

## Dokono mnoštvo otkriva Hrvatsku. Engleski turistički vodiči kao izvor za povijest putovanja na istočnu jadransku obalu od 1958. do 1969.<sup>1</sup>

IGOR DUDA

Filozofski fakultet u Puli, Republika Hrvatska, Linacre College, University of Oxford, Velika Britanija

Pedesetih i šezdesetih godina XX. stoljeća sve je više stranaca posjećivalo Hrvatsku, osobito jadransku obalu na kojoj su provodili svoj godišnji odmor. Omasovljivanje putovanja bilo je posljedica većega blagostanja u Europi, širenja potrošačkih navika i priznavanja plaćenoga odmora kao prava svih zaposlenih. Glavni izvor informacija o Hrvatskoj kao odredištu bili su turistički vodiči o Jugoslaviji. Članak analizira vodiče objavljene u Velikoj Britaniji i Sjedinjenim Državama 1958.-1969., njihovo shvaćanje Hrvatske i svekolikih prilika u Jugoslaviji.

Ključne riječi: turizam, potrošačko društvo, turistički vodiči, Velika Britanija, Sjedinjene Američke Države

U sjećanjima putnika i turista, koji su šezdesetih godina dvadesetoga stoljeća tražili pustolovinu putujući po istočnoj jadranskoj obali ili se na njoj samo dokono odmarali, najčešće su ostala imena pojedinih mjesta koja su posjetili, možda i nazivi prepoznatljivih primorskih regija poput Istre i Dalmacije, te naziv države s čijim su se policijskim i carinskim službenicima sretali pri prelasku granice. Jugoslavija je tada već bila prepoznatljivo ime na međunarodnom turističkom tržištu, a kada su jednom u nju ušli, posjetitelji se više nisu susretali s dodatnim graničnim prijelazima, čak ni službenim pločama s natpisima koji bi im poželjeli dobrodošlicu u Sloveniju, Hrvatsku, ovu ili onu općinu na čijem se području nalazila njihova omiljena plaža. Iako su turistički vodiči jasno poučavali da se Jugoslavija sastoji od šest članica, u

<sup>1</sup> Ovaj je rad skraćena verzija izvornog rada "The Leisured Masses Discover Croatia: Travel Guidebooks as a Source for the Social and Cultural History of Travelling to the Eastern Adriatic Coast in the 1950s and 1960s", nastalog za vrijeme istraživačkog boravka u Oxfordu i raspravljenog u svibnju 2003. u krugu neformalne radne skupine kolega koji se zanimaju za povijest potrošačkoga društva. Zahvaljujem supervisoru dr. sc. Johnu Langtonu (St John's College, Oxford) na desecima sati rasprave i razgovora o temama dotaknutima u ovome radu, te kolegicama dr. sc. Iselin Theien (St Hilda's College, Oxford) i Institut za društvena istraživanja, Oslo) i Shinobu Majima (St Catherine's College, Oxford) te kolegi dr. sc. Relliju Shechteru (St Antony's College, Oxford) i Sveučilište Ben Gurion, Izrael) iz spomenute skupine na primjedbama i savjetima.

samoj zemlji nije bilo puno toga što bi goste, nevične lokalnim običajima i jezičnim razlikama, uputilo nalaze li se na hrvatskom ili nekom drugom dijelu obale. Otuda i česte nedoumice onih koji će se tridesetak godina kasnije, kada je 'Jugoslavija' nestala s plakata što su promovirali Opatiju ili Dubrovnik te kada su uz prometnice već bili postavljeni natpisi svježih boja, prisjećati svojih ljetovališta uz nezaobilazno pitanje: "Je li to bilo u Hrvatskoj?" Posložit će možda tada svoja sjećanja u novu praznu ladicu ili preimenovati staru, a povijesti putovanja iz dokolice, povijesti odmora ili turizma prepustiti traženje odgovora na pitanja: Na koji su način šezdesetih putovali milijuni novih europskih turista? Jesu li bili u mogućnosti priuštiti si odmor u inozemstvu? Zašto su i kako odabirali jadransku obalu? Kakvim su se izvorima informacija služili te kakvo je bilo mjesto Hrvatske u vodičima o Jugoslaviji?

Turistički vodiči koji su šezdestih poslužili kao pomoć pri putovanju u druga i nepoznata mjesta, socijalnoj i kulturnoj povijesti prirodan su izbor u traženju vodiča za proteklo vrijeme.<sup>2</sup> U svojoj novoj ulozi oni svjedoče o odredištu kakvo je nekada bilo, u ovom slučaju o Hrvatskoj i uvjetima života u njoj te njezinu mjestu na turističkoj mentalnoj karti Jugoslavije. S druge strane, vodiči kroz stajališta autora otkrivaju očekivanja tržišta kojem su namijenjeni, dakle čitatelja koji se spremaju posjetiti dotično odredište i njihovo razumijevanje tamošnjih domaćih prilika. Vodiči tako igraju važnu ulogu u stvaranju ili opovrgavanju predrasuda o *drugome* te u izgrađivanju nacionalne (ili koje druge, ovisno o dometu i kontekstu putovanja) svijesti kroz prepoznavanje različitosti između polazišta i odredišta.

Pod engleskim se vodičima u ovoj analizi podrazumijeva skupina vodiča objavljenih na engleskome jeziku u Velikoj Britaniji i Sjedinjenim Američkim Državama od 1958. do 1969., u razdoblju poslijeratnoga buma u putovanjima u zapadnoj Europi.<sup>3</sup> Već 1958. objavljeno je prvo izdanje knjige o Jugoslaviji iz serije vodiča Eugenea Fodora pod naslovom "Fodor's Modern Guides: Yugoslavia". Fodor je još prije rata objavio tri knjige o Europi ("On the Continent", 1936.; "In Europe", 1937.; "Europe", 1938.), a potom te iste 1958., kada je objavljena i knjiga o Jugoslaviji, cijeli niz vodiča o Austriji, zemljama Beneluxa, Britaniji, Irskoj, Francuskoj, Njemačkoj, Italiji, Skandinaviji, Španjolskoj, Portugalu i Švicarskoj. Vodič o Jugoslaviji u sljedećih je deset godina doživio još četiri izdanja. Godine 1962. Phyllis

<sup>2</sup> O vodičima vidi npr.: Rudy KOSHAR, *German Travel Cultures*, Berg, Oxford, 2000.; ISTI, "What ought to be seen: Tourists' Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe", *Journal of Contemporary History*, 33, 3, 1998., 323.-340.; József BÖRÖCZ, "Travel-capitalism: The Structure of Europe and the Advent of the Tourist", *Comparative Studies in Society and History*, Cambridge UP, 34, 4, 1992., 708.-741.

<sup>3</sup> Phyllis AUTY, *Yugoslavia*, The Young Enthusiast Library, The Young Explorers Series, 4, Weidenfeld & Nicolson, London 1962.; John Anthony CUDDON, *The Companion Guide to Yugoslavia*, Collins, London 1968.; *Fodor's Modern Guides: Yugoslavia*, Newman Neame Ltd, London 1958., 1959., 1960.; McKay, New York 1967., 1968.; Sylvie NICKELS, *The Young Traveller in Yugoslavia*, Phoenix House, London 1967.; ISTA, *The Travellers' Guide: Yugoslavia; Slovenia, Croatia and Bosnia-Hercegovina, Including the Dalmatian Coast*, Jonathan Cape, London 1969.; Stuart ROSSITER, *The Blue Guides: Yugoslavia: The Adriatic Coast*, Ernest Benn Ltd., Rand McNally & Company, London, Chicago 1969.

Auty objavila je knjigu jednostavnoga naslova "Yugoslavia", koja je bila dijelom serije "The Young Enthusiast Library: The Young Explorers Series" koja se sastojala od šest knjiga o Švedskoj, Nizozemskoj, Grčkoj, Španjolskoj i Švicarskoj, objavljenih te i prethodne godine, a namijenjenih znatizeljnoj mlađoj publici. Za isto je čitateljstvo 1967. Slvie Nickels napisala "The Young Traveller to Yugoslavia", također kao dio serije više desetaka knjiga o raznim svjetskim odredištima. Dvije godine kasnije ista je autorica objavila vodič za odrasle, "The Travellers' Guide: Yugoslavia; Slovenia, Croatia, Bosnia-Hercegovina, Including the Dalmatian Coast". Iako u naslovu nije spomenuta, knjiga je zahvaćajući cijelu obalu obradila i Crnu Goru. U razdoblju od 1965. do 1969. isti je izdavač objavio vodiče o Finskoj, Siciliji, Sardiniji, Cipru, Malti, Kanarskim otocima i Kreti. Za kuću Collins iz Londona John Anthony Cuddon napisao je 1968. "The Companion Guide to Yugoslavia". Serija, kojoj je cilj bio "osigurati suputnika u osobi autora koji dobro poznaje mjesta i ljude o kojima piše i koji umije svoje znanje i osjećaje prenijeti čitateljima", već se sastojala od vodiča za najpopularnija odredišta poput grčkih otoka, Pariza, južne Francuske, Rima, Venecije, Londona i Firence. Poslije Jugoslavije uslijedile su knjige o Škotskoj, Toskani, Umbriji, Grčkoj, južnoj Italiji i Istočnoj Angliji. Posljednji je u nizu vodiča iz šezdesetih "The Blue Guides: Yugoslavia: The Adriatic Coast" Stuarta Rossitera, ponovno iz serije koja je obuhvatila sva vodeća svjetska odredišta.

