



ВЕРСКИ ТУРИЗАМ У ФУНКЦИЈИ РАЗВОЈА ТУРИСТИЧКИХ ДЕСТИНАЦИЈА СРБИЈЕ

Никица Радовић¹
Милан Радовић²

¹Универзитет Сингидунум,
Београд, Србија
²Bulb Creation Studio,
Београд, Србија

Резиме:

Важан аспект националног идентитета представљају културно-историјски споменици, као сведоци времена, културе, традиције и старости једног народа. Као један од сегмената културно-историјских споменика убрајају се манастири, који представљају окосницу реализације верског туризма, са аспекта православља. Верски туризам је у свету већ дужи временски период један од водећих посебних облика туризма. У овом раду покушаћемо да приближимо верски туризам по самој својој суштини, као и да укажемо на предности за могућност унапређења и развоја дестинација у Србији, имплементацијом сегмента верског туризма, као врсте туристичког производа, а имајући у виду ресурсе који су присутни.

Кључне речи:

верски туризам, манастири, туристичка дестинација.

УВОД

“Све може бити. Али једно не може: не може бити да ће посве и заувек нестати великих и умних а душевних људи који ће за божју љубав подизати трајне грађевине, да би земља била лепша и човек на њој живео лакше и боље. Кад би њих нестало, то би значило да ће и божја љубав угаснути и нестати са света. То не може бити.”

“На Дрини ћуприја”, Иво Андрић

Следећи ове мисли нашег великог писца, нобеловца, и трагајући за божијом љубављу и грађевинама у то име подигнутим, морамо се вратити у прошлост, у историју, те ту пронаћи корене стабла на коме расте наш савремени свет. Само дубља спознаја и разоткривање тих корена по њиховој спознаји даће нам смернице, снагу и мудрост у ком правцу треба да се крећемо. Током бурних векова наше историје, манастири су били и остају центри очувања културе, традиције, духовности, писмености и наше националне баштине. Јеромонах Доситеј Хиландарац сматра да „Софија и јесте тај космички логос, пројава Бога у материјалном свету, који има своје средиште у образу човека” (2012, стр. 68).

Имајући у виду пораст улоге туризма у привредном и друштвеном развоју на светском нивоу, важно је указати на могућност утицаја туризма, као привредне делатности у Србији, кроз призму једног посебног облика туризма – верског туризма.

Одговорно лице:
Никица Радовић

е-пошта:
nradovic@singidunum.ac.rs



ВЕРСКИ ТУРИЗАМ И УТИЦАЈ НА РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

Културно наслеђе представља потенцијал за економски и друштвени развој многих земаља у свету (Јовановић, 2017, стр.153), а у Србији као сегмент културног наслеђа издвајају се непокретна културна добра, споменици културе, средњовековне цркве и манастири који као антропогени уметнички туристички ресурси чине основ за развој једне врсте туризма посебних интересовања – верског туризма.

У нашој научној литератури не постоји јасно дата дефиниција верског туризма, тј. спорадично се може наићи на тумачења и објашњења појма верског туризма (Радисављевић-Ћипаризовић, 2008, Шећибовић, 1995, Стаменковић, 2006), па бисмо овде могли да кажемо да је верски туризам један од најстаријих видова путовања људи са циљем посете одређеном светилишту ради ходочашћа, верске потребе, осећаја или обавезе који се огледају у подвижништву, упражњавањем молитве, поклоњења и целивања моштију светаца у циљу проналажење духовног мира, као и исцељења болести. Мошти представљају делове посмртних остатака или личних предмета светитеља, а према архимандриту Јустину Поповићу (1978) поштовање моштију, засновано на њиховом чудотворству, датира још из Старог завета.

Строго дефинисање верских туриста није неопходно, у смислу да ли су верници или нису, јер чињенице указују да је већина верских туриста на путу ка својим крајњим одредиштима посетила манастире и Света места иако нису традиционални верници. Према Крстићу, поклоници су „људи који воле да одређени број дана у години проведу у неком манастиру. У Западној Европи знатан број људи иде на поклоничка путовања и тамо проводи неколико дана, живећи хришћанским животом и доживљавајући то као надокнаду за све пропуштено у осталим данима свог свакодневног живљења” (2012, стр.170).

Верски туризам може да се развија у два правца:

- а) у форми тематских тура, где би циљ путовања био обилазак манастира према дефинисаним турама/путањима, а према груписаним манастирским одредиштима као што су на пример груписани манастири Српске Свете Фрушке горе, Моравска Света гора, Српска Света гора – Овчарско-кабларски манастири, Ибарска зона средњовековног наслеђа, Браничевски манастири и низ других скупина манастира;
- б) као посете појединачним манастирима, нпр. посета Хиландару, Високим Дечанима, Милешеви, Студеници, Сопотанима, Ковиљу и сл.

