

Počeci turizma u 19. stoljeću u Europi

Florjanić, Dijana

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:654227>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2023-12-02**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

DIJANA FLORJANIĆ

POČECI TURIZMA U EUROPI U 19. STOLJEĆU

Završni rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

DIJANA FLORJANIĆ

POČECI TURIZMA U EUROPI U 19. STOLJEĆU

Završni rad

JMBAG: 0303083032, redoviti student

Studijski smjer: preddiplomski studij kulture i turizma

Predmet: Povijest dokolice i turizma

Znanstveno područje: humanističke znanosti

Znanstveno polje: povijest

Znanstvena grana: hrvatska i svjetska moderna i suvremena povijest

Mentor: izv. prof. dr. sc. Igor Duda

Pula, rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Dijana Florjanić, kandidat za prvostupnika kulture i turizma ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

U Puli, 24. rujna 2021.

Student



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Dijana Florjanić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom *Počeci turizma u Europi u 19. stoljeću* koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 24. rujna 2021.

Potpis

SADRŽAJ

UVOD	5
1. ISTRAŽIVAČKA PUTOVANJA PRIJE POJAVE TURIZMA I <i>GRAND TOUR</i>	6
2. PROMETNA REVOLUCIJA U 19. STOLJEĆU	10
3. KULTURA DOKOLICE I KULTURA PUTOVANJA.....	13
4. RAZVOJ PUTNIČKIH AGENCIJA.....	17
5. POČECI DEMOKRATIZACIJE TURIZMA.....	20
ZAKLJUČAK.....	23
LITERATURA	24
SAŽETAK	26
ABSTRACT	27

UVOD

Povijest putovanja veže se na 4000. godinu pr. n. e. kada se putovalo iz egzistencijalnih razloga, ratova i istraživanja. Unatoč tome turizam je pojava koja je svoj razvoj doživjela u 19. stoljeću. Za razvoj turizma zaslužna je industrijska revolucija koja je za sobom povukla i prometnu revoluciju, a to su bili razvoj željeznice i parobroda. U 19. stoljeću čovječanstvo je osjetilo potrebu da slobodno vrijeme odvoji od radnog vremena, a razvojem društva i ekonomije omogućile su se nove vrste putovanja, putovanja širim slojevima društva te demokratizacija turizma. Takav tempo zahtijevao je i razvoj posredništva pa su nastale i prve putničke agencije, a zaslužan je bio Thomas Cook koji je osnovao prvu putničku agenciju *Cook*.

Ovaj radi bavi se počecima turizma u Europi u 19. stoljeću. Prvo poglavlje obuhvaća istraživačka putovanja prije pojave turizma i *Grand Tour*. Drugo poglavlje bavi se prometnom revolucijom koja je utjecala na razvoj turizma i turističkih agencija, a proizlazi iz industrijske revolucije. U trećem poglavlju govori se o tome kako se provodilo slobodno vrijeme u 19. stoljeću i koja odredišta su bila najpopularnija. Četvrto poglavlje obuhvaća povijest razvoja prvih turističkih agencija i razvoj prvog organiziranog turističkog putovanja za koje je zaslužan Thomas Cook. Peto poglavlje objašnjava demokratizaciju turizma, odnosno približavanje odmora srednjem sloju i radnicima.

Najviše sam se oslonila na literaturu koju čine sljedeći naslovi: *Turističke agencije* Borisa Vukonića, *Turoperator i svjetski turizam* Nevenke Čavlek te knjiga i članak Igora Dude pod naslovom *U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, odnosno *Osvajanje prostora i vremena. Dokolica kao užitek dugog devetnaestog stoljeća*.

1. ISTRAŽIVAČKA PUTOVANJA PRIJE POJAVE TURIZMA I *GRAND TOUR*

Povijest putovanja veže se uz razvoj civiliziranosti čovječanstva i život u organiziranim zajednicama.¹ Oko 4000. godine pr. n. e. pojavljuje se novac i razvija se trgovina, što se pripisuje Sumeranima, a osim toga, oni su zaslužni i za razvoj pisma i kotača pa se smatra kako su zaslužni za razvitak prve faze putovanja. Mnogo putovanja u tom razdoblju povijesti vežu se za putovanje iz egzistencijalnih razloga i ratnih pohoda, no postojali su i ostali motivi, kao što su istraživanje i pribavljanje novih znanja i iskustava, kulturne potrebe i zdravlje.

Putovanja iz ugone u trećem tisućljeću pr. n. e. javljaju se u Babilonu, Egiptu, Asiru, Perziji, Kini i Japanu, no učestalije se pojavljuju putovanja radi trgovine i to pravcima „Svilena cesta“, koji povezuje Kinu s Crnim morem, „Jantarska cesta“ koja se proteže od Balkana do Mediterana i „Solna cesta“, koja je vodila od Hadramauta do Male Azije i Arabije. Također se spominju popločene ceste u Babilonu i ceste na Dalekom istoku. U starom vijeku, za vrijeme antike u Grčkoj, 776. pr. n. e. organizirane su prve Olimpijske igre, koje su bile motiv putovanja na sportske događaje, a osim Olimpijskih igara, organizirale su se i Istamske igre, Nemejske, Pitijске i ostala natjecanja na koja se dolazilo radi zabave. U to doba najčešće putuju istraživači, pjesnici, putopisci i trgovci.

Rimljani su zaslužni za razvoj razgranate mreže cesta, što je stvorilo dobre uvjete za putovanja za vrijeme njihove vladavine koja je trajala sve do 476. godine. Rimsko Carstvo zaslužno je za stvaranje 90.000 kilometara rimskih cesta koje su pridonijele ugodnom i sigurnom putovanju. Državna uprava, odnosno Cursus Publicus brinula se o rimskim cestama i prometu Postojala je mogućnost kupovine karata za prijevoz, a čak i rezervacija mjesta u kočiji. Već u to doba bilo je moguće pronaći brošure s itinerarom. Putovalo se radi trgovine, državnih poslova, ali i zbog raznih priredbi koje su se održavale na stadionu, odnosno rimskom amfiteatru Circus Maximus, koji je mogao primiti 80.000 gledatelja. Posjećivali su i termalna kupališta iz kojih izvire topla ljekovita voda. U te svrhe posjećivali su današnji Cavtat (Epidaurum), otok Eubeju u Grčkoj i Baiae u Napuljskom zaljevu.

¹ Podaci o najranijem razdoblju razvoja kulture putovanja preuzeti iz: Vukonić, Boris, *Turističke agencije*, Mikro rad, Zagreb, 1998., 3-5.

