

Віталій АНДРЕЄВ,

доктор історичних наук, професор,
професор кафедри історії України
Факультету суспільно-гуманітарних наук
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна

e-mail: v.andriev@kubg.edu.ua

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1830-0629>

Світлана АНДРЕЄВА,

кандидатка історичних наук, доцентка,
доцентка кафедри всесвітньої історії
Факультету суспільно-гуманітарних наук
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна

e-mail: ss.andrieva@kubg.edu.ua

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-6082-064X>

Микита ПРИГОДА,

аспірант кафедри історії України
Факультету суспільно-гуманітарних наук
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна

e-mail: m.pryhoda.asp@kubg.edu.ua

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0038-3788>

Vitaliy ANDRYEYEV,

Doctor of History, Professor,
Professor at the Department
of History of Ukraine,
Faculty of Social Sciences and Humanities,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,
Kyiv, Ukraine

Svitlana ANDRYEYeva,

PhD in History, Associate Professor,
Associate Professor
at the Department of World History,
Faculty of Social Sciences and Humanities,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan
University,
Kyiv, Ukraine

Mykyta PRYHODA

PhD Student,
Department of History of Ukraine,
Faculty of Social Sciences and Humanities,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan
University,
Kyiv, Ukraine

«Reisen bildet»¹ як соціокультурний феномен Західної Європи кінця 19 ст.

Стаття розглядає західноєвропейський соціокультурний феномен кінця 19 ст. — подорожування та туризм. У цей час відбулося інституціональне оформлення туризму, поява інфраструктури й візуальних практик масової мобільності, а також загострення культурної дихотомії між «туристом» і «мандрівником». Застосування терміна «Reisen bildet» як дослідницького інструментарію відбиває здатність подорожі одночасно виступати як простором індивідуального самовиховання, так і суспільної легітимації масового туризму. На основі досліджень Дж. Буззарда, Е. Зулоу, В. Стоу, Х. Шпode, Р. Гахтмана та інших висвітлено особливості співіснування індивідуальних форм мандрівництва із масовим туризмом. Зростання значення дозвілля в житті середнього класу й робітників, формування колективних моделей відпочинку, поширення комерційних форм мобільності водночас супроводжувалося прагненням зберегти простір для індивідуальної свободи й культурного самовиховання. У висновках підкреслено, що поєднання індивідуальної свободи й колективної уніфікації становить головну амбівалентність подорожування як соціокультурного феномену кінця 19 ст., де подорож виступала соціально схваленим ритуалом, який формував нову європейську культуру мобільності, окреслював місце людини в модерному світі та водночас поєднував її прагнення до особистісного пізнання з викликами глобалізації.

Ключові слова: мандрівництво, турист, масовий туризм, соціокультурний феномен, «Reisen bildet», нішохідні подорожі.

¹ Вислів «Reisen bildet» (з німецької — «подорожі формують») — афоризм, що фіксує уявлення про індивідуальні та колективні подорожі як освітній та виховний досвід.

«Reisen bildet»² as a Sociocultural Phenomenon in Western Europe at the End of the Nineteenth Century

The article examines travel and tourism in Western Europe at the end of the nineteenth century as a socio-cultural phenomenon. The relevance of this topic lies in the fact that this period witnessed the institutionalization of tourism, the emergence of infrastructure and visual practices of mass mobility, and the intensification of the cultural dichotomy between the “tourist” and the “traveller”. The aim of the study is to identify the features of opposition and interaction between individual travel and organized tourism, as well as to interpret their role in shaping the European culture of mobility in the late modern era, when elite travel gradually gave way to the industry of mass tourism. The novelty of the study consists in applying the concept of the “socio-cultural phenomenon” to tourism at the end of the nineteenth century. This approach makes it possible to capture tourism not only as an economic or institutional reality but also as an element of broader civilizational, social, and cultural change in Western Europe. The article also employs the widely circulating aphorism «Reisen bildet» (“Travel educates”) as an analytical tool: its semantic openness reflected the capacity of travel to serve simultaneously as a sphere of individual self-education and as a form of public legitimation for standardized mass tourism. Drawing on the works of James Buzard, Eric Zuelow, William Stowe, Hasso Spode, Rüdiger Hachtmann and others, the study demonstrates how pedestrian journeys, student excursions, mountaineering, and other individual practices coexisted with commercialized forms of collective tourism. Particular attention is given to the expansion of leisure in the lives of the middle class and workers, the formation of collective models of recreation, and the spread of commercial mobility. At the same time, these developments were accompanied by attempts to preserve a space for personal freedom and cultural self-formation. The article concludes that the combination of individual autonomy and collective standardization constitutes the key ambivalence of travel as a socio-cultural phenomenon of the late nineteenth century. Travel functioned as a socially approved ritual, shaping a new European culture of mobility, defining the individual's place within the modern world, and reconciling personal aspirations for self-discovery with the challenges of globalization.

Keywords: travel, tourist, mass tourism, socio-cultural phenomenon, «Reisen bildet», pedestrian journeys.

Остання третина 19 ст. традиційно вважається часом радикальних модернізаційних зрушень у Західній Європі. Індустріалізація, урбанізація, економічне зростання, лібералізація політичного життя, розвиток транспортної та туристичної інфраструктури, виникнення великих колоніальних імперій, які не лише підкорювали, але й вивчали найвіддаленіші куточки планети, створення єдиного світового економічного простору призвели до появи нових форм масової культури та істотно розширили світогляд людини пізньомодерної доби³.

Дозвілля, яке ще на початку століття залишалося привілеєм заможних, дедалі виразніше оформлювалося як структурний елемент життя середнього класу з його матеріальними можливостями та інтелектуальними потребами. У цьому контексті особливе місце посідало подорожування, що слугувало не лише засобом переміщення чи пізнання, а й виступало маркером

соціальної приналежності, інструментом культурної самоідентифікації та важливою складовою «індустрії дозвілля».

Зміна суспільних функцій подорожування поступово перетворила мандрівництво на стихійне явище, відоме в науковому дискурсі як «масовий туризм». Його витoki часто пов'язують із феноменом «Гранд-туру» — тривалої освітньої мандрівки, яка у 18 ст. вважалася необхідним етапом формування молоді аристократії. Такі мандрівки поєднували культурне пізнання з елементами лікування, розваг чи навіть пошуку шлюбних союзів та водночас слугували показовим символом соціального статусу. До того ж, популярність маршрутів до Італії та античних міст Середземномор'я відбивала орієнтацію на класичну спадщину як основу європейської культури⁴.

Якщо у 18 — на початку 19 ст. мандрівка сприймалася передусім як індивідуальна освітня практика, пов'язана з ідеалом культурного

² The phrase «Reisen bildet» (German for “travel educates” or “travel forms”) was widespread in the second half of the nineteenth century as an aphorism reflecting the perception of both individual and collective journeys as educational and formative experiences.

³ Андреев В., Андреева С., Каряка О. Михайло Бернов як піонер пішохідного туризму: подорож Іспанією та Алжиром (Частина I. Іспанія. Листопад 1893 р. — лютий 1894 р.). *Київські історичні студії*. 2021. № 2(13). С. 59.

⁴ Андреев В., Андреева, С., Жданов, В. Античні пам'ятки Анатолії як туристичні атракції: від поодиноких мандрівок до масового туризму (друга половина XIX — початок XX століття). *Temporis filia veritas. Monographie collective à l'occasion du 100e anniversaire de l'historien français Jacques Le Goff* / edit. I. Sribniak, D. Hryn. Paris-Warszawa: Consortium scientifico-éducatif international Lucien Febvre, 2024. P. 46. URL: https://fshn.kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/kaf_vi/Temporis_filia_veritas_2024.pdf

самовиховання (нім. — *Bildung*) та традицією освітніх подорожей, у другій половині століття цей процес дедалі частіше набуває рис стандартизованого, масового й комерційного явища. Ця зміна культурних моделей особливо виразно виявилася в протиставленні: турист як споживач організованого дозвілля та мандрівник як носій традиції особистісного пошуку й культурного розвитку. Таке розмежування не лише формувало ієрархії культурних смаків, а й відображало ширші процеси модернізації — від транспортних революцій до поширення нових масових медіа, які визначали культуру європейських подорожей.

