

Religijski turizam kao poseban socio-kulturni fenomen – na primjeru istraživanja među studentima Sveučilišta u Splitu

Neven Duvnjak

ipdi-cst@st.t-com.hr

Renata Relja

rrelja@ffst.hr

Milena Žeravica

milenazeravica@yahoo.com

UDK: 338.48:2:303.42-057.87(497.5 Split)

248.153.8:316

Prethodno priopćenje

Primljeno: 25. listopada 2011.

Prihvaćeno: 2. studenoga 2011.

U radu su prikazani rezultati anketnog istraživanja o religijskom turizmu među 300 studenata s 11 fakulteta Splitskoga sveučilišta. Glavni je cilj utvrditi na koji način studenti percipiraju religijski turizam kao poseban socio-kulturni fenomen i sudjeluju li u religijskom turizmu kao segmentu opće turističke ponude. U prvom dijelu članka raspravlja se o razvitkuu religijskog turizma kroz povijest, s naglaskom na njegovu ulogu u suvremenom društvu i u okviru modernog turizma. Ovdje su definirani pojmovi religijski turizam i religijski turist, te su ukratko analizirane razlike između religijskog turizma i »nespecijaliziranog« turizma, shvaćenog u općenitom smislu. U drugom dijelu članka prezentirani su rezultati ankete koje su pokazale da su studenti u većini slabo upoznati s religijskim turizmom kao posebnim segmentom turističke ponude. Ishod istraživanja pokazuje da na poznavanje religijskog turizma utječe vrsta studija, važnost vjere u životu studenata i učestalost osobne molitve. Studenti Splitskog sveučilišta smatraju da je medijska promidžba religijskog turizma kod nas slaba i zamjećuju da se pojam religijski turizam rijetko ili nikada ne pojavljuje u sredstvima javnog priopćavanja. Općenito je mišljenje ispitanika da je ova vrsta turizma slabo razvijena u Hrvatskoj, a značajan udio studenata uopće nije upoznat s njime. Što se tiče osobnog sudjelovanja studenata u religijskom turizmu, pokazalo se da je gotovo polovica njih sudjelovala u nekom obliku ovog turističkog segmenta. Na ovu varijablu ponovno su utjecali vrsta studija, stavovi o vjeri, važnost vjere u životu, te učestalost osobne molitve, gdje su se pokazali rezultati istoga smjera kao i kod poznavanja pojma religijski turizam.

Ključne riječi: religijski turizam, religijski turist, hodočašća, studenti, studij, molitva, vjera, sredstva javnog priopćavanja.

Uvod

Od početaka ljudske vrste pa do danas religija je ostala jedan od središnjih dijelova ljudskoga iskustva koji snažno utječe na našu percepciju i odnos prema okolini u kojoj živimo. Religija i religioznost, kao sustavi vjerovanja, osjećaja i prakse rasprostranjeni su u svim vremenima i prostorima: svako društvo unutar svoga holističkog sustava sadrži neki oblik religioznosti, neodvojiv od svakodnevnog života.¹ Tijekom vremena pojedine kulture i njima pripadajuće religije evoluirale se i jačale, dok su slabije kulture i njihova vjerovanja nestajale ili su se preoblikovale, a često i stapale s jačim kulturama i vjerovanjima (religijama).

Za naš rad važno je primijetiti da su kroz povijest religija i religijski motivi često bili generatori putovanja, bilo osobnih, bilo grupnih. Potreba za posjetom važnim svetim mjestima i religijskim spomenicima, prepunim simbolike i mistične energije, doveli su do religijom motiviranih putovanja. Takva mjesta i objekti kroz proces simbolizacije dobivaju posebno značenje i akcija putnika dobiva legitimitet, a skupine vjernika pronalaze različite načine da simboliziraju duhovnu prisutnost koja se našla u njihovu središtu.²

Današnji svijet je pokretljiv i, kao nikada prije, promjenljiv i kreativan. Iz religijski motiviranih putovanja (najčešće su to bila hodočašća) razvio se moderni turizam. Na sličan način kao što vjernici žele doći u dodir sa svetim mjestima, suvremeni turisti žele doći u dodir s drugim i drukčijim, odnosno različitim kulturama, jezicima, običajima, krajolicima, klimom, okusima i mirisima. U ishodištu turističkoga hodanja Zemljom je potreba za nepoznatim i egzotičnim, čime ljudi zadovoljavaju svoju neprestanu »glad« za novim iskustvima.

