

Idealizacja gór jako warunek ich komercjalizacji. Pięć głównych atrakcji Alp Szwajcarskich w XIX wieku

<https://doi.org/10.19195/2084-4107.13.5>

Rosnąca tęsknota

Mniej więcej od połowy lat sześćdziesiątych XVIII stulecia w relacjach z podróży coraz częściej pojawiają się opisy, których autorzy dają świadectwo, jak pewien widok zaparł im dech w piersiach i odebrał mowę. Poszukiwane były miejsca wyniesione, z których miało się nieograniczony widok na otaczający pejzaż. Nie musiały to być koniecznie góry. Takim miejscem mogła być wieża kościoła, jak na przykład w XVIII wieku wieża kościoła Świętego Marcina w Landshut, podówczas najwyższa wieża kościelna w Niemczech. Znane są również rozliczne eskapady przedstawicieli epoki burzy i naporu na wieżę katedry strasburskiej¹. Za taki cel mogło służyć nawet wzgórze — przykładowo w Zurychu jest to osiemsetmetrowy Uetliberg umożliwiający doskonałą widoczność na jezioro aż po Alpy w kierunku południowym i wschodnim, a w kierunku północnym aż w głąb krainy Hegau. We Włoszech był to widok na Zatokę Neapolitańską lub zbocza Etny, zawdzięczający antycznym tekstom dodatkowy urok. Jednakże spośród rozlicznych możliwych punktów widokowych to wyniosłe góry oferowały wszystkim stęsknionym tamtego wieku tego szczególnego doświadczenia. Działo się tak dlatego, że spojrzenie mogło tu nie tylko objąć element znaczący topograficznie, lecz zarazem taki, którego dotyczyły estetyczne dyskusje o wzniosłości.

W XVIII wieku w Alpach Szwajcarskich i na przedgórzu wiele takich punktów zyskało popularność wśród podróżnych za sprawą wymieniania ich w relacjach z podróży, a także ze względu na korzystne komunikacyjnie położenie oraz zaspokajanie pragnienia spojrzenia w nieskończoną przestrzeń. Jednym z takich punktów była przełęcz Albis, od XV wieku łącząca Zurych, centralną Szwajcarię i Gotthard. Dla miejscowych była to najtańsza droga transportu towarów w kierunku Włoch. W XVIII wieku przełęcz ta zyskała znaczenie ze względu na rozwijający się w Zurychu przemysł tekstylny. Podróżni zaś, przybywający w tamtym czasie ze wschodu do Zurychu i podążający dalej w kierunku klasztoru Einsiedeln, Jeziora Czterech Kantonów i centralnej Szwajcarii, sławili widok, którym można było się napawać z wysokości przełęczy, a w szczególności z miejsca zwanego Hochwacht, zarówno na Jezioro Zuryskie, jak i w kierunku centralnej Szwajcarii.

Niedawno ukazało się ważne świadectwo dokumentujące, szczegółowo jak żadne inne, widok z tego punktu, a mianowicie dziennik podróży łuzycyckiego barona Adolfa Traugotta von Gersdorf, który w 1786 roku odbył wraz z żoną i Karlem Andreasem Meyerem von Knonow półroczną podróż po Szwajcarii.

¹ Por. S. Oettermann, *Das Panorama. Die Geschichte eines Massenmediums*, Frankfurt am Main 1980, s. 10–11.

Prócz kwestii związanych z budową Alp i typami budujących je skał zajmowały go przede wszystkim topografia i nazewnictwo gór. Przedsięwziął także podróz z Berna w okolice Interlaken i na Wyżynę Berneńską wraz z działającym podówczas w Akademii Berneńskiej Johannem Georgiem Trallem, który przeprowadził w czasie swego pobytu w Szwajcarii liczne pomiary triangulacyjne w terenie². Również sam Gersdorf dzięki swoim pomiarom barometrycznym przyczynił się do ustalenia, wówczas jeszcze w niewielkim stopniu znanych, wysokości szczytów alpejskich. Będąc na przełęczy Albis, dwukrotnie udał się na miejsce zwane Hochwacht w celu akrybicznego opisanie widoku³.