Padom Zapadnog Rimskog Carstva 476. godine, zaustavlja se razvitak putovanja, a tome pridonose brojni ratovi, pljačke i razbojništva. Tek u ranom srednjem vijeku, ceste postaju sigurnije za putovanja, a trgovački putovi i proizvodnja se ponovo razvijaju. Hodočašća i vjerski razlozi postaju sve učestaliji motiv putovanjima, a za takvu vrstu putovanja bila je zaslužna Crkva, koja je organizirala putovanja u vjerska središta, kao što su Lourdes, Compostela i Rim. Kao dokaz tome, u Francuskoj postoje ceste koje vode iz različitih smjerova do različitih svetišta. Razvojem vjerskih putovanja, razvijaju se i gostionice, svratišta i prodavaonice suvenira uz cestu.

Tijekom razdoblja humanizma i renesanse europska mladež i elita počinju putovati Europom u potrazi za novim iskustvima i znanjima. Takva pojava naziva se *Grand Tour*, u prijevodu *veliko putovanje*, i ona se veže uz putovanje europske aristokratske mladeži koja putuje u zemlje, kao što su Italija, Francuska, Njemačka i Švicarska. Cilj takvog putovanja bio je vratiti se u rodno mjesto s novim saznanjima i iskustvima iz drugih velikih europskih gradova.²

Grand Tour putovanja razvijaju se između 1760. i 1840. godine. Tek 1810. godine počinju se javljati pojave koje se u budućnosti nazivaju turizmom.³ Na takvu vrstu putovanja odlazilo se na više mjeseci, u nekim slučajevima, čak i više od tri godine, no krajem 1830-ih trajanje se smanjilo na četiri mjeseca. Takve promjene, dogodile su se zato što se počela uključivati i srednja klasa koja je imala ograničene resurse i vrijeme, pa su ostajali kraće vrijeme u stranim zemljama.⁴

Ranija povijest razvoja turizma ima elemente koji bi se izdvojili kao preteča turističkim putovanjima, no unatoč tome *Grand Tour* se smatra polazištem i početnom točkom povijesti razvoja turizma. Putovanja u antici i turistička putovanja koja se odvijaju tijekom *Grand Toura*, razlikuju se po ekonomskim i društvenim uvjetima, karakteru i snazi motiva, a oni su uočljiviji tijekom *Grand Toura*. Navodi se kako valja razlikovati putovanje i turizam, zato što se svaki putnik ne smatra turistom. Pojam turist se u 1838. označava kao putnik koji putuje radi svoje osobne kulture.⁵

² Inglis, Fred, *The delicious history of the holiday*, Routledge, 2005., 17.

³ Duda, Igor, *U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, Srednja Europa, Zagreb, 2005., 30.

⁴ Towner, John, "The grand tour: A key phase in the history of tourism", *Annals of tourism research*, 12, 3, 1985., 316.

⁵ „Kultura putovanja“ (temat), *Zarez*, 28. listopada 1999., 22.

Glavne karakteristike *Grand Toura* su te da je on produkt nekadašnjeg društvenog i ekonomskog sustava. To uključuje razvoj obrta, novčarstva i manufaktura. Na početku na putovanja se odvažuju samo aristokrati, plemstvo i bogati trgovci, a kasnije putuju ljudi iz svih društvenih klasa.

Popularne destinacije u tim državama bili su gradovi Pariz, Torino, Milano, Verona, Napulj i Frankfurt. Na put se nije kretalo kroz cijelu godinu, već u travnju, svibnju, kolovozu ili rujnu, a smanjenjem trajanja putovanja kreće se i sredinom ljeta i to od sjevera prema jugu. Na put se kretalo u velikim i malim skupinama, a nekad se putovalo i s poslugom.

Motivi su bili promjenjivi, zato što se mijenjaju društveni slojevi koji su kretali na putovanja. *Grand Tour* utjecao je na razvoj novčarskih poslova, čija je uloga bila povoljniji sustav zamjene novca i mjenjački poslovi, tako da su putnici mogli podizati novac u drugim gradovima. Počinju se javljati bankarski savjetnici koji su davali prijedloge kako pronaći jeftiniji smještaj i što bi se trebalo posjetiti. Ta vrsta putovanja imala je utjecaj na upoznavanje tuđih kultura i jezika, pa su tako djelatnici u njemačkoj učili neke engleske riječi i izraze. Za vrijeme boravka putnika u stranim destinacijama, cijene usluga su bile veće od uobičajenih i to je dovelo do dodatnog razvoja tih destinacija, zato što su putnici trošili, a istovremeno ne zarađuju.⁶

Kao prijevozna sredstva, upotrebljavali su se brodovi i kočije, a postojale su i stalne pruge poštanskih kočija koje su prvo bile razvijene u Francuskoj.⁷ Poštanske kočije vrlo su važan faktor takvog putovanja, zato što se njima mogla proći velika udaljenost u jednom danu. Njihova karakteristika postao je vozni red i nepromjenjive cijene prijevoza. Europom je bilo moguće putovati „običnom poštom“ što podrazumijeva putovanje kočijom s dva konja, a postojala je i „extra pošta“, koja podrazumijeva četiri ili šest upregnuta konja. Francuska i talijanska pokrajina Toskana razvijaju mogućnost iznajmljivanja kočije i kočijaša, što se promatra kao prva posebna usluga za potrebom organiziranog putovanja i ukazuje na to koliko je putovanje bilo rašireno.

Daljnijim razvojem društva i ekonomije u svijetu, omogućavaju se nove vrste putovanja i odmora, a takva pojava naziva se turizam. On se širi na sve društvene slojeve, prestaje biti karakteristika samo viših slojeva društva i poprima obilježja

⁶ Čavlek, Nevenka, *Turoperatori i svjetski turizam*, Golden marketing, 1998., 26-27.

⁷ Vukonić, 6.

masovnosti. Polovicom 19. stoljeća razvili su se društveni, tehnički i gospodarski uvjeti koji su omogućili priljev sredstava namijenjenih za turističko putovanje. U srednjem sloju povećao se i broj žena koje su sudjelovale u putovanjima.⁸ Počeo se preporučivati svjež zrak, kupanje u morskoj i slatkoj vodi te boravak u prirodi kao izvori tjelesnog zdravlja.⁹

⁸ Čavlek, 26.

⁹ Inglis, 39.

