursionniste et l'habitant traditionnel (« Steiermark » (Styrie), de A. Druck, 1930). La natation et le bain de soleil, quant à eux, sont réservés aux corps lisses, minces et peu vêtus des jeunes femmes.

Une affiche au moins a fait scandale, la célèbre femme aux seins abondants, visibles sous le soutien-gorge transparent, du jeune graphiste Victor Rutz, devenu par la suite un artiste célèbre sous le nom de Ruzo (« Arosa », 1935). D'autres affiches sont plus soucieuses d'esthétisme dans l'exhibition des corps, telle celle que signa le peintre et graphiste allemand Werner Weiskönig pour la même station (« Arosa Alpines Strandbad », 1933)⁶. L'affiche est admirable dans sa composition graphique comme dans son coloris, concentrant

⁶ Une exposition sur l'architecture moderne à Arosa vient d'être présentée, comportant une section Affiches ; voir M. Just (hrsg) et alli, *Arosa : Die Moderne in den Bergen*, Zürich gta Verlag, 2007.

sur le corps de la femme, sur la blonde chevelure ondulante, sur le maillot de bain lumineux et jusqu'aux fins lacets de la sandale, la pluie d'or de ce soleil auquel elle s'offre... L'eau du lac et la prairie confondent leurs ondes et leurs couleurs, tandis qu'une montagne ombreuse ferme le tableau, protectrice plutôt que menaçante, comme penchée sur le monde de l'été. La complète solitude de cette jeune femme dans son écrin de nature en fait l'emblème d'une pulsion puissante, quasi mythique, d'une dévotion à la montagne et au soleil au delà du désir sexuel et de son cadre social.

L'affiche touristique nouvelle construit un cadre de vision : si le corps en constitue le centre, le paysage en organise nécessairement les plans étagés. La perspective, habilitée à montrer les objets selon leur degré de présence et de désirabilité, est utilisée désormais à des fins didactiques. Dans l'affiche « Brides les Bains » (Begnini, 1926), où l'influence Art déco est patente, deux jeunes femmes mondaines et sportives occupent le premier plan, mais le regard est appelé à pénétrer successivement l'image dans sa profondeur : le golf et ses plaisirs, la station aux bâtiments modernes et confortables, les pentes boisées. La claire lumière et le ciel bleu, presque méditerranéens, occupent l'arrière-plan mais dominant toute la partie supérieure de l'image, dont ils commandent la perception en concurrence avec la hiérarchie imposée par la perspective. Ainsi, en combinant la successivité due à la lecture en profondeur et les aplats structurant la surface, l'affiche parvient à donner une nouvelle complexité au contenu ; ou plus exactement, elle prend en charge la complexité des contenus représentés en ayant recours à des moyens plus élégants et plus efficaces que l'affiche Belle Epoque, des moyens essentiellement plastiques. Elle peut ainsi varier et multiplier les aspects du paysage, de même que les manières de le voir, faisant souvent appel à des références picturales dans un but d'ennoblissement esthétique. La posture du voyageur au-dessus de la mer de nuage, le célèbre tableau de Caspar David Friedrich, est reprise moult fois ; le géométrisme hodlérien est souvent imité ; l'expressionnisme même est appelé pour donner au message commercial un surplus d'émotion, une touche lyrique (« Sommer in St. Moritz », H. Laubi,

1929). L'appropriation culturelle fait partie de la jouissance promise et apporte au corps et au paysage une plus value dont les stations tentent de tirer profit.

Cette appropriation va au-delà des allusions iconographiques et du réemploi des styles picturaux. On peut aussi apercevoir dans les affiches un nouvel usage de l'idylle, laquelle fait partie des stéréotypes culturels attachés aux Alpes depuis le XVIII^e siècle et les dessins de Salomon Gesner ou les tableaux des petits-maîtres suisses (Aberli, Biedermann, etc.). L'idylle n'est pas tant fondée sur une histoire d'amour campagnard, que sur l'intégration heureuse de l'homme dans la nature, sur le plan de son désir charnel comme sur celui de son immanence au monde ; elle exempte l'homme du malheur du péché et de la séparation. Il n'est pourtant presque jamais question d'indigènes et de paysans dans l'affiche touristique ; ceux-ci se sont évaporés, facilitant la reprise par des acteurs nouveaux, du rêve dont ils étaient l'image. Les corps heureux, vigoureux et aimables des jeunes touristes ont pris la place des bergers et des bergères d'antan ; les occupations pastorales ont été remplacées par le sport et le loisir. Mais, pour les nouveaux acteurs de l'idylle alpestre comme pour les anciens, le temps est immobile, le bonheur et les plaisirs sont offerts sans efforts, l'accord avec la nature est parfait. L'idéal transmis par le recours subreptice aux images anciennes est intégré dans une stratégie de communication conquérante. La modernité a recyclé le mythe à son profit.

Regardons quelques affiches en prêtant attention à la mise en place de l'innovation graphique en même temps qu'aux représentations de la symbiose entre le corps et le paysage.

En 1900, le graphiste Carlo Pellegrini dessine une affiche pour les sports d'hiver dans les stations suisses (« Wintersport »). Elle présente, sur des plans successifs, à gauche un skieur immobile, et à droite un groupe de jeunes femmes accompagnées d'un homme, assises sur une luge ou debout. Les personnages vêtus avec élégance, dessinés d'une manière statique, stylisée, sont les évidents témoins des plaisirs offerts par les sports d'hiver dans un site d'altitude agréable. A l'arrière-plan, une patinoire où de rares couples évoluent sur la glace, non loin d'un chalet d'alpage débarrassé de ses fonctions agricoles. Le fond de l'image est

occupé par un paysage hivernal ensoleillé, avec les pentes douces des prairies et des forêts enneigées, couronnées par un sommet de moyenne montagne. Les couleurs, à dominante de bruns clairs et de blancs légèrement ombrés, sur le fond d'une atmosphère dorée, produisent une sensation apaisante. Destinée à éloigner les craintes de l'hiver en montagne que pourraient manifester les élégantes de Londres ou de Milan, l'image propose un idéal de loisir naturel réservé à une élite sociale, en reprenant, comme on vient de le montrer, le thème de l'idylle alpestre pour l'adapter aux jeunes gens de la bonne société européenne.