W takich miejscach Gersdorf skupiał się na dwóch sprawach. Z jednej strony widok sprawiał mu, tak jak innym podróżnym, szczególną przyjemność: „Z gospody w Ober Albis był wspaniały widok na całe jezioro”⁴. Biorąc pod uwagę, że mamy tu trzeźwo myślącego przyrodnika, zdanie to należy ocenić jako niemalże wybuch marzycielstwa. Z drugiej strony Gersdorf chciał móc nazwać tak poprawnie, jak to możliwe, widoczne na horyzoncie punkty krajobrazu i szczyty górskie. W tym celu narysował panoramę, ponumerował poszczególne szczyty górskie, a w legendzie przyporządkował numerom nazwy. Pojawiło się jednak wiele niejasności. Nazewnictwo w górach było podówczas dalekie od jakiegokolwiek zobowiązującej konwencji. Mianowicie na przykład Albrecht Haller nie był pewien takich nazw jak Eiger, Mönch czy Jungfrau, znanych dziś każdemu dziecku w szkole, i musiał o nie pytywać na Wyżynie Berneńskiej⁵. Ten niedostatek rozpałił ogień — „*Furor onomasticus* berneńskich przyrodników”⁶ — i tak to Gottlieb Sigmund Studer — z którym również Gersdorf był w bliskim kontakcie podczas swojego pobytu na ziemi berneńskiej — opublikował w 1790 roku swoje *Chaîne d’Alpes vue des environs de Berne* wraz z kartą z akwafortą, przedstawiającą obrys tegoż terenu ze 124 numerami i przynależącymi do nich nazwami. *Chaîne d’Alpes* zakończyły trwające dziesiątki lat starania o właściwe nazwanie berneńskich szczytów alpejskich; karta była rezultatem ponad 100 podróży w góry, w czasie których Studer rysował i gromadził nazwy. Jego wiedza znalazła potem zastosowanie w *Atlas Suisse* (1796–1802) Johanna Rudolfa Meyera i Johanna Heinricha Weissa⁷.

² Por. R. Knott, *Johann Georg Tralles*, „Allgemeine Deutsche Biographie” (dalej: ADB) 38, 1894, s. 494 n.

³ Na temat pobytu na Albis zob. A.T. von Gersdorf, *Bemerkungen auf einer Reise durch die Schweiz in Gesellschaft meiner Frau und des Herrn von Meyers im Sommer 1786*, red. V. Hug, M. Schmid, G. Folkers, s. 242–252, <https://gersdorf.collegium.ethz.ch/> (dostęp: 1.08.2020).

⁴ *Ibidem*, s. 242.

⁵ M. Rickenbacher, *Das Alpenpanorama von Micheli du Crest — Frucht eines Versuches zur Vermessung der Schweiz im Jahre 1754*, „Cartographica Helvetica” 1995, nr 8, numer specjalny, s. 6–7.

⁶ B. Weber, *Der „Prospect Geometrique” von Micheli du Crest als Initiator der Gebirgsplanoramenkunst*, [w:] *Jacques-Barthélemy Micheli du Crest 1690–1766 homme des Lumières*, red. B. Roth-Lochner, L. Fornara, Genève 1995, s. 164.

⁷ *Augenreisen — Das Panorama in der Schweiz*, red. Schweizerisches Alpines Museum, Bern 2001, s. 82–83.

Nim w samych tylko zachodnich Alpach nazwy stały się pewne i wiążące, nadeszło XIX stulecie. Także Gersdorf wiedział, że nazwy gór w żadnym razie nie były pewne. Jeszcze lata po powrocie z podróży prosił swoich korespondentów przebywających na miejscu o potwierdzenia lub poprawki odnoszące się do legend sporządzonych rysunków⁸. Wprawdzie Gersdorf wyróżnia się na tle innych podróżnych, lecz akrybia ta zwraca uwagę na znaczący element współczesnego mu pożądanego widoków — idzie tu o wizualne uporanie się z wielkimi przestrzeniami o bardzo złożonym topograficznie charakterze. Następowoło to za pomocą pozostających do dyspozycji narzędzi naukowych, które właśnie przy okazji takich prac były ulepszone.