Ovim radom se želi istražiti koliko je mlada studentska populacija upoznata s religijskim turizmom i koliko u njemu sudjeluje, što ćemo detaljnije izložiti u dijelu teksta koji se odnosi na predmet i ciljeve istraživanja. Isto tako, na istraživanje nas je potaknula činjenica da je religijski turizam u Hrvatskoj među najmanje empirijski istraživanim segmentima suvremenog turizma.³

1. Određenje pojma religijski turizam

Religijski turizam usmjeren je na posjet važnim religijskim lokalitetima s ciljem da sudionici putovanja što više ojačaju svoju vjeru. To znači da je glavni motiv putovanja zadovoljenje duhovne, odnosno religijske potrebe osoba koje

¹ A. GIDDENS, *Sociologija*, Zagreb, Golden marketing, 2007, 531.

² Z. LEUTAR, L. NEUHOLD, Obilježja hodočasnika – motivi i značenje hodočašća u Međugorju, *Bogoslovska smotra*, 77 (2007) 1, 222.

³ B.VUKONIĆ, Religious Tourism: Economic Value or an Empty Box, *International Review of Economic and Business*, 1 (1998) 1, 83.

se odlučuju na ovakvu vrstu turističkog putovanja. Shvaćen na moderan način, religijski turizam doživljava pravu ekspanziju nakon Drugoga svjetskog rata kada počinje jačati i uklapati se u globalne turističke tijekove, potaknute brojnim poticajima u materijalnoj i duhovnoj sferi. Budući da je riječ o ekonomski vrlo korisnom obliku turizma, kroz povijest su neke destinacije religijskog turizma postale središta vjerskih, trgovačkih i kulturnih događanja, važnih ne samo za destinaciju, nego i regiju, pa i čitavu državu (za što je dobar primjer Međugorje u Bosni i Hercegovini). Putnicima se u takvim mjestima pružaju infrastrukturni, kulturni, gastronomski i ostali sadržaji i dolazi do povećanih investicija u mjesta dolaska.⁴

U uvodu smo kazali da su religijski motivi jedni od najstarijih i najčešćih motiva koji su pokretali velik broj ljudi na putovanja. U kontekstu turističke ponude i potražnje oni su oduvijek imali veliko značenje, a posebno se aktualiziraju danas kada reafirmaciju religije i duhovnosti potiču sve veća racionalizacija, globalizacija, opća nesigurnost i ekološki problemi. Drugim riječima, važnost duhovne komponente, kao sastavnog dijela kulture i tradicije čovječanstva, ostavljala je i ostavlja vrlo jak trag u turizmu, kako na strani ponude, tako i na strani potražnje. Iako se u nekim svojim obilježjima religijski turizam počeo približavati suvremenom kulturnom turizmu,⁵ on će se od njege uvijek razlikovati po dvjema bitnim karakteristikama: prva je religijski motiv putovanja, a druga religijski sadržaj koji mora postojati u receptivnom prostoru.

Religijski turizam najčešće se pojavljuje u tri oblika:

1. kao hodočašće (grupni ili individualni posjeti svetištima);
2. kao masovna okupljanja povodom značajnijih religijskih datuma i obljetnica;
3. kao obilazak i posjet značajnim religijskim mjestima i objektima u okviru turističkog itinerera.⁶

Vjerske zajednice, posebno one koje su rezervirane prema turizmu kao obilježju suvremenog doba, nerijetko izbjegavaju označavati religijskim turizmom putovanja potaknuta vjerom (npr. hodočašća). One ne žele isticati svjetovni aspekt tih kretanja, nego naglašavaju isključivo duhovni aspekt.⁷ Ipak, ovdje nije realno činiti oštra razgraničenja jer u svakom religijom motiviranom putovanju ima elemenata zajedničkih ostalim turističkim putovanjima gdje je

⁴ Razvitak suvremenog društva dovodi do mijenjanja preferencije turista kao potrošača i stoga se stalno treba prilagođavati njegovim sve većim željama i potrebama.