Si cette affiche est en rupture avec le placard touristique Belle Epoque par l'unification de son dispositif, elle maintient pourtant une relative hétérogénéité des plans, des personnages, des fonctions sociales représentées, des liens à la nature, et ne témoigne pas complètement de la révolution que s'apprête à accomplir l'esthétique graphique. Celle-ci apparaît plus clairement dans une autre affiche, dessinée quelques années plus tard (1905 ?) par le même Carlo Pellegrini (« Adalboden Switzerland »). Détachée sur le premier plan de l'image, une jeune femme patine avec grâce ; son corps légèrement incliné marque le mouvement tournant qu'elle exécute, l'épaule droite en avant, la jupe ample flottant sur sa gauche. Ce premier plan comporte, outre le personnage, des indications verbales clairement hiérarchisées : le lieu, l'altitude, le commanditaire. Le toponyme brille du même rouge vif que le pull de la jeune femme. Sur le second plan, qui commence à la limite irrégulière de la patinoire, mais qui est aussi bordé d'un contour foncé comme par l'encadrement d'une fenêtre, le paysage hivernal déploie sa blancheur neigeuse coupée seulement de quelques chalets, de quelques arbres, avec, au-dessus de la ligne des sommets, un vaste pan de ciel bleu. Le paysage, traité par grands aplats, se manifeste dans son essence immobile de signe plus que comme un milieu vivant. L'emploi des couleurs est évidemment réfléchi : le rouge, associant la jeune femme et la station, joue des effets psychologiques et culturels de cette couleur, excitation et évocation de bonne santé ; le blanc appelle des idées de pureté ; et le bleu suscite un sentiment apaisant.

La mise en rapport du corps et du paysage conserve dans cette affiche une sorte de distance entre l'un et l'autre, puisqu'ils sont séparés par le décalage des plans : la patineuse élégante et fraîche et le nom de la station d'altitude forment un ensemble détaché sur l'arrière-fond du paysage. Mais d'autres modes de la relation ont été exploités, jusqu'à un état de fusion affirmé ; j'en donnerai d'abord un exemple intermédiaire. Dans une affiche datant probablement de 1906 (« Wintersport in Graubünden »), Walther Koch montre un skieur solitaire arrêté au sommet d'une pente et regardant, la main gauche en visière, l'horizon lointain d'une chaîne de montagnes. Grand, installé au centre de l'image, l'homme est vu de derrière. Son dos tout entier se détache sur le bleu du ciel ; avec son bras droit très écarté, appuyé sur le long bâton, et son bras gauche replié à angle droit, il occupe presque entièrement le tiers supérieur de l'image. La vaste plage de neige, posée en aplat au premier plan, ne comporte pas d'ombre ni de relief ; à peine est-elle griffée par les traces légères des skis et du bâton, qui indiquent la pente montante. Dans sa simplicité, le graphisme est très audacieux : les deux grandes flaques de la neige et du ciel, séparées par la chaîne de montagne allongée, construisent l'image comme une surface sur laquelle vient se poser la silhouette du sportif. Les limites des champs colorés sont, comme toutes les lignes, nettes et souples, sinueuses mais précises comme dans une gravure de Vallotton. Le jeu des couleurs est subtil : circonscrit à des gammes douces, apaisantes, il est fondé sur des parentés entre le bleu foncé du pull et le bleu clair du ciel, entre les dégradés de brun des pantalons, des chaussettes, des skis, et le fond pastel de la neige, d'un gris tirant sur le mauve et le rose. Toute l'image dit l'ampleur du paysage et la joie maîtrisée d'un corps libre, conquérant, dans une atmosphère pure, impalpable et sans poids. Elle affirme l'affinité du sportif et de la nature : celui-ci crée le paysage dans ses mouvements comme dans ses pauses, dans une exaltation du regard qui ouvre la profondeur spatiale⁷.

Dès le début des années 1920, ayant conquis son autonomie par rapport aux techniques de l'imprimé et de la typographie, l'affiche touristique introduit de

⁷ L'impression visuelle de profondeur est évidemment augmentée par la référence au tableau de Caspar David Friedrich.

nombreuses variations pour mettre en scène ce rapport du corps et du paysage et relayer le désir de pure nature éveillé par le naturisme. Les dispositifs d'encadrement lui en offrent plusieurs, parmi lesquels la fenêtre de vision, constitutive du paysage, est déclinée de diverses manières ingénieuses, mais aussi parfois avec la prime du plaisir esthétique. L'affiche réalisée par Eduard Stiefel en 1927 (« Arosa »), réussite du style Art déco, est de celle-là. Elle donne à voir une jeune femme debout dans un wagon de chemin de fer, contemplant par la fenêtre le paysage qui défile devant ses yeux : la vallée en contrebas, les champs jaunes où nichent quelques bâtisses au toit rouge, les forêts de pins sombres, un pont ferroviaire dont l'arche élégante enjambe le précipice et sur lequel va bientôt passer le train⁸ ; tout au fond, au-dessus des montagnes, un cumulus se forme dans la chaleur de la fin d'été... Le rouge du chapeau et de la robe fait contraste avec le fond vert des forêts. La vitre baissée laisse pénétrer l'air vif dans le compartiment. Toutes les droites sont penchées dans le sens de la montée, qui est aussi celui de la lecture : les bords de la fenêtre, mais aussi les lettres du toponyme comme une promesse au bout du voyage. Au bonheur d'un rapport heureux avec le paysage, cette image ajoute l'innovation née du mouvement, car le train avance vite pour les habitudes d'alors, il grimpe et tourne, découvrant des vues tantôt vers le bas, vertigineuses, tantôt vers le haut, tantôt vers l'arrière ou vers l'avant. N'entend-on le bruit de la crémaillère, le grincement strident des roues sur les rails lorsqu'on freine ou que la voie fait une courbe prononcée ? Aux aventures de la vision s'ajoutent ainsi les sensations provoquées par les bruits du voyage, les accélérations et les ralentissements de la voiture, les odeurs venues par la fenêtre ouverte. Le corps participe à cette conquête de la montagne, confortable et dépaysante en même temps.