Jednak większość podróżnych nie miała naukowego dostępu do topografii Alp lub też miała go tylko częściowo. Dla nich na pierwszym planie stała przyjemność i uwolnienie spojrzenia. Jednostka widziała i pojmowała się jako centralny punkt pewnej scenerii, którą w istocie sama tworzyła przez wybór miejsca. To wejście w siebie poprzez spojrzenie na świat wywoływało niesamowitą euforię i szukano go wciąż na nowo w czasie podróży, ale i w nowym środku przekazu, jakim stały się w tamtym okresie panoramy⁹. Aby to odczuć, nie trzeba było umieć nazwać każdej góry, nawet na przełęczy Albis. Za przykład może tu służyć Goethe, zafascynowany tym widokiem w czasie trzeciej podróży po Szwajcarii w 1797 roku, kiedy to w drodze do centralnej Szwajcarii spoglądał z Hochwacht na Jezioro Zuryskie:

Wyruszyliśmy o drugiej. Była to piękna chwila. Zobaczyć z góry Jeziora Zuryskie i Jezioro Hütten wraz z przeciwległym brzegiem tego ostatniego, rozmaite wyniesienia i doliny zdobne lasami, sadami i łąkami. Aż po samo miasto [ma na myśli Zurych — A.B.] wszystko było przejrzyste, tak jak i w górę w kierunku Stäfa, Rapperswil, aż po góry Toggenburgu¹⁰.

Dla niego i dla większości podróżnych nieograniczony niczym widok, a tym samym Alpy, stanowiły topografię idealną do doświadczenia w kontekście estetycznej dyskusji o pięknie i wzniosłości, aczkolwiek akurat Goethe bardzo interesował się budową gór. Widok na wzgórza centralnej Szwajcarii z jej krajobrazem ubogaconym jeziorami i różnorodnością ziem uprawnych, który ujrzał z przełęczy Albis, wywołał mimo to uczucie przyjemności. Daleko zaś na horyzoncie widać było wysokie góry, którym przypisywano cechę wzniosłości.

Gdy się jednak do nich zbliżyć, ukazywały inne oblicze, jak Glacier des Bois, znany lepiej jako Mer de Glace i stanowiący, dzięki swej nieskomplikowanej dostępności, największą atrakcję Chamonix w XVIII wieku. W relacji autorstwa Désiré Raoul-Rochette czytamy: „On dirait qu’en un jour de tempête, quand l’Océan élevait dans les airs ses vagues, ses lames et son écume, un froid subit

⁸ Por. przyczynek Anke Tietz w *Adolf Traugott von Gersdorfs Schweizer Reise 1786*, red. V. Hug, M. Schmid, G. Folkers, Zürich 2018 („Edition Collegium Helveticum”, t. 10), s. 121–127.

⁹ Por. S. Oettermann, *op. cit.*, s. 12.

¹⁰ J.W. von Goethe, *Die Schweizer Reisen 1775/1779/1797*, Zürich-München 1979, s. 193.

a tout consolidé, et que, pour l'éternité tout entière, il a suspendu ces ondes qui dans le moment même devaient retomber à leur niveau". Przynależąca do tego opisu ilustracja pejzażysty Jules-Louis-Frédérica Villeneuve ukazuje dokładnie taką sytuację zastygniętej wody. Masy lodu jak rzeki spływają z gór i rozlewają się w Mer de Glace. On zaś sam sprawiał wrażenie znieruchomiałej na chwilę wzburzonej powierzchni wody¹¹. Morze lodu jako ocean zastygły w burzy był najbardziej rozpowszechnionym spojrzeniem na ten krajobraz lodowcowy, jak dokumentują liczne relacje z podróży. Związane z tym jest pojawienie się w Alpach, obok obrazu piramid sięgających nieba skał, innego popularnego przedstawienia, do którego odnoszono się chętnie w kontekście wzniosłości — niewzruszony ocean wywołujący u obserwatora podziw i strach, jak to udokumentował na przykład badacz Alp Horace-Bénédict de Saussure, ujrzawszy lodowce otaczające Montanvers: „Comment faire passer dans l'ame du lecteur cette impression mêlée d'admiration & de terreur qu'inspirent ces immenses amas de glaces entourés et surmontés de ces rochers pyramidaux plus immenses encore?”. Jako wywołującą szczególnie mocne wrażenie odbierano śmiertelną ciszę panującą w tych okolicach, przerywaną jedynie przez spadające kamienie czy lodowe bloki albo przez lawiny¹².