2. PROMETNA REVOLUCIJA U 19. STOLJEĆU

Industrijska revolucija za sobom je pvela i prometnu revoluciju iz koje su proizašli otkriće parnog stroja i njegova primjena za izgradnju parobroda i parnih lokomotiva. Prometna revolucija pojam je koji spaja sve važne procese modernizacije. To su ideja, otkrića, pronalazak, tehnički preduvjeti, educiranje, industrijska proizvodnja, gospodarski razvoj i kapital.¹⁰ Parni stroj pridonio je gospodarskom razvoju, a uz to omogućena je veća proizvodnja i otvarale su se mogućnosti za zapošljavanje.

Evolucija parnog stroja dosegla je svoj vrhunac na prijelazu iz 18. u 19. stoljeće. To je bio visokotlačni parni stroj koji je razvio Oliver Evans.¹¹ Uz pomoć takve vrste parnog stroja maksimizirao se radni učinak, a aparatura je bila minimalna. Na taj način omogućilo se korištenje parnog stroja kao lokomotive. Osim toga bila je pokretač za revolucionarne pojave koje su omogućile suvremeni način života.¹² Između putovanja i razvoja prometnih sredstava postoji međuovisnost, zato što razvijanjem prometa razvijalo se i putovanje i obrnuto.

Prvi parobrod izgrađen je 1807. u Americi, a u Europi se parobrodarstvo počelo razvijati kada je 1811. Henry Bell primijenio parni stroj za izgradnju broda imenom *Comet*.¹³ Tome je uslijedila gradnja novih brodova na parni pogon. Parobrodarstvo je doživjelo revoluciju i prekretnicu kada su se brodovi počeli graditi od željeza i čelika. Parobrod je potisnuo jedrenjake koji su do tada bili na glavnim svjetskim pomorskim putevima. Parni stroj je brodovima davao veću brzinu i sigurnost da prijeđe veće udaljenosti. Razvoj parobroda i razvoj željezničke mreže tekli su paralelno, a takva prometna revolucija, doprinijela je ubrzanom razvoju turizma u 19. stoljeću.

Godine 1837. prvi parobrod preplovio je Atlantik na redovitoj pruzi, što je donijelo nove mogućnosti u prijevozu putnika i roba.¹⁴ Prva parobrodaska linija organizirana je preko Atlantika, a brod imena *Great Western* vozio je 68 putnika iz New Yorka u Englesku. Engleska kompanija *Peninsular and Oriental Co.* 1844. godine uvela je novi

¹⁰ Duda, Igor, „Osvajanje vremena i prostora. Dokolica kao užitak dugog devetnaestog stoljeća“, *Kolo: časopis Matice hrvatske*, 1, 2001., 8.

¹¹ „Parni stroj“, *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=46756>, 19. 9. 2021.

¹² Duda, „Osvajanje vremena i prostora“, 6.

¹³ „Parobrod“, *Tehnička enciklopedija*, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://tehnikazmk.hr/parobrod/>, 26. 7. 2021

¹⁴ Vukonić, 8.

oblik broskog putovanja – krstarenje. Uz razvoj krstarenja, uгода, zabava i odmor postaju motivi za putovanje. Linijska putovanja brodom i krstarenja postaju pomodarstvo, a njihov vrhunac je krajem 19. stoljeća. Engleski pisac Mark Twain zaputio se na putovanje brodom 1860. godine, a putovalo se od Quacker Citya u SAD-u do Sredozemlja, a svoje doživljaje zapisao je u knjizi *Innocents Abroad* iz 1869. godine.¹⁵

Namjera kojom bi željeznica postala opće nacionalno prijevozno sredstvo postoji od 19. stoljeća. Nakon željezničkog pokreta, odlučeno je kako bi željeznice koje prevoze ugljen, robu i ljude trebale biti na parni pogon. Željeznica je prodrila u dotad neograničen prirodni prostor, smanjilo se vrijeme putovanja, odnosno za isto vrijeme bilo je moguće proći udaljenost višestruko veću od one prije kada se putovalo poštanskom kočijom i porasla je sigurnost pri putovanju.¹⁶ Za usporedbu, zaprežnim kolima trebalo je dvanaest sati od Pariza do Dieppea, a željeznica je skratila to putovanje na četiri sata.¹⁷ Željeznice koje su se gradile preko planina i uz obalu prethodile su daljnjem razvoju. Putnik je 1888. godine vožnju željeznicom preko planina opisao kao „zrakoplov kroz šumu do oceana“.¹⁸ Nove mogućnosti putovanja promijenile su turističku kartu putovanja. Italija je bila najposjećenija, dok s druge strane Španjolska i Grčka nisu imale turističku infrastrukturu.¹⁹

U Engleskoj se 1822. godine javlja prvi posrednik za putovanja, Robert Smart, koji je bio samoproглаšen prvim agentom za put parobrodom, a organizirao je putovanja u luke Bristolskog kanala te u Dublin.²⁰ U Engleskoj se 1825. uvela prva željeznička veza, koja je povezivala Stockton i Darlington, a pet godina nakon uspostavljena je i mreža koja spaja Manchester i Liverpool.²¹ Nakon toga pruge grade i Francuska i Njemačka. U Austriji povezali su se Beč i Graz, a željeznička mreža do 1860. povezala je Hamburg, Beč, Linz i Salzburg.

U Italiji su željeznice počele se graditi 1845. godine i to povezivanjem Torina, Genove, Milana i Venecije. Željeznički tuneli kopali su se kroz alpske masive, što je

¹⁵ Vukonić, 10.

¹⁶ Schivelbusch, Wolfgang, *Povijest putovanja željeznicom. O industrijalizaciji prostora i vremena u 19. stoljeću*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2010., 15.

¹⁷ „Figure odmora“ (temat), *Zarez*, 20. srpnja 2000., 31.

¹⁸ Löfgren, Orvar, *On Holiday. A History of Vacationing*, University of California Press, Berkeley - Los Angeles - London, 1999., 3.

¹⁹ Isto, 162.

²⁰ Čavlek, 14.

²¹ Isto, 38.

olakšalo dolazak na alpska odredišta. Tunel *Brenner* završen je 1867., a nalazio se između Innsbrucka i Verone. Na zapadu Alpi izgrađen je tunel *Mont Cenis*, a na pruzi koja spaja Bern i Milano, dovršen je tunel *Simplon*.²²

Razvoj željeznica omogućio je prijevoz za veliku količinu putnika, direktno do odredišta. Osim toga, ona je pružala i udobnost kod putovanja, te se putnicima omogućavala hrana i spavanje.²³ Putovanje željeznicom također je učinilo velika turistička odredišta široko dostupnim, a već postojeći turistički tokovi su ojačali. Europska mreža željezničkih pruga brzo se razvijala. Godine 1836. dužina joj je bila 673 kilometara, a već deset godina kasnije produžilo se na 8235 kilometra. Već 1880. godine željeznica se protezala Europom na 164.000 kilometra. U 20. stoljeću dužina željeznica bila je milijun kilometara.