⁵ Veza turizma i religije dokazuje se u tisućama nepokretnih sakralnih objekata i sadržaja koji su objekt općeg turističkog interesa. Dakle, često su razlog zanimanja za neki sakralni objekt njegova kulturna ili povijesna vrijednost, a manje izvorna religijska namjena.

⁶ S. GEIĆ, *Turizam i kulturno-civilizacijsko naslijeđe*, Split, Veleučilište u Splitu, 2002, 45.

⁷ Ovom mišljenju priklanjaju se tradicionalni istraživači koji turizam shvaćaju prvenstveno kao hedonistički fenomen, dok su putovanja potaknuta duhovnim motivima usmjerena na pokoru, molitvu i meditaciju i askezu.

neizbježna činjenica potrošnja, bilo za transport, bilo za smještaj, prehranu, kupnju suvenira i sl.⁸

Funkcija religijskih sadržaja u turizmu određena je njihovom funkcijom u religiji:

1. religijski sadržaji u sakralnim objektima (crkve, džamije, hramovi) su čimbenici turističke ponude u kojima religijski turisti primarno zadovoljavaju svoje vjerske potrebe, a usputno mogu zadovoljavati ostale, npr. kulturne i umjetničko-estetske.
2. ostali objekti religijskih zajednica i organizacija koje spadaju u receptivnu turističku ponudu u širem smislu, a mogu se koristiti za pružanje usluga religijskim turistima (samostani, sjemeništa, vjerska učilišta i sl.).⁹

Kada je riječ o prvoj skupini (sakralni objekti) oni su najzastupljeniji, ali ne i jedini religijski sadržaji u turizmu. Među ostale religijske sadržaje treba uvrstiti i vjerske svetkovine i obljetnice, koje su česti razlozi dolaska vjernika u receptivna (hodočasnička) mjesta, a koja uglavnom imaju jako dugu povijest.¹⁰

Dio ponude religijskih sadržaja u turizmu čine spomenici i objekti koji potiču od drevnih mitologija i izumrlih religija, a koje nalazimo razasute po čitavom svijetu. Međutim, putovanja prema takvim lokalitetima danas su rjeđe religijski motivirana, pa je najčešći motiv za njihov obilazak kulturni interes u širem smislu. Neki od takvih lokaliteta, koji su zbog svoje atraktivnosti postigli globalnu turističku valorizaciju su, primjerice, Stonehange, Machu Picchu i Uskršnji otoci. Dakle, sve religije ostavile su tragove u obliku sakralnih objekata i kulturno-umjetničkog nasljeđa: oni su postali baština čovječanstva kojom se dopunjuju znanja iz povijesti ljudskoga roda.

U okviru suvremene turističke potražnje religijski turizam se može tretirati kao važan marketinški segment koji ima svoje organizacijske forme, uhodane navike i rute religijskih putovanja. Sukladno snažnim motivima za takva putovanja, turističke organizacije inicijalnog turizma (turooperatori, agencije) realiziraju sadržaje koji osim čisto religijskih i duhovnih programa nude sadržaje tipične za suvremeni turizam općenito (odmor, razonoda, rekreacija, lokalni specijaliteti i sl.).¹¹ Za suvremenu turističku industriju nisu toliko važni motivi putovanja, već su mnogo važnije posljedice za tri čimbenika u tom procesu: za putnike-vjernike, za davatelje usluga i za prostor prema kojemu su turistička kretanja usmjerena i u kojima se događaju.

⁸ T. HITREC, *Religijski turizam*, u: S. ČORAK, V. MIKAČIĆ (ur.) *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno*, Zagreb, Institut za turizam, 2006, 287.