### *Poslijeratna putovanja kao oblik potrošnje: mase u pokretu*

Sve veće zanimanje za vodiče i putovanja šezdesetih godina bilo je odraz dubljih društvenih, gospodarskih i kulturnih promjena u Europi u razdoblju poslije Drugoga svjetskoga rata.<sup>4</sup> U "zlatnom razdoblju" (1945.-1973.) sve su se europske zemlje kretale putem koji je počeo obnovom porušenog i nestašicama, nastavio se dotad nezabilježenim industrijskim i gospodarskim napretkom, a završio ravnopravnijim životnim uvjetima za sve socijalne slojeve, prije svega za brojnu radničku klasu koja se približila "vrijednostima i načinu života nove srednje klase".<sup>5</sup> Brzina i način na koji su promjene tekle ovisili su, naravno, o zatečenom stupnju razvitka i o poratnim političkim svrstavanjima. Oporavak osam zemalja koje se uvele socijalističko plansko gospodarstvo bio je isprva nešto sporiji, ali su one u kasnim pedesetima i ranim šezdesetima bilježile čak i bolje gospodarske pokazatelje od zapadnoeuropskih zemalja.<sup>6</sup> Ono što socijalističke zemlje, međutim, nisu mogle ponuditi, iz političke slobode i neka temeljna građanska prava, bila je raznovrsna roba široke potrošnje i u potpunost-

<sup>4</sup> Vidi npr. Eric HOBBSAWM, *The Age of Extremes: A History of the World, 1914-1991*, Vintage Books, New York 1995.; Derek Howard ALDCROFT, *The European Economy, 1914-2000*, Routledge, London & New York 2001<sup>4</sup>.; Frank B. TIPTON, Robert ALDRICH, *An Economic and Social History of Europe, from 1939 to the Present*, Macmillan, Basingstoke 1987.; Paul ADDISON, *Now the War is Over: A Social History of Britain 1945-51*, Pimlico, London 1995<sup>2</sup>.

<sup>5</sup> Ferdynand ZWEIG, *The Worker in an Affluent Society: Family Life and Industry*, Heinemann, London 1961., ix.

<sup>6</sup> Usp. D. H. ALDCROFT, *The European Economy*, 163.

ti razvijeno masovno potrošačko društvo.<sup>7</sup> Prema trenutnom stanju istraženosti potrošačke kulture iznimka je u tome, kao i u mnogočemu drugome, među socijalističkim zemljama bila samo Jugoslavija.

U cjelini gledano, europski naraštaji rođeni četrdesetih godina dostigli su životni standard nezamisliv prije Drugoga svjetskoga rata i prošli kroz svojevrsnu revoluciju sve većih očekivanja.<sup>8</sup> Na samom su početku bili zahtjevi za hranom i odjećom, potom za pokućstvom i kućanskim aparatima, punom zaposlenošću te većim i ravnopravnije raspoređenim plaćama. Države su se o građanima skrbile uvođenjem općeg zdravstvenog osiguranja i sustava socijalne zaštite.<sup>9</sup> Na popisu očekivanja ubrzo se kao zakonski problem pojavilo pravo na plaćeni odmor u trajanju od tri-četiri tjedna za sve zaposlene, a potom i stvarni odlazak na godišnji odmor kao "primjer potrošačkog proizvoda i navike".<sup>10</sup> Masovni odlazak na odmor izvan mjesta stalnoga boravka prestao je šezdesetih, u razdoblju većih plaća i većih očekivanja, biti "luksuzom i postao običaj (ne još i potreba)".<sup>11</sup> Ako se povijesni razvoj ovakvoga načina odmaranja podijeli u tri razdoblja – otkrivanje, ozakonjivanje i omasovljenje – prva poslijeratna desetljeća vrijeme su prelaska iz druge i treću fazu. Međunarodni pokret za ozakonjivanje odmora uz zadržavanje redovne plaće zahuktao se još 1930-ih.<sup>12</sup> Prva zakonska rješenja pronađena su, primjerice, u Francuskoj 1936., Švedskoj i Britaniji 1938., ali tek poslije rata "putovanje iz dokolice nije više bilo samo nešto u čemu su ljudi uživali, već je dobilo veliku simboličku vrijednost budući da je pravo na odmor doživljeno kao zasluženno pravo, kao znak da nacionalna gospodarstva mogu ponuditi robu koju građani-potrošači zahtijevaju".<sup>13</sup> U Britaniji, gdje su se dugo odupirali centraliziranoj turističkoj organizaciji sličnoj onima u Italiji i Njemačkoj tridesetih godina, vlada je 1948. osnovala Britanski odbor za turizam i odmor (British Tourist and Holidays Board), a turizam su počeli držati "vrhunskim proizvodom" te "simbolom i lokomotivom potrošaštva".<sup>14</sup> Tada su

<sup>7</sup> Vidi John BREWER, Roy PORTER, "Introduction", *Consumption and the World of Goods*, (ur. John Brewer, Roy Porter), Routledge, London 1993., 1.; Jean-Christophe AGNEW, "Coming up for Air: Consumer Culture in Historical Perspective", *Consumption and the World of Goods*, 34.; Victoria DE GRAZIA, "Introduction", *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, (gl. ur. Victoria de Grazia, s Ellen Furlough), University of California Press, Berkeley – Los Angeles – London 1996., 2.

<sup>8</sup> Usp. John BENSON, *The Rise of Consumer Society in Britain, 1880-1980*, Longman, London & New York 1994., 26.; F. ZWEIG, *The Worker in an Affluent Society*, 206.

<sup>9</sup> U Velikoj Britaniji, primjerice, zdravstveno je osiguranje (National Health System) uvedeno 1948. Vidi ADDISON, *Now the War is Over*, 86.

<sup>10</sup> Ellen FURLOUGH, "Making Mass Vacations: Tourism and Consumer Culture in France, 1930s to 1970s", *Comparative Studies in Society and History*, Cambridge UP, 40, 2, 1998., 247.-286., 286.

<sup>11</sup> Fred INGLIS, *The Delicious History of the Holiday*, Routledge, London & New York 2000., 100.

<sup>12</sup> O duljini radnoga vremena vidi: Gary CROSS, ur., *Worktime and Industrialization: An International History*, Temple University Press, Philadelphia, 1988.; ISTI, *A Quest for Time: The Reduction of Work in Britain and France, 1840-1940*, University of California Press, Berkeley 1989.

<sup>13</sup> R. KOSHAR, *German Travel Cultures*, 4.

posvuda u Europi "kapitalistički i komunistički režimi promicali putovanja i kao ideologiju i kao socijalno pravo".<sup>15</sup> Ovakvim je shvaćanjima neposredno pretходила predratna talijanska, njemačka i sovjetska praksa, ali i britanski kampovi za odmor, djelatnost skandinavskih putničkih organizacija i francuske Narodne fronte, koji su svi promicali masovno sudjelovanje u dokonim aktivnostima.<sup>16</sup> Svi su spomenuti koncepti manje ili više koristili turizam za definiranje i jačanje nacionalnih država te su pobuđivali zanimanje za nacionalnu povijest i baštinu.

Šezdesetih je plaćeni odmor tako postao predmet masovne kulture i zajamčenog građanskog prava.<sup>17</sup> U Britaniji su to pravo posljednji ostvarili fizički radnici među kojima je postotak onih koji su imali pravo na dva ili tri tjedna odmora od 1964. do 1969. porastao sa 7 na 35.<sup>18</sup> Pravo na odmor, odlazeći barem na kraća putovanja, konzumiralo je 1959. godine 31 posto zapadnih Nijemaca, 48 posto Belgijanaca, ali samo 13 posto Talijana; 1961. godine 37,5 posto Francuza, 45 posto Nizozemaca, 58 posto Britanaca i čak 72 posto Šveđana.<sup>19</sup> Postoci su djelomično odraz zemljopisa, odnosno udaljenosti stanovništva pojedine zemlje od toploga Sredozemlja, ali djelomično i odraz gospodarskih prilika. I u vremenu rasta plaća i očekivanja jasno je da su u pojedinim zemljama zarade i životni standard bili bolji, dok su u drugima očekivanja i dalje bivala veća od realnih mogućnosti. Neki su jednostavno cijele godine živjeli za svoj godišnji odmor usmjeravajući na njega sve svoje nade i snove. Hoće li moći uživati u takvom luksuzu kada se ožene? "Prošle sam godine otišao u Španjolsku, ove godine idem u Austriju svojim automobilom", povjerio se ponosno dvadesetčetverogodišnji mladić. Drugi je rekao: "Ove godine idem svojim motociklom u Francusku, Njemačku i Italiju. Moja se djevojka želi udati, ali..."<sup>20</sup>

<sup>14</sup> Hartmut BERGHOF, Barbara KORTE, "Britain and the Making of Modern Tourism: An Interdisciplinary Approach", *The Making of Modern Tourism: The Cultural History of the British Experience, 1600-2000*, (ur. Hartmut Berghoff, Barbara Korte, Ralf Schneider, Christopher Harvie), Palgrave, New York, 2002., 14.

<sup>15</sup> R. KOSHAR, *German Travel Cultures*, 4.