Mais le paysage n'est pas toujours mis à distance derrière une fenêtre, tant s'en faut. Hugo Laubi, graphiste polyvalent qui exécuta plusieurs affiches pour Saint-Moritz, dessina au début de sa carrière une affiche pour la commune de Weggis, au bord du lac des Quatre-Cantons, dans un style marqué par

⁸ Il s'agit du viaduc de Langwieser, qui fut immédiatement célèbre dans l'histoire du chemin de fer par les innovations techniques qu'il présentait ; l'affiche assure évidemment la promotion de la nouvelle voie ferrée.

l'expressionnisme (« Strandbad Weggis », 1919). Le thème est donné, dans le mince espace sur la gauche, par la plage de sable blond (en allemand *Strandbad*) avec sa terrasse où joue un orchestre et plus loin la vaste maison des bains. L'essentiel de l'image est occupé par le lac et les baigneurs qui entrent dans l'eau, agitent les bras, font mouvoir une balançoire, prennent le soleil sur un radeau. Au premier plan, une jeune femme (encore une !) assise sur une roche qui émerge, montrée de trois quart face et la tête détournée vers la gauche, représente assez bien la sirène du lac... La posture cambrée, la ligne allongée de la nuque, la courbe intime du ventre sous la jupette mouillée, les cuisses dénudées, le regard qu'on ne voit pas mais qu'on devine, cils baissés, posé sur un jeune homme nageant — autant de signes qui érotisent cette figure, et que ne démentent pas les touches rouges et légères posées sur la peau nue. A l'unisson de ce corps, le paysage n'est pas un décor immobile mais un environnement vivant, mouvant : voyez les ondes qui s'agitent autour des roches et des nageurs, les rayons de la lumière matérialisée, toute l'atmosphère colorée et pénétrante d'un après-midi d'été, dont l'air semble frémir sensuellement. Par ses contenus et sa prolixité, comme par la vivacité et le contraste des couleurs, l'affiche de Laubi célèbre les noces du corps et du paysage dans le tourisme alpin.

Convention et répétition dans les paysages de *La Montagne magique*

Dans *La Montagne magique*, Thomas Mann a disposé de nombreuses descriptions de paysage, qui composent une sorte d'anthologie (et aussi de typologie) du paysage alpin au début du XXe siècle⁹. Les objets répertoriés, naturels et humains, y figurent : rochers, torrents, précipices, hauts sommets, pentes enneigées, pâturages, forêts, chemins, maisons... Les points d'observation engendrés par le dispositif convenu de la description paysagère sont exploités : fenêtre de vision, point de vue dominant, contre-plongée, vue panoramique, coulisses latérales. Les rapports spatiaux sont généralement indiqués, entre

⁹ Pour une étude plus développée du paysage dans le roman voir Cl. Reichler, « Le paysage entre convention et envoûtement dans le *Zauberberg* de Thomas Mann », dans *Colloquium Helveticum*, Cahiers suisses de littérature générale et comparée, No 38/2007, « Images littéraires du paysage », Fribourg, Academic Press, pp. 223-241.

l'observateur et ses objets comme entre les objets eux-mêmes, les uns et les autres situés dans l'espace construit par la perspective (même s'il arrive que les distances, en montagne précisément, puissent égarer l'œil). Thomas Mann sait aussi utiliser l'opposition entre les paysages qui sont l'objet d'une contemplation immobile et ceux perçus dans le mouvement (le train, la marche, le ski...)¹⁰. Pour le premier de ces deux types, les plus fréquents sont évidemment les vues depuis le balcon du Berghof, lorsque le personnage principal, Hans Castorp, est couché sur sa chaise de repos pendant les longues heures consacrées à la cure. Ces paysages sont marqués par de nombreuses variations sur le temps qu'il fait : le personnage contemple les changements saisonniers, les modifications de la lumière, le bleu éclatant du ciel d'octobre, les lointains humides derrière un rideau de brume, les brouillards montants, la neige qui envahit tout, les vues nocturnes... Thomas Mann retrouve ici la tradition du paysage météorologique, auquel il donne une ampleur et une densité singulières, en particulier dans le sixième chapitre du roman.

Lorsque Hans Castorp arrive à Davos, à la tombée du jour, en plein été, il est accueilli par son cousin Joachim, qui est atteint de tuberculose et fait dans cette station renommée un séjour de cure prolongé¹¹. Depuis la gare de chemin de fer, ils empruntent une voiture qui les mène jusqu'au sanatorium international Berghof, où le jeune homme doit prendre pension pour les trois semaines qu'il compte passer à la montagne. Au moment d'arriver près de la grande maison à l'architecture étonnante, la conversation s'interrompt et Joachim demande :

« Tu regardes le paysage ? »

Hans Castorp promène son regard au loin et répond :

« Grandiose ! »¹²

Se déploie alors la première description du paysage de la vallée, qui sera reprise et variée d'innombrables fois au cours du roman. Mais la nuit tombante

¹⁰ Pour la conception du paysage sur laquelle je m'appuie voir N. Backhaus, Cl. Reichler, M. Stremlow, *Paysages des Alpes – De la représentation à l'action*, Zürich, vdf 2007.

¹¹ Sur Davos dans le roman de Thomas Mann voir Th. Sprecher, *Davos im Zaubenberg. Thomas Manns Roman und sein Schauplatz*, Zürich, Verlag Neue Zürcher Zeitung, 1996.

¹² Je cite d'après la traduction de Maurice Betz (Th. Mann, *Der Zaubenberg*, Berlin, Fischer Verlag. Traduction française citée : *La Montagne magique*, Paris, Le Livre de Poche, 2003, traduction de Maurice Betz [Paris, Arthème Fayard, 1931]), p. 12.

rend les repères plus flous, les objets ne sont plus individualisés, les couleurs s'effacent, les lointains disparaissent... La première exclamation de Castorp, qui s'attendait à quelque chose de plus prestigieux, de plus grand, de plus haut, ne parvient pas à cacher une déception qu'il exprimera ensuite :

Non, pour te le dire franchement, je ne trouve pas que ce soit si formidable, dit Hans Castorp. Où sont donc les glaciers et les cimes blanches et les géants de la montagne ? Ces machins ne sont tout de même pas bien hauts, ce me semble (p. 13).