Популярність пізньомодерного подорожування пояснюється не лише активними глобалізаційними процесами й зростанням доступності поїздок, а й пробудженням загального інтересу до історії, традицій і природи. Якщо для буржуазії подорож ставало ознакою культурного престижу й належності до «модерного» способу життя та претензій на елітарність, то для середнього класу й робітничих верств — хороший спосіб долучитися до символічних практик, що раніше вважалися важкодоступними. Суспільний запит на подорожування стимулював індивідуальні та колективні форми мобільності, поєднуючи освітні, рекреаційні та репрезентативні функції. Саме в цій багатофункціональності мандрування і криється його феноменальний характер.

Значного поширення в німецькомовному середовищі досліджуваного періоду набув вислів «Reisen bildet» (укр. — «подорожі формують»). Його використання в пресі, приватному листуванні та альбомних записах засвідчує популярність і риторичну привабливість, а також ілюструє важливість подорожування в житті тогочасного європейського суспільства. Так, у 1868 р. німецький письменник Теодор Фонтане в листі до сина зазначав: «Reisen bildet und giebt Erfahrungen» (укр. — «Подорожі формують і дають досвід»). Німецький публіцист Юліус Штінде 1888 р. залишив у віденському альбомі запис: «Man sagt: Reisen bildet» (укр. — «Кажуть: подорожі формують»). Паралельно афоризм фіксується в довідковій літературі: у «Deutsches Wörterbuch» він подається як усталена приказка, що також засвідчує його широке побутування. Окремі регіональні газети другої половини 19 ст. також вживали «Reisen bildet», використовуючи його як універсальне пояснення користі подорожей⁵.

⁵ Fontane T., Kotzebue A. Zwei deutsche Dichternachlässe. Manuskripte und Briefe sowie ausgewählte Autographen: Versteigerung 9. Oktober 1933 (Katalog Nr. 35). Berlin, 1933. 130 S. DOI: <https://doi.org/10.11588/diglit.11967>; Stinde J. Eintrag im Max-Kalbeck-Album. *Max Kalbeck Album: Transcriptions, Translations, Commentary*. American Brahms Society, 2022. URL: <https://americanbrahmssociety.org/wp-content/uploads/2022/01/Max-Kalbeck-Album-transcriptions-translations-commentary.pdf>; Heyne M. Deutsches Wörterbuch. Leipzig: Hirzel, 1890. S. 83. URL: <https://archive.org/details/deutscheswrter03heyneuoft>

Завдяки гнучкості інтерпретацій афоризм вдало відображав інтереси як мандрівників, так і туристів. Для перших він утверджував традиційне уявлення про подорож як шлях самопізнання та духовного формування, тоді як для других — легітимізував нові форми дозвілля, натхненні не лише розважальною метою, а й певною «користю». Завдяки такому дуалізму вислів є наочним прикладом усвідомлення подорожування як соціокультурного феномену кінця 19 ст. — простору, де взаємодіяли й протидіяли два різні світи: туризм як інституціоналізоване дозвілля та мандрівництво як форма індивідуального пошуку (рис. 1).



Рис. 1. Газетний заголовок «Mit Gott für das Wahre, Schöne und Gute — Reisen bildet, Reisen gesundet» (укр. — З Богом за істинне, прекрасне і добре — подорожі формують, подорожі оздоровлюють)⁶

Сучасні дослідження історії мобільності зосереджуються як на індивідуальних практиках мандрівництва, так і на становленні масового туризму. У працях В. Кашуби⁷, Р. Елькара⁸ та Й. Літшела⁹ підкреслено значення пішої та інтелектуальної подорожі як простору особистісного формування. Дж. Буззард¹⁰ і В. Стоу¹¹ розкрили куль-

⁶ *Cur und Bade-Zeitung* "Hygiea" 1890. December 4. №25. S. 1. URL: https://goobi-viewer.univie.ac.at/viewer/api/v1/records/AC16818178_1890005025/files/images/AC16818178_1890005025-0001.tif/full.pdf?divID=LOG_0003

⁷ Kaschuba W. Die Fußreise: von der Arbeitswanderung zur bürgerlichen Bildungsbewegung. *Reisekultur: von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus* / hrsg. von H. Bausinger, K. Beyer, W. Griep. München: Beck, 1991. S. 165–174.

⁸ Elkar R. S. Auf der Walz — Handwerkerreisen. *Reisekultur: von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus* / hrsg. von H. Bausinger, K. Beyer, W. Griep. München: Beck, 1991. S. 57–62.

⁹ Litschel J. Rückzug und Freiheit. Der Wald als Raum für Muße in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts: Kontexte, Rahmenbedingungen und Formen einer spezifischen Waldwahrnehmung: Diss. zur Erlangung der Doktorwürde / Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i. Brsg., 2022. 412 S. URL: https://freidok.uni-freiburg.de/files/226251/Ls4wwxKsUNQX_QRU/Litschel+Johannes_Rueckzug-Freiheit_Wald-Musse-final.pdf

¹⁰ Buzard, J. (1993). *The Beaten Track: European Tourism, Literature, and the Ways to "Culture", 1800–1918*. Oxford: Clarendon Press, 357 p. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198122760.001.0001>

¹¹ Stowe, W. (2017). *Going Aboard: European travel in nineteenth-century American culture*. Princeton: Princeton University Press, 256 p.

турні та риторичні аспекти протиставлення образу «мандрівника» й «туриста». Натомість Р. Гахтманн¹², Е. Зулоу¹³ і Ш. Льюфрен¹⁴ інтерпретували «туризм» як індустрію модерності, пов'язану з інституціоналізацією дозвілля та появою нових моделей відпочинку. В. Шивельбуш¹⁵, Х. Шпode¹⁶ й В. Грос¹⁷ акцентували на ролі транспорту, путівників і соціальних рухів у формуванні нової культури подорожування.

Попри широту сучасних студій, опозиція «турист — мандрівник» залишається недостатньо осмисленою. Взаємодія та протиставлення цих понять уособлювали напруження між модернізаційними процесами й культурними традиціями. Туризм кінця 19 ст. був не тільки розвинутою «індустрією відпочинку» чи економічним сектором, а й виступав індикатором ширших соціальних змін: зростання ролі середнього класу, демократизації дозвілля, посилення гендерної рівності. Мандрівництво ж, хоч і втратило домінуючу роль освітньої подорожі, зберігало значення індивідуального пошуку й культурної автономії. Саме в цьому полі напрути формувалася нова європейська культура мобільності, де вислів «Reisen bildet» водночас апелював до гуманістичної традиції та легітимував нові, стандартизовані форми подорожі.

Метою статті є визначення особливостей опозиції та взаємодії індивідуального мандрівництва й організованого туризму, а також осмислення їх значення для формування європейської культури мобільності пізньомодерної доби як переходу від елітарних подорожей до масового туризму. Завданнями дослідження є обґрунтування використання афоризму «Reisen bildet» як аналітичного інструментарію щодо розвитку масового туризму у Західній Європі у другій половині 19 ст. і розгляд того, як саме подорожування та масовий туризм унаочнюють цінності доби.

¹² Hachtmann, R. (2010). *Tourismus und Tourismusgeschichte. Docupedia-Zeitgeschichte*. URL: http://docupedia.de/zg/hachtmann_tourismusgeschichte_v1_de_2010

¹³ Zuelow, E. G. E. (2016). *A History of Modern Tourism*. London: Palgrave Macmillan, 297 p. DOI: 10.1007/978-0-230-36966-5

¹⁴ Löfgren, O. (1999). *On Holiday: A History of Vacationing*. Berkeley: University of California Press, 320 p.

¹⁵ Schivelbusch, W. (1986). *The Railway Journey: The industrialization of the time and space in the nineteenth century*. Berkley: University of California Press, 1986. 248 p.

¹⁶ Spode H. *Historische Tourismusforschung. Handbuch zur Tourismuswissenschaft* / hrsg. H. Hahn, J. Kagelman. München: Quintessenz Mchn, 1993. P. 27–29; Spode H. *Wie die Deutschen «Reiseweltmeister» wurden. Eine Einführung in die Tourismusgeschichte*. Meiningen: Resch-Druck GmbH, 2003. 160 S.

¹⁷ Gross K. D. *Sozial Wandern: zur Geschichte eines Kernkonzepts der Naturefreunde*. Naturefreunde Geschichte. 2019. 26 S. URL: <https://www.researchgate.net/publication/360835965>

Упродовж другої половини 19 ст., подорожування дедалі частіше набувало форм колективного дозвілля. Цей процес став невід'ємною частиною соціальних і культурних зрушень, пов'язаних з технічним прогресом, глобалізацією та соціально-політичним розвитком. Своєрідним маркером цих змін стало поступове закріплення оплачуваної відпустки. Так, у Франції відповідні норми з'явилися у 1850-х рр. для державних службовців, у Німеччині — з 1873 р. для окремих категорій робітників¹⁸. Залишивши межі приватного й індивідуального досвіду, подорожування, як упорядкована суспільна практика, трансформувалась у відносно новий соціокультурний феномен — туризм.