<sup>16</sup> O talijanskoj organizaciji Dopolavoro i njemačkoj Kraft durch Freude vidi: Haso SPODE, "The 'Seaside Resort of the 20000': Fordism, mass tourism and the Third Reich", *13th Economic History Congress* (Buenos Aires, 22.-26. lipnja 2002.), <http://www.eh.net/XIIICongress/cd/programme-sessions-detail1.htm>; Victoria DE GRAZIA, *The Culture of Consent: The Mass Organization of Leisure in Fascist Italy*, CUP, Cambridge 1981. O Sovjetskom Savezu i socijalističkim zemljama vidi: Auvo KOSTIANEN, "The Soviet Tourist Industry as Seen by the Western Tourists of the Late Soviet Period", *13th Economic History Congress*; Maria VODENSKA, "Water and Leisure in Moldova: A Social Perspective", *Water, Leisure, Culture: European Historical Perspectives*, (ur. Susan C. Anderson, Bruce Tabb), Berg Publishers, Oxford 2002.; Marinov, Vassil MARINOV, Boian KOULOV, "Water Resources and Environmental Pressures along Bulgaria's Black Sea Coast", *Water, Leisure, Culture: European Historical Perspectives*.

<sup>17</sup> Vidi E. FURLOUGH, *Making Mass Vacations*, 265.

<sup>18</sup> Usp. John K. WALTON, *The British Seaside: Holidays and Resorts in the Twentieth Century*, Manchester University Press, Manchester & New York 2000., 62.

<sup>19</sup> Jean-Claude RICHEZ, Léon STRAUSS, "Un tempo nuovo per gli operai: le ferie pagate (1930-1960)", *L'invenzione del tempo libero, 1850-1960*, (ur. Alain Corbin), Laterza, Roma & Bari, 1996.

<sup>20</sup> Iz intervjuja provedenih 1958.-1959. F. ZWEIG, *The Worker in an Affluent Society*, 155.

Šezdesetih je čak i britanska radnička klasa, gospodarski ojačana i mentalno pripremljena za susret s nepoznatim, počela putovati izvan zemlje. Paket aranžmani "otvorili su Europu ljudima koji nisu zarađivali koliko i pripadnici srednje klase niti su u putovanju bili vješti poput njih".<sup>21</sup> Popularni kampovi, poput onih Billyja Buttlina koji su se reklamirali pod sloganom "Holidays with pay – holidays with play: A week's holiday for a week's wage" (Plaćeni odmor – zabavni odmor: Tjedan odmora za tjednu plaću) i koji su od 1936. milijunima pružili povoljnu priliku za prvo dulje napuštanje obiteljskoga doma, više nisu bili dovoljni.<sup>22</sup> Daleka putovanja u inozemstvo pojednostavnili su suvremeniji zrakoplovi i charter letovi.<sup>23</sup> No, financijsku i tehničku stranu razvoja putovanja iz dokolice pratilo je i stvaranje želje za održavanjem ili stvaranjem takve navike, ali i postojanje "želje za određenom razinom drugotnosti".<sup>24</sup> Ovo posljednje su u Britaniji najprije osjetili bolje stojeći slojevi pa su nešto novo potražili u inozemstvu, no ubrzo su im se, blagodatima socijalne države i kreditima oboružane, pridružile šire mase (Tablica 1). Broj putovnica godišnje izdanih u Britaniji udvostručio se na gotovo milijun između 1951. i 1966.<sup>25</sup> Najbliži drukčiji i topliji cilj bilo im je Sredozemlje, dakle i Jugoslavija kao dovoljno zanimljivo i financijski prihvatljivo odredište. Međutim, većina je Britanaca s novcem i dalje trebala oprezno postupati jer je još 1958. za povratnu željezničku kartu London-Rijeka (za mukotrpan put dulji od 30 sati) trebalo izdvojiti 22 funte za sjedalo u drugom razredu,<sup>26</sup> dok je prosječna tjedna plaća tvorničkoga radnika iznosila 13 funta.<sup>27</sup> Prosječna će tjedna plaća svih zaposlenih 22 funte dosegnuti tek negdje 1967.<sup>28</sup> Budući da je trebalo platiti i smještaj, individualno je putovanje vlakom do Hrvatske bilo daleko od Butlinova ideala. Radnicima je pomoći mogao samo prekovremeni rad kojim su ponegdje mogli zaraditi i 8 funta za samo 48 sati, što na mogućnost putovanja baca nešto drukčije svjetlo.<sup>29</sup>

<sup>21</sup> Orvar LÖFGREN, *On Holiday: A History of Vacationing*, University of California Press, Berkeley – Los Angeles – London 1999., 205.

<sup>22</sup> Vidi J. BENSON, *The Rise of Consumer Society*, 50; Alan TOMLINSON, Helen WALKER, "Holidays for All: Popular Movements, Collective Leisure, and the Pleasure Industry", *Consumption, Identity and Style: Marketing, Meanings, and the Packaging of Pleasure*, (ur. Alan Tomlinson), Routledge, London & New York 1990., 226.; H. BERGHOF, "From Privilege to Commodity? Modern Tourism and the Rise of the Consumer Society", *The Making of Modern Tourism: The Cultural History of the British Experience, 1600-2000*, 174.

<sup>23</sup> O zračnom prijevozu vidi: Peter LYTH, "Gimme a ticket on an aeroplane...: The jet engine and the revolution in leisure air travel, 1960-1975", *13th Economic History Congress*; Hans-Liudger DIENEL, Peter LYTH, ur., *Flying the Flag: European Commercial Air Transport since 1945*, Macmillan, Basingstoke 1998.; A. TOMLINSON, H. WALKER, "Holidays for All", *Consumption, Identity and Style*, 237.-238.

<sup>24</sup> Sue WRIGHT, "Sun, Sea, Sand and Self-Expression: Mass Tourism as an Individual Experience", *Consumption, Identity and Style*, 181.-202.

<sup>25</sup> J. K. WALTON, *The British Seaside*, 39.

<sup>26</sup> Usp. Fodor, 1958., "How to Reach Yugoslavia", 16.-20.

<sup>27</sup> Usp. F. ZWEIG, *The Worker in an Affluent Society*, 2.

<sup>28</sup> Usp. Arthur MARWICK, *British Society Since 1945*, Penguin, London, 1996<sup>3</sup>., 114.

<sup>29</sup> Usp. F. ZWEIG, *The Worker in an Affluent Society*, 3.

| godine: | 1960. | 1961. | 1962. | 1963. | 1964. | 1965. | 1966. | 1967. | 1968. | 1969. |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| UK      | 150   | 181   | 172   | 321   | 497   | 603   | 799   | 839   | 710   | 828   |
| SAD     | 57    | 53    | 64    | 83    | 97    | 119   | 147   | 172   | 173   | 240   |

Tablica 1: Noćenja britanskih i američkih građana u Hrvatskoj 1960.-1969. u tisućama.<sup>30</sup>

### Otkrivanje istočne jadranske obale: "A best buy"

Iako je hrvatski Jadran svoje turističke početke doživio još sredinom XIX. stoljeća, zbog demokratizacije putovanja i njihova omasovljenja šezdestih, kada na scenu stupa baby-boom generacija, jadranska je obala tada svakako proživljavala svoje pravo masovno "otkrivanje". Osim toga, Drugi je svjetski rat donio novi politički zemljovid. Istra i drugi dijelovi obale ujedinjeni su s maticom te je ukupna duljina hrvatske obalne crte dosegla 5.835 km što je iznosilo 94,2 posto tadašnje jugoslavenske obale. Jugoslavija je već od 1946. promicala domaći turizam kao zasluženno pravo "trudbenika", ali je i ubrzo prepoznala inozemni komercijalni turizam kao izvor dobre zarade te su zapadni turisti bili dobrodošli i željno iščekivani. Poklopila su se takva očekivanja s, prema Fodoru, "rastućim zanimanjem putničke javnosti" te otuda veliko zanimanje inozemnih izdavača za naslovima o Jugoslaviji. Zanimljivo je vidjeti na koji je način istočni Jadran "otkriven" s pomoću engleskih vodiča koji su ga preporučivali kao "best buy" destinaciju, kao odredište koje nudi najbolju vrijednost za novac.

Više se elemenata moralo poklopiti kako bi doveli do zaključka da zemlja nudi najviše po vrlo povoljnoj cijeni. Prema autorima svih vodiča Jugoslavija je bila *turistički neiskvarena* ili *vrlo malo iskvarena*. Njezina *raznolika ljepota* svako je putovanje činila *pravom nagradom* i *ispunjavala ga iznenađenjima*. Posrijedi je *najljepša obala u Europi*, a bilo bi *teško i zamisliti obalu, otoke i raznobojno more ljepše od ovih*. Ostave li se po strani prirodne ljepote, goste su privlačili *umjereni troškovi*, posebni turistički tečaj pri zamjeni stranih valuta za dinar, *niske* ili *umjerene* cijene autobusnih karata, *primjerene* cijene trajektnog prijevoza, *jeftine* zrakoplovne karte i *iznimno skromne* cijene ulaznica za kino. Bilo je moguće *dobro jesti i piti* te, sve u svemu, *živjeti lagodno za skromni trošak*. Vodiči ipak nisu previdjeli da su iskustva lokalnoga stanovništva glede cijena nešto drukčija: "...žale se da su cijene visoke što, gledano u usporedbi s njihovim relativno niskim primanjima, i jest istina".<sup>31</sup>

Postojale su brojne mogućnosti za dolazak u, po zapadnim mjerilima, zemlju jeftinog odmora: brodovima iz sjeverne Amerike ili trajektima iz Italije; zrakoplovnim linijama, najčešće onima Jugoslavenskog aerotransporta (JAT) ili pak charter letovima; automobilom, uglavnom iz bolje stojećih nedalekih

<sup>30</sup> Izvor: SGH-71, 176.; SGJ-60, 420. Izdvojena su noćenja građana ovih dviju zemalja jer su u njima bili objavljeni analizirani vodiči. Broj noćenja Britanaca u Jugoslaviji porastao je od 73 tisuće 1958. do gotovo 1,1 milijun 1969., a Amerikanaca od 74 tisuće na 380 tisuća. Godine 1969., kada je objavljen posljednji vodič, 75,7% britanskih i 63,2% američkih noćenja u Jugoslaviji bilo je ostvareno u Hrvatskoj.