Podsumowując, można stwierdzić, że w XVIII wieku pewne miejsca zostały dzięki swym cechom topograficznym wyróżnione z łuku Alp. To wyodrębnienie z krajobrazu zawdzięczały wywodzącym się z wykształconych warstw społeczeństwa podróżnym z całego kontynentu, biegłym w toczących się dyskusjach filozoficznych i przyrodniczych. Przemierzali oni Alpy, jeśli nie we wszystkich kierunkach, to w każdym razie na obszarze nieporównywanie szerszym od ich poprzedników, na co zwracali uwagę w swoich relacjach.

Tłumy turystów

Jeśli spojrzeć z perspektywy XIX wieku na wiek poprzedni, stwierdzi się, że spośród wszystkich punktów widokowych w Alpach Zachodnich pozostało ledwie pięć: Rigi, Pilatus, Mer de Glace i okolice Mont Blanc, Gornergrat oraz Männlichen ze słynnym widokiem Alp Berneńskich, natomiast przykładowo przełęcz Albis przestała budzić zainteresowanie. Cóż się stało?

Można postawić tezę, że pięć atrakcji Alp Szwajcarskich, jak nieco swobodnie zostały one nazwane w tytule, korzystało z jednej strony na uwadze, jaką poświęcali im uczeni, artyści i literaci w XVIII wieku. Stworzyli oni pewną normę przeżywania widoku, od której nie było odwrotu, a mianowicie nieograniczoną panoramę. Jednak w XIX wieku przewagę wśród wszystkich punktów widoko-

¹¹ D. Raoul-Rochette, *Lettres sur la Suisse*, t. 1, Paris 1823, s. 57. Ilustracja Jules-Louis-Frédérica Villeneuve'a na s. 54.

¹² H.B. de Saussure, *Voyages dans les Alpes*, t. 3, Genève 1779–1796, s. 41–42.

wych te wstępnie przygotowane miejsca mogły zdobyć tylko dzięki znaczącym inwestycjom wspomagającym ich atrakcyjność.

Wraz z końcem wojen napoleońskich podróże na kontynencie znowu nabrały intensywności i można powiedzieć, że od lat trzydziestych–czterdziestych XVII wieku zaczęła się turystyka o nowoczesnym charakterze, kształtowana przez podróżnych z angielskiej arystokracji i klasy wyższej. Do preferowanych przez nich celów należały — obok południowego wybrzeża Francji i Ligurii — centralna Szwajcaria, Wyżyna Berneńska, rejon Jeziora Genewskiego, a później jeziora górnych Włoch. Od 1863 roku, wraz ze zorganizowanymi podróżami Thomasa Cooka, również wyższa klasa średnia miała możliwość odwiedzenia Szwajcarii¹³. Do nadania szczególnie szybkiego tempa rozwoju celom w centralnej Szwajcarii przyczyniły się wyczerpujące relacje w prasie angielskiej i w całej Europie dotyczące trwającej ponad miesiąc wizyty królowej Wiktorii w Lucernie w sierpniu 1868 roku¹⁴. Za Anglikami podążyli Amerykanie, Niemcy i Francuzi, a od około 1900 roku coraz więcej Rosjan.

Potok turystów był coraz większy. W samej tylko Lucernie i centralnej Szwajcarii w okresie między 1892 a 1910 rokiem liczba przybyszów wzrosła ponad dwukrotnie — z 77 950 do 192 537 osób, jak wynika z dostępnych źródeł. Dobre wyobrażenie o dynamice wzrostu dają informacje dotyczące frekwencji parowców na Jeziorze Czterech Kantonów między 1850 a 1910 rokiem — liczba pasażerów zwiększyła się z 84 696 do 2 143 002 osób rocznie¹⁵. Liczby te nie są jednak całkowicie znaczące, gdyż w owym czasie wydajność transportowa mocno się zwiększyła. Zdaje się, że nawet kryzys lat siedemdziesiątych XIX wieku, tak zwana wielka depresja, nie dotknął przemysłu turystycznego centralnej Szwajcarii tak bardzo jak gałęzi przemysłowych w innych regionach Szwajcarii. Wprawdzie liczba łóżek

¹³ Szczególnie gospodarczy rozwój turystyki w Szwajcarii został w międzyczasie zbadany w sposób pogłębiony i wieloaspektowy. Por. m.in. L. Tissot, *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIXe siècle*, Lausanne 2000; *Le tourisme suisse et son rayonnement international / Switzerland, the Playground of the World*, red. C. Humair, L. Tissot, Lausanne 2011. Szczególnie w odniesieniu do centralnej Szwajcarii za ważne czynniki wzrostu uznaje się otwarcie połączenia kolejowego między Bazyleą i Lucerną, a także udzielenie przez banki kredytów w celu wspierania turystyki; por. P. Huber, *Luzern wird Fremdenstadt. Veränderungen der städtischen Wirtschaftsstruktur 1850–1914*, Luzern 1986, s. 237–238.