Попри відсутність однастайності у визначенні поняття, туризм кінця 19 ст. можна розглядати як організовану форму подорожування, що відокремилася від традиційних індивідуальних мандрів і поступово набула масового характеру. На відміну від освітніх чи професійних мандрівок попередніх епох, туризм цього часу пов'язувався з розвитком транспортної та готельної інфраструктури, комерційною організацією дозвілля та зростанням ролі середнього класу. Саме тому історики розглядають його не лише як культурну практику, а і як соціально-економічний феномен модерності¹⁹.

Окремі дослідники наголошують, що для 19 ст. важливо розрізняти «індустріалізований масовий туризм» та його менш формалізовані форми. Масовий туризм пов'язувався з технологічними здобутками індустріальної доби — паровим транспортом, готельною інфраструктурою, появою туроператорів тощо. Водночас поруч із ним існував «неіндустріалізований» туризм — індивідуальні мандрівки, студентські походи, локальні поїздки, які зберігали більш стихійний і традиційний характер. Саме ця подвійність дозволяє говорити про співіснування індустріальних і неіндустріальних форм мобільності. Таким чином, термін «масовий туризм» у вузькому розумінні використовується для позначення заздалегідь запланованих турів для соціальних груп, які подорожують разом зі схожими цілями (відпочинок, огляд визначних пам'яток тощо), як правило, ця подорож супроводжується професійною організацією²⁰.

Згідно з дослідженнями Р. Гахтмана, початок доби масового туризму традиційно пов'язують

¹⁸ У німецькій соціальній історії, у дослідженнях Е. Гобсбаума та Й. Коки, наголошується, що приблизно у 1870–1890 рр. відбувається диференціація робітничого світу: частина залишається близькою до ремісничих і «традиційних» практик, тоді як інша група — фабричні робітники — стає ядром політизованого пролетаріату.

¹⁹ Buzard, J. *The Beaten Track...* pp. 18–80; Zuelow, E. G. E. *A History of Modern...* pp. 91–112.

²⁰ Sezgin, E., & Yolal, M. (2012). *Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development. Visions for Global Tourism Industry: Creating and Sustaining Competitive Strategies*. Rijeka: InTech, 2012, pp. 73–90. DOI: 10.5772/38638.

з розвитком залізниці, яка на довгий час посіла місце основного виду транспорту. Скасування внутрішніх кордонів, зокрема в Німеччині та Італії, також посилювало поштовх для розвитку масового туризму. Однак, маючи на те вагомі підстави, зародження туризму як окремого від мандрівництва явища ще з середини 18 ст.²¹ можна також пов'язувати з появою перших британських морських курортів.

Водночас саме «транспортна революція» заклала основний поштовх до інституціоналізації та перетворення туризму на масове явище. Створення щільної залізничної мережі на європейському континенті призвело до того, що до 1870-х рр. головні маршрути з'єднували всі великі міста від Лондона й Парижа до Відня та Берліна. Як наголошує В. Шивельбуш, залізниця не лише пришвидшила пересування, а й змінила саму оптику подорожі — ландшафт постав як «панорама за вікном», дорога втратила непередбачуваність, а подорожуючий дедалі більше підпорядковувався ритму розкладу. Якщо мандрівки кінця 18 — початку 19 ст. ґрунтувалися на послідовності відчуттів і зорових вражень, то тепер дорога редукувалася до панорами, яка відкривалася за вікном. Р. Емерсон зазначає, що між Нью-Йорком і Філадельфією міста видавалися «наче картинки на стіні», які можна було споглядати, не відриваючись від читання роману. Дослідник підкреслював, що залізнична подорож позбавила тіло від «роботи шляху», а мандрівник став пасивним глядачем, ландшафт — видовищем. Така візуалізація простору не лише уніфікувала досвід подорожі, але й сприяла формуванню нової масової культури мобільності²².

Доступність також стала не менш значущим аргументом: розвиток залізниць супроводжувався суттєвим здешевленням поїздок у порівнянні з традиційними формами пересування на кшталт диліжансів, що зробило подорожі доступними для середніх верств. Таким чином залізниця фактично демократизувала саму можливість подорожі²³.

Не менш важливим чинником розвитку туризму в останній третині 19 ст. стало поширення пароплавства. Парові лайнери забезпечили регулярні маршрути не лише до середземноморських курортів — Ніцци, Канн, Амальфі чи Дубровника, а й до норвезьких фіордів, Атлантичного узбережжя та колоніальних портів Північної Африки й Азії. Американський дослідник туризму Е. Зулоу підкреслює, що у другій половині 19 ст. великі пароплавні компанії дедалі

активніше пропонували комплексні умови для мандрівників — морський переїзд поєднувався з проживанням у готелях і організованими екскурсіями, заздалегідь узгодженими з місцевими агентами. Великі судноплавні компанії, зокрема «Hamburg-Amerikanische Packetfahrt-Actien-Gesellschaft» (HAPAG) та «Norddeutscher Lloyd», запровадили регулярні рейси, що з'єднували європейські порти з Атлантикою, Середземномор'ям і Скандинавією. Характерно, що трансатлантичні лайнери поєднували різні соціальні світи: третій клас призначався для емігрантів, а перший рекламувався як простір комфорту й туристичного дозвілля. Символічним моментом став 1891 р., коли HAPAG організувала перший у світі круїз на борту «Augusta Victoria». Ця подорож, що проходила через Алжир, Єгипет, Палестину й Константинополь, стартувала як комерційний експеримент у «мертвий сезон» трансатлантичних рейсів, але саме вона започаткувала сучасну модель морських круїзів²⁴. «Доступність» таких атракцій чудово ілюструє вартість: для згаданого круїзу ціна квитка становила від 1600 до 2400 німецьких марок, у той час як середня річна зарплата німецького робітника становила близько 750 марок²⁵ (рис. 2).



Рис. 2. Реклама 50-денного круїзу на борту пароплава «Augustina Victoria»

²¹ Hachtmann R. Tourismus und...

²² Schivelbusch, W. *The Railway Journey...* pp. 52–85.

²³ Aldcroft, D. (1992). *The Railway Age*. In: A. Digby, C. Feinstein, D. Jenkins (Eds) *New Directions in Economic and Social History*, London: Palgrave, pp. 64–80. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-349-22448-7_6

²⁴ Zuelow, E. G. E. *A History of Modern ...* pp. 99–102; Stowe, W. *Going Aboard...* pp. 16–29.

²⁵ *Exkursion nach Italien und dem Orient. Neues Tagblatt*. 1890. November 30. № 281. S. 12. URL: <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/newspaper/item/XPJOUICSMFJRFTEJ4543H5BTMLMA7XLC?query=Augusta%20Victoria&issuepage=12>

Розвиток організованих подорожей також став вагомим кроком у ході трансформації мобільності кінця 19 ст. Піонером у цій сфері традиційно вважають Томаса Кука — підприємця, який ще з 1840-х р. розпочав організацію колективних поїздок для членів руху тверезості, а згодом поширив свою діяльність на загальний ринок дозвілля. З 1870-х рр. його компанія «Thomas Cook & Sohn» пропонувала комплексні «пекидж-тури» — готові маршрути, що включали залізничні квитки, проживання, харчування та екскурсії. Особливо популярними стали організовані тури до Швейцарії та на всесвітні виставки, а також перші «паломницькі» подорожі до Єгипту й Палестини. Е. Зулоу наголошує, що туристичні путівники, література, пов'язана з подорожами й здоров'ям, художня література й навіть ілюстративна кореспонденція допомагали визначати «туристичну» поведінку і розуміння побаченого²⁶. Так, для реклами своїх турів Т. Кук зазвичай використовував афіші та серію «Cook's Traveller's Handbooks», що значно спрощувало формування уявлення про «правильні» маршрути в пересічного туриста й водночас привертало увагу бажаючих отримати нові враження та ознайомитись з різноманітністю історичною спадщиною європейського континенту.