<sup>31</sup> S. NICKELS, *The Travellers' Guide*, 62.

zemalja; ili autobusom kojim se, primjerice, od Londona preko Bruxellesa i Münchena do Zagreba putovalo do tri dana. Željeznice su nudile više vlakova kojima su hrvatski kolodvori bili cilj ili usputne postaje: Tauern Express, Orient Express, Direct Orient Express, Dalmatia Express, Balkan Express, Hellas Express i Istanbul Express. Putnici su morali imati na umu stroga pravila o količini novca koju smiju iznijeti iz svoje zemlje, unijeti u Jugoslaviju i potom iz nje iznijeti ako je riječ o dinarima. Kada su jednom stigli do jugoslavenske granice, tamo ih je, prema Fodoru, 1958. čekala *ne odviše mučna*, a 1968. *ni po čemu mučna i brza* granična kontrola. Isto je desetljeće donijelo mnoge druge promjene.

### *Znakovi napretka: "Zadovoljavajuća razina udobnosti"*

S obzirom na ubrzani stupanj razvoja ne treba čuditi preporuka iz 1962. prema kojoj bi "oni koji žele vidjeti nešto od stare Jugoslavije, prije nego se ona potpuno promijeni, tamo trebali otići što prije".<sup>32</sup> 'Staro' ovdje označavo ono autentično, neiskvareno i izvorno te stoga kao stvoreno za 'turističko zagledavanje'.<sup>33</sup> Sljedeći je opis iz istoga vodiča: "Stanje se ubrzano mijenja. Današnji posjetitelji mogu vidjeti nove industrijske pogone: čeličane u Bosni i Sloveniji, tvornice alata i strojeva u Hrvatskoj i Srbiji, hidroelektrane u Crnoj Gori i drugim planinskim područjima. Mogu razgledati nove zgrade u svim dijelovima zemlje: čuveni neboder u Zagrebu, prekrasni suvremeni željeznički kolodvor u Sarajevu i nove stambene blokove u gotovo svakom gradu. Brza industrijalizacija mijenja život jugoslavenskih ljudi..."<sup>34</sup>

Fodorov vodič iz 1958. na dvije stranice donosi tekst s naslovom "Nizak životni standard".<sup>35</sup> Deset godina kasnije isto je poglavlje dobilo novi naslov – "Životni standard polako raste" – što je priznanje promijenjenih uvjeta u zemlji, iako su promjene u samom tekstu prilično male, no ipak znakovite (Tablica 2).<sup>36</sup>

| <b>Fodor 1958.</b><br><b>A Low Living Standard</b>  | <b>Fodor 1968.</b><br><b>A Slowly Rising Standard</b> |
|---|---|
| Stalni <b>pritok</b> izbjeglica iz Jugoslavije više je odraz potrage za gospodarskim boljitkom nego nezadovoljstva režimom. | Stalno <b>lagano kapanje</b> izbjeglica...            |
| Cijene odjeće su naprotiv <b>vrlo</b> visoke.   | ... <b>umjereno</b> visoke.                           |

<sup>32</sup> P. AUTY, *Yugoslavia*, 11.

<sup>33</sup> 'Turističko zagledavanje' koristim umjesto engleskoga 'tourist gaze'. Vidi John URRY, *The Tourist Gaze*, Sage, London, 2002<sup>2</sup>.

<sup>34</sup> P. AUTY, *Yugoslavia*, 11.

<sup>35</sup> Fodor, 1958., 46.-47.

<sup>36</sup> Isto.



|   |   |
|---|---|
| Luksuzni ili poluluksuzni proizvodi – automobili, kućanski aparati, radio-prijemnici – dostižu <b>astronomske</b> iznose, dvostruke ili trostruke ili čak <b>četverostruke</b> u usporedbi s onima u zapadnoj Europi. | ...dostižu <b>vrlo visoke</b> iznose, <b>dvostruke ili trostruke</b> u usporedbi s onima u zapadnoj Europi. |
|---|---|

Tablica 2: Usporedba Fodorovih vodiča iz 1958. i 1968.

Ne treba napominjati da bi domaći mediji napredak prikazali s mnogo većim entuzijazmom naglašavajući postignuća socijalističkog samoupravljanja i vjeru ljudi u još svjetliju budućnost. No, ipak, stoji da životni standard – neovisno o tome koliko je pristup vodiča bio plod blagonaklonosti ili neupućenosti – nikako nije bio na razini zapadnoeuropskoga, ali je za najveću većinu stanovnika bio viši no što su ikada imali prilike iskusiti.

Sljedeće tvrdnje, koje dolaze iz istoga poglavlja, bile su točne 1958., ali su deset godina kasnije prilike u većem dijelu Jugoslavije ipak bile nešto drukčije. Dakle, prema Fodoru “životni standard još nije dosegao razinu udobnosti kakva se može naći u zapadnim zemljama, čak i onim siromašnjijima”, “nestašice su još prisutne kao i u zapadnoj Europi, a novim se modelima automobila češće može diviti u časopisima nego na ulici”.<sup>37</sup> Ipak, “osnovni su proizvodi pristupačni gotovo svim kućnim proračunima”, “hrane ima u obilju i jeftina je, no, dok su plaće vrlo niske, sustav socijalne sigurnosti je jako velikodušan” i “stanarine su smiješno male”.<sup>38</sup> Fodor se nadao da su izgledi za budućnost bolji jer su Jugoslaviju kao novu zemlju odlikovale “sve mladalačke nesavršenosti i sva nadanja”.<sup>39</sup> Drugi je vodič zabilježio važne socijalne i političke promjene poput *preispitivanja* i *liberalizacije*.<sup>40</sup>

Kada je riječ o turistima i infrastrukturi koju su dijelili s domaćinima – posebice onim poboljšanjima koja su imala izravan utjecaj na život lokalnoga stanovništva – prometni je sustav sigurno bio najvažniji. Trajektne su usluge bile *odlične, redovite, točne i dobro organizirane*, autobusni prijevoz *efikasan i jeftin*, JAT *jeftin i siguran*. Čini se da samo željeznica *nije posjetiteljima bila od velike pomoći*. Putovanje vlakom bilo je *sporo* ili *vrlo sporo*, no s druge strane *uvijek zanimljivo*. Cestovna mreža mijenjala se *gotovo iz tjedna u tjedan* te *usprkos svim pričama, uopće nije bila tako loša, osobito u Sloveniji i Istri*. Na obali je bilo pouzdanih radionica za popravak automobila, a mali broj benzinskih postaja bio je u stalnom porastu. Ukratko, komunikacije su *stalno napredovale*, a turisti su mogli očekivati “zadovoljavajuću razinu udobnosti nadopunjenu iskreno gostoljubivom dobrodošlicom”.<sup>41</sup>

<sup>37</sup> Isto.<sup>38</sup> Isto.<sup>39</sup> Isto.<sup>40</sup> S. NICKELS, *The Travellers' Guide*, 80.-81.<sup>41</sup> Fodor, 1958.-1968., “Foreword”.

Informacije o hotelima zastarijevale su *brže no što je to uobičajeno* jer su se *novi hoteli neprestano gradili*, a njihov je broj *vrtoglavo rastao iz godine u godinu*. Hoteli su većinom *žalosno nalikovali jedni na druge*, u mnogima je opskrba vodom bila nepredvidiva, a čitatelji vodiča dobili su savjet da *uvijek sa sobom nose WC-papir*. Privatni je smještaj predstavljen kao *najjeftiniji, najprijateljskiji i kao onaj koji će najdulje ostati u sjećanju*. Sobe su bile čiste, a vlasnici kuća *gotovo su vijek bili ljubazni do granice neugodnosti*. No, čini se da Britanci *ili nikada nisu čuli za ovakvu vrstu smještaja ili su imali otočne dvojbe o čistoći ili su brinuli hoće li se moći sporazumjeti*. Sve to usprkos činjenici da je engleski jezik bio *prilično proširen*. Turisti koje nisu zanimali hoteli ni privatni smještaj već kampiranje, mogli su u vodičima pročitati da se kampira pod *“uobičajenim europskim uvjetima”*.<sup>42</sup>

Savjeti o tome što ponijeti sa sobom na odmor mogu biti znakoviti za stanje na lokalnom tržištu. Prema vodičima 1968. je često bilo teško doći do svježeg mlijeka te je za svaku sigurnost poželjno bilo imati *mlijeko u prahu*. Čitateljima je savjetovano da ponesu sapun i duhan za lulu te čaj i kavu jer je *čaj bio skup*. Drugi je vodič samo godinu kasnije – što svjedoči o različitoj percepciji autora – dao prilično drukčiji opis prilika: *napredak posljednjih godina povoljno se odrazio na povećanje standarda i porast trgovačke razmjene s inozemstvom*, trgovine su *dobro opskrbljene*, a *“police s čokoladom, slatkišima i kolačima često su oku ugodan prizor”*.<sup>43</sup> Isti je vodič preporučio putnicima da ponesu dovoljne količine kozmetičkih proizvoda i filmova jer su *uvozni proizvodi, naravno, skupi*. Govori to dovoljno o premještanju granice između nužnih i luksuznih proizvoda jer su teškoće u opskrbi voćem i mlijekom zamijenili ipak lakši problemi sa skupom uvoznom kozmetikom.