L'attente déçue montre que des images étaient présentes dans l'esprit du visiteur, que le paysage existait d'une certaine façon avant d'être vu, d'une existence indexée dans un répertoire contenant indistinctement des objets et des émotions (« les glaciers et les cimes blanches et les *puissants* géants de la montagne », dit le texte original). D'ailleurs, dès les premiers regards jetés sur les Alpes par le jeune voyageur, avant même l'arrivée dans la vallée, le paysage avait été donné comme un paysage déjà vu. Lorsqu'il est dans le petit train rouge, qui grimpe dans la montagne grâce aux travaux spectaculaires des ingénieurs ferroviaires, entre ponts, tunnels et rampes hélicoïdales, Hans Castorp regarde par les fenêtres, tantôt d'un côté tantôt de l'autre, et aperçoit des abîmes, des sommets, des forêts, des hameaux perdus sur les pentes. Son œil alors va et vient, plein d'admiration :

De grandioses perspectives sur la fantasmagorie sacrée et l'amoncellement de l'univers alpestre où l'on pénètre en s'élevant, s'ouvraient, puis échappaient de nouveau, par un détour de la voie, au regard admiratif (p. 9).

Dès le premier contact le paysage est *cité*, il est une *mention* que le narrateur ne prend pas en charge pour lui-même, comme s'il rapportait des évaluations faites à son propos et connues de l'observateur (« de grandioses perspectives » le « regard admirateur »). La sacralité, le caractère incertain, « fantasmagorique », du monde des cimes, sont donnés comme un discours antérieur à la perception qu'en a le voyageur, comme une traduction déjà prête de ce qu'il éprouve. Son regard admiratif répond à cette logique d'image qui est celle de l'affiche touristique, où le paysage est présenté en tant que support de valeurs

et d'émotions codifiées. En même temps qu'il voit le paysage, l'œil du voyageur jouit de s'identifier comme appartenant à la catégorie socio-culturelle visée par l'affiche touristique. Dans cette première description, il n'est pas jusqu'au dispositif particulier du paysage vu d'un train, alternativement à travers les fenêtres de gauche et de droite, qui n'appartienne à ce topos bien repéré que nous avons commenté sur l'affiche de Stiefel « Arosa ». Des exemples s'en trouvaient déjà dans les récits de voyage ; pour la littérature, la plus célèbre occurrence est la description du paysage au lever du soleil que donne Proust au moment où son narrateur se rend à Balbec¹³.

Un grand nombre de descriptions paysagères dans la *Montagne magique* relèvent donc de conventions : on sait bien que pour les malades ou les touristes dont fait partie Hans Castorp, dans le tout début du XXe siècle où se passe le roman et plus encore dans les années où Thomas Mann l'écrit (entre 1912 et 1923), le paysage de montagne n'est plus une découverte. Il est bien plutôt une redite et un *produit* qu'il s'agit de vendre à une clientèle fortunée et oisive. En prenant à l'égard des paysages qu'il décrit, et que contemple son héros, une distance dont nous comprendrons bientôt l'ironie, le narrateur du roman fait donc voir leur valeur de *reproduction* dans le regard du personnage, en même temps qu'il permet à son lecteur d'analyser cette valeur. Cette double position du narrateur à l'égard des paysages alpins, à la fois ironique et sérieuse, n'est pas différente de sa posture constante, telle que la laissent apparaître les titres des chapitres, par exemple, tirés à plusieurs reprises de citations (« Walpurgisnacht », « Danse des morts », « En soldat et en brave », etc.), en même temps qu'ils désignent les sentiments vécus des personnages et donc les émotions proposées au lecteur.

On pourrait multiplier les exemples de tels paysages. Je n'en donnerai à lire qu'un seul dans son entier, parce qu'il est une sorte de morceau de bravoure

¹³ « Si bien que je passais mon temps à courir d'une fenêtre à l'autre pour rapprocher, pour rentoiler les fragments intermittents et opposés de mon beau matin écarlate et versatile et en avoir une vue totale et un tableau continu » (M. Proust, *A l'ombre des jeunes filles en fleur II*, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1988, p. 16). Sur le paysage vu du train à l'époque ancienne, voir M. Desportes, *Paysages en mouvement*, Paris, Gallimard, 2005, et en particulier le chapitre II « Les paysages artificiels. Les chemins de fer, 1830-1860 ».

dans le registre du paysage estival. Hans Castorp cette fois-ci ne sera pas déçu, il trouvera au contraire une véritable révélation (quoique dans un processus passablement complexe que je n'analyserai pas ici) :

Mais, sortant du bois, il s'arrêta, surpris, devant la vue splendide qui s'offrait à lui : un paysage intimement isolé, d'une plasticité paisible et grandiose.

Dans son lit pierreux et plat, un torrent descendait le versant de droite, se déversait en écumant sur les blocs échelonnés en terrasses, puis coulait plus paisiblement vers la vallée, pittoresquement chevauché par une passerelle à la rampe simplement charpentée. Le fond de la vallée avait la couleur bleue des campanules dont les plantes frutescentes foisonnaient. De graves pins, géants et de stature régulière, se trouvaient isolés, ou en groupes, dans le fond du ravin, ainsi que sur les pentes, et l'un d'entre eux, au bord du torrent, plongeant dans le versant des racines obliques, se dressait, penché et bizarre, à travers l'image. Sur cette lointaine et belle retraite régnait une solitude pleine de rumeurs (p. 138).

Là encore, le paysage est donné comme une *mention*, comme un décor alpestre (« la vue » : *vor einer prächtigen Szenerie*, dit le texte allemand de manière plus formelle), connu et catalogué comme splendide avant qu'il ne survienne devant les yeux de Castorp. Il est désigné comme « imposant », « paisible », « grandiose », tous adjectifs qui supposent une évaluation et un consensus sur leur application. Non seulement il est composé d'objets naturels disposés dans l'espace selon des rapports que l'œil calcule, mais il est aussi caractérisé par des connotations partagées. Ce double aspect est saisi dans une référence insistante, indiquée à trois reprises, à sa valeur d'image et même à la peinture : la « plasticité » (*Bildmäßigkeit*) du préambule, qui sonne un peu comme le sous-titre de la description, après le mot *Szenerie* ; la passerelle désignée comme « pittoresque » (là encore l'allemand est plus explicite : *malerisch*) ; et enfin le pin solitaire penché sur le bord du torrent, qui concourt au caractère pictural du paysage (« à travers l'image » : *in das Bild hinein*) par sa bizarrerie même. Le traducteur et les lecteurs ont reconnu bien sûr le *pittoresque*, ce genre et ces scènes dont la peinture alpestre a usé et abusé durant tout le XIXe siècle, et dont les effets jouent encore à plein sur le jeune voyageur.