⁹ S. GEIĆ, *nav. dj.*, 45.

¹⁰ Broj turista-vjernika prisutnih na velikim blagdanima i obljetnicama na pripadajućim lokalitetima u pravilu je mnogostruko veći nego što ga bilježe najpoznatiji sakralni objekti u svijetu, a koji nisu važna hodočasnička mjesta (S. GEIĆ, *nav. dj.*, 46).

¹¹ S. GEIĆ, *nav. dj.*, 46

Naime, podrazumijeva se da u religijskom turizmu mora postojati odgovarajući turistički sadržaj i kapacitet ponude. Pritom treba lučiti turistički od religijskog sadržaja, iako smo spomenuli da se u prostoru ova dva sadržaja mogu naći – i često se nalaze – na istoj lokaciji. Primjerice, ugostiteljske objekte i smještajne kapacitete nalazimo u neposrednoj blizini crkava i hramova, prodavaonice suvenira često se fizički naslanjaju na sakralne objekte ili su u njihovoj blizini itd. Nadalje, tu su i prijevozna sredstva bez kojih bi bio nemoguć suvremeni religijski turizam.¹²

Raspravljajući o različitim motivacijama koje pokreću turiste, britanski teoretičari turizma opredijelili su se za dvije kategorije turista: prvu, turisti koji odlaze u unaprijed određeno turističko mjesto, i drugu, kod kojih dolazi do izražaja potpuna sloboda izbora turističke destinacije.¹³ Religijski turisti spadaju u prvu kategoriju jer njihov izbor destinacije nije ograničen ni cijenom ni udaljenošću, već isključivo proizlazi iz snage vjerske privlačnosti destinacije. Takva se kategorija turista pokorava općim i posebnim utvrđenim kriterijima ponašanja, odnosno ponašanjima vjerničke grupe kojoj pripadaju.¹⁴

Pod pojmom religijski turist podrazumijevamo osobu kojoj je glavni motiv putovanja vjera i koji očekuje da će na putovanju zadovoljiti svoje religijske i religiozne potrebe, kroz susret sa svetim mjestom, kroz molitvu, meditaciju, ispunjenje zavjeta i sl. Razliku između religijskog i »običnog« turista teško je vidjeti izvana. I jedan i drugi slično su odjeveni, koriste ista prijevozna sredstva, a s mjestima i ljudima susreću se kroz objektivne fotografskog aparata i video kamere koji preuzimaju ulogu arhaične potrebe za dodirom. No, razlika između ove dvije kategorije turista u biti je velika: religijski turist je od početka spreman na susret sa svetim i teži osobnoj promjeni. Štoviše, želja za promjenom leži u samoj njegovoj odluci da krene na put i doživi transformaciju od bolesnoga u ozdravljenoga, od izgubljenoga u nađenoga, od skeptičnoga u uvjerenoga vjernika. Religijski turist spreman je na vlastiti trud oko susreta s Bogom i sa samim sobom.¹⁵ »Običan« turist u prvom redu želi mir i odmor: njemu nije cilj potraga za Bogom i onostranim, nego za neobičnim i nesvakidašnjim iskustvima. Ne traga za samospoznajom, nego za odmakom od sebe, za drugačijim od sebe, za zaboravom monotone svakodnevice.

¹² B. VUKONIĆ, *Turizam i religija*, Zagreb, Školska knjiga, 1990, 93-96.

¹³ *Isto*, 99.

¹⁴ *Isto*.

¹⁵ A. VUČKOVIĆ, Hodočašće i riječ, *Crkva u svijetu*, 44 (2009) 2, 124-125.

2. Metodološki aspekti istraživanja

2.1. Predmet istraživanja

Religijski turizam danas čini sve veći udio u turističkoj potražnji i ponudi i stoga ćemo u istraživanju utvrditi kako ovaj specifičan oblik turizma percipiraju studenti, bilo kao sudionici, bilo kao promatrači. Unutar religijskog turizma studenti-turisti čine zaseban segment na turističkom tržištu zbog svoje fleksibilnosti i mobilnosti, a za religijski turizam su važni ako im je primarni motiv putovanja vjera i/ili religijska potreba kao dio jedinstvenog i osobnog putničkog iskustva.