Zabava za turiste bila je dobro organizirana, a *nesretni su mogli biti samo oni zahtjevniji koji su tražili široku ponudu raznolikog noćnog života*. Kada je pak o drugim vrstama raznolikosti riječ, Jugoslavija je svakako imala što ponuditi.

### *Brojne razlike: “Odvojeni svjetovi”*

Na temelju povijesnih činjenica o habsburškoj, mletačkoj i osmanskoj vladavini svi su vodiči konstruirali priču o *zemlji krajnosti, zemlji pjesnika, ratnika i pastira*. Svi su autori istaknuli utjecaje *različitim civilizacija* koji su dopirali iz smjera Beča, Mletaka i Carigrada te jednoglasno zaključili da je Jugoslavija *“mikrokozmos Europe”*.<sup>44</sup> Ili drugim riječima: *“Ovdje Istok doista susreće Zapad. [...] Ovo je najljepša zemlja koju možete zamisliti, a europska je povijest ispisana njezinim krajolicima.”*<sup>45</sup> Zbog te povijesti *“stanovnici nekih područja nikada nisu vidjeli strance, osim možda kao neprijateljske vojnike”*.<sup>46</sup> Ova promjedba Jugoslaviju nikako ne čini iznimkom u europ-

<sup>42</sup> S. ROSSITER, *The Blue Guides*, “Hotels”: “Camping”.

<sup>43</sup> S. NICKELS, *The Travellers’ Guide*, 62.

<sup>44</sup> J. A. CUDDON, *The Companion Guide*, 9.

<sup>45</sup> S. NICKELS, *The Young Traveller*, 9.

<sup>46</sup> J. A. CUDDON, *The Companion Guide*, 11.

skom okruženju, ali poslužila je u svrhu daljnje mistifikacije. "Blue Guide" južnoslavenske sukobe u međuraću i razdoblju Drugoga svjetskoga rata ignorantski naziva *plemenskim suparništvom*. Govoreći o jezikoslovnim raspravama šezdesetih "The Travellers' Guide" ističe da su *korijeni sukoba mnogo dublji od pukih gramatičkih sitnica* te zaključuje da "mnogi Hrvati i Srbi, koji su stoljećima bili politički, kulturno i vjerski odvojeni, tek trebaju naučiti živjeti jedni s drugima".<sup>47</sup> Drugi je vodič usporedio Slovence i Makedonce te zaključio kako je *teško vjerovati da dolaze iz iste zemlje, no ipak su svi Jugoslaveni*.<sup>48</sup> Isticanje jedinstva južnoslavenskih naroda, postignutog u Drugom svjetskom ratu, kao važnog temelja druge Jugoslavije bilo je uobičajeno, no neki su vodiči išli i korak dalje od same jugoslavenske ideologije tvrdeći da su se ti narodi "trinaest stoljeća borili kako bi postali jedna nacija".<sup>49</sup> U samoj zemlji različitosti su se pak pokazivale na svakom koraku i sve 'jugoslavensko' nužno je uvijek dolazilo u množini i odnosilo se pojedinačno na jugoslavenske narode (i narodnosti): "Ono što je iznimno kada se govori o ovoj zemlji je da je jedan dio toliko drukčiji od drugoga pa se stječe dojam kao da je deset različitih zemalja okupljeno u jednu. Nisu samo krajolici različiti, već i ljudi, njihove religije, hrana koju jedu, glazba koju slušaju, zgrade koje se vide uokolo." [...] "Sjeti se samo dalmatinske i bosanske glazbe. Svjetovima su daleko, a razdvaja ih samo nekoliko kilometara planina".<sup>50</sup>

Vodiči su razlike posložili u lako pamtljivu formulu 7-6-5-4-3-2-1 prema kojoj je pojam 'Jugoslavija' određen granicom prema sedam susjednih zemalja, tu je zatim šest republika, pet naroda (Muslimani još nisu pribrojeni kao priznati jugoslavenski narod), četiri jezika, tri religije, dva pisma, a sve zajedno samo jedna zemlja. No, o takvoj je zemlji moguće napisati da će malo dalje od Zagreba putnik zaći u Bosnu i Hercegovinu i u *drugi svijet*. Uistinu, unutrašnjost zemlje često je označena kao "prava Jugoslavija", tajanstvena i herojska, koju treba vidjeti jer je njezin *krajolik veličanstven, a kultura i povijest fascinirajuća*: "Valja reći da su posjetitelji često krivi za malu nepravdu prema zemlji kao cjelini jer svo svoje vrijeme i zanimanje posvećuju jadranskoj obali koja je za većinu sve što su u Jugoslaviji došli vidjeti. Posljedica toga je da ostatak zemlje često ostaje neistražen, a posjetitelji se vraćaju doma uvjereni kako jedan fragment može predočiti cijelu sliku. Ipak, ne može se poreći da Hrvatska svoj turistički uspjeh duguje Jadranu koji svakoga ljeta privuče sve veći broj posjetitelja".<sup>51</sup>

Jesu li ovakve tvrdnje i primjedbe hrvatsku obalu ili Hrvatsku u cjelini učinili manje "pravom Jugoslavijom", manje nepoznatom, manje egzotičnom i manje različitom s gledišta britanskoga čitateljstva? Gotovo svi su vodiči nastojali prikazati obje Jugoslavije, onu koju bi teoretičari nazvali 'prednjom' i

<sup>47</sup> S. NICKELS, *The Travellers' Guide*, 97.

<sup>48</sup> S. NICKELS, *The Young Traveller*, 18.

<sup>49</sup> S. NICKELS, *The Travellers' Guide*, "Introduction".

<sup>50</sup> S. NICKELS, *The Young Traveller*, 12., 62.

<sup>51</sup> Fodor, 1958., 129.

onu koju bi držali 'pozadinskom'.<sup>52</sup> Uvijek se očekuje da će turisti u pozadinska područja samo proviriti jer im ona zapravo nisu namijenjena, no problem je što su u jugoslavenskom slučaju pozadinom smatrane i cijele republike, a upravo su one trebale biti autentična Jugoslavija i Britancima prava drugotnost. Vodiči su unutarjugoslavenskim različitostima posvetili mnogo prostora i uputili se dalje od krajolika, glazbe i povijesti te potražili razlike u samim ljudima.

### *Jugoslavenski mentaliteti: "Veličanstvenost, ljepota i uživanje u životu"*

Govoreći o naravi stanovnika Jugoslavije, autori vodiča pokušali su izdvojiti opće karakteristike zajedničke svim narodima, no malo je vjerojatno – ako se uopće prihvate takve generalizacije na nacionalnoj razini – da se svaki narod odlikovao svim navedenim i često među sobom kontradiktorinim značajkama. Zbog donekle romantičarskog i paternalističkog pristupa komentari često zvuče kao da su napisani u XIX. stoljeću kada su se europski visoki slojevi zabavljali domorodačkim stanovništvom i njihovim "čudnim" načinima života.<sup>53</sup> Već je tada John Murray, jedan od prvih autora i izdavača vodiča, bio kritičan prema takvom pristupu pozivajući na skromnost Engleze koji bi "ne samo trebali cijeniti postignuća i različitost drugih kultura, već se i osloboditi osjećaja superiornosti i dominacije".<sup>54</sup> Stoljeće kasnije, u vodičima o Jugoslaviji nije bilo izravnih pokazatelja engleske nadmoći, samo često prenaplašenog paternalizma i začudnosti.

Vodiči su tako pripomogli stvaranju i popularizaciji predrasuda i stereotipa, ali ono što zapanjuje je kakav se stereotip može konstruirati kada se šest naroda udruži u kombinaciju *starog i novog, istočnog i zapadnog*. Tako su u ovom *politički najzaostalijem dijelu Europe*, koji je patio od *višestoljetne zaostalosti*, ljudi općenito bili *hrabri, ponosni, nezavisni, inteligentni, iznimno dobroga izgleda te zavidnoga smisla za humor*. Rodno odvojeni, muškarci su bili *muževni*, a žene *vrlo ženstvene*. "Ovoj južnoj rasi (točnije rečeno, rasama) ne nedostaje ni veličanstvenosti ni ljepote."<sup>55</sup> Istodobno su s jedne strane bili *uljudni, tolerantni i prijateljski, tako daroviti u održavanju toplih međuljudskih*

<sup>52</sup> O razlikama između 'prednjih' ('front') i 'pozadinskih' ('back') područja općenito vidi: Dean MacCANNELL, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press, Berkeley – Los Angeles – London 1999<sup>3</sup>, 92., 102.