Досить часто рекламні матеріали пароплавних компаній цілеспрямовано гіперболізували образи курортних регіонів задля привернення уваги нових клієнтів, зображуючи мальовничі пейзажі та оповідаючи пригодницькі історії. Так формувалася візуальний канон «далекої екзотики», широко популяризований в європейському суспільстві на зламі століть²⁷.

Окрему й досить важливу роль у процесі організації масового туризму відігравали трансатлантичні рейси. Подорож океанськими лайнерами стала не лише технічним досягненням, а й культурним символом модерності: перетин Атлантики з Нью-Йорка до Ліверпуля чи Гавра перетворювався на подію, що поєднувала практику міграції та нову форму дозвілля²⁸. У такий спосіб водний транспорт розширив горизонти європейського туризму, зробивши його не лише внутрішньоконтинентальним, а й глобальним явищем.

Отже, загальний розвиток транспорту уможливив не лише відносно швидкі поїздки, а й сприяв формуванню нових моделей колективного досвіду, що формувались як частина значно ширших соціальних трансформацій. Безумовно, залізниця та водний транспорт

зміogli «дисциплінувати» подорож, підпорядковуючи її розкладу й тарифам, але в той же час відкрили для людини небачені раніше масштаби мобільності. Відтепер мандрівка перетворювалася на більш доступну практику, стаючи особливим типом суспільного досвіду, що поєднував економічні, культурні та символічні аспекти пізньомодерної доби.

Передбачуваність і стандартизація подорожування в останній третині 19 ст. істотно посилювалися завдяки появі туристичних путівників. Останні не лише надавали довідкову інформацію, а й фактично нормували сам досвід мандрівки — визначали маршрути, тривалість зупинок, рекомендовані готелі та навіть «правильні» точки для огляду пам'яток і обов'язковий набір речей для поїздки. Таким чином, поряд із залізницею й пароплаванням, що забезпечували технічну основу мобільності, саме путівники створювали інформаційну інфраструктуру туризму.

Найбільшу популярність й поширення серед путівників мали серії К. Бедекера та Дж. Мюррея. Обидві фактично формували своєрідний «канон подорожі», рекомендували, які пам'ятки відвідати, які готелі обрати, яким чином організувати маршрут, а подекуди навіть — скільки часу відвести на огляд. Так, у виданні «Baedeker's Rhine» Кельнському собору відводилося лише близько 30 хвилин, тоді як на Лувр варто відвести «не менше пів дня». Такі вказівки створювали часові межі сприйняття та перетворювали індивідуальний вибір на стандартизований сценарій²⁹. Дж. Мюррей у передмові до своїх «Handbook for Travellers» прямо зазначав, що його мета — економити час і гроші мандрівників, спрямовуючи їх увагу на головне. На думку німецького дослідника Х. Шпode, такі інструкції виконували дисциплінарну функцію: не лише орієнтували, а й уніфікували поведінку мандрівників³⁰. Поряд із цими серіями поширення набули французькі «Guides Joanne» (згодом — «Guides Bleus»), а наприкінці століття з'явився «Michelin Guide», де акцент поступово зміщувався в бік автомобільних маршрутів.

Інший вимір стандартизації мобільності представляли «Bradshaw's Railway Guides» — путівники, за допомогою яких читач міг ознайомитись з детальними розкладами потягів і маршрутами із позначенням кожної пересадки, адресами готелів і даними щодо іншої корисної туристичної

²⁶ Zuelow, E. G. E. *A History of Modern...* pp. 75.

²⁷ Grohnert R. Sehnsuchtsfläche Plakat: Bilder für das Reisen. *Ferne Länder, Ferne Zeiten: Sehnsuchtsfläche Plakat* / hrsg. von Museum Folkwang. Essen, Göttingen: Steidl, 2024. S. 10–11.

²⁸ Stowe, W. *Going Aboard...* Pp. 45–49.

²⁹ Gyr U. Geschichte des Tourismus: Strukturen auf dem Weg zur Moderne. In: Europäische Geschichte Online (EGO). hrsg. vom Institut für Europäische Geschichte (IEG). Mainz, 03.12.2010. URL: <http://www.ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/tourismus/ueli-gyr-geschichte-des-tourismus>; Baedeker, K. (1864). *A Handbook for Travellers on the Rhine from Holland to Switzerland*. Coblenz, pp. 28–29. URL: <https://archive.org/details/handbookfortrave00karl/mode/2up>

³⁰ Spode H. *Wie die Deutschen...* 160 S.

інфраструктури. Фактично це диктувало ритм подорожі: відтепер турист не планував маршрут самостійно, а підпорядковувався розкладу. Якщо К. Бедекер і Дж. Мюррей задавали культурний зміст мандрівки — на що дивитися і як оцінювати, то Bradshaw визначав, як і коли їхати та, власне, де зупинитись. Разом ці видання створювали інформаційну інфраструктуру модерного туризму, де культурні норми вдало поєднувались з технічною організацією пересування.

Безумовно, розвиток масового туризму був неможливий без нових форм реклами в засобах масової інформації, які формували уявлення про маршрути й пам'ятки ще до того, як подорож розпочиналася. Р. Гахтманн доводить, що, починаючи з другої половини 19 ст., туризм став однією з перших сфер економіки, де реклама стала застосовуватися систематично. Готелі, транспортні компанії та туристичні агентства активно використовували афіші, плакати, ілюстровані проспекти й буклети як засіб залучення клієнтів³¹.

Туристичний плакат із мальовничими видами Альп, ідеалізованими курортними пляжами чи образами щасливих відпочивальників виконував не тільки інформативну, а й емоційну функцію, формуючи очікування та уодноманітнюючи уявлення про відпочинок. Художники, які створювали ці плакати, здебільшого особисто ніколи не відвідували місць, що зображували. Спіралися переважно на уяву й видавали бажане за дійсне, нерідко вдаючись до гіперболізації: природа поставала як ідеалізований пейзаж, спорт — як видовищне дійство, жіночі образи — як виключно яскраві та елегантні. У підсумку такі візуальні образи відбивали радше соціальні фантазії цільової аудиторії, ніж реальний досвід подорожі³². Візуальна стандартизація подорожування посилювалася завдяки ілюстрованим журналам, які поширювали своєрідний «каталог вражень». Фотографії та гравюри з видами швейцарських гір, італійських міст чи французьких курортів формували очікування туристів. У німецькій «*Illustrierte Zeitung*», британському «*The Graphic*» і інших виданнях регулярно публікувалися нариси й замальовки з «мандрівних» місцевостей, що перетворювали географічно віддалені простори на впізнавані образи для широкої публіки.

Особливе місце в цьому візуальному середовищі посідали поштівки, які в 1890-х рр. набули масового поширення. Вони виконували кілька функцій: сувенір, засіб комунікації з рідними й водночас елемент колективної пам'яті про подорож. Листівки задавали «правильні» ракурси для споглядання пам'яток і пейзажів, формуючи

канонічний образ Європи — Колізей, Монблан, Рига чи набережна Ніцци відтворювалися мільйонами копій³³. Цікаві спостереження робить і О. Льофгрен, який показує, що поштівки були важливим інструментом уніфікації візуального досвіду й закріплювали уявлення про «правильний» відпочинок³⁴.

Урбаністичний простір у другій половині 19 ст. також постає однією з ключових сцен розвитку туризму. Париж, Відень, Берлін, Лондон та інші ключові європейські міста не лише приваблювали музейними колекціями й архітектурними панорамами, а й продавали свій імідж через привабливу архітектуру й зручну інфраструктуру. Відвідування опери, прогулянка освітленими проспектами, участь у міських святкуваннях перетворювалися на елементи буржуазного стилю життя³⁵. Важливим каталізатором цієї міської культури атракцій стали й всесвітні виставки, де павільйони, офіційні каталоги, кольорові афіші та путівники виробляли нову іконографію міста як туристичного об'єкта й нормували практики відвідування — від рекомендованих маршрутів до визначених локацій огляду. Так виставкові простори поєднували реальну мобільність із символічним подорожуванням у межах міста, водночас уніфікуючи очікування щодо дозвілля.