Danas je, usprkos procesu sekularizacije, religija u modernom globalnom društvu značajan čimbenik i izraženo je prisutna u svim segmentima modernih društava, pa se sve više govori o procesu desekularizacije.¹⁶ Iz navedenoga proizlazi da će splitski studenti, kao dio mlade generacije, pokazati interes za religijskim turizmom kao dijelom religioznog ponašanja.

Stoga je tema istraživanja utvrditi kako splitski studenti percipiraju religijski turizam kao zaseban socio-kulturni fenomen i koliko u njemu sudjeluju.

Rad želi doprinijeti razumijevanju religijskog turizma u određeno vrijeme i u određenom mjestu, među točno određenom populacijom stvarnih ili potencijalnih konzumenata. Gledajući istraživački problem s teorijskog aspekta, predmet istraživanja u okviru je funkcionalističke perspektive religije i njezinog utjecaja na društvo i život mladih.

2.2. Ciljevi i hipotetski okvir istraživanja

U istraživačkom dijelu rada prikazat ćemo glavne socio-demografske pokazatelje, značenje religije u životu studenata, prihvaćanje nauka vjere kojoj pripadaju, te religijsku praksu.

Temeljni cilj istraživanja je uvid na koji način studenti Splitskoga sveučilišta percipiraju religijski turizam kao poseban socio-kulturni fenomen i sudjeluju li u religijskom turizmu kao segmentu opće turističke ponude.

Glavna hipoteza rada je pretpostavka da su studenti u prosjeku dobro upoznati s pojmom religijski turizam.

Posebna (radna) hipoteza je sljedeća: pretpostavljamo da će na odnos studenata prema fenomenu religijskog turizma utjecati spol, stav o vjeri, važnost vjere u životu i dva oblika vjerske prakse (odlazak na vjersku službu i osobna molitva).

¹⁶ P. L. BERGER, *The Desecularization of the World*, Washington D. C., Ethics and Public Policy Center, 1999, 1-18; G. DAVIE, *Religija u suvremenoj Europi*, Zagreb, Golden marketing i Tehnička knjiga, 2005, 23-24; G. DAVIE, *The Sociology of Religion*, London, SAGE Publications, 2007, 46-66.

2.3. Određivanje i formiranje uzorka

Ispitanici u istraživanju su studenti Sveučilišta u Splitu. Uzorak od 300 ispitanika je slučajno odabran, odnosno bez obzira na dob, spol, studij, razinu i godinu studija.¹⁷ Uzorak je načinjen tako da je svaki fakultet dao stanvit broj ispitanika na temelju slučajnog izbora u ukupnoj populaciji studenata Splitskoga sveučilišta. Zastupljenost prema pojedinim fakultetima u uzorku je sljedeća:

Tablica 1. *Udio ispitanika prema fakultetu kojeg pohađaju*

Fakultet	Broj ispitanika (N)	Postotak (%)
1. Ekonomski fakultet	71	23,7
2. FESB*	17	5,7
3. Filozofski fakultet	40	13,3
4. Građevinsko-arhitektonski fakultet	19	6,3
5. Katolički bogoslovni fakultet	9	3,0
6. Kemijsko-tehnološki fakultet	12	4,0
7. Medicinski fakultet	14	4,7
8. PMF**	38	12,7
9. Pomorski fakultet	22	7,3
10. Pravni fakultet	57	19,0
11. Umjetnička akademija	1	0,3
UKUPNO:	300	100,0%

* Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje

** Prirodoslovno matematički fakultet

Najviše je ispitanika s Ekonomskog i Pravnog fakulteta, slijede studenti s Filozofskog fakulteta i PMF-a, dok su u uzorku najmanje zastupljeni oni s Katoličkoga bogoslovnog fakulteta i Umjetničke akademije. U uzorku je bilo 49,3% ispitanika koji su pohađali diplomski studij, 35% preddiplomski sveučilišni, a 15,7% preddiplomski stručni studij (ovi podaci se odnose na broj studenata na preddiplomskim i diplomskim studijima u akademskoj godini 2009/2010).