¹⁴ P. Arengo-Jones, *Queen Victoria in Switzerland*, London 1995; J. Mathieu, E. Bachmann, U. Butz, *Majestätische Berge. Die Monarchie auf dem Weg in die Alpen 1760–1910*, Baden 2018, s. 54–63. Innym ważnym wydarzeniem była krótka wizyta w tym miejscu niemieckiej pary cesarskiej 2 maja 1893 roku, która w udokumentowany sposób przyczyniła się do napływu turystów z Niemiec; por. P. Omachen, *Luzern — eine Touristenstadt. Hotelarchitektur von 1872 bis 1914*, Baden 2010, s. 118.

¹⁵ Liczby cytowane za P. Huber, *op. cit.*, s. 225–231, tabele 36–37, s. 260–262. Dopiero powołana w 1892 roku komisja do spraw przewozu rozpoczęła prowadzenie statystyki gości. Co do wcześniejszych liczb jesteśmy zdani na analizy list gości w „Fremdenblatt”. Na temat rozwoju kursów statków parowych zob. *ibidem*, tabela 19, s. 243.

hotelowych sporo się zmniejszyła, lecz była to także korekta wybujałego wzrostu ich liczby, który rozpoczął się mniej więcej w 1860 roku¹⁶.

Obok transportu, noclegu i wyżywienia coraz bardziej wymagającym gościom trzeba było zorganizować również rozrywkę. W Lucernie w 1865 roku zbudowano więc właściwą kwaterę turystyczną z gospodami, kawiarniami, piwiarniami, kasynem i lokalami oraz instytucjami oferującymi rozrywkę w czasie złej pogody¹⁷. Podróże weszły w proces industrializacji i należy zadać pytanie, jakie skutki miało to dla omawianego przeżywania panoramy.

Świat z marzeń turystów

W dużym skrócie można odpowiedzieć, że wraz z industrializacją podróży przeżywanie panoramy stało się produktem komercyjnym, który mógł być zachwalany, sprzedawany i oceniany, w związku z czym klient mógł względem niego stawiać wymagania, gdyż był gotów wydać na niego dużo pieniędzy. Aby jednak wykorzystać to przeżycie jako produkt opatrzonej metką z ceną, musiał on zostać ujęty w standardy, to znaczy — jego najważniejsze składowe musiały zostać rozpoznane i na nowo umocowane. Nie należy sobie tego wyobrażać jako analitycznego procesu, w którym najpierw poszczególne elementy zostają wyodrębnione, aby je potem połączyć, a produkt wystawić w oknie wystawowym. Była to raczej rodzaj *work in progress*, zależna od okoliczności i nowinek finansowych, infrastrukturalnych, technicznych, a także związanych z transportem i gospodarką globalną.

Jeśli idzie o Alpy Zachodnie, to tutejsza standardyzacja nie jest nigdzie tak dobrze udokumentowana jak w odniesieniu do najsłynniejszej góry lat 1850–1914, a mianowicie Rigi w centralnej Szwajcarii. Rigi miał wobec innych gór, prócz swojej niczym niezakłóconej panoramy, pewną decydującą przewagę — wschód tudzież zachód słońca. Już w 1818 roku mówiło się, że Rigi jest „ulubioną górą Szwajcarii”¹⁸, lecz *boom* rozpoczął się tak naprawdę po 1850 roku, a rozpędu nabrał wraz z otwarciem kolei linowo-terenowej z Vitznau na Rigi Kulm w 1871 roku. Wedle pobieżnych ocen liczba odwiedzających to miejsce w latach pięćdziesiątych waha się między 30 tysięcy a 50 tysięcy osób, w 1874 roku miało ich być już ponad 100 tysięcy, a w 1890 było to 150 tysięcy. Najwyższa liczba to 180 tysięcy osób. W tym czasie liczba miejsc noclegowych wzrosła do nigdy już później nienotowanej — ponad 2 tysiące¹⁹.