Культурна географія туризму до кінця століття зазнає виразного урізноманітнення, а морські узбережжя стають одним із найбільш популярних напрямів. Так, якщо ще у 18 ст. поїздки до моря мали передусім терапевтичний сенс, то з останньої третини 19 ст. вони перетворюються на масовий формат відпочинку. У цей час остаточно утверджується нова модель відпочинку — *seaside vacation* (укр. — морський відпочинок), тісно пов'язана з розвитком курортних готелів. У Брайтоні вже з 1864 р. функціонував «*Grand Hotel*», який рекламував себе як найпрестижніший на британському узбережжі. В Остенде (Бельгія) такий готель став частиною курортного комплексу з казино, театром і критим променадом, де відпочинок поєднувався зі світським дозвіллям. У Ніцці наприкінці століття діяли десятки готелів класу «*grand*», які пропонували не лише кімнати, а й цілі пакети з харчуванням, вечірніми концертами й доступом до пляжу. Швейцарські курорти теж формували власну модель: «*Kulm Hotel*» у Сент-Моріці чи «*Grandhotel Belvédère*» у Давосі поєднували традиційний літній відпочинок із новими

³¹ Hachtmann, R. *Tourismus und...*

³² Grohnert, R. *Sehnsuchtsfläche Plakat...* S. 10–11.

³³ Koschar, R. (1998). What Ought to Be Seen: Tourists' Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe. *Journal of Contemporary History*, pp. 323–340.

³⁴ Löfgren, O. *On Holiday...* pp. 81–90.

³⁵ Hobsbawm, E. J. (1989). *The Age of Empire, 1875–1914*. New-York: Vintage Books, 1989. 452 p.

зимовими практиками — катанням на санках і лижах, що перетворювали гори на цілорічний туристичний простір. Так саме курортні готелі наприкінці 19 ст. створили уодноманітний досвід дозвілля — від архітектурного стилю будівель до розкладу світських заходів, вони уніфікували «правильний» спосіб відпочинку й закріпили «seaside vacation» як ознаку буржуазного стилю життя³⁶.

Важливим аспектом у процесі розвитку масового туризму кінця 19 ст. стало захоплення освіченої публіки археологічними пам'ятками Італії та античних міст Малої Азії, що прискорило відкриття нових напрямів подорожування. Розкопки Ефеса, Пергама або ж Іераполіса ставали об'єктами туристичного «паломництва» не лише для науковців і освічених аматорів, а й для численних поціновувачів історії. У такий спосіб інтелектуальний інтерес до минулого безпосередньо формував туристичні маршрути й підживлював суспільний запит на подорожування як пізнавальний досвід³⁷.

У останній третині 19 ст. в німецькомовному середовищі остаточно формується феномен «Sommerfrische» — сезонні виїзди міських мешканців у сільську або ж гірську місцевість. Якщо спершу ця практика була прерогативою виключно аристократії та буржуазії, то вже на зламі століть вона швидко перетворилася на масову форму дозвілля. До прикладу, найпопулярнішими осередками «Sommerfrische»-відпочинку для віденської публіки стали Земмерінг із першою у світі гірською залізницею, Бад-Ішль у Зальцкаммергуті, де відпочивав навіть імператор Франц Йосиф I, і приозерні курорти Імунден і Траунзее. Такі осередки виникали також у Чехії (наприклад, у Крконошах) і в Німеччині — у Саксонській Швейцарії чи Тюринзькому Лісі. «Sommerfrische» репрезентувався у пресі як «повернення до природи», форма оздоровлення та відпочинку від індустріальної буденності. Утім на практиці дедалі більше відпочивальникам пропонували концерти, танці, спортивні ігри тощо. У культурному дискурсі ця практика поставала як простір «негативної свободи» — тимчасове звільнення від професійних і соціальних зобов'язань, що імплементувалося у стандартизовані практики дозвілля³⁸ (рис. 3).³⁹

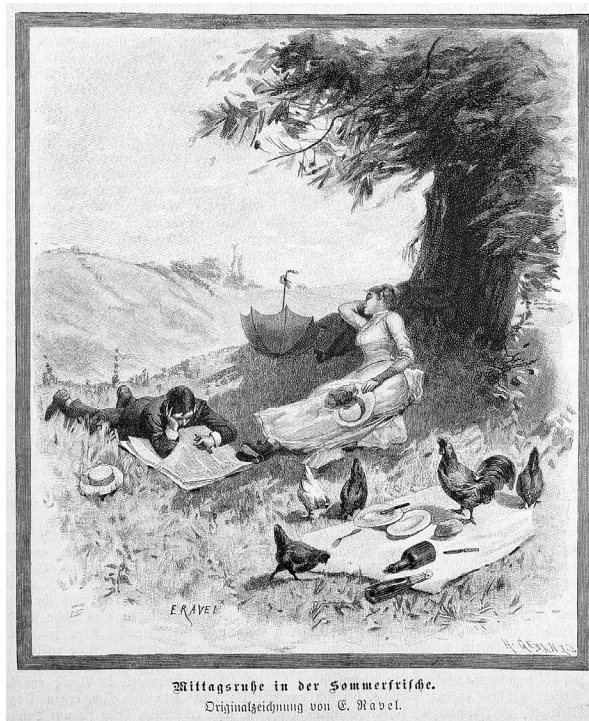


Рис. 3. Обідня тиша під час «Sommerfrische»

Гори, передусім Альпи, також активно інституціоналізуються як туристичний простір. Альпійські клуби з 1850-х рр. будують притулки, маркують маршрути, продукують альманахи й звіти; британські альпіністи відіграли ключову роль у створенні та популяризації цієї інфраструктури, що вже до кінця століття перетворила гірський туризм на вкрай пріоритетний напрям. Цікаво, що дослідження гостьових книг в гірських готельних закладах дозволяють простежити зростання присутності саме середнього класу в горах і поступову уніфікацію практик їх відвідування⁴⁰.

Водночас соціальна стратифікація туризму залишається доволі виразною. Буржуазія стає головним бенефіціаром нової індустрії відпусток, що закріплюється як індикатор культурного престижу й сучасного способу життя. Поряд із цим розвиваються робітничі екскурсії та студентські походи. Також у цей час фіксується збільшення кількості жінок-мандрівниць. А. Пельц відзначає амбівалентне сприйняття їх суспільною думкою, тоді як щоденники й листи засвідчують поступову емансипацію через мобільність⁴¹.

³⁶ Walton, J. K. (1983). *The English Seaside Resort: A social history, 1750–1914*. New-York: St. Martins Press, 265 p; Tissot L. *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIXe siècle*. Lausanne, Éditions Payot, 2000, 302 p.

³⁷ Андреев В., Андреева С., Жданов В. Античні пам'ятки... Р. 35–60.

³⁸ Litschel, J. Rückzug und Freiheit... S. 33.

³⁹ Mittagsruhe in der Sommerfrische. *Die Gartenlaube*. 1887. S. 533 URL: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Die_Gartenlaube_\(1887\)_b_533.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Die_Gartenlaube_(1887)_b_533.jpg)

⁴⁰ Heafford, M. (2021). British travellers in early nineteenth-century registers and guest books. *Studies in Travel writing*, 2021, Vol. 25, No 3, pp. 374–388. DOI: <https://doi.org/10.1080/13645145.2022.2084009>; Lauterbach B. Als der Berg die Viktorianer rief: Pel Alpentourismus im 19. Jahrhundert. *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*. Basel: Reinhardt Druck, 2005. S. 49–66. DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-118180>

⁴¹ Pelz A. Reisen Frauen anders? Von Entdeckerinnen und reisenden Frauenzimmern. *Reisekultur: von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus* / hrsg. von H. Bausinger, K. Beyer,

Таким чином, наприкінці 19 ст. туризм постає як інституціоналізована система, що інтегрує транспорт, інформаційні та візуальні медіа, готельну інфраструктуру й міські культурні індустрії. Це явище генерує стандартизовані маршрути й очікування, перетворюючи подорож на організоване дозвілля, відкриваючи нові можливості для ширших верств населення. Ця багатогранність виступає тлом, на якому розгортається номінальне протистояння між модерним туризмом і класичними традиціями подорожування.

У публічному дискурсі західноєвропейського суспільства пізньомодерної доби утвердилось протиставлення образів «мандрівника» й «туриста». Така опозиція була не стільки соціальною реальністю, скільки риторичною стратегією. Так, Дж. Бузард підкреслював, що обидві категорії рухалися тими ж маршрутами, користувалися одними й тими ж путівниками, але відрізнялися у способах самопрезентації — мандрівники намагалися дистанціюватися від туристів, щоб зберегти відчуття культурної винятковості. Це пояснює численні ремарки в щоденниках і мемуарах другої половини 19 ст., де автори докладали зусиль, аби наголосити на унікальності власного досвіду навіть тоді, коли їхня траєкторія цілком збігалася з «протореним шляхом»⁴².