Budući da su ispitanici u istraživanju studenti, njihovu obrazovnu strukturu smo analizirali na jedini mogući način, odnosno prema vrsti, razini i godini studija koji su upisali, ali još nisu završili. Od ukupnog broja ispitanika 148 ili svaki drugi studira na diplomskom studiju, na preddiplomskom sveučilišnom ih je 105 ili 35% (otprilike svaki treći), a 47 ili 15,7% su na preddiplomskim stručnom studiju.

Neovisno o razini studija, najveći udio ispitanika je na drugoj godini studija (47,3%), dok ih je najmanje na petoj godini (1,7%).

¹⁷ U istraživanju smo odabrali probabilistički uzorak. Probabilistički uzorak je onaj u kojemu svaka jedinica promatranja u populaciji ima jednaku vjerojatnost izbora u uzorak koja je različita od 0 (nula).

2.4. Vremenski i prostorni okvir istraživanja

Prve faze istraživanja su se odvijale u drugom semestru akademske godine 2009./2010. na 11 fakulteta Sveučilišta u Splitu. Metoda ankete odabrana je zbog jednostavnosti i mogućnosti da se u kratkom vremenu ispita mišljenje relativno velikog broja ispitanika. Razdoblje anketiranja obuhvatilo je vrijeme od 20. srpnja do 20. kolovoza 2010. godine, a prostorni okvir istraživanja bilo je Sveučilište u Splitu, odnosno 11 fakulteta-sastavnica (vidi tablicu 1).

Anketni upitnik je obuhvaćao pitanja zatvorenog i otvorenog tipa s više ponuđenih odgovora: zatvorenih pitanja bilo je 46, a otvorenih 10.

3. Empirijski aspekti istraživanja

3.1. Sociodemografske karakteristike ispitanika

Ispitanici u istraživanju su prilično ravnomjerno zastupljeni prema spolu s obzirom da je riječ o probabilističkom uzorku. Kazali smo da je istraživanje obuhvatilo 300 ispitanika, od čega je 163 ili 54,3% ženskog spola, a 147 ili 45,7% muškog spola.

Dobna granica ispitanika kretala se između 19 i 35 godina starosti, a prosječna dob anketiranih je 22,4 godine.

Najveći udio ispitanika čine studenti rođeni u velikome gradu (49,7% ili svaki drugi). U manjem gradu (»gradiću«, kako je navedeno u upitniku) rođen je svaki treći (35,3%), na otoku 7,7%, a najmanje ih je rođeno na selu (7,3%). Dakle, riječ je o populaciji urbanoga porijekla, od kojih su gotovo svi nastavili živjeti u urbanim sredinama.

Kao mjesto stalnoga boravka najčešće se pojavljuje grad Split, u kojemu stalno boravi 53,6% ispitanika. S puno manjim udjelom slijede Sinj (5,0%), Trogir (3,0%), Imotski (3,0%), te Šibenik, Makarska i Ploče s 2,7%.¹⁸ Možemo zaključiti da mjesto boravka ukazuje na malu prostornu raspršenost, jer su – uz Split – najčešća mjesta boravka naselja u njegovoj okolici, koja gravitiraju Splitu kao gospodarskom, političkom, kulturnom i obrazovnom središtu. Budući da su ispitanici studenti, očekivano je da natpolovična većina živi s roditeljima (svaki drugi ili 52%). Preostali udio najviše čine podstanari (17,7%), a slijede oni koji stanuju kod rodbine (svaki deseti ili 9,7%). Ako izuzmemo ispitanike koji su kao mjesto stanovanja zaokružili »nešto drugo« (2,7%) najmanje anketiranih studenata stanuje u studentskom domu (7,3%).