Željeznica je bila jedan od važnih faktora u prometnoj revoluciji, no područja koja nisu bila spojena na željezničku mrežu ostajala su zapuštena. Automobili su se počeli proizvoditi nakon izuma motora s unutrašnjim izgaranjem, a to je omogućeno krajem 19. stoljeća, znanstvenim dostignućima Karla Fridricha Benza i Gottlieba Daimlera.

Benz je zaslužan za konstruiranje prvog dvotaktnog motora, a 1885. i za prvi automobil, dok je Daimler, skupa s Maybachom 1883. godine, zaslužan za lagani automobilski motor. To je pridonijelo razvoju novih rješenja kojima bi se olakšao prijevoz putnicima i kako određeni prostori koji nisu bili u željezničkoj mreži ne bi bili dovedeni do stagnacije i propadanja. Automobili su prijevozna sredstva koji su potisnuli prijevozna sredstva koja koriste ljudsku i životinjsku snagu.

S vremenom se broj automobila u proizvodnji povećao, a paralelno tomu smanjila mu se i cijena u prodaji, a to je omogućilo kupnju automobila dostupnom svim slojevima društva. Automobil je olakšao putovanje čovjeku, tako da je porasla mogućnost posjeta u nepristupačna područja, dovodi putnika do samog cilja ili blizine cilja, i kvaliteta i udobnost putovanja su veći.

²² Duda, „Osvajanje vremena i prostora“, 11.

²³ Vukonić, 8.

3. KULTURA DOKOLICE I KULTURA PUTOVANJA

Prometnom revolucijom odredišta su postala dostupnija i putovanje je bilo znatno olakšano. Slobodno vrijeme poteklo je od aristokracije, a tek dobivanjem boljih radničkih prava, slobodno vrijeme i njegova modifikacija stigla je u ostale društvene slojeve. Slobodno vrijeme definira se kao *vrijeme oslobođeno od organiziranog rada*.²⁴ Turizam u 19. stoljeću proizvodi nove potrebe, a one zahtijevaju stvaranje drugačijih navika od prijašnjih kod raspolaganja slobodnim vremenom. Industrijalizacija i urbanizacija potaknula je modernizaciju, a ona je prvo stigla k engleskog aristokraciji, a zatim se proširila na sjeverozapad Europe. Najomiljenije aktivnosti bile su odlazak u prirodu, *Grand Tour* i toplice.

U gradovima su se počeli uređivati parkovi i povećavaju se mogućnosti za zabavu u samom gradu.²⁵ Krajem 19. stoljeća otvaraju se nova kazališta, cirkusi, cabareti, kavane, trgovine. Organizirale su se svečanosti u sklopu kulturnih i sportskih druženja, a bilo je omogućeno i baviti se sportom. Ubrzo nakon toga otvara se mogućnost odlaska u kino.

Višak slobodnog vremena provodio se odlascima u parkove ili traženjem zdravog zraka izvan grada u ladanjskim vilama i ljetnikovcima. Na ladanje se odlazilo u ljetnim mjesecima, a nije se odlazilo kući sve do listopada ili studenog. Način na koji su tamo ispunjavali vrijeme bila su druženja, razgovori i posjeti parkovima. Oni željni aktivnijeg odmora odlazili su na jahanje, lov i ribolov.

Osim toga, ostao je popularan i odlazak u toplice, a odlazilo se, primjerice, u Bath kod Bristola, njemački Baden i francuski Vichy. Sportski sadržaji kao pecanje, trčanje i skakanje privlačili su i žene i muškarce. Skijanje je poteklo iz Norveške, a u Europi se proširilo krajem 19. stoljeća. Viši sloj društva odlazio je u lov ili na jahanje, a uključivali su se i u jahačke klubove, a prvi od njih engleski je Jockey Club iz 1833. godine.²⁶

Već 1879. bila je organizirana biciklistička tura po Europi, a zvala se Cyclists' Touring Club pa je tako biciklizam ubrzo postao i profesionalni sport. U Engleskoj su nastajale vikendice koje su pružale privatnost i sklonište za sve veću kategoriju posjetitelja radničke klase, koja je dolazila na odmor na jedan dan ili na vikend,

²⁴ Martinić, Tena, *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*, Zagreb, 1977., 4.

²⁵ „Figure odmora“ (temat), *Zarez*, 20. srpnja 2000., 28.

²⁶ Duda, „Osvajanje vremena i prostora“, 23-25.

parobrodom ili vlakom. Potkraj 19. stoljeća razvijaju se vrtovi i zabavni parkovi u blizini urbanih središta.²⁷

Odlazilo se na obale oceana i mora kako bi se šetalo i odmaralo.²⁸ Plivanje kao aktivnost pojavljuje se tek krajem 19. stoljeća s pojavom sredozemnih ljetovališta. Uzrok tome bio je odlazak na toplo Sredozemlje, umjesto na hladni ocean. Plaže uređene za turiste nalazile su se uz La Manche, u Normandiji, Bretanji i East Sussexu. Nica u Francuskoj, s početka je bila zimovalište za starije, a zatim se pretvorila u ljetovalište zahvaljujući širenju željezničke mreže. Privlačila je turiste zbog svoje blage klime, a liječnici su preporučali zimske boravke u mjestima s blagom klimom, zbog tuberkuloze koja je tada vladala.²⁹

Osim u Nicu, tadašnji turisti odlazili su i na talijansku rivijeru, koja uključuje Genovu i Sanremo. Najčešći posjetitelji bili su Englezi. Austrijanci su otkrivali ljetovanje na Jadranu, što je utjecalo na razvoj aktivnosti kao što je plivanje i stvaranje plaža.³⁰

U ljetovalištima, žene i muškarci bili su odvojeni prema mjestima i vremenu kupanja. U gradu Margate 1862. propisana je udaljenost od najmanje 36 metara između mjesta na kojem se kupaju žene i muškarci. U zadnjih deset godina 19. stoljeća, standard raste i donekle se smanjuju razlike između različitih klasa građana.³¹

Planinarenje kao aktivnost prvo je počelo privlačiti pisce, kao što su Rousseau, von Haller i Wordsworth.³² Odlasci u planine predstavljaju same početke putovanja iz radoznalosti i avanturizma, a prvi takvi poduhvati bili su u sklopu istraživačkih putovanja na kojima se tragalo za teško dostupnim predjelima. Horace Benedict de Saussure bio je prvi koji se odvažio na istraživanje Alpa radi znanosti, a idućih godina na Mont-Blanc su se popeli Michel-Gabriel Blanc i Jacques Balmat.