¹⁶ *Ibidem*, s. 135–145; P. Omachen, *op. cit.*, s. 192–199; R. Flückiger-Seiler, *Hotelträume zwischen Gletschern und Palmen. Schweizer Tourismus und Hotelbau 1830–1920*, Baden 2001, s. 76–81.

¹⁷ Por. A. Bürgi, *Eine touristische Bilderfabrik. Kommerz, Vergnügen und Belehrung am Luzerner Löwenplatz 1850–1914*, Zürich 2016, s. 15–88.

¹⁸ Tak Ulrich Hegner w swej *Berg-, Land- und Seereise*, cyt. za: A. Kälin, *Rigi — mehr als ein Berg*, Baden 2012, s. 21.

¹⁹ A. Kälin, *op. cit.*, s. 53–71.

Dzięki niezliczonym relacjom i rekomendacjom w prasie w opisach podróży i przewodnikach Rigi zostało rozślawione w świecie i stało się obowiązkowym punktem wycieczki do Szwajcarii. Szybko też wraz z rosnącym tłumem turystów przyjął się schemat wycieczki, która przebiegała następująco: przyjazd z Lucerny w południe, potem podejście z Vitznau lub Weggis, dla pań lektyka lub muł, od 1871 roku dla wszystkich kolejką górską; zakwaterowanie w jednym z hoteli na Rigi Kulm²⁰, *Table d'hôte*, rano jeszcze w ciemnościach pobudka i spacer na najwyższą platformę; wschód słońca, z powrotem do hotelu, śniadanie; podróż powrotna do Vitznau lub — po otwarciu kolejki Arth-Rigi-Bahn w 1875 roku — do Arth-Goldau. Należy jednak od razu dodać, że funkcjonowało to tylko w teorii, gdyż niejednemu przeżycie popsuła mgła, chmury i zła pogoda, jako że przedgórze Alp jest przecież jednym z najbardziej deszczowych rejonów Szwajcarii. Trzeba wziąć też pod uwagę, że podróżni nie dysponowali nieograniczonym czasem pozwalającym na wyczekanie dobrej pogody, przeciwnie, szczególnie od roku 1863, kiedy Thomas Cook prowadził pierwsze zorganizowane podróże po Szwajcarii, na wycieczkę na Rigi pozostawał ledwie dzień. Jeśli niebo było akurat zachmurzone, miało się po prostu pecha. Było to bardzo denerwujące, jako że nawet zorganizowana podróż po Szwajcarii nie była tania²¹.

Ten dla turystów przykry fakt natchnął w 1854 roku Ludwiga Meyera z Schauensee w Lucernie pomysłem zaprezentowania wschodu słońca na Rigi jako dioramy w mieście. Mógł tam zagwarantować dwa decydujące elementy: nieograniczony widok i wschód słońca, i to nie narażając podróżnych na — przynajmniej do 1871 roku — wielogodzinne podejście oraz ryzyko, że ich trud nie zostanie wynagrodzony ze względu na złą pogodę. Jednakowoż jego diorama nie ukazywała, jak ma to miejsce w wypadku panoramy, widoku na 360 stopni; do tego diorama, działająca jak olbrzymia skrzynia do patrzenia ze zmieniającym się oświetleniem²², nie była stworzona. Ukazywała spektakularne wycinki, które można było za pomocą przemyślnej konstrukcji opierającej się na rolkach przetaczać przed publicznością i komentować. Meyer mógł dzięki technice dioramy oświetlać ukazywane wycinki w rozmaity sposób, a więc nie tylko symulować słynny wschód słońca, lecz na przykład również nadciągającą burzę albo przemianę krajobrazu z zimowego w kwitnąco wiosenny²³. Stworzona z biegiem lat w terenie standardyzacja umożliwiła reprodukcję przeżycia w zamkniętym pomieszczeniu w środku miasta. Zgodnie z tą logiką Meyer reklamował swój lokal sloganem: „Najpiękniejsze odszkodowanie dla tych, których na wycieczce spotkała zła pogoda”. Właściwie hasłem tym nie doceniał swego przedsięwzięcia, bo

²⁰ Odnośnie do hotelarstwa na Rigi zob. R. Flückinger-Seiler, *op. cit.*, s. 77–79, 134–143.