Mais le pittoresque dans le *Zauberberg* n'est pas simplement un genre de paysage, il tend à devenir *tout le paysage*, dans la mesure où le terme désigne le

recouvrement de l'espace naturel par les modèles que la peinture (et aussi, on l'a montré, l'affiche touristique) ont installé dans la tête des personnages. Les paysages sont ici des morceaux de monde, des découpes de nature, et en même temps ils sont devenus les signes d'une appropriation de cette nature par un regard éduqué, formé à une certaine vision¹⁴. Le roman de Thomas Mann nous montre que ce regard relève d'une sociologie en même temps que d'une histoire culturelle.

Il arrive aussi que le narrateur soit d'une ironie non pas simplement distante, mais assez féroce à l'égard de ces représentations devenues des slogans iconiques, des truismes de l'image. Nous voici dans l'appartement du Dr Behrens, avec Joachim et Hans Castorp contraints d'admirer les tableaux d'amateur que peint le médecin chef du Berghof :

En dehors d'elle [un portrait de la femme du docteur], il y avait surtout des paysages de montagne : des montagnes sous la neige et sous la verdure des sapins, des montagnes entourées des vagues de brouillard des altitudes, et des montagnes dont les contours secs et aigus entaillaient sous l'influence de Segantini un ciel d'un bleu profond (p. 294).

Pourtant il ne suffit pas de montrer que les déterminations de la perception – le fait que le paysage soit vu à travers des schèmes ou des modèles – relèvent de la culture picturale, de la provenance sociale ou de la promotion touristique. Dans la pratique des sujets, les déterminations sont en fait oubliées au profit d'une appropriation qui fonctionne comme un *habitus*, une manière de se mouvoir dans le paysage à laquelle tout l'être participe dans les instants de contemplation, dans les promenades, voire dans la rêverie. A partir du moment où le jeune homme, installé au Berghof au titre de malade, s'est familiarisé avec les lieux, des expressions comme « le paysage familier », ou « le coup d'œil attendu » ne sont pas rares lorsque le narrateur veut montrer que le monde de là-haut *appartient* désormais à Castorp, que celui-ci y est chez lui. La mention du paysage et sa description n'appellent plus alors la référence explicite à des clichés. Ce n'est plus l'ironie critique qui domine l'énonciation, mais une ironie différente, plus difficile

¹⁴ On sait qu'Alain Roger a désigné cette situation du nom d'« artialisation », et en a fait une théorie générale du paysage (A. Roger, *Nus et paysages*, Paris, Aubier Montaigne, 2000)

à interpréter, et en fait plus ambiguë. Le message second qu'elle contient comporte-t-il la signification d'une sorte de tendresse à l'égard du jeune héros qui fait l'apprentissage du monde et d'un contact inédit avec la nature ? Ou tout au contraire, celle d'un abîme qui s'ouvrirait sous ses pieds sous la figure du familier, du désormais reconnu, identique à lui-même et cependant toujours factice, venu d'avant, fabriqué par autrui et donc illusoire ? Ce serait là une forme de cet envoûtement dans laquelle la montagne a attiré Castorp et qui le retient désormais prisonnier, comme il est prisonnier de la séduction de Clawdia Chauchat : captif d'une illusion, d'une construction répétitive et énigmatique, qui relève de la nature insaisissable de l'image.

La fréquence des descriptions paysagères dans le roman, et l'intimité que le héros entretient peu à peu avec les lignes, les couleurs, les éléments naturels, entraînent un sentiment de *reconnaissance* qui se déploie sur le plan des agencements comme sur celui des objets : la perspective de la vallée, ses coulisses et ses étagements, les forêts et les prés, les clarines des vaches, les sommets enneigés, les nuages et les brumes, les maisons et les chemins... – tout revient toujours identiquement. Pourtant, un principe de variations dans la répétition se fait jour, les mêmes éléments faisant retour dans des séquences différenciées. En distribuant les descriptions de paysage à des intervalles plus ou moins réguliers et comme rythmés, le roman développe un art quasi musical qui ne constitue pas une de ses moindres réussites. Ces effets de répétitions modulées portent le lecteur à se familiariser lui-même avec les paysages davosiens, à les attendre, à les goûter, à les intégrer dans une distraction rêveuse... Dans leurs variations, les paysages contribuent à construire la dimension particulière de ce « roman du temps », selon l'expression de l'auteur : à construire la durée et à la nier dans la reconnaissance et dans le déjà vu, comme si le paysage relevait d'une paramnésie.

Les deux aspects de la *Bildmäßigkeit* et de la *variation* caractérisent en particulier cette situation fréquente dans le roman, lorsque le héros se tient sur le balcon de sa chambre au sanatorium, la plupart du temps couché dans sa chaise longue en train de se soumettre au régime de la cure d'air. On sait qu'il s'agissait de rester étendu, en plein air et par tous les temps, des jours les plus chauds de

l'été aux grands froids de l'hiver, durant deux séances quotidiennes de deux heures chacune, l'après-midi et le soir. On imagine combien cette situation est favorable à la contemplation du paysage – de ce paysage toujours le même. Mais précisément des variations puissantes et significatives naissent du temps qu'il fait et transforment les descriptions du paysage en descriptions météorologiques et atmosphériques. Je ne les étudierai pas ici, mais je voudrais souligner combien la situation de Castorp sur le balcon marque de manière insistante la coupure entre l'observateur et le paysage. Le paysage alors « sembl[e] un tableau encadré »¹⁵ (p. 79) par les arcs de la loggia ; il apparaît aussi dans la suite du roman comme une photographie, voire même comme un film, puisque le narrateur décrit les mouvements des nuages, les éclairages nocturnes changeants, les « fantasmagories » de la nuit d'hiver. Souvent le jeune homme s'endort profondément devant ces paysages ; parfois il s'en amuse, malgré le grand silence et la fascination qu'il éprouve pour la nuit alpine et ses éclairages métaphysiques, lorsque les montagnes semblent disparaître derrière les voiles des nuées comme dans un jeu de lanterne magique.