Ekspedicije koje su vodile u planine, potaknule su stvaranje turista koji je bio željan avanture i istraživanja. Alpine club je osnovan 1857., a to je potaknulo otvaranje drugih klubova po Austriji i Švicarskoj. Alpine Club zaslužan je za većinu osvojenih vrhova

²⁷ Löfgren, 24.

²⁸ Duda, „Osvajanje vremena i prostora“, 24.

²⁹ „Figure odmora“ (temat), *Zarez*, 20. srpnja 2000., 28.

³⁰ Duda, „Osvajanje vremena i prostora“, 31.

³¹ „Figure odmora“ (temat), *Zarez*, 20. srpnja 2000., 28.

³² Duda, „Osvajanje vremena i prostora“, 26-27.

Alpa sredinom 19. stoljeća. Penjanje i planinarenje nije bilo smatrano uobičajenom aktivnošću, koje je bilo popularno kod većine, već nečim ekscentričnim.

Edward Whymper pokušao je osam puta osvojiti Matterhorn, ali pritom se dogodila nezgoda koja je uzrokovala tome da je planinarenje proglašeno opasno. Unatoč tome, planinarenje je privuklo još više avanturista. Povjesničar William Augustus Brevoort Coolidge uspeo se na švicarske, francuske i talijanske Alpe, a ostvario je 1750 pohoda. Planine su postale poznate po svojoj čistoći i svježem zraku. Sela u Alpama postala su poznato odredište termalnog i klimatskog odmora. Osim čistoće i svježine, planinska odredišta reklamirala su se kao destinacije zdravog zraka, pa su se tamo gradili sanatoriji i terapijska lječilišta.³³

Važno je bilo pružiti i tiskanu podršku razvoju kulture putovanja. U 19. stoljeću počeli su se pisati prvi vodiči koji su za cilj imali privući čitatelja kako bi posjetio određeno mjesto i osigurati mu informacije koju su mu bile potrebne kako bi bio spreman za sve situacije na putovanju. Karl Baedeker bio je njemački nakladnik koji je zaslužan za seriju vodiča.³⁴ Prva knjiga bila je „Vodič za pruski Koblenz“, a objavljena 1827. Godinu dana nakon toga, 1828. objavljen je vodič o Pojarnju, prema kojem se serija vodiča temeljila. Vodiči su ubrzo nakon toga se proširili Europom, pa su se počeli tiskati na više jezika, a prvi od njih bili su njemački, francuski i engleski. Vodiči su dobili svoj sinonim „baedekeri“, prema Karlu Baedekeru.

Osim Baedekera, vodiče su počeli izdavati Nijemci Meyer i Grieben, kao i britanski izdavač John Murray koji je objavio svoj prvi vodič o Švicarskoj. Francuzi su također izdavali svoje vodiče, a za prvo izdanje vodiča zaslužan je Adolphe Joanne 1841. godine. Vodiči su se pisali različitim načinima, a postojali su oni koji su se bavili poviješću, kulturnim i prirodnim znamenitostima, kvalitetni tekstovi ili vizualni prikazi destinacija slikama.³⁵ Mnogi su vodiče smatrali omalovažavanjem ranije putopisne literature u prosvjetiteljstvu, a kritizirani su kao površni i puni fraza.³⁶ Vodiči su bili zamišljeni za upotrebu na mjestu putovanja, a usporedivši ih s ranijim putopisima, bili su praktičniji i objektivniji.

³³ Isto, 29.

³⁴ Koshar, Rudy, „What Ought to Be Seen: Tourists' guidebooks and national identities in modern Germany and Europe“, *Journal of Contemporary History*, 33, 3, 1998, 330.

³⁵ Duda, „Osvajanje vremena i prostora“, 33.

³⁶ Koshar, 323-326.

Porast putovanja uspio je stvoriti nova tržišta za turističke vodiče u šezdesetim i sedamdesetim godinama 19. stoljeća. Turistički vodiči i zemljopisna djela činila su 24% ukupne njemačke proizvodnje knjiga. Vodiči su postali simbol njemačkog 19. stoljeća kao „ekonomsko čudo“.³⁷ Njemački nacionalisti su počeli objavljivati vodiče za turiste u kojima su ih upućivali u gostionice, hotele i restorane koji su bili u vlasništvu Nijemaca. Pokušavali su usmjeriti njemačke turiste da troše novac na način kako bi pomogli svojoj naciji i njihovoj ekonomskoj moći. Na taj način promovirali su nacionalistički turizam.³⁸

³⁷ Isto, 331.

³⁸ Judson, Pieter, „Every German visitor has a völkisch obligation he must fulfill: National Tourism in the Austrian Empire, 1880-1918“, *Histories of Leisure*, ur. Rudy Koshar, Berg, Oxford, 2002., 152.

4. RAZVOJ PUTNIČKIH AGENCIJA

Potreba za osnivanjem putničkih agencija očituje se u više čimbenika.³⁹ Prvi važan faktor je taj da su putovanja postala kompleksna i bilo je potrebno osmisliti kako uklopiti veći broj usluga u jedno putovanje. Drugi faktor je taj da su putovanja postala masovnija te to je omogućilo snižavanje cijena. Treći faktor bila je profitabilnost koja bi posredovanjem bila omogućena. Turističke agencije posrednici su turističkoj ponudi i turističkoj potražnji. One povezuju interese i jedne i druge strane. Imaju dvije posredničke uloge.⁴⁰ Prva uloga je stvaranje turističke klijentele i otkrivanje interesa istih, a druga je zastupanje interesa strane turističke ponude.

Nastanak putničke agencije veže se za slučaj iz Velike Britanije, za tajnika Saveza antialkoholičarskog društva koji je dobio zadatak organizirati godišnji kongres. Thomas Cook, u želji da kongres bude posjećen od što više ljudi, organizira zajednički izlet na kongres, željeznicom koja do tada nije bila popularizirana.

Cook je 5. srpnja 1841. godine organizirao izlet za 570 sudionika, vlakom iz grada Leicestera u Loughborough. Cijena takvog putovanja bila je jedan šiling, a ona je uključivala čaj u vlaku i obrok u odredištu. Ovaj izlet danas je poznat kao prvo organizirano turističko putovanje, a program je bio isplaniran unaprijed. Vlak je bio u vlasništvu željezničke kompanije *Midland*, a Cook je iznajmio čitavu kompoziciju vlaka zbog čega je željeznička tvrtka pristala na niže cijene prijevoza. To je privuklo veći broj izletnika.