²¹ Por. L. Tissot, *op. cit.*, s. 158–198.

²² O technice dioramy zob. H. Buddemeier, *Panorama, Diorama, Photographie. Entstehung und Wirkung neuer Medien im 19. Jahrhundert*, München 1970, s. 25–26.

²³ Niestety nie istnieją już źródła dotyczące sposobu przeprowadzania i przebiegu przedstawień.

przecież w jego lokalu można było przypuszczalnie zobaczyć więcej niż w czasie jednego dnia spędzonego na górze.

Pomysł Meyera okazał się sukcesem — jego diorama egzystowała do połowy lat dziewięćdziesiątych XIX wieku, a od 1873 roku z poszerzoną ofertą. Teraz można było oglądać także widoki z położonej blisko Lucerny góry Pilatus oraz z Gornergratu na Matterhorn i masyw Monte Rosa, innymi słowy — coraz śpieszniej przemierzający trasę podróżni mogli odwiedzić trzy z najsłynniejszych punktów widokowych wygodnie w pół dnia. Potomkowie sprzedali potem prawa do dioramy malarzowi Ernstowi Hodelowi, który w pobliżu otworzył tak zwane alpeum z pięcioma dioramami, w tym naturalnie znów Rigi, Pilatus i Gornergrat, a do tego jeszcze Mont Blanc i stacja Eismeer kolejki na Jungfrauoch w Alpach Berneńskich, która została otwarta w 1905 roku i której dioramę zarządca obstarował u Hodela. Było mianowicie ważne, aby w centrum turystycznym, jakim była Lucerna, można się było dowiedzieć o nowej atrakcji w Alpach Berneńskich²⁴.

Góry stały się przedmiotem konsumpcji, musiały się opłacać i zostały wprężnięte do ekonomii konkretnej gałęzi gospodarki. Dlatego ze wszystkich punktów widokowych zostało się tylko pięć. Wszystkie były dobrze dostępne, ważne były tu kolejki górskie i hotelarstwo, względnie dostępność i komfort. Przełęcz Albis i inne punkty widokowe zniknęły natomiast z kręgu zainteresowania podróżnych, od kiedy dostawali się oni z Zurychu do centralnej Szwajcarii koleją tudzież po nowo wybudowanych drogach.

Skomercjalizowany panoramiczny widok utracił swój wyjątkowy charakter, swoją aurę, by posłużyć się w tym miejscu sformułowaniem Waltera Benjamina. Nie trzeba już było wspinać się na góry, aby przeżyć to, co oferowały; z tego wszystkiego można było korzystać również w odpowiednich lokalach w mieście, a przede wszystkim powtarzać nieskończoną ilość razy²⁵. Już korespondent „Dziennika Lucerneńskiego” puentuje w swoim artykule poświęconym otwarciu dioramy Meyera:

Już z tuzin razy wspiąłem się na Rigi i syciłem oko i serce wspaniałością, którą jednemu i drugiemu oferuje. Lecz niewiele mniej zaskoczony byłem, gdy ujrzałem tutaj poszczególne części odległego widoku przedstawione w taki sposób, że trudno było mi sobie wyobrazić, iż jestem gdzie indziej niż na Rigi. Dokładność w przedstawieniu szczegółów, perspektywa, koloryt, niespodziewane przemiany pełni światła i zmierzchu, osobliwe zabarwienie różnych pór dnia — wszystko po to, aby trzymać w doskonałej iluzji²⁶.

²⁴ O dioramie Meyera zob. A. Bürgi, *op. cit.*, s. 20–27, 48–52, 65–71.

²⁵ Podobną funkcję, choć inny fason, miało w Lucernie Stauffersche Museum der Tiergruppen. Grupy te reklamowane były przez właściciela, preparatora Samuela Stauffera jako „wierne naturze przedstawienia życia zwierząt świata alpejskiego” i miały zastępować widywane rzadko w naturze, a już na pewno nie w tak wielkiej różnorodności zwierzęta alpejskie, od pardwy śnieżnej po sępa i od świstaka po niedźwiedzia; por. *ibidem*, s. 27–32.

²⁶ „Luzerner Tagblatt” 21.01.1856, s. 5.