Данас, одређени број људи у потрази за подршком и помоћи у животним и духовним проблемима посећује манастире, а како Владета Јеротић наводи „у манастирима нађу, окупљају се, размишљају заједно са духовницима, неки од њих чак и да се одлуче да остану у манастиру” (Јеротић, 2013, стр.53). Према Вишњићу (2012) забележено је 423 активна манастира Српске православне цркве, као и 213 манастиришта, а само на територији Србије постоји преко 260 манастира, као и преко 120 манастиришта, али не може се са сигурношћу прецизирати тачан број, имајући у виду да се у континуитету поједини опустели манастири обнављају, али и нови подижу. Важно је нагласити да су сви манастири атрактивни и аутентични културно-историјски туристички ресурси, духовна места, која са својим традицијама, историјским чињеницама и вредностима на којима се темеље представљају интересантан избор за бројне посетиоце. Такође, важна чињеница која утиче на посећеност је да се наших седам манастира налазе на УНЕСКО листи Светске културне баштине (Јовановић, 2017), као и да постоје поједини који су носиоци националног идентитета, не умањујући важност осталих. Њихово богатство уметничке и архитектонске вредности и специфичности из XII века указују и потврђују став архимандрита Георгија Капсаниса, игумана Светог манастира Грегоријата на Светој гори, који наводи да „када уђемо у православну цркву и видимо предивне фреске и иконе, ми тада постајемо причасници следећег искуства: поимамо дело Божије, учињено човека ради, као и циљ нашег живота. Све у цркви потврђује Божије оваплоћење и човеково обожење” (Капсанис, 2011, стр.25).

Наиме, као што је у тексту напред наведено, верски туристи посећују света места, манастире и цркве ради ходочашћа (ходос, грч. пут), личних верских потреба и осећаја, као и обавеза (у исламу одлазак у Меку) ради поклоњења и целивања моштију светаца, упражњавања молитве и проналажења личног мира.

Интересантна појава у традицији православних манастира, како код нас, тако и у другим православним заједницама, јесу запажени култови великих духовника – „стараца” или „отаца” који су помагали верницима. У традицији српских манастира као истакнути духовници бележе се блаженопочивши: Свети Јустин Поповић (1894–1979) – архимандрит, игуман манастира Ћелије; Свети владика Николај Велимировић (1881–1956); патријарх српски Павле (1914–2009); старац Јулијан Студенички (1918–2001) – архимандрит, игуман манастира Студеница; отац Тадеј (1914–2003) – архимандрит, игуман манастира



Враћевшница; отац Гаврило (1944–2017) – архимандрит, игуман манастира Лепавина; велики људи који су својим беседама и духовним поукама помогли бројним људима дајући им савете и одговоре на њихова животна питања, дилеме и сумње.

Оно за шта имамо потенцијала и ресурса јесте да наведемо да верски туриста има као примарно одредиште на одређеној дестинацији духовна места – манастире, са пратећим садржајима који би требало да се нађу у близини тих места. Елементи који привлаче туристе на туристичкој дестинацији утичу на њену аутентичност, атрактивност и конкурентност, а према Попескуу (2016, стр. 38) то су: атракције, услуге и објекти, доступност, људски ресурси, имиџ и карактер и цена.

Када је у питању Србија, тј. 18 туристичких дестинација дефинисаних Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2026. године, у већем броју наведених атрактивности за сваку дестинацију понаособ, а које су значајне за валоризацију истих, у веома малом броју се наводе манастири који представљају окосницу развоја активности у верском туризму (МТТТ РС, 2016). Туристи у већем броју случајева након посете манастиру одлазе без дужег задржавања, јер не постоје пратећи садржаји који би их задржали. Пратећи садржаји би требало да буду супротни савременом животу у градовима. Људима је потребан мир, пристојан смештај и квалитетна домаћа храна, прилагођена поднебљу и традицији. Тематски обрађена места са припремљеним и информисаним људима, уз примену савремених информационо-комуникационих технологија, којима приближавамо векове и историју, савременом човеку дали би одговоре на многа нејасна питања садашњице и смисла живота и пружила духовни и телесни одмор преко неопходан савременом човеку.

У Стратегији развоја туризма Републике Србије 2016–2026. године верски туризам није посебно категорисан као облик туризма тј. туристички производ који дестинације у Србији нуде (МТТТ РС, 2016). Обухваћен је у оквиру културног туризма и као такав ће морати са посебним самосталним стратешки планираним активностима поклоничких агенција и самих манастира (братстава и сестринстава) да се промовише на туристичком тржишту. Пожељна је сарадња националне туристичке организације и локалних туристичких организација са манастирима на дестинацији, понаособ у циљу валоризације националног блага, духовности, традиције и вере, али контролисано јер то нису потрошачки производи. Том приликом требало би имати у виду специфичности које карактеришу места реализације

верског туризма – манастире, тј. сигурност, очување и приватност самог комплекса, као и братства или сестринства који су његов део, поштовањем типика манастира. Јеротић (2013, стр.105) наглашава да „не можемо без вере. Можемо ићи са интелектом докле год хоћемо, али до једне границе, преко тога остаје само вера”.