Nakon ovog izleta Cook je 1843. godine organizirao odlazak djece i roditelja na utrku konja u Derby, a broj sudionika bio je 4600. Cook je širio svoje poslovanje i 1846. godine organizirano je prvo putovanje koje je uključivalo vodiča, a godinu kasnije počele su se izdavati željezničke karte koje su podrazumijevale kružnu vožnju. Na Svjetsku izložbu u Londonu 1851. Cook je doveo 165.000 posjetitelja, a 1855. godine organiziran je turistički put preko kana La Manche.

Poslovanje Thomasa Cooka širilo se, a uskoro su se destinacije njegovih putovanja proširile i na ostale europske gradove, kao što su Bruxelles, Frankfurt, Baden-Baden, Pariz i Strassbourg. Takvu vrstu putovanja Cook je nazvao „Veliko kružno putovanje

³⁹ Čavlek, 32.

⁴⁰ Vukonić, 22-24.

Kontinentom“. Cook je 1845. osnovao vlastitu putničku agenciju, imenom *Travel Agency Cook*, a osim toga sklopio je ugovor o prodaji karata sa željezničkom kompanijom *Midland*.

Prema tom ugovoru, Cook se obvezuje pronalaziti putnike za kompaniju, a ona mu je na raspolaganje stavljala željezničke vagone. Velikim obujmom posla, Cook je svoje agencije širio i na druga mjesta, pa je 1871. otvorio ured u New Yorku, a zatim po dijelovima Europe, Amerike i Australije. Također je 1879. godine pokrenuo svoju poslovnu banku koja je bila centralna novčarska institucija i poslovala je s njihovim putničkim čekovima i kreditnim pismima. Nakon toga njegova tvrtka promijenila je ime u *Thomas Cook and Son*. Prometna revolucija uvelike je omogućila takav napredak u razvoju turizma, a samim time i nastanak prve suvremene turističke agencije.⁴¹ Nakon njegove smrti 1895. godine, govorilo se kako „Cook trenutno prožima cijeli civilizirani svijet“.⁴²

Uspjeh Thomasa Cooka potaknuo je krajem 19. stoljeća otvaranje brojnih agencija u Engleskoj, a neke od njih su *John Fame, Dean and Dawson* i *Sir Henry Lunn*.⁴³ One još i danas postoje kao jedne od vodećih u posredovanju u svijetu. Engleska putnička agencija *Frames Tours*, osnovana je u Londonu 1881. godine i još danas djeluje kao jedna od najvećih putničkih agencija. Ona se bavi organizacijom razgledavanja Londona i posjeduje hotele.

Za uvođenje posebne brige o klijentima i osobni kontakt s klijentom zaslužan je Ronald G. Studd koji je 1888. otvorio agenciju *Polytechnic Tours*, a ona se ubrzo proširila izvan Velike Britanije. Spojila je posao s agencijom *Sir Henry Lunn* i promijenili su naziv u *Lunn-Poly*.

U Njemačkoj, prva putnička agencija osnovana je 1868., a za to je zaslužan Karl Stangen.⁴⁴ Potkraj 19. stoljeća, u Njemačkoj se javljaju agencije *Amtliches Bayerisches Reisebüro* i *Norddeutscher Lloyd*. Parobrodska poduzeća *Hapag* i *Lloyd* osnovali su agenciju *Mitteleuropaisches Reisebüro*, čije središte je bilo u Berlinu. Oni su se bavili prodajom voznih karata izvan kolodvorskih zgrada i to ih je dovelo do statusa vodeće agencije u Njemačkoj.

⁴¹ Čavlek, 32.

⁴² Löfgren, 161.

⁴³ Vukonić, 25.

⁴⁴ Isto, 26.

Švicarska je bila prva zemlja koja je pratila primjer Thomasa Cooka i 1834. u Baselu je osnovan *Reisebüro Zwilchenbart*. U Lyonu u Francuskoj, prva agencija bila je osnovana 1873. pod imenom *Agence Lubin*. Milano je najveće industrijsko središte u Italiji i prve agencije nastale su upravo tamo. Prvu je 1878. osnovao Massimiliano Chiari, a drugu Giuseppe Sommariva.⁴⁵ Dva osnivača ujedinila su svoje agencije u jednu zajedničku pod imenom *Chiari-Sommariva*, koja postaje jedna od najvećih agencija u Italiji. Belgijske agencije bile su *Voyages Geurts*, otvorena 1884. godine u Bruxellesu, i agencijska kuća *Voyages Dumoulin*, osnovana 1893. godine. Nizozemska veže svoje poslovanje agencija s poznatim transportnim poduzećima, *Hoyman and Schuurman* u Amsterdamu i *Lissone Lindemann* u Haagu.

Što se tiče zemlja Skandinavije, u osnivanju putničke agencije prednjači Norveška, gdje je Thomas Bennet 1850. godine osnovao agenciju u Oslu. Švedska je prvu agenciju otvorila 1861. godine u Stockholmu, pod imenom *Nyman und Schultz* i još i danas djeluje kao jedna od najvećih agencija, ne samo u Švedskoj, već i u Skandinaviji. U Finskoj agencija je osnovana pred kraj 19. stoljeća, a naziv joj je *Finland Reisebureau*. Danska osniva svoju agenciju 1901. godine pod imenom *Dansk Rejsebureau*, a uspješnost agencije očituje se u tome što je nakon samo godinu dana poslovanja organizirala 36-dnevno putovanje u Egipat.

⁴⁵ Isto, 27.

5. POČECI DEMOKRATIZACIJE TURIZMA

Procesom industrijalizacije, započinju migracije stanovništva iz ruralnih naselja u urbana područja. Migracija radne snage u područja industrijske proizvodnje uzorkuje porast gradova u kojima živi više stotina tisuća, pa čak i milijun stanovnika.

Broj stanovnika naglo raste. Kao dokaz tome godine 1800. godine u svijetu postoji 187 milijuna Europljana, a 1870. taj broj raste na 290 milijuna. London je u razdoblju od 1789. i 1881. broj stanovnika od milijun povećao na 3,9 milijuna. Osim Londona, povećava se i broj stanovnika u Berlinu, koji je 1849. imao 378 tisuća stanovnika, a do kraja stoljeća taj broj povećao se na milijun.⁴⁶ Taj proces dovodi do toga da se niži sloj stanovništva približava srednjem sloju i mijenja se socijalna struktura. Rastu prihodi po glavi stanovnika i pojavljuju se novi poslovi koji omogućuju ne samo pokriće osnovnih troškova za život, već i višak koji se mogao potrošiti na pokrivanje turističkih potreba.