Dans le dernier tiers du roman, le balcon devient le lieu d'une expérience paysagère inédite. Les météores envahissent tout le champ du regard. Ils déterminent non seulement la manière de voir (par la clarté ou l'opacité qu'ils apportent) mais surtout *ce qu'on peut voir*, comme si le paysage lui-même bougeait et se transformait à vue. Telle est l'expérience que fait Castorp un après-midi qu'il est livré à sa séance de cure, dans le jour d'hiver neigeux, et qu'il s'endort en respirant l'air glacé :

Lorsqu'il se réveillait, la montagne avait complètement disparu dans le brouillard de la neige et il ne s'en dégageait plus de temps en temps, pour quelques minutes, que des fragments, une cime, une arête rocheuse, qui se voilaient presque aussitôt. Ce jeu silencieux de fantômes était des plus divertissants. Il fallait s'appliquer à une attention très aiguë pour surprendre cette fantasmagorie de voiles dans ses transformations secrètes. Sauvage et grande, dégagée du brouillard se découvrait une chaîne rocheuse dont on ne voyait ni le sommet ni le pied. Mais pour peu qu'on la quittât un instant des yeux elle s'était évanouie (pp. 536-537).

¹⁵ « ...gemäldeartig und wie eingerahmt ».

On atteint ici les limites du paysage convenu, les limites de l'affiche et peut-être de l'image – en tout cas de l'image fixe. Une sorte de prestidigitation subtilise les objets sous les yeux de l'observateur comme si, devenus mobiles, ils apparaissaient et s'évanouissaient. L'agencement de l'espace perçu n'est plus stable et l'observateur ne peut plus ordonner le monde selon une vision géométrique ; les rapports des objets naturels les uns avec les autres deviennent improbables. Le lecteur comprend bien pourtant que ce sont les brumes et les nuages qui voilent et dévoilent les choses. En fait, d'autres sortes d'images sont évoquées ici, puisque Thomas Mann fait appel à un vocabulaire typique (« le jeu de fantômes » et la « fantasmagorie ») pour désigner les sortilèges de la *laterna magica* (*Zauberlaterne* en allemand) ou mieux encore, à son époque, du cinéma, au sujet duquel on sait qu'il éprouve des sentiments mitigés¹⁶.

Corps et paysage II

Il n'y a donc pas de perception *phénoménologique* du paysage dans le roman : ni ouverture au monde de la part du sujet ni, réciproquement, don du monde fait à l'homme. En ce sens, le roman est, dans cette matière comme dans les autres, un roman de la distance, écartant toute idée de fusion avec la nature, qu'il dénonce comme une supercherie. Une rencontre intime avec l'*autre* apparaît tout aussi chimérique, bien que les corps soient constamment présents et confrontés les uns aux autres puisque la maladie occupe tous les moments du roman. La tuberculose attaque la chair des pensionnaires du Berghof et ses symptômes – les yeux brillants et le teint fébrile, la toux et la maigreur – indiquent l'état d'avancement du mal. Lorsque la phtisie progresse, les corps s'affaissent, des étouffements saisissent les malades, la maigreur s'accroît et la mort termine ce sinistre cursus. Castorp apprend aussi à reconnaître l'excitation particulière,

¹⁶ Le roman contient un inventaire des moyens de la technologie moderne, qui ont droit chacun tour à tour à un épisode : la photographie « au magnésium », la radioscopie, le cinéma. Une salle de cinéma s'ouvre à Davos ; les pensionnaires s'achètent tous un appareil photographique ; un phonographe apparaît dans le salon du Berghof. Ces innovations sont traitées sur un ton passablement satirique, comme des modes ou plutôt, dit le narrateur, des « épidémies » – soulignant par là le caractère non pas tant social que grégaire de ces usages qu'il range du côté des illusions collectives.

souvent sexuelle, qui accompagne la maladie ou plus exactement les formes sociales (sanatoriales) de son traitement. Des couples se forment et se quittent, les intrigues alimentent les conversations de la salle à manger. Le Dr Behrens, le médecin chef, tient le discours positif du scientifique et ne semble voir dans les corps que leurs organes atteints et leurs fonctions menacées.

Il faut la considérable candeur du jeune Castorp pour vouloir nouer une idylle dans le monde à la fois tragique et cynique du sanatorium. Il tombe en effet passionnément amoureux de la belle Clawdia Chauchat, femme entretenue au regard énigmatique, dont il observe sans se lasser la démarche et les gestes et dont il cherche à deviner les formes sous les vêtements. Les aléas du climat de montagne l'y aident parfois, lorsqu'une température particulièrement douce autorise le port de robes légères, ou lorsqu'une promenade favorise l'espoir d'un échange de saluts. Ainsi, lors de la première année du séjour du jeune homme au Berghof, le mois d'octobre fut particulièrement beau et chaud, bien que « derrière » la chaleur ou dès que le soleil avait disparu, on sentît un froid soudain mordre la peau comme un frisson glacé s'empare d'un malade. Ce contraste de température sert à décrire métaphoriquement l'état de Castorp, en proie à une espèce de folie amoureuse « mélange de froid et de chaleur, comme l'état d'un fiévreux ou comme une journée d'octobre dans les zones élevées » (p. 264). En même temps, le jeune homme, considéré par le docteur comme un malade léger qui doit prendre sa température tous les jours, se montre déçu parce que celle-ci reste stable. Il craint que la conséquence de ce signe après tout heureux, ne conduise à son départ, puisque, n'étant pas atteint par la tuberculose, il n'aurait aucune raison de prolonger son séjour à la montagne et devrait s'éloigner de l'objet de ses désirs. De plus, n'ayant pas été présenté, il ne parvient pas à aborder à Mme Chauchat et à lui parler. Pourtant, la croisant un jour sur un chemin lors d'une promenade en compagnie de Joachim, il réussit à se faire reconnaître d'elle et à échanger un salut... Il en ressent une joie démesurée, s' imagine des rencontres nouvelles, une approche considérablement facilitée – et se met dans un état d'extrême surexcitation. Le lendemain, le résultat se traduit sur son thermomètre où le mercure remonte. Castorp, dont la santé paraît donc fragile, va

pouvoir rester « là-haut », pensionnaire du sanatorium et proche de la belle Clawdia.

Tout ironiquement qu'elles soient proposées, les analogies entre le paysage d'automne et les corps apparaissent dans ce chapitre comme une sorte d'*accord* passé entre l'intérieur et l'extérieur, entre la santé de l'homme et l'air qui l'entoure, entre son cœur et le climat, à travers un système de relations complexes, dont Castorp découvre peu à peu les arcanes. L'ironie du narrateur apporte à l'exposition de ces relations un démenti qui ne concerne pas leur existence, mais les interprétations dont elles ont été chargées. Ainsi de l'interprétation romantique, celle du paysage comme « état de l'âme », dont le texte montre qu'elle s'est effondrée sous l'amas des conventions véhiculées par le discours touristique et les images promotionnelles, parmi lesquelles l'affiche touristique insinue son idéalisme prétendu. Quelle âme pourrait-elle encore vibrer à la faveur de la citation généralisée qu'est devenu le paysage des Alpes au début du XXe siècle, semble demander le narrateur de *La Montagne magique* ? Quelle idylle pourrait naître de cette galerie d'*images reçues* ? Le hiatus entre les valeurs traditionnellement associées au paysage et les sentiments éprouvés par les personnages est patent, plus encore lorsque les médecins prétendent faire jouer à ce paysage et à l'altitude elle-même un rôle thérapeutique¹⁷.