<sup>53</sup> "Britansko viđenje 'drugih' kultura, posredovano putem gospodarske, vojne i upravne prevlasti te doživljava vlastite superiornosti, obilježava 'orijentalistički' misaoni sklop koji osjećaj kontrole postiže etiketiranjem, klasificiranjem i polaganjem prava na superiorno razumijevanje izvana, što je sve prisutno u putnim itinerarima, oglašavanju, vodičima i 'turističkom zagledavanju'; John K. WALTON, "British Tourism Between Industrialization and Globalization: An Overview", *The Making of Modern Tourism: The Cultural History of the British Experience, 1600-2000*, 123.

<sup>54</sup> R. KOSHAR, "What ought to be seen? Tourists' Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe", 328.; Koshar dodaje: "Rekao bih da se ova ideja može do neke mjere primijeniti na Europljane koji putuju u druge europske zemlje."

<sup>55</sup> Fodor, 1958.-1968., "The Country and the People – A Panoply of Paradoxes": "Two Magnets: Istanbul and Vienna".

*odnosa, a s druge strane veliki spletkari i urotnici, nagli, okrutni borci skloni ekstremnom nasilju što su često znali pokazati. Iako nisu prezali od oštine u međusobnim odnosima, sa strancima su bili službeni, općenito ljubazni i izrazito gostoljubivi.*

Unatoč *tragičnoj i žalosnoj* prošlosti, jugoslavenski su narodi doživljeni kao *rođeni optimisti*. Gotovo je nezamisliva veza bila uspostavljena između ilirskih početaka te “tragične” povijesti i 1960-ih u kojima su posjetitelji svoje domaćine mogli vidjeti kako sjede u kavanama opuštenu čitajući novine ili čavrljajući te kako šecu ulicama u ljetna predvečerja: “Najznačajnije je obilježje Jugoslavije vjerojatno jugoslavenski dar za uživanje u životu, koji su naslijedili od svojih jadranskih predaka i koji nisu izgubili pod komunističkim režimom”.<sup>56</sup>

Fodorov je vodič dublje razradio karakter pojedinih naroda. Slovenija i Makedonija poslužile su kao krajnosti, ali ni *među ovim ekstremima nitko ne nalikuje ni na koga drugoga*. Hrvatima je Fodorov vodič posvetio sljedeće rečenice: “Ako je moguće sažeti sva prosječna obilježja ovih rasa, može se reći da je Hrvat jugoslavenski poslovni čovjek sa svojim velesajmom u Zagrebu i svojom lukom u Rijeci iz koje put vodi na Jadran i daleka mora. Hrvati vole efikasnost (pomalo su teutonski u tome smislu) i spremni su sugovornika informirati o svemu, uvijek uz pomoć statistike. Dalmatinci su, iako ih je povijest naučila mržnji prema Veneciji, preblizu Italiji da ne bi mahali rukama dok razgovaraju, pogledavali žene na poseban način te izgovarali ‘o’ i ‘a’ kao da pjevaju”.<sup>57</sup>

Razlike na stranu, postojalo je ipak jedno važno zajedničko jugoslavensko obilježje koje je moglo stvarati teškoće upravo zbog toga jer su ga, prema vodičima, dijelili sve narodi federacije. Riječ je o *osjećaju nezavisnosti, potrebi da se misli svojom glavom i neprihvatanju diktata izvana*. Stoga se možda zaključak da je jedinstvo šest naroda, koji su tada zajedno činili *dvadeset milijuna duša što su mislile svojom glavom, još uvijek daleko od stabilnosti* ne čini neočekivanim za autore vodiča. Ako su ljudi bili *jaki, otporni, nespremni na kompromise i ponosni*, ako je *neovisnost bila jedina želja* na svim razinama, to je svakako predstavljalo opasnost toliko promoviranom bratstvu i jedinstvu. Na međunarodnom je planu ipak bilo određenih događaja koja su *veličanstvene* jugoslavenske narode udruživali u zajedničkom osjećaju iznimnosti.

### *Osjećaj nadmoći: “Val budućnosti”*

U podijeljenom hladnoratovskom svijetu službena ideologija socijalističkih zemalja isticala je njihovu superiornost, i etičku i ekonomsku, u odnosu na kapitalistički sustav jer je u njima sve trebalo bolje funkcionirati i biti u službi običnih malih ljudi.<sup>58</sup> Samostalne partizanske snage u Drugom svjetskom ratu,

<sup>56</sup> Isto, “Easy Living”.

<sup>57</sup> Isto, “Two Magnets”.

<sup>58</sup> Vidi János KORNAL, *The Socialist System: The Political Economy of Communism*, Clarendon Press, Oxford 1992.; Włodzimierz BRUS, Kazimierz LASKI, *From Marx to the Market: Socialism in Search of an Economic System*, Clarendon Press, Oxford, 1992.

razlaz sa sovjetskim blokom 1948., uvođenje decentraliziranog socijalističkog sustava sa samoupravljanjem i radničkim savjetima te potpisivanje Brijunske deklaracije kojom je 1956. osnovan pokret nesvrstanosti, bili su temelj često isticanoga jugoslavenskog posebnog puta u unutarnjem razvoju i u međunarodnim odnosima. Zbog svega toga vodiči su držali da se zemlja *ne nalazi iza željezne zavjese* te da ima *čudan oblik komunizma*. No zbog svega toga, Jugoslavija je sebe doživljavala superiornom već ionako superiornijem socijalističkom bloku jer njezin je oblik socijalizma bio bolji od sovjetskoga: "Zbog više dobrih razloga, Jugoslavija je uspjela stalno se pojavljivati u vijestima naizmjenično podižući nos prema zapadnom svijetu, istočnom svijetu ili cijelom svijetu. Jugoslaveni su dokazali da su sposobni podizati nos prema svakoj zemlji – pod uvjetom da je barem deset puta veća od njihove".<sup>59</sup>

Ovo je ulomak iz satiričnoga poglavlja Fodorova vodiča. Satiru na stranu, autor nije daleko od onodobne atmosfere u zemlji, neovisno o tome je li ona bila proizvod propagande ili stvarnosti međunarodnih i svakodnevnih domaćih prilika. Službena je jugoslavenska ideologija bila prilično ustrajna u uživanju u svojevrsnoj dvostrukoj superiornosti. Jugoslavenski su narodi uistinu s visoka gledali na Istočni blok, ali nerijetko nisu ostajali dužni ni prema posjetiteljima iz zapadne Europe, pripisanoj im ljubaznosti i gostoljubivosti usprkos. Razlozi su bili daleko od visoke politike i ideologije. Ponekad su turisti bili preglasni, ponekad predebeli, katkad suviše mršavi, ili su jeli i pili previše, ili pak premalo baš onda kad se od njih očekivalo da budu rastrošni. Koža im je obično bila previše bijela i nije se odobro nosila sa suncem te bi umjesto poprimanja lijepe brončane boje, pocrvenjela ili se prekrila pjegama. Svi su ovi elementi bili važni pri identificiranju turista na ulicama i plažama. Djeca u romansiranom vodiču Sylvie Nickels igrala su igru prilično uobičajenu na jadranskoj obali, koja je bila zabavnija od pogađanja nacionalne pripadnosti registracijskih pločica na automobilima: "Iako još ni po čemu nije počela glavna turistička sezona, glasovi koji su dopirali do Petera i Kim kada bi se naginjali kroz prozor bili su sve češće britanski ili američki, francuski ili njemački. Dok bi se šetali pod njihovim prozorom, sa svojim sunčanim naočalama, fotoaparatom i vodičima, djeci je prešlo u naviku igrati igru "prepoznaj turista", ili bolje rečeno njihovu nacionalnu pripadnost, i to prije negoli oni progovore. Djeca su u tome postala iznenađujuće uspješna".<sup>60</sup>

Vodiči su isticali *originalnost u vođenju vanjske politike što je ljude uvjerilo da su stvari u Jugoslaviji bile drugačije*. "Istina je da one stvarno jesu drugačije."<sup>61</sup> Jugoslavija je "jedina komunistička zemlja na svijetu koja svakome dopušta da zabada nos unutar njezinih granica i vidi kako Marx djeluje u praksi".<sup>62</sup> Šezdesetih je *doktrinarni* režim postao *umjereniji* i kao takav trebao je predstavljati *val budućnosti*. Samoupravljanje – u kojem su *tvrtke u vlasništvu ljudi koji u njima rade* – dobro je i čak s mnogo entuzijazma opisano u više vodiča, no istaknute su i negativnosti takvoga sustava poput nedostatka odgovornosti

<sup>59</sup> Fodor, 1958., Peter CURTIS, "In Putnik's Orbit – A Satirical Glance", 60.-65.

<sup>60</sup> S. NICKELS, *The Young Traveller*, 81.-82.

<sup>61</sup> Fodor, 1958., "In Putnik's Orbit".

<sup>62</sup> Isto.

i niske razine produktivnosti. Najavljenoj dobroj budućnosti u prilog je išla činjenica da je *stanovništvo u prosjeku vrlo mlado* te da zemlja ima *vitalnost nove i sve jače države*.