Što se tiče zaposlenja studenata najviše je onih koji ne rade tijekom studija (više od polovice ili 54,7%). Ipak, značajan broj radi povremeno i time olakšava-

¹⁸ Ostala mjesta spominju se u postocima 2% i manje, pa ih stoga nismo poimence navodili.

ju svoju financijsku situaciju (39,7%), dok ih je u stalnom radnom odnosu svega 3,7%. Mjesečni prihodi studenata su sljedeći: najviše ih raspolaže sa svotom između 1.501 kn i 3.000 kn (svaki peti ili 21,7%), a u gotovo istom broju slijede primanja do 1.500 kn (20,7%). Ovdje je važno primijetiti da gotovo polovica studenata (48,3%) nije dala odgovor na ovo pitanje, pa pretpostavljamo da je riječ o onima koje isključivo financiraju roditelji.

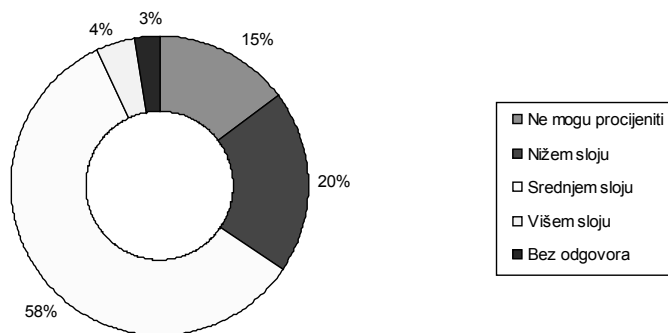
Mjesečni prihodi domaćinstava iz koji dolaze ispitanici su sljedeći:

Tablica 2. Mjesečni prihodi domaćinstava

Mjesečni prihod	Broj ispitanika (N)	Postotak (%)
1. 1.501-3.000	2	0,7
2. 3.001-5.000	54	18,0
3. 5.001-10.000	143	47,7
4. 10.001-15.000	61	20,3
5. 15.001 i više	28	9,3
6. Bez odgovora	12	4,0
UKUPNO	300	100,0

Domaćinstva iz koji dolaze studenti (a većina ih živi s roditeljima, dakle unutar domaćinstva) u većini imaju prosječne mjesečne prihode od 5.001 do 10.000 kn (svako drugo domaćinstvo ili 47,7%), a slijedi svako peto domaćinstvo (20,3%) koje ima nešto veće prihode (vidi tablicu 2).

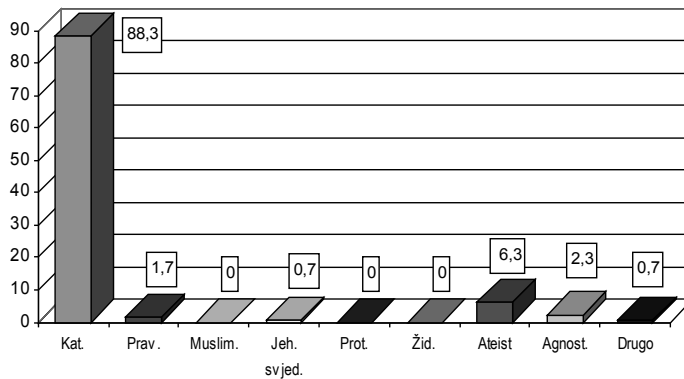
Sljedeće pitanje odnosilo se na samoprocjenu ispitanika kojem društvenom sloju pripadaju. Odgovori su sljedeći:



Grafikon 1. Pokušajte odrediti kojem sloju pripadate Vi i Vaša obitelj:

Gotovo 60% ispitanika sebe smješta u srednji sloj (što je u skladu s rezultatima koji se odnose na prosječna mjesečna primanja domaćinstava), petina procjenjuje da pripada nižem sloju, a 15% je odgovorilo da ne može procijeniti pripadnost jednom od društvenih slojeva.

U socio-demografske karakteristika uvrstili smo vjersku pripadnost odnosno vjeroispovijest studenata, kao vrlo važan pokazatelj za naše istraživanje.