Зі зростанням масового туризму дедалі частіше виникала потреба окреслити власну культурну відмінність через іронію або критику «туристів». Дж. Бузард описує це як «риторику анти-туризму» — численні автори наголошували, що справжній мандрівник не повинен слідувати згідно усталених шаблонів. Іронічна дистанція виконувала функцію культурного маркера, вона відмежовувала інтелектуала чи письменника від «натовпу», хоча насправді підтверджувала його залученість у ті самі практики⁴³. Водночас, згідно В. Стоу, ідеальний туристичний досвід поєднує задоволення та навчання, піднесення та досягнення вдосконалення. Як ритуальний церемоніймейстер, мандрівник повертається з даром — знання, цікаві враження, романтичні спогади, чутливість до історії та мистецтва⁴⁴.

Особливо виразно феномен протиставлення подорожування та масового туризму проявився в літературі. Приміром, американський письменник Генрі Джеймс у своїх романах створював образи англійських і американських подорожніх, які послуговуються одними й тими самими жестами перед «канонічними» пам'ятками, тоді

як сам автор зберігає дистанцію⁴⁵. В англійській періодиці другої половини 19 ст. нерідко трапляються сатиричні нотатки на адресу «типових туристів», котрі мандрують Європою, озброєні лише путівником Бедекера. Усе це створювало уявлення, що «справжнє» мандрівництво можливе лише там, де його відмінність від маси проголошується словесно, але не підтверджується реальною практикою.

Показово, що досить часто туристи й «мандрівники» діяли в межах однакових рекомендацій, навіть якщо в риторичі підкреслювали власну незалежність. У цьому сенсі туристичні путівники були важливими, забезпечуючи орієнтацію в просторі та диктуючи спосіб переживання мандрівки. Саме це породжувало особливу напругу — індивідуальність мислилася як цінність, але практика залишалася вписаною у спільні маршрути.

Трансатлантичний досвід підтверджує цю закономірність. У творі *“The Innocents Abroad”* (1869) Марк Твен, з іронією описуючи подорож в компанії групи американців на пароплаві *“Quaker City”* Європою, висміює клішовані реакції співвітчизників, які, наприклад, «правильно» дивуються Венері Мілоській чи Колізею. Водночас В. Стоу, аналізуючи подорожі американців до Європи, підкреслює, що для них поїздка виступала в ролі певної «літургії» — обов'язкового ритуалу культурного самоствердження. Кожен освічений подорожній мав пройти «правильними» маршрутами, аби засвідчити власну належність до цивілізованого світу, навіть якщо супроводжував це іронією чи критикою. Саме тому американські тревелогі так часто поєднують захоплення європейською культурою з бажанням відмежуватися від натовпу співвітчизників. Усі згадані практики ілюструють, що культурне протистояння між мандрівником й туристом було універсальним культурним лейтмотивом пізньомодерної доби, виходячи за межі західноєвропейського культурного простору⁴⁶.

Заразом, попри індустріалізацію та поширення транспортної мережі, символічна вага пішої мандрівки залишалася значущою. Традиція *«Fußreise»* (з *нім.* — пішохідна подорож) у другій половині 19 ст. виконувала роль культурної альтернативи комерціалізованому туризму. Традиція таких подорожей бере свій початок у ремісничих походах і триває аж до буржуазної «освітньої прогулянки», задуманої як школа характеру й інструмент самовдосконалення. Попри поступове зменшення кількості обох, культурний престиж піших мандрів лишався незмінно високим — літня пішохідна подорож студента чи митця була радше

W. Griep. München: Beck, 1991. S. 57–62; Bredar, T. (2019). *“A Voyage of Discovery”: Reimagining the Walking Woman through Nineteenth-Century Diaries*. *Nineteenth-Century Gender Studies*, 15, No. 3, 2019, pp. 609–638. DOI: <https://doi.org/10.1017/S106015032100019X>

⁴² Buzard, J. *The Beaten...* Pp. 1–17.

⁴³ Ibid. Pp. 18–51.

⁴⁴ Stowe, W. *Going Aboard...* P. 34.

⁴⁵ James, H. (1909). *Italian Hours*. Boston/New-York: Houghton Mifflin Company, 416 p. URL: <http://www.gutenberg.org/ebooks/6354>

⁴⁶ Stowe, W. *Going Aboard...* Pp. 42–48.

жестом ціннісного вибору, ніж звичною соціальною практикою⁴⁷.

У німецькому соціокультурному просторі традиція ремісничих пішохідних мандрівок до кінця 19 ст. фактично втратила економічну функцію, проте зберігалася як культурний символ самостійності та ініціації. Саме цим пояснюється популярність літніх походів у студентському середовищі Німеччини й Австрії 1880–1890-х рр., які перетворювались на своєрідний етап виховання. Це дозволяло поєднати романтичний ідеал *Wanderlust* (укр. — жага подорожі) із буржуазною культурою самовдосконалення, актуалізованою саме в другій половині століття⁴⁸.

Особливий акцент на значенні пішого мандрування робить Джозеф Амато. Він наголошує, що наприкінці 19 ст. пішохідні подорожі дедалі частіше осмислювались як символ опору індустріалізації. Для студентів і інтелектуалів у Німеччині, Франції та Британії піша мандрівка була способом дистанціюватися від масових форм туризму, що розквітали у 1880–1890-х рр. Водночас у Франції набули популярності *gandonnées* (укр. — піший або спортивний похід), у Британії — *walking tours* (укр. — пішохідний тур), які так само виконували функцію «анти-туристичних» практик⁴⁹.

Схожі тенденції спостерігалися і в Британії. Тут туристи у другій половині 19 ст. активно долучалися до формування альпійської інфраструктури — будівництва притулків, маркування маршрутів, видання альманахів⁵⁰. Водночас у щоденниках і листуванні вони наголошували на «унікальності» власних походів, намагаючись дистанціюватися від натовпу, що їх наслідував. Парадокс був у тому, що саме їхня активність робила Альпи масово доступними й водночас руйнувала можливість справжньої «автентичності». Загалом, пішохідне подорожування, студентські прогулянки й альпіністські практики другої половини 19 ст. демонструють дуальність епохи, адже подорожування сприймалося як шлях саморозвитку, але на практиці усе більше підпорядковувалося інституційним рамкам, регламенту клубних організацій і путівникам.

Особливим різновидом феномену пішохідної мандрівки стали навколосвітні подорожі, які в останній третині 19 ст. набули популярності, про що свідчить європейська й американська преса. На тлі виходу пригодницького роману Ж. Верна «Навколо світу за 80 днів» і давніх амбіцій багатьох мандрівників перетнути усі континенти пішки, багато пішоходів здійснювали спроби реалізувати цей надважкий виклик.

Вдалим прикладом є Костянтин Ренгартен — російський журналіст німецького походження, який протягом 1894–1898 рр. реалізував навколосвітню пішохідну подорож з Риги через Південну Росію, Кавказ, Сибір, Японію, США й Західну Європу і повернувся до свого міста через чотири роки. Тодішня преса називала його «першим справжнім пішим навколосвітнім мандрівником», а його успіх довгий час був недосяжним для інших пішоходів⁵¹.

Інший масштабний приклад — Дж. М. Шиллінг, американець, який стартував у 1897 р. з Нью-Йорка й у березні 1900 р. потрапив на сторінки австралійської преси як «навколосвітній пішохід»⁵². Його маршрут тривав до 1904 р., а сучасні довідники навіть надають йому титул «першого навколосвітнього пішохода» (*Guinness World Records*). Але, на відміну від досвіду К. Ренгартена, важливішим за фактичну достовірність стало медійне сприйняття — Шиллінг постав як символ нової глобалізованої мобільності, яка була й спортивною, і видовищною.

Дійсно, численні спроби здійснити навколосвітню пішохідну подорож мали неоднозначну репутацію. Для частини учасників це було справжнє випробування, проте більшість перетворювали ідею на шахрайську схему — мандрівники оголошували про заздалегідь вигадане парі на тисячі доларів, а саму подорож фінансували за рахунок безкоштовних ночівель, харчування та пожертв. Спершу преса писала про ці історії із захопленням, але згодом тон змінився — «глобтротерів» (англ. — *globetrotter* — навколосвітній мандрівник) дедалі частіше називали волоцюгами, аферистами чи «дивакуватими шукачами слави». У періодиці підкреслювали, що багато з них уникали праці, натомість експлуатували гостинність і легковірність публіки⁵³.