### *Vodiči o Hrvatskoj: "Sretna mješavina"*

Za veliku većinu turista – čak njih tri četvrtine u promatranome razdoblju – posjet Jugoslaviji bio je zapravo posjet Hrvatskoj (Tablica 3), a i tamo su ih gotovo isključivo zanimala primorska mjesta u kojima su 1969. ostvarili čak 95,5 posto noćenja.<sup>63</sup> Iako su vodiči uglavnom imali priložene zemljovide s ucrtanim republičkim granicama, Hrvatska nije postojala kao turistički brand, već je bila regionalno podijeljena na Istru, Kvarner i Dalmaciju kao dijelove jugoslavenske obale. Fodorov vodič, koji je svaku republiku predstavio posebnim poglavljem, o području Hrvatske imao je tri odvojena poglavlja: "Croatia – Mitteleuropa-in-the-Balkans" (Hrvatska – Mittleeuropa na Balkanu), "Istria – Suntan and History" (Istra – preplanulost i povijest) te "Dalmatia – The Golden Coast and Its Tiara of Islands" (Dalmacija – zlatna obala s otočnom krunom): "Hrvatska je zemlja mnogih i najrazličitijih atrakcija, a obećaje da će postati jednom od svjetskih najomiljenijih turističkih pozornica. Objašnjenje se možda krije u činjenici da je njezino područje nekako postalo sretna mješavina ljepota većine zemalja koje je okružuju. Vrhunska je hrvatska atrakcija svakako Jadransko more koje je oplakuje s jugozapada. U srednjoj i istočnoj Hrvatskoj nalaze se plodna polja i blagi brežuljci Hrvatskoga zagorja uronjeni u virgilijansko ozračje bezvremenskoga mira".<sup>64</sup>

Hrvatska je opisana kao omiljeno turističko odredište, a njezina jadranska obala kao *fragment Rajskog vrta, gdje su otoci i drevni gradovi povezani zlatnom povijesnom niti*. Zagreb je doživljen kao grad koji ostavlja *potpuno srednjoeuropski dojam* ili kao *živ i atraktivan grad zapadnoeuropskoga izgleda*. Imao je prednosti glavnoga grada i maloga mjesta, bio je suvremen i srednjovjekovan, nudio je *mnoštvo sadržaja*, a pogled namjernika privlačile su *prekrasne zgrade te dobro odjeveni i zgodni stanovnici*.

| godine: | 1958. | 1959. | 1960. | 1961. | 1962. | 1963. | 1964. | 1965. | 1966. | 1967. | 1968. | 1969. |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| HR      | 1843  | 2526  | 2491  | 3358  | 3878  | 5616  | 7530  | 8190  | 10768 | 11966 | 12852 | 17291 |
| SFRJ    | 2510  | 3433  | 3511  | 4523  | 5270  | 7649  | 10085 | 11240 | 14720 | 16108 | 17209 | 22436 |

Tablica 3: Ukupni broj noćenja stranaca u Hrvatskoj i SFRJ 1958.-1969. u tisućama.<sup>65</sup>

<sup>63</sup> Usp. SGJ-70, 443.

<sup>64</sup> Fodor, 1958.-1968., "Croatia: Mitteleuropa-in-the-Balkans".

<sup>65</sup> Izvor: SGH-71, 176.; SGJ-61, 419.; SGJ-63, 250., 447.; SGJ-70, 236. Tablica pokazuje da je oko tri četvrtine noćenja ostvarivano u Hrvatskoj, od 73,4% 1958. do 77,1% 1969.

Prevlast Hrvatske u jugoslavenskom turizmu odrazila se na broj stranica i slikovnih priloga koje je dobila u vodičima. Analiza je pokazala da se zastupljenost Hrvatske kretala od polovice teksta u vodičima o cijeloj Jugoslaviji do tri četvrtine ili više u vodičima o Jadranu (Tablica 4). Vizualna zastupljenost nije slijedila isti obrazac jer slike Hrvatske nikada nisu premašivale polovicu ukupnoga broja slikovnih priloga u pojedinoj knjizi. Ipak, stoji zaključak da su vodiči o Jugoslaviji svojim najvećim dijelom zapravo bili vodiči o Hrvatskoj.

| Vodiči (prema redu objavljivanja)                  | Stranice teksta (%) |        | Slike (%) |        |
|--|---------------------|--------|-----------|--------|
|  | Hrvatska            | Ostali | Hrvatska  | Ostali |
| Fodor's Modern Guides: Yugoslavia                  | 34                  | 66     | 42        | 58     |
| Auty, Yugoslavia, The Young Explorer Series        | -                   | -      | 38        | 62     |
| Nickels, The Young Traveller in Yugoslavia         | -                   | -      | 44        | 56     |
| Nickels, The Travellers' Guide (Slo, Cro, B-H)     | 76                  | 24     | 50        | 50     |
| Cuddon, The Companion Guide to Yugoslavia          | 38                  | 62     | 32        | 68     |
| Rossiter, The Blue Guides: Yug: The Adriatic Coast | 85                  | 15     | -         | -      |
| Prosječno (%)                                      | 58                  | 42     | 41        | 59     |

Tablica 4: Zastupljenost Hrvatske u vodičima

Iako se prosječno 58 posto teksta u posebnim poglavljima i 41 posto slika odnosilo na Hrvatsku, u uvodnim dijelovima koji su obrađivali Jugoslaviju u cjelini, njezinu povijest i kulturu, hrvatski sadržaji nisu bili zastupljeni u jednakoj mjeri, a nerijetko su bili i pogrešno interpretirani. Kada je riječ o Drugom svjetskom ratu, djelovanje partizana, ustaša i četnika često je neprecizno objašnjeno, pri čemu je najčešće bila riječ o isticanju savezničke pripadnosti posljednjih. U romansiranom dječjem vodiču Sylvie Nickels engleska obitelj posjećuje Dubrovnik s bosansko-srpskom obitelji iz Sarajeva koja ima i razne druge slavenske korijene, stara teta Zorica iz sela nadomak Dubrovnika recitira djeci epske pjesme o srpsko-osmanskim bitkama i Kraljeviću Marku te ih upućuje u djelatnost Vuka Karadžića. Istina, pjesme su bile baština širega južnoslavenskoga područja, ali ovaj je vodič prečesto inzistirao na izmiješanosti, isprepletenosti, neobičnom i netipičnom, te zbog toga vjerojatno bio jednako uspješan u davanju objašnjenja kao i u stvaranju dodatnih nejasnoća kod neupućenih čitatelja. Sarajevska je obitelj bila do krajnosti izmiješana, teta Zorica bila je odlično upućena u srpsku povijest, konobar u Dubrovniku bio je polualbanac, četnici i partizani bili su suparničke pobunjeničke skupine, djevojka koja je engleskoj obitelji pomogla snaći se u Beogradu zapravo je bila iz Sarajeva, dalmatinsku nošnju i pjevanje mogli su vidjeti na priredbi u Beogradu, slovensko vino hvalili su stanovnici Hercegovine i Dalmacije, druga je teta živjela u Skoplju gdje su djeca saznala sve o Srbima i njihovoj vjeri, u Dubrovniku su vidjela pravoslavni obred, a



jedino iskustvo na samom moru bilo je negativno jer ih je na Mljetu zahvatila oluja. Ostatak obale, osim dubrovačkog područja, vidjeli su s broda na putu prema Rijeci i zaključili da se moraju vratiti i razgledati ono što, u ovom vodiču mahom posvećenom "pravoj Jugoslaviji", nisu vidjeli.

Način na koji su vodiči prikazali službene jezike nije bio manje zbujujući. Iako su poneki nabrajali četiri jezika (slovenski, hrvatski, srpski, makedonski), većinom je 'srpsko-hrvatski' predstavljen kao novi amalgam koji je najprošireniji u zemlji te je u "Blue Guide" čak nazvan "jezikom obale".<sup>66</sup> No, službeni naziv hrvatskoga, kao najproširenijega na obali, tada je u Jugoslaviji bio 'hrvatsko-srpski' ili 'hrvatski ili srpski', a 'srpsko-hrvatski' bio je zapravo srpski jezični standard. Pri kraju svake knjige nalazio se popis latiničkih i ćiriličkih slova, no latinica je obično bila na drugome mjestu i najčešće posložena prema srpskoj azbuci koja se usporedno nalazila u prvom stupcu. Nazivi poznatih jela i osnovne fraze na jeziku jadranskih domaćina, što su vodiči donosili negdje pri svome kraju, bili su najčešće na srpskom.

Iako su prirodna bogatstva i kulturno naslijeđe istočnoga Jadrana u vodičima korektno predstavljeni, ponekad štoviše u pretjerano pozitivnom svjetlu, i iako su autori nastojali jednaki prostor posvetiti svim dijelovima Jugoslavije, primjetna je ipak neravnoteža i često nepotrebno kompliciranje. Rezultat je vjerojatno morao biti takav budući da su vodiči istodobno isticali sve što je zemlju razdvajalo i spajalo. Čini se da je hrvatska obala, kao glavna atrakcija, poslužila kao magnet za privlačenje milijuna turista u zemlju, a putna karta do te obale kao pozivnica za upoznavanje baštine i povijesti svih jugoslavenskih naroda. S obzirom na onodobne političke okolnosti, takva se praksa čini prilično logičnom i razumljivom. No, ono što se zahvaljujući takvome pristupu dogodilo Hrvatskoj je da su njezine atrakcije bile u istom turističkom paketu s jelima i pićima iz svih dijelova Jugoslavije, da su lokalne primorske tradicije i običaji često prepuštali mjesto onima iz unutrašnjosti, a posjetitelji su bili uvjereni da je jezik njihovih domaćina "novi" srpsko-hrvatski dok su ih vodiči zapravo obično podučavali osnovama srpskoga koje su trebale biti iskušane u hrvatskim primorskim ljetovalištima.