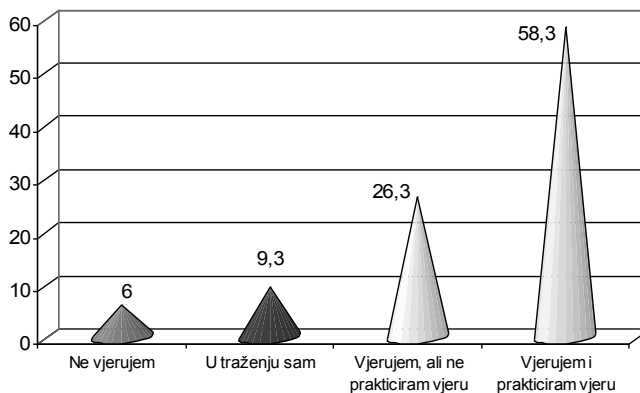
Grafikon 2. *Koje si vjeroispovijesti?* (u postotcima)

U najvećem broju studenti Splitskog sveučilišta pripadaju katoličkoj vjeroispovijedi (gotovo 90%, vidi grafikon 2), a slijede ateisti i agnostici. Samo je pravoslavnih više od 1,0%, a zabilježena su i dva pripadnika Jehovinih svjedoka. Kada zbrojimo ateiste i agnostike, te one koji su zaokružili alternativu »nešto drugo«, proizlazi da gotovo svaki deseti student (9,3%) ne vjeruje ili ne pripada niti jednoj »službenoj« vjeroispovijedi.

3.2. Uloga i značenje religije u životu ispitanika

U podacima iz prethodnoga poglavlja vidjeli smo da od ukupnog broja ispitanika veliku većinu čine katolici i da slijede studenti koji ne vjeruju (ateisti i agnostici).

U sljedećem grafikonu prikazat ćemo njihov stav prema vjeri:



Grafikon 3. *Kakav je tvoj stav prema vjeri?* (u postotcima)

Prvo što se uočava iz podataka u grafikonima 2 i 3 jest činjenica postojanja značajne razlike između deklariranih vjernika i vjernika-praktikanata. S jedne strane, deklariranih vjernika je 90,7% (bez obzira na konfesiju), a onih koji prakticiraju vjeru je znatno manje (58,3%). To ukazuje na eroziju deklarativne naspram stvarne religioznosti, gdje razlika između pripadnika prve (deklarativne) i druge (vjeruje i prakticira) skupine iznosi znakovitih 32,4%. Nadalje, podaci pokazuju da gotovo svaki treći deklarirani vjernik ili ne prakticira vjeru (26,3%) ili je »u traženju« (9,3%), a brojke će biti zornije ako ih prikazemo tablično:

Tablica 3. *Vjeroispovijest i stav o vjeri*¹⁹

Vjeroispovijed	Stav o vjeri			
	Ne vjerujem (1)	U traženju sam (2)	Vjeruje, ali ne prakticiram vjeru (3)	Vjerujem i prakticiram vjeru (4)
1. Katolička	-	7,9%	28,3%	68,3%
2. Ateist	73,7%	15,8%	10,5%	-
3. Agnostik	57,1%	28,6%	14,3%	-

N=291

Treba istaknuti da među ateistima (dakle onima za koje se pretpostavlja da osporavaju Boga i postojanje bilo kakvih natprirodnih, čovjeku nadređenih sila, koje se ne mogu racionalno dokazati)²⁰ ima onih koji nisu ravnodušni po pitanju vjere i izjašnjavaju se da su »u traženju«. Ista je činjenica još izraženija kod agnostika (prema definiciji, agnostici smatraju kako je nemoguće spoznati metafizičke istine i opstojnost nadosjetne stvarnosti, pa tako i opstojnost Boga),²¹ gdje ih je čak 29% u traženju, a više od 14% kaže da vjeruje.²²

Zanimljiva je skupina deklariranih katolika. Iako većina prakticira vjeru (njih gotovo 70%), među njima je značajan udio onih koji ne prakticiraju vjeru (više nego svaki četvrti), a gotovo svaki deseti izjavljuje da je glede vjere u »traženju« (vidjeti podatke u tablici 3).