Особливо показовими були історії так званих «навколосвітніх пішоходів», які на межі 19–20 ст. намагалися надати власним мандрівкам особливої сенсаційності. Так, австрієць А. Гансліан вирушив у подорож із візком, у якому супроводжували

⁵¹ Пригода М. Пішки навколо світу: подорож Костянтина Ренгартена (Мандрівка європейською частиною Російської імперії, серпень — листопад 1894 р.). *Temporis filia veritas. Monographie collective à l'occasion du 100e anniversaire de l'historien français Jacques Le Goff* / edit. I. Sribniak, D. Hryn. Paris-Warszawa: Consortium scientifico-éducatif international Lucien Febvre, 2024. P. 60–75. URL: https://fshn.kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/kaf_vi/Temporis_filia_veritas_2024.pdf

⁵² Talking round the World. G. M. Schilling in Perth. An American globetrotter. The West Australian Monday, 1900, 19.03, p. 6. URL: <https://trove.nla.gov.au/newspaper/article/23831569>

⁵³ Crocket, D. *Around the World on Foot* — Part 2 (1894–96). URL: <https://ultrarunninghistory.com/around-the-world-2/> (дата звернення: 26.09.2024).

⁴⁷ Kaschuba W. Die Fußreise... S. 165–174.

⁴⁸ Elkar R. S. Auf der... S. 57–62.

⁴⁹ Amato, J. A. *On Foot*... Pp. 159–184.

⁵⁰ Lauterbach B. «Als der Berg die Viktorianer rief... S. 49–66.

його дружина та дитина, фінансуючи шлях по-
дажем поштівки і випадковими виступами. Ці
практики швидко викликали скепсис — преса
наголошувала, що легенда про грошовий виграш
була радше рекламною вигадкою, а сам мандрів-
ник часто залишався без притулку та їжі. Ще кра-
щим прикладом став Г. Бенслі, «ходок в масці»
(англ. — «masked walker»), який у 1908 р. вирушив
із Лондона у залізній масці, штовхаючи дитячий
візочок і продаючи листівки. Його акція здобула
широкий розголос, проте водночас критикува-
лася та маркувалася як шахрайство й театралі-
зований трюк. Ці випадки засвідчують неодно-
значність сприйняття пішохідних подорожей
наприкінці 19 ст. — з одного боку, вони викли-
кали захоплення публіки своєю ексцентричністю,
а з іншого — підривали авторитет традиційного
мандрівництва, змішуючи його з видовищем
і сумнівними практиками⁵⁴ (рис. 4).⁵⁵



Рис. 4. Г. Бенслі – «Ходок в масці»

У німецькомовних країнах сам термін
«Weltumwanderer» (навколосвітній пішохід)
також стає своєрідним газетним кліше. У пресі
регулярно з'являлися короткі сенсаційні нотатки
про пішохідів, молодих ентузіастів чи інозем-
ців, які нібито вирушили «навколо світу пішки».
Навіть без докладних підтверджень ці тексти
засвідчують популярність самого жанру — газети

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Harry Bensley or The Man In The Iron Mask and the Hoax "30,000 mile walk". 1908. URL: <https://djlwilson22.wordpress.com/2021/02/02/harry-bensley-or-the-man-in-the-iron-mask-and-the-hoax-30000-mile-walk-1908/> (дата звернення: 26.09.2025).

конструювали образ «світового пішохода» як
нового культурного героя доби. Таким чином,
практика, що раніше була пов'язана з освітою
і самовдосконаленням, наприкінці століття пере-
творювалася на захоплюючий сюжет і сенсацію
для читачів.

Соціальний вимір подорожування також
істотно змінився. Якщо у 18 ст. мандрівництво
лишалось прерогативою еліт, то наприкінці 19 ст.
виникають робітничі форми організації дозвілля.
Найвідомішим прикладом стало товариство
«Друзі природи» (нім. — Naturfreunde), засно-
ване у Відні 1895 р. групою робітників і соціал-
демократів. Мета організації формулювалася як
надання робітничим верствам доступу до при-
роди й культурних форм відпочинку. У їхньому
гаслі «Berg frei!» (укр. — «Гори вільні!») підкрес-
лювалася ідея демократизації альпійських про-
сторів, які доти вважалися «привілеєм буржуазії».
Від моменту утворення організація культиву-
вала ідею колективних походів, дешевих подоро-
жей і створення власних хатин-притулків, які
ставали центрами робітничого дозвілля. Уже
на межі століть «Naturfreunde» поширювалися
по Німеччині й Швейцарії, об'єднуючи десятки
тисяч членів. З 1906 р. «Naturfreunde» проводять
кампанії за право проходу (нім. — Wegerecht),
включно з показовими «Trutzpartien» — демон-
стративними походами через приватні володіння,
щоби утвердити суспільне право на маршрути,
які часто закривалися через комерційні інтереси
приватних власників. Так походи перетворюва-
лися на практику громадянського спротиву, що
поєднувала дозвілля, самоосвіту й правозахист
у доступі до ландшафтів⁵⁶ (рис. 5).⁵⁷

Ранній ідейний каркас руху добре видно в тек-
стах Карла Реннера у виданні «Der Naturfreund»
(1898), де проголошувалася колективна культура
піших мандрівок як «школа характеру» для робіт-
ників, що має виховувати дисципліну, товарись-
кість і політичну свідомість. У 1900-х термін
«soziales Wandern» («соціальне ходіння») набуває
змісту нормативів поведінки в поході — неспіш-
ний темп, спільний ритм, взаємодопомога, демо-
кратичність і рівність у групі. Ці правила розро-
бляли й популяризували промоутери руху у своїх
чисельних брошурах⁵⁸.

⁵⁶ Chronik der NaturFreunde. URL: <https://www.naturfreunde.de/chronik> (дата звернення: 26.09.2025); Gross K. D. Sozial Wandern: zur Geschichte eines Kernkonzepts der Naturfreunde. Naturefreunde Geschichte. 2019. 26 S. URL: <https://www.researchgate.net/publication/360835965>

⁵⁷ Guillaume R. La randonnée sociale en Allemagne (1900-1933) ou les prémices du concept d'éco-responsabilité dans les sports de pleine nature? *Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine*. URL: <https://books.openedition.org/msha/3397> (дата звернення: 26.09.2025)

⁵⁸ Ibid.



Рис. 5. Перший номер журналу «Der Naturefreund» (15.07.1897)

Поряд із популярними альпійськими клубами «Deutscher Alpenverein» (1869), «Österreichischer Alpenverein» (1862), «Schweizer Alpen-Club» (1863) діяли туристичні секції університетів і міські «Wandervereine», що об'єднували студентів і молодь для літніх походів. У 1890-х виникли нові течії: рух «Wandervögel» (1896), який проголошував повернення до природи й протиставлення буржуазному дозвіллю, та товариство «Naturfreunde» (1895), що організовувало доступні походи для робітників.

У Великій Британії діяв «Туристичний клуб велосипедистів» і різноманітні товариства любителів пішохідних походів, які організовували колективні прогулянки в сільській місцевості. Усі ці ініціативи перетворювали мандрівку з приватного досвіду на соціальний рух, який поєднував індивідуальне самовиховання з колективними практиками дозвілля. Той факт, що пішохідні мандрівки зберігали свій престиж навіть в добу масового туризму, свідчить про те, що подорожування було не лише фізичним переміщенням, а й способом культурної та соціальної самоідентифікації. Водночас розвиток пішохідних товариств та клубів можна вважати чинником поширення культурного права, де усе ширші верстви населення заявляли про своє прагнення бути суб'єктами мобільності та долучатись до загального культурного простору.

Важливим чинником змін була й зростаюча жіноча мобільність. Якщо на початку століття подорожування залишалося майже виключно чоловічою сферою, то наприкінці 19 ст. жінки дедалі частіше з'являються серед туристів

і мандрівників. Щоденники, альбоми й гостьові книги засвідчують їх участь у альпійських походах та інших подорожах⁵⁹. Жіночі клуби й літературні кола підтримували ідею мандрівки як простору для самоствердження і виходу за межі традиційної суспільної ролі жінки. Для багатьох сучасників саме жіночий вихід у публічний простір мобільності був доказом глибинних соціальних зрушень.