Najbardziej jaskrawo ukazuje tę nową sytuację poznawczą anegdota o pewnej Angielce, która w drodze do Szwajcarii zatrzymała się w Paryżu i zwiedziła tam dioramę Chamonix Daguerre'a. Po tym wydarzeniu przerwała swoją podróż i wróciła do Anglii, gdyż była przekonana, że więcej Szwajcarii niż na tej dioramie już nie ujrzy²⁷.

Oczywiście możliwość reprodukowania tego specjalnego doświadczenia wzrokowego w związku z panoramami została wynaleziona i wykorzystana już w wieku XVIII przez Roberta Barkera. Stworzył on i wdrożył koncepcję panoramy jako przedsięwzięcia, na którym chciał zarabiać. Jego panoramy jednak nie były włączone w większe przedsięwzięcie o charakterze komercyjnym, jak przemysł rozrywkowy lub turystyczny, względnie kombinacja obydwu, jak w wypadku dioramy Meyera. Miały jeszcze jedną funkcję — Oettermann opisuje wczesną panoramę jako „maszynę, która pozwala uczyć się panowania mieszczańskiego spojrzenia, a zarazem je gloryfikuje jako instrument służący wyzwoleniu i ponownemu uwięzieniu spojrzenia”²⁸. Ćwiczenie to zostało jako proces społeczny zakończone w połowie XIX stulecia. Dlatego komercjalizację można uznać za decydujący czynnik, który przemienił to doświadczenie, a z jego sprzedajnością powiązał obietnicę zapewnienia wszędzie jego dostępności. Dostępność tę należy zaliczyć w ogóle do najważniejszych przyczyn sukcesu przemysłu turystycznego. Tak jak w mieście można było symulować przeżycia na szczycie górskim, tak na szczycie górskim można było zapewnić hotele o standardzie miejskim. Ogromne bryły hotelowe w stylu historyzującym, które w okresie *fin de siècle* stawiano w całych Alpach, sięgając nawet w najgłębsze doliny, pełniły również funkcję polegającą na ulżeniu podróżnym w ich trosce o nieprzewidywalny charakter podróży i pokazanie, że teraz wszystko można mieć wszędzie i nie ma znaczenia, czy jest się w mieście, czy na górze. To właśnie w niezależności od warunków i ograniczeń przestrzennych zmanifestował się triumf nowoczesnego przemysłu turystycznego. Stworzył on własne światy, a to, co specjalista od hoteli Robert Flückiger-Seiler mówi w odniesieniu do imponujących budynków *belle époque*, a mianowicie, że tworzyły one „świat marzeń” dla ekskluzywnej klienteli, da się powiedzieć zasadniczo o całym przemyśle turystycznym w latach pomiędzy 1870 a I wojną światową²⁹.

Te światy marzeń przemysłu turystycznego, które w żadnym razie nie znikają wraz z końcem *belle époque*, wymagają specjalnych badań, które wykraczają poza ramy tego artykułu. Jeśli zaś chodzi o doświadczenia wzrokowe związane z panoramicznym widokiem, można stwierdzić, że przemieniły się one w jedno spośród przeżyć alpejskich. Włączenie ich w przemysł rozrywkowy i turystyczny uczyniło z nich element przeżycia w turystycznym świecie marzeń obok wielu innych oferowanych przybyszom. Ze szczerze w oszołomieniu przeżywanym

²⁷ Cyt. za: D. Sternberger, *Panorama oder Ansichten vom 19. Jahrhundert*, Frankfurt am Main 1974, s. 15.

²⁸ S. Oettermann, *op. cit.*, s. 9.

²⁹ Por. fragment dotyczący „marzeń hotelowych” w R. Flückiger-Seiler, *op. cit.*, s. 44–51.

odosobnieniem i poczuciem samospelnienia, które w XVIII wieku łączyły się z panoramicznym widokiem na szczególnych właśnie z tego względu miejscach Alp, usługa, taka, jak ta przedstawiona na Rigi, względnie w dioramie, ma niewiele wspólnego. W związku z tym nie można tu już mówić o estetycznej idealizacji gór w sensie wzniosłości. Pozostaje ona ograniczona do XVIII wieku, a jednak przygotowała te regiony alpejskie do ich komercjalizacji w XIX wieku.

*Z języka niemieckiego przełożyła
Monika Witt*