Pourtant, corps et paysage n'en sont pas moins liés dans le roman par des liens obscurs et inconscients, que des expériences extrêmes permettent au héros et au lecteur de découvrir au-delà des modèles pittoresques et des logiques de l'image touristique. Le roman explore deux autres situations dans lesquelles se nouent de tels liens. L'une prend place dans le premier tiers du livre et joue un rôle essentiel dans la passion qui va s'emparer de Castorp. Il s'agit de la longue scène de la radioscopie, dans les sous-sols du Berghof, au cours de laquelle le jeune homme médusé découvre l'intérieur du torse de son cousin Joachim, et contemple les os de sa propre main, images que le narrateur appellera un peu plus tard « la fosse analytique » dans laquelle se révèle, comme les traits cachés mais

¹⁷ Thomas Mann est résolument sceptique sur les qualités thérapeutiques de l'air d'altitude comme sur la valeur des soins dispensés dans les sanatoriums.

persistants d'un être, son squelette. La technique radioscopique est décrite par le narrateur (et perçue par Castorp) comme une « sorcellerie ». En sortant de cette séance, le jeune homme aperçoit Clawdia Chauchat, qui attendait dans la salle d'attente, lui succéder pour se faire à son tour radiographier ; il a tout loisir d'imaginer la jeune femme se déshabillant dans la chambre obscure, comme il l'avait fait lui-même, appuyant ensuite son torse nu sur la vitre de la machine, devant la « fenêtre magique »...

La scène de radioscopie confirme combien Thomas Mann est conscient – même s'il s'agit d'une forme de conscience assez équivoque – de l'importance que prennent les images et les techniques de l'image en ce début de siècle, puisque les applications de la découverte de Röntgen étaient aussi nouvelles que l'était le cinéma pour capter les apparences mobiles des hommes et des paysages, ou que les innovations graphiques de l'affiche touristique¹⁸. Radioscopie et radiographie sont vues d'abord par Castorp comme apparentées au genre du portrait photographique. Il traitera ainsi l'image radiographique de manière toute pratique puisque, par une étonnante perversion, il obtiendra de Clawdia Chauchat ce qu'il nommera son « portrait intérieur » : pendant les années de son absence, il contempera alors en secret, à travers sa chair devenue transparente et les contours évanescents de son torse, les côtes, les vertèbres et le cœur de l'aimée... Cette dévotion macabre, voire grotesque, souligne le caractère anti-idyllique que le narrateur confère à la relation amoureuse entre Castorp et Clawdia. L'amour est vu depuis la mort, comme toutes les relations nouées dans le cadre sanatorial, comme l'est aussi le paysage en derrière analyse. L'une des vues les plus prestigieuses de la vallée (le lac gelé avec son entourage de hautes cimes) est contemplée et décrite significativement à partir du cimetière du village, où Castorp et quelques compagnons sont allés se recueillir sur la tombe d'un malade

¹⁸ Rappelons que Wilhelm Röntgen découvre les rayons qu'il appellera « X » (parce que leur cause lui reste d'abord mystérieuse) en novembre 1895. Il poursuivra diverses expériences jusqu'à la mise au point de leurs propriétés, notamment en radiographiant la main de sa femme. Thomas Mann, qui situe sa scène romanesque en 1907, décrit donc les premières applications médicales de la radioscopie.

récemment disparu. Leurs regards passent sans transition du paysage grandiose aux tombes du cimetière au mur duquel ils s'adosent :

[Le paysage familier] s'étendait vers le nord-est, dans la direction de l'entrée de la vallée, et, comme ils s'y attendaient, la vue s'ouvrit sur le lac dont le disque, entouré de forêts, était gelé et couvert de neige ; et derrière sa rive la plus éloignée, les plans inclinés des montagnes semblaient se rencontrer, par-delà lesquels les sommets inconnus, couverts de neige, s'étagaient devant le bleu du ciel. Ils regardèrent cela, debout dans la neige, devant le portail en pierre qui donnait accès au cimetière, puis ils y entrèrent par la grille en fer qui était fixée au portail (p. 367-368).

Des sorcières dans l'image

La distance prise par rapport aux formes convenues du paysage et à l'idylle qui s'y loge, se parachève dans un épisode de « destruction » du paysage de montagne dans le Chapitre VI du roman, intitulé « Neige ». Ne voulant plus rester « un spectateur abrité derrière le rempart du confort », Castorp s'est acheté un équipement de ski et part seul pour une excursion. Pris dans une soudaine tempête de neige, il ne distingue plus rien, perd de vue la vallée et les maisons, tourne en rond, monte et descend, remonte, aveuglé par les flocons qui tourbillonnent dans le vent violent et absorbé dans le silence ouaté de la montagne. *Praeterit figura hujus mundi*, se dit-il non sans humour en citant une phrase apprise du jésuite Naphta, dont le sens extraordinairement approprié à sa situation lui échappe peut-être¹⁹. Car la *figura* du monde, qu'est-ce d'autre que le paysage, à la fois *forme*, *image* et *fiction* de l'espace naturel, constituée par des regards antérieurs au nôtre, et que nous devons reproduire pour percevoir un monde qui fasse sens ? Dans la tempête de neige, plus aucun point de vue n'est possible et plus rien n'est donné à voir. Réfugié contre la paroi d'un chalet dans lequel il ne peut pas entrer, engourdi par le froid, assommé par l'alcool qu'il a bu imprudemment dans sa gourde, Castorp perd conscience et s'effondre...