U 19. stoljeću putovanje je bilo privilegija viših društvenih slojeva. Radnička klasa tek počinje ostvarivati pravo na godišnji odmor, povećanje nadnica i ostvarivanje novčanih sredstava koji im pružaju mogućnost uključivanja u turističke pothvate. Odlazak na plaćeni godišnji odmor bilo je oduživanje radnicima za vrijeme koje provedu na poslu.⁴⁷ Smatralo se kako će se približavanjem turizma radnicima smanjiti razlike između društvenih slojeva. Odlaskom nižih slojeva u odredišta gdje su odmore provodili viši slojevi, to odredište gubilo je na svojoj jedinstvenosti, pa su viši slojevi počeli odlaziti u još udaljenija mjesta koja nisu bila otkrivena masama.⁴⁸

„The Bank Holiday Act“ zakon je koji je na snagu u Engleskoj stupio 1871. godine i njime se počelo regulirati pravo na odsutnost s posla za vrijeme blagdana.⁴⁹ Postojala su redovita godišnja zaustavljanja tvornica koja su se poklapala s tradicionalnim festivalima, kao što su Lancashire wakes week i Stockton race week. Billy Butlin 1936. je u Skegnessu otvorio *Holiday Camp*, a iza takvog projekta stoji slogan „Holidays with pay – Holidays with play. A week`s holiday for a week`s wage“ ili u prijevodu „Plaćeni odmor – razigrani odmor. Tjedan odmora za tjednu plaću“.⁵⁰

⁴⁶ Duda, „Osvajanje vremena i prostora“, 8.

⁴⁷ Cross, Gary, „Vacations for All: The Leisure Question in the Era of the Popular Front“, *Journal of Contemporary History*, 24, 4, 1989., 599.

⁴⁸ Duda, *U potrazi za blagostanjem*, 30.

⁴⁹ Cross, 600.

⁵⁰ Duda, *U potrazi za blagostanjem*, 34.

Novi životni i radni uvjeti, kao i socijalne promjene, pripomogle su radničkoj klasi da stekne pravo na korištenje godišnjeg odmora.⁵¹ Radnička klasa sjeverne Engleske počela je putovati 1870-ih i odlazila je na putovanja na obalu Lancashirea, što je omogućilo gradovima da postanu centri za odmarališta radničke klase. Najpoznatiji takav centar postao je Blackpool. Također su odlazili na izlete u parkove ili sela. Krajem devetnaestog stoljeća, primjećuje se da su se odmarališta najviše razvijala tamo gdje se nalazila radnička klasa, a posebno na sjeveru Engleske.⁵² S druge strane odmaralište Southport koje je napredovalo zahvaljujući srednjoj klasi u viktorijanskom dobu, doživljava stagnaciju zato što su se vlasnici nekretnina opirali popularnim zabavama.⁵³

Kako bi se razvila industrija odmora, industrijska središta morala su zadovoljiti pet osnovnih uvjeta.⁵⁴ Prvi je taj da su industrijska središta morala imati jeftin i brz pristup obali, zato što je radnička klasa imala ograničeno vrijeme i novac. Drugi uvjet je visina prihoda koja omogućuje višak za iskorištavanje na odmor. Treći je taj da ljetovanje radničke klase zahtijeva više uzastopnih dana za odmor, a to uključuje odobrenje poslodavaca. Četvrti uvjet je taj da odmaralište ima dovoljno smještajnog kapaciteta kako bi bilo dovoljno mjesta za sve posjetitelje. Posljednji uvjet je taj da je radnička klasa morala preferirati odmor na obalama, umjesto drugih načina korištenja slobodnog vremena i trošenja viška prihoda, zato što je vrijeme i novac i dalje ostao ograničen.

U Francuskoj su državni i lokalni praznici oduzimali deset ili jedanaest dana godišnje. Radnicima taj odmor nije bio nadoknađen, a osim toga vremenski period koji se koristio za odmor često se nadoknađivao prekovremenim smjenama.⁵⁵

Reakcije poslodavaca bile su pozitivne nakon uvođenja plaćenog odmora. Smatrali su da odmor može podići radnu disciplinu, a bio je uskraćen radnicima koji su imali lošu evidenciju izostanaka ili onima koji su na poslu bili manje od godinu dana. Sezonska usporavanja potražnje ili proizvodnje podudarala su se s godišnjim odmorom pa se tako nisu poremetili godišnji ciljevi proizvodnje. Takav način

⁵¹ Čavlek, 37.

⁵² Walton, John K., "The Demand for Working-Class Seaside Holidays in Victorian England", 251.

⁵³ Isto, 251.

⁵⁴ Isto, 253.

⁵⁵ Cross, 601.

poslovanja nije zahtijevao zapošljavanje novih radnika i nije se moralo ulagati u nova postrojenja.⁵⁶

Osmosatno radno vrijeme prihvaćeno je tek nakon Prvog svjetskog rata. Tek u desetljećima nakon Drugog svjetskog rata, turizam i njegova demokratizacija doživjet će puni procvat.⁵⁷

⁵⁶ Isto, 602.

⁵⁷ Duda, *U potrazi za blagostanjem*, 35.

ZAKLJUČAK

Turizam je pojava koja je nastala u 19. stoljeću, a utjecala je na razvoj modernog i suvremenog društva. Višak slobodnog vremena i prometna revolucija, koja je utjecala na razvoj željeznice i parobroda, potaknuli su razvoj novih motiva za putovanje. Prva faza razvoja turizma razvija novu vrstu putovanja, a to je *Grand Tour*. Takva putovanja poduzimali su mladi engleski aristokrati koji su željeli istražiti nove kulture i umjetnost, a kući se vratiti nadahnuti.

Turizam u 19. stoljeću proizvodi nove potrebe, a one zahtijevaju stvaranje drugačijih navika od prijašnjih pri raspolaganju slobodnim vremenom. Industrijalizacija i urbanizacija potaknule su modernizaciju, a ona je prvo stigla k engleskoj aristokraciji i buržoaziji, a zatim se proširila na sjeverozapad Europe. Najomiljenije aktivnosti bile su odlazak u prirodu, *Grand Tour* i toplice. Počinju se javljati prva organizirana putovanja, a s time i prve putničke agencije. Višak slobodnog vremena provodio se u odlascima u parkove ili traženjem zdravog zraka izvan grada u ladanjskim vilama i ljetnikovcima.