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

У секуларној држави, у најбољем тумачењу те дефиниције, испружена државна рука је та која у сарадњи са верским заједницама треба да подстиче на мапирање места која, као мостови, могу да нас спајају са својом верском заједницом, а уједно и са другим верским заједницама, не тражећи скривени смисао спајања од оног да смо сви упућени једни на друге и да је један корак ка упознавању и један корак ка разумевању. Одабиром верских локалитета туристичке организације, уз помоћ надлежног министарства, не би требало да се ограниче само на мапирања тих места већ и конкретним организовањем одређених активности везаних за те локалитете, без устручавања и задирања у друштвено уређење и повреду секуларног друштва.

Наиме, конкретном сарадњом туристичких организација и духовних места која би се одвијала континуирано, читава заједница на дестинацији имала би користи. Под континуирано би требало да се подразумева организовање посета духовним местима ван уобичајених термина који подразумевају велике верске празнике, него током читаве године, имајући у виду да верски туризам као туристички производ није сезоналног карактера. Улога туристичких организација у овим случајевима не би требало да се своди само на промовисање и *ad hoc* довођење на ове локалитете, већ и на бригу о успостављању континуитета у реализацији активности у домену верског туризма, као и разних активности заснованих на јавном и приватном партнерству.

Опремљени савременим „паметним” телефонима, данашњи туристи широм света деле своје спознаје путем друштвених мрежа, што већ увелико представља проблем пренатрпавања информацијама и преласка преко њих не обраћајући довољно пажње. (Не)Брига туристичких организација о својим локалитетима не може да остане незапажена и њихова улога као значајног усмеривача је нешто што туристи очекују.

Теме које спајају све верске заједнице и организовање скупова тим поводом само могу да продубљују поверење и веру у конкретне људе. Све то



би допринело планском развоју локалних заједница у ангажовању туристичких капацитета и развоју дестинација, а наш велики духовник, Свети Владика Николај Велимировић нас учи указујући на савет великог руског књижевника Гогоља у коме он каже: „Пријатељу мој, сматрај себе увек ђаком и учеником. За хришћанина нема завршетка школовања: он је увек ученик и све до гроба ученик” (2006, стр.10).

ЛИТЕРАТУРА

- Андрић, И. (1961). *На Дрини ћуприја*. Београд: СКЗ.
- Архимандрит Капсанис Георгије. (2011). *Обожење – циљ човековог живота*. Београд: Задужбина Светог манастира Хиландара.
- Јеромонах Доситеј Хиландарац (Радивојевић). (2012). *Име Божије у руској теологији XX века*. Света Гора: Манастир Хиландар.
- Јеротић, В. (2013). *Човек - највећа загонетка*. Београд: Арс Либри.
- Јовановић, В. (2017). *Туризам и простор*. Београд: Универзитет Сингидунум.
- Крстић, З. (2012). *Православље и модернизам – теме практичне теологије*. Београд: Службени гласник.
- Попеску, Ј. (2016). *Менаџмент туристичке дестинације*. Београд: Универзитет Сингидунум.
- Поповић, Ј. (1978). *Догматика Православне Цркве*, књига трећа. Београд/Ваљево: Манастир Ћелије.
- Радисављевић-Ћипаризовић, Д. (2008). *Верски туризам и православље*. Ниш: ТЕМЕ 2-2008.
- Свети Владика Велимировић, Н. (2006). *Духовни савети*. Шабац: Глас цркве.
- Стаменковић, И. (2006). *Религиозни туризам и православље*. Нови Сад: ПМФ.
- Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016–2026. године*. (2016). Београд: Министарство трговине, туризма и телекомуникација РС.
- Шећибовић, Р. (1995). *Увод у општу географију религије*. Нови Сад: Прометеј. Београд: Терсит.
- Вишњић, П. (2012). *Саборник манастира српских*. Лозница: Флеш.

RELIGIOUS TOURISM FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATIONS IN SERBIA

Abstract:

Cultural and historical monuments, as witnesses of time, culture, tradition and age of a nation, represent an important aspect of the national identity. Monasteries represent one segment of cultural and historical monuments and symbolize the religious tourism from the aspect of Orthodox Christianity. Religious tourism is one of the leading special forms of tourism in the world for a long time. In this article, we will try to explain the essence of religious tourism, point out its advantages and possibilities for improving and developing destinations in Serbia, with the present resources.

Keywords:

religious tourism, monasteries, tourism destination.