Se produit alors un épisode souvent commenté : le jeune homme tombe dans un rêve hallucinatoire durant lequel il se promène sur un rivage méditerranéen passablement factice, fabriqué dans une imagerie néo-classicisante

¹⁹ « La figure de ce monde disparaît ». Sur le mot *figura* dans la tradition philologique et philosophique, voir E. Auerbach, *Figura*, trad. française, Paris, Belin, 1993.

et symboliste²⁰. Le paysage qui se déploie devant le rêveur accomplit la transposition terme à terme du paysage hivernal davosien, tout comme les êtres qui peuplent le rêve représentent, dans leur fraîcheur et leur santé, le contraire de l'humanité fébrile et malade de la station sanatoriale. Le paysage méditerranéen est d'abord vu d'un balcon où Castorp se tient (évidemment référé au balcon du Berghof), avant qu'il ne le quitte pour se promener. Les sapins éternels des Alpes sont remplacés par une multitude d'essences feuillues et odorantes ; l'uniforme blancheur de la neige s'est changée en un festival de couleurs, le silence en un concert de frémissements et de chants d'oiseaux. L'air et les météores obéissent aussi à ce système de transformations : l'air, que Castorp respire avec gratitude, est doux et humide, rendu odorant par les effluves des feuillages, bruissant de pépiements, de sons flûtés et de chuchotements ; une pluie chaude et rafraîchissante tombe, un arc-en-ciel s'étend sur le paysage, qu'il infuse de ses teintes humides et tendres...

Cette nature inspirée de l'idylle antique est remplie d'une beauté un peu fade, d'une joliesse délicate propre à l'esthétique *Jugendstil*. Les commentateurs du roman ont montré que les images de bord de mer, de futaies, de bergers, de minces jeunes filles, de cavaliers et de garçons nus dont est fait le rêve sont quasiment des descriptions de dessins et d'aquarelles dus à un artiste symboliste apprécié par les poètes et littérateurs allemands au tournant du siècle, Ludwig von Hofmann²¹. Une des compositions les plus célèbres de von Hoffmann montre un groupe de jeunes gens nus, se tenant avec des chevaux près d'une source. Les corps aux muscles étudiés, aux lignes marquées et allongées, certains athlétiques et d'autres délicats, leurs postures variées mettant en évidence des hanches, des fesses, le délié de cuisses fines, un dos musculeux... possèdent une évidente attraction érotique. Un paysage méditerranéen de collines est vaguement indiqué. D'autres œuvres de von Hofmann ont inspiré le rêve de Hans Castorp, lequel

²⁰ Sur ce rêve, voir les références dans Th. Sprecher, *Davos im Zauberberg. Thomas Manns Roman und sein Schauplatz*, Op. Cit., pp. 280-286.

²¹ Voir *Ludwig von Hofmann 1861-1945. Arkadische Utopien in der Moderne*, éd. par Annette Wagner und Klaus Wolbert, Darmstadt, Institut Mathildenhöhe, catalogue d'exposition, 2005. Von Hofmann avait été l'élève de Puvis de Chavanne, dont il a gardé l'inspiration antique et le goût symboliste.

semble d'ailleurs se rendre compte du peu d'originalité des images qui l'habitent : n'évoque-t-il pas, à son réveil, les scènes de son rêve comme un onirisme « anonyme et partagé », comme si la « grande âme » de l'humanité avait rêvé à travers lui ses images de jeunesse et de jouissance heureuse.

La représentation de la nature joue un grand rôle chez von Hofmann, d'une manière apparentée aux images *Jugendstil* de l'idylle, mêlant la sinuosité des corps à celles des fleurs, des branches, du relief naturel. Voyez le dessin intitulé « Idylle » (1898), où le mythe de Lédä est interprété dans une intimité adoucie, qui marque l'accord et l'harmonie bien plus que la subjugation jupitérienne. Voyez encore la « Composition décorative » de 1905 : le rivage méditerranéen et la plage sont indiqués de manière rapide et convenue, mais ce qui importe est le sentiment de présence native au monde que disent les corps d'enfants et de jeunes filles. Certains dessins montrent cette présence avec des moyens plastiques qui traduisent un accord véritablement symbiotique. Ainsi les « Deux femmes assises sur la côte » (1918), où les lignes des vagues ne se distinguent pas de celles des corps. Les jeunes femmes naissent de la mer telles des naïades antiques, mais aussi elles naissent du dessin même qui construit la confusion de la chair et du monde. Cette confusion est, s'il est possible, plus marquée encore dans un autre dessin, « Groupe féminin au bord de la forêt » (1903), où l'une des femmes *apparaît* littéralement sur la surface dessinée, son corps se dégageant des racines, de l'écorce et des branchages d'un arbre. La fusion du corps et du paysage, la beauté fluide des anatomies, la jeunesse heureuse des figurants qui peuplent l'œuvre de von Hofmann, tout cela convient aux idéaux du naturisme européen, qui se sont forgés en référence au mythe arcadien.

La position de Thomas Mann – vue ici à travers ce seul roman – est constamment ambiguë à l'égard de cette relation à l'idylle. Le roman pose une sorte de fond de tableau idyllique dont il sollicite maintes images, en même temps qu'il exerce une critique aiguë à propos des stéréotypes dont est nourrie la vision fusionnelle et idéalisante favorisée par la culture naturiste²². Le rêve de Castorp va

²² Autre témoignage de cette ambiguïté : Thomas Mann possédait un tableau de von Hofmann, « La source », qu'il avait accroché derrière son bureau et emmené dans ses déménagements.

significativement tourner au cauchemar : se promenant dans le paradis arcadien, devenu lui-même un de ses personnages, il aperçoit dans un temple une scène où deux vieilles femmes, qui se révèlent de véritables sorcières, déchirent de leurs mains un corps d'enfant avant de le dévorer dans un rituel sanglant. Il est évident que Castorp, s'identifiant à l'enfant, se réveille terrifié...

Il y a donc, pour Thomas Mann, un envers des images idylliques, dans les dessins hofmanniens comme dans les affiches touristiques. L'attrait et l'horrible, l'idéal et le grotesque, l'éros et la mort s'appuient l'un sur l'autre, s'adosent l'un à l'autre. L'envoûtement qu'exercent les images relève de la sorcellerie ou de la naïveté. Thomas Mann a parlé du *Zauberberg* comme « d'un roman du temps », et il fait jouer aux aspects et aux profondeurs de la temporalité un rôle capital. J'espère avoir montré que ce grand texte est aussi un roman de l'image, de sa puissance ensorcelante et de ses charmes trompeurs, dans une période qui n'est plus tellement celle de la « reproduction mécanique » des images que celle de leur présence démultipliée dans tous les aspects de la vie individuelle et sociale.