Postojalo je više faktora koji su utjecali na razvoj putničkih agencija. Tri najvažnija faktora su kompleksnost putovanja, masovnost putovanja i profitabilnost. Nastanak prve putničke agencije veže se za tajnika britanskog Saveza antialkoholičarskog društva Thomasa Cooka, koji je dobio zadatak organizirati godišnji kongres. Cook, u želji da kongres bude dobro posjećen, organizira zajednički izlet. To putovanje je jedno od prvih organiziranih putovanja. Cook je potaknuo otvaranje ostalih putničkih agencija koje su se počele nizati cijelom Europom.

Procesom industrijalizacije započinju migracije stanovništva iz ruralnih naselja u urbana područja. Migracije radne snage u područja industrijske proizvodnje uzrokuju porast gradova i nastaju gradovi u kojima stanuje do milijun stanovnika. Turizam svoju početnu fazu proživljava u 19. stoljeću, no tek u 20. stoljeću on postaje masovniji i raširen među svim društvenim slojevima.

LITERATURA

1. Cross, Gary, „Vacations for All: The Leisure Question in the Era of the Popular Front“, *Journal of Contemporary History*, 24, 4, 1989., 599-621.
2. Čavlek, Nevenka, *Turooperatori i svjetski turizam*, Golden marketing, 1998.
3. Duda, Igor, „Osvajanje prostora i vremena, Dokolica kao užitak dugog devetnaestog stoljeća“, *Kolo: časopis Matice hrvatske*, 1, 2001., 5-50.
4. Duda, Igor, *U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, Srednja Europa, Zagreb, 2005.
5. Duda, Igor, *Pronađeno blagostanje. Svakodnevni život i potrošačka kultura u Hrvatskoj 1970-ih i 1980-ih*, Srednja Europa, Zagreb, 2010.
6. Duda, Igor, „Od radnika do turista. Prava, želje i stvarnost socijalnog turizma u jugoslavenskome socijalizmu“, *Sunčana strana Jugoslavije. Povijest turizma u socijalizmu*, ur. Hannes Grandits i Karin Taylor, Srednja Europa, Zagreb, 2013., 55-88.
7. „Figure odmora“ (temat), *Zarez*, 20. srpnja 2000., 25-32.
8. Inglis, Fred, *The Delicious History of the Holiday*, Routledge, London – New York, 2000.
9. Judson, Pieter, „Every German visitor has a völkisch obligation he must fulfill: National Tourism in the Austrian Empire, 1880-1918“, *Histories of Leisure*, ur. Rudy Koshar, Berg, Oxford, 2002., 147-168.
10. Koshar, Rudy, „What Ought to Be Seen: Tourists' guidebooks and national identities in modern Germany and Europe“, *Journal of Contemporary History*, 1998, 33, 3, 323-340.
11. „Kultura putovanja“ (temat), *Zarez*, 28. listopada 1999., 21-28.
12. Löfgren, Orvar, *On Holiday. A History of Vacationing*. University of California Press, Berkeley - Los Angeles - London, 1999.
13. Martinić, Tena, *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*, Informator, Zagreb, 1977.
14. Schivelbusch, Wolfgang, *Povijest putovanja željeznicom. O industrijalizaciji prostora i vremena u 19. stoljeću*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2010.
15. Towner, John, „The grand tour: A key phase in the history of tourism“, *Annals of tourism research*, 12, 3, 1985., 297-333
16. Vukonić, Boris, *Turističke agencije*, Mikrorad, Zagreb, 1998.

17. Walton, John K., „The Demand for Working-Class Seaside Holidays in Victorian England“, *The Economic History Review*, 34, 2, 1981., 249-265.
18. „Parobrod“, *Tehnička enciklopedija*, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, <https://tehnika.lzmk.hr/parobrod/>, 26. 7. 2021.
19. „Parni stroj“, *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=46756> , 19. 9. 2021

SAŽETAK

Još u prapovijesti putovalo se radi egzistencijalnih razloga i ratnih pohoda. Daljnjim razvojem civilizacije počinju se javljati novi motivi putovanja. Tijekom razdoblja humanizma i renesanse europska elita počinje putovati Europom u potrazi za novim iskustvima i znanjima. Takva pojava naziva se *Grand Tour* i ona se veže uz putovanje europske aristokratske mladeži koja putuje u zemlje, kao što su Italija, Francuska, Njemačka i Švicarska. Industrijska revolucija za sobom je povela i prometnu revoluciju omogućenu otkrićem parnog stroja i njegovom primjenom u izgradnji parobroda i parnih lokomotiva. Između putovanja i razvoja prometnih sredstava postoji međuovisnost zato što se razvijanjem prometa razvijalo i putovanje i obrnuto. Prometnom revolucijom, počinju se javljati prve putničke agencije. U 19. stoljeću počeli su se pisati prvi vodiči koji su za cilj imali privući čitatelja na posjet određenom mjestu. U gradovima su se počeli uređivati parkovi i povećavaju se mogućnosti za zabavu. Višak slobodnog vremena ispunjavao se odlascima u parkove ili traženjem zdravog zraka izvan grada u ladanjskim vilama i ljetnikovcima. Rastu prihodi stanovništva i pojavljuju se novi poslovi koji pomažu srednjem sloju i radničkoj klasi u odlasku na odmore.

Ključne riječi: turizam, prometna revolucija, kultura putovanja, slobodno vrijeme, 19. stoljeće, Europa

ABSTRACT

THE BEGINNINGS OF TOURISM IN EUROPE IN THE 19TH CENTURY

Already in prehistoric times there was traveling for existential reasons and war campaigns. With the further development of civilization, new motives for travel began to emerge. During the period of Humanism and the Renaissance, European elites began to travel across Europe in search of new experiences and knowledge. Such a phenomenon is called the Grand Tour, and it is associated with the journey of European aristocratic youth traveling to countries such as Italy, France, Germany and Switzerland. The industrial revolution also led to the traffic revolution, which was enabled by the discovery of the steam engine and its application to the construction of steamships and steam locomotives. There is an interdependence between travel and the development of means of transport, because with the development of transport, travel and vice versa have developed. With the traffic revolution, the first travel agencies began to emerge. In the 19th century, the first guides began to be written that aimed to attract the reader to visit a particular place. Parks have begun to be arranged in the cities, and opportunities for entertainment in the city are increasing. Excess free time was spent with going to parks or looking for healthy air outside the city in country villas and summer cottages. The income of the population has grown and new jobs were appearing which helped the middle class and the working class with going on vacations.

Keywords: tourism, traffic revolution, travel culture, leisure, 19th century, Europe