Таким чином, подорожування в Західній Європі кінця 19 ст. постало як соціокультурний феномен, що дозволяє простежити сутнісні трансформації в європейському суспільстві. Воно поєднувало індивідуальні практики мандрівництва з новими формами масового туризму, водночас виражаючи прагнення до самовиховання, культурної легітимації та соціальної ідентифікації. Транспортна революція, поява путівників і організованих поїздок створили інфраструктуру індустрії дозвілля, тоді як пішохідні мандрівки, студентські походи чи альпінізм зберігали престиж як простір індивідуального пошуку й символічного відмежування від стандартизованих практик. Масштабні навколосвітні пішохідні подорожі, як і трансконтинентальні маршрути, підкреслювали глобальний вимір мобільності, демонструючи, що досвід подорожі стає універсальним засобом культурної комунікації та соціального самоствердження.

Вислів «Reisen bildet» влучно відбиває цінності доби, адже його багатозначність дозволяла трактувати подорож і як шлях індивідуального вдосконалення, і як легітимацію масових практик дозвілля. У цій подвійності розкривається суть феномену: подорожування одночасно було сферою особистої свободи й соціально схваленим ритуалом, що визначав місце людини в модерному суспільстві, поєднуючи прагнення до самопізнання, характерне для гуманістичної традиції, з новими викликами модерності — стандартизацією досвіду, прискоренням часу, глобалізацією простору. Саме ця амбівалентність надає культурі подорожування кінця 19 ст. значення соціокультурного феномену, що репрезентує втілення фундаментальної для європейської культури напруги між індивідуальним і колективним, унікальним і масовим, свободою та дисципліною.

⁵⁹ Buzard, J. *The Beaten Track...* Pp. 18–80; Heafford, M. *British Travellers...* Pp. 374–388.

REFERENCES

- Aldcroft, D. (1992). The Railway Age. In: A. Digby, C. Feinstein, D. Jenkins (eds) *New Directions in Economic and Social History*, London: Palgrave, pp. 64–80 [in English].
https://doi.org/10.1007/978-1-349-22448-7_6
 Amato, J. A. (2004). *On Foot: A history of walking*. New York: New York University Press [in English].
<https://doi.org/10.18574/nyu/9780814707531.003.0001>

- Andryeyev, V., Andryeyeva, S., & Kariaka, O. (2021). Mykhailo Bernov yak pioner pishokhidnoho turyzmu: podorozh Ispaniieiu ta Alzhyrom (Chastyna I. Ispaniia. Lystopad 1893 r. — liutyi 1894 r.) [Mykhailo Bernov as a Pioneer of Hiking Tourism: Travel through Spain and Algeria (Part I. Spain. November 1893 — February 1894)]. *Kyivski istorychni studii / Kyiv Historical Studies*, 2(13), 58–66 [in Ukrainian].
<https://doi.org/10.28925/2524-0757.2021.28>
- Andryeyev, V., Andryeyeva, S., & Zhdanov, V. (2024). Antychni pamiatky Anatolii yak turystychni atraktsii: vid poodynokykh mandrivok do masovoho turyzmu (druha polovyna XIX — pochatok XX stolittia). In I. Sribniak, D. Hryn (Eds.), *Temporis filia veritas. Monographie collective à l'occasion du 100^e anniversaire de l'historien français Jacques Le Goff* (pp. 35–60), Paris-Warszawa: Consortium scientifico-éducatif international Lucien Febvre [in Ukrainian].
https://fshn.kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/kaf_vi/Temporis_filia_veritas_2024.pdf
- Bausinger, H. (1991). Grenzlos... Ein Blick auf den modernen Tourismus. In H. Bausinger, K. Beyer, & W. Griep (Eds.), *Reisekultur: Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus* (pp. 343–355), München: C. H. Beck [in German].
- Bredar, T. (2019). “A Voyage of Discovery”: Reimagining the walking woman through nineteenth-century diaries. *Nineteenth-Century Gender Studies*, 15(3), 609–638 [in English].
<https://doi.org/10.1017/S106015032100019X>
- Brandtæg, S. G., Goring, P., & Watson, C. (Eds.). (2018). *Travelling Chronicles: News and newspapers from the early modern period to the eighteenth century*. Boston: Brill [in English].
<https://doi.org/10.1163/9789004362871>
- Buzard, J. (1993). *The Beaten Track: European Tourism, Literature, and the Ways to “Culture”, 1800–1918*. Oxford: Clarendon Press, 357 p. [in English].
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198122760.001.0001>
- Elkar, R. S. (1991). Auf der Walz — Handwerkerreisen. In H. Bausinger, K. Beyer, & W. Griep (Eds.), *Reisekultur: Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus* (pp. 57–62), München: C. H. Beck [in German].
- Grohnert, R. (2024). Sehnsuchtsfläche Plakat: Bilder für das Reisen. In Museum Folkwang (Eds.), *Ferne Länder, ferne Zeiten: Sehnsuchtsfläche Plakat* (pp. 10–11), Essen, Göttingen: Steidl [in German].
- Gross, K. D. (2019). *Sozial wandern: Zur Geschichte eines Kernkonzepts der Naturfreunde*. *Naturfreunde Geschichte* [in German].
- Gyr, U. (2010). Geschichte des Tourismus: Strukturen auf dem Weg zur Moderne. In Institut für Europäische Geschichte (Ed.), *EGO, Mainz* [in German].
<http://www.ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/tourismus/ueli-gyr-geschichte-des-tourismus>
- Heafford, M. (2021). British travellers in early nineteenth-century registers and guest books. *Studies in Travel Writing*, 25(3), 374–388 [in English].
<https://doi.org/10.1080/13645145.2022.2084009>
- Hobsbawm, E. J. (1989). *The Age of Empire, 1875–1914*. New York: Vintage Books [in English].
- Kaschuba, W. (1991). Die Fußreise: Von der Arbeitswanderung zur bürgerlichen Bildungsbewegung. In H. Bausinger, K. Beyer, & W. Griep (Eds.), *Reisekultur: Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus* (S. 165–174). München: C.H. Beck [in German].
- Knoll, G. M. (1991). Reisen als Geschäft: Die Anfänge des organisierten Tourismus. In H. Bausinger, K. Beyer, & W. Griep (Eds.), *Reisekultur: Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus* (pp. 336–343). München: C.H. Beck [in German].
- Lauterbach, B. (2005). Als der Berg die Viktorianer rief: Alpentourismus im 19. Jahrhundert. *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*, 101, 49–66 [in German].
<https://doi.org/10.5169/seals-118180>
- Litschel, J. (2022). *Rückzug und Freiheit: Der Wald als Raum für Muße in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts*. Freiburg: Universität Freiburg [in German].
- Löfgren, O. (1999). *On Holiday: A history of vacationing*. Berkeley: University of California Press [in English].
- Pelz, A. (1991). Reisen Frauen anders? Von Entdeckerinnen und reisenden Frauenzimmern. In H. Bausinger, K. Beyer, & W. Griep (Eds.), *Reisekultur: Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus* (pp. 57–62), München: C. H. Beck. [in German].
- Schivelbusch, W. (1986). *The Railway Journey: The industrialization of time and space in the nineteenth century*. Berkeley: University of California Press [in English].
- Schulz, D. (2018). Wandern und Methode: Thoreaus Essay «Walking» (1862) im Lichte Gadammers, HDJBO [in German].
<https://doi.org/10.17885/heiup.hdjbo.2018.0.23819>
- Sezgin, E., & Yolal, M. (2012). Golden Age of Mass Tourism: Its history and development. In M. Kasimoglu (Ed.), *Visions for Global Tourism Industry: Creating and sustaining competitive strategies* (pp. 73–90), Rijeka: InTech [in English].
<https://doi.org/10.5772/38638>

- Spode, H. (1993). Historische Tourismusforschung. In H. Hahn & J. Kagelmann (Eds), *Handbuch zur Tourismuswissenschaft*, (pp. 27–29), München: Quintessenz [in German].
- Spode, H. (2003). *Wie die Deutschen „Reiseweltmeister“ wurden: Eine Einführung in die Tourismusgeschichte*. Meiningen: Resch-Druck GmbH [in German].
- Stowe, W. (2017). *Going Abroad: European travel in nineteenth-century American culture*. Princeton: Princeton University Press [in English].
- Zuelow, E. G. E. (2016). *A History of Modern Tourism*. London: Palgrave Macmillan [in English].
<https://doi.org/10.1007/978-0-230-36966-5>

Дата першого надходження статті до редакції: 05.10.2025 р.

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 29.10.2025 р.

Дата публікації (оприлюднення) статті: 16.12.2025 р.



Creative Commons Licenses: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International
(CC BY-NC-SA 4.0)