### *Oredište u stvarnosti: Domaćini na odmoru i blagodatni turizma*

Hrvatska je šezdesetih, u vremenu ubrzanog razvoja i turističkoga buma, dosegnula razinu srednje razvijenih industrijskih zemalja, a njezini su stanovnici, zahvaćeni "potrošačkom groznicom", upadljivo trošili sve više i više.<sup>67</sup> Plaće su realno rasle, ali su se kretale tek oko trećine iznosa koji su prosječno zarađivali vlasnici engleskih turističkih vodiča. Udio u primanjima koji su obitelji trošile na prehranu i odijevanje padao je, zahvaljujući kreditima i obročnoj otplati mnogo se trošilo na opremanje doma i automobile, a svoje su mjesto u proračunima našli i godišnji odmori. Ne ulazeći ovdje

<sup>66</sup> S. ROSSITER, *The Blue Guides*, "General Hints": "Language".

<sup>67</sup> Usp. Dušan BILANDŽIĆ, *Hrvatska moderna povijest*, Zagreb 1999., 435., 635.; Ivan T. BEREND, *Central and Eastern Europe, 1944-1993: Detour from the Periphery to the Periphery*, Cambridge UP, 1998., 164.

previše u kulturu putovanja hrvatskih građana, treba se na kraju zapitati jesu li oni mogli držati korak s navikama svojih zapadnoeuropskih suvremenika i koliki je bio njihov udio u "otkrivanju" Jadrana: "U sjevernoj Europi i sjevernoj Americi turizam ne stvara veliku napetost jer će većina 'domaćina' i sama u drugoj prilici postati 'gostima.' [...] Drugdje, međutim, obično postoje velike razlike između posjetitelja i lokalnih stanovnika, većina kojih ne može zamisliti da bi im primanja i slobodno vrijeme dopustili da i sami budu turisti"<sup>68</sup>

Infrastruktura je postojala. Godine 1969. u Hrvatskoj je bilo 377 hotela, 47 motela, 55 pansiona, 86 prenoćišta, 43 turistička naselja, 84 kampova, 8 lječilišta, 25 planinskih domova te 557 radničkih i 85 omladinskih i dječjih odmarališta.<sup>69</sup> Odmarališta su činila mrežu socijalnoga turizma, organiziranog i potpomognutog iz proračuna sa svih razina. Ne treba, stoga, čuditi činjenica da je polovica ukupnih domaćih (jugoslavenskih) noćenja u Hrvatskoj ostvarivana upravo u odmaralištima, uz povlaštene cijene smještaja i prijevoza. Uz izgrađene objekte i prihvatljiva financijska rješenja, treći čimbenik koji je utjecao na odlazak na odmor – a u dvije trećine hrvatskih turista riječ je bila upravo o odlasku na more – poznat je u literaturi o potrošačkome društvu kao 'stvaranje potrebe'.<sup>70</sup> Mnogi građani, ponajprije seljaci i dio radnika, još nisu bili spremni za putovanja te su čak i odmarališta znala ostajati nepopunjena. Radije su odlazili samo na kraće izlete ili jednostavno ostajali kod kuće, radeći u svome vrtu ili se zabavljajući oko automobila. Ovakav način razmišljanja nikako nije bio hrvatska iznimka: "Ljudima je trebalo vremena da bi prihvatili gramatiku putovanja na godišnjem odmoru jer na nju nisu bili navikli."<sup>71</sup> Kasnih šezdesetih već je svaki šesti stanovnik Hrvatske bio bar jednom godišnje registriran kao turist u samoj Hrvatskoj, dakle ne uzimajući u obzir inozemna putovanja ili jednodnevni shopping. Broj noćenja je rastao iako se, razumljivo čak i zbog veličine hrvatskog i jugoslavenskog tržišta, nije mogao nositi s navalom inozemnih gostiju, osobito od 1966. nadalje (Tablica 5). Uostalom, jednako kao i u Italiji, znatan broj stanovnika koji su već živjeli na obali smanjivao je broj potencijalnih odlazaka na putovanja u druga ljetovališta.

| godine:       | 1961. | 1962. | 1963. | 1964. | 1965. | 1966. | 1967. | 1968. | 1969. |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| HR            | 3336  | 2963  | 3117  | 3379  | 3545  | 3405  | 3125  | 3363  | 3864  |
| SFRJ (bez HR) | 5516  | 4792  | 5549  | 6382  | 6395  | 6053  | 5815  | 6066  | 6927  |
| Stranci       | 3358  | 3878  | 5616  | 7530  | 8190  | 10768 | 11966 | 12852 | 17291 |
| Ukupno        | 12210 | 11633 | 14282 | 17291 | 18130 | 20226 | 20906 | 22281 | 28082 |

Tablica 5: Noćenja hrvatskih, ostalih jugoslavenskih građana i stranaca u Hrvatskoj 1961.-1969. u tisućama.<sup>72</sup>

<sup>68</sup> J. URRY, *The Tourist Gaze*, 52.

<sup>69</sup> SGH-71, 171.

<sup>70</sup> A. TOMLINSON, "Introduction: Consumer Culture and the Aura of Commodity", *Consumption, Identity and Style*, 20.

<sup>71</sup> J. K. WALTON, *The British Seaside*, 60.

<sup>72</sup> SGH-71, 176.

Hrvatska je svakodnevica – smještena na rubu zapadnog masovnog potrošačkog društva, djelomično u njega uključena i izložena njegovu svekolikom utjecaju – u polovici godine bila i svakodnevica milijuna stranaca koji su je, vjerojatno i ne znajući, izravno i neizravno neprestano mijenjali i osuvremenjivali: “Jugoslavija je, posebno bolje stojeće Slovenija i Hrvatska, bila svojevrsna ‘zapadna oaza’ kada je o opskrbi riječ, s uvoznim zapadnim proizvodima koji su zemlju činili iznimno privlačnom...”<sup>73</sup>

Turizam je svakako bio pokretač razvoja, a modernizacija do koje je zbog njega dolazilo, u konačnici je mijenjala život lokalnoga stanovništva. Potrošačka je kultura svakoga dana dolazila sa zapada, pa i Jadranskom magistralom dovršenom 1965., ali i preko tiska, brojnih popularnih časopisa, radija i televizije. Glamurozni filmski festival i festivali pop-glazbe, koji su nastajali po uzoru na talijanski Sanremo, bili su neizostavni dio domaće potrošačke kulture. U viši stupanj blagostanja i dalje se trebalo ‘zagledavati’ u tršćanskim izlozima, no svakodnevica hrvatskih potrošača bila je ugodnija nego ikada prije. Oni nisu bili svjetski putnici, ali ušli su u sve vodeće turističke vodiče. Nisu u milijunima putovali u inozemstvo, ali su kod kuće imali “kristalno bistro more”<sup>74</sup> i možda bi i u drukčijim okolnostima bilo pitanje nacionalnoga ponosa prvo otkriti Jadran. Na svoj su način ipak bili u trendu s gostima koji su u džepu nosili *Fodora*, a da, za razliku od njih, Sredozemlje nisu trebali tražiti u inozemstvu.

---

<sup>73</sup> I. T. BEREND, *Central and Eastern Europe*, 216.

<sup>74</sup> S. NICKELS, *The Travellers' Guide*, 50.

## SUMMARY

## THE LEISURED MASSES DISCOVER CROATIA: ENGLISH TRAVEL GUIDEBOOKS AS A SOURCE FOR THE HISTORY OF TRAVELLING TO THE EASTERN ADRIATIC COAST IN THE 1950s AND 1960s

In the 1950s and 1960s more and more foreigners visited Yugoslavia, especially the Adriatic where they came to spend their holidays. Croatia – with the largest and the most attractive part of the East Adriatic coast – became a destination for the vast majority of foreign tourists in Yugoslavia, who spent three quarters of their overnight stays there. Democratization of travelling was a consequence of the growing affluence in the post-war Europe, the development of the mass consumer society and the establishing of holidays with pay as an entitlement. At the time, after the invention and legalization, holiday-making entered into the third phase – popularization. The British and American masses on the move discovered Croatia, as well, and got the information about it from the travel guidebooks on Yugoslavia, published in the UK and the United States in 1958-1969. The authors described Yugoslavia as a place where East met West, old met new, as a best-buy destination and a country with a strange form of socialism. Yugoslav nations were perceived as extremely different among themselves. The guidebooks noted the changes that occurred in the country in the decade, especially the increasing quality of living of the hosts and their guests. Taking into consideration the length of the coast and the number of visitors, the fact that the guides on Yugoslavia were mainly guides on Croatia seems very reasonable. However, the beauty of the Croatian coast was used to increase the interest in inland “real Yugoslavia”. The authors were not immune to prejudices, stereotypes and imprecision. Tourism enhanced the modernisation process in Croatia, including the development of the consumer society, and Croatian holidaymakers in large numbers participated in the “discovery” of the Adriatic.

Key words: Tourism, Mass Consumer Society, Tourist Guides, Great Britain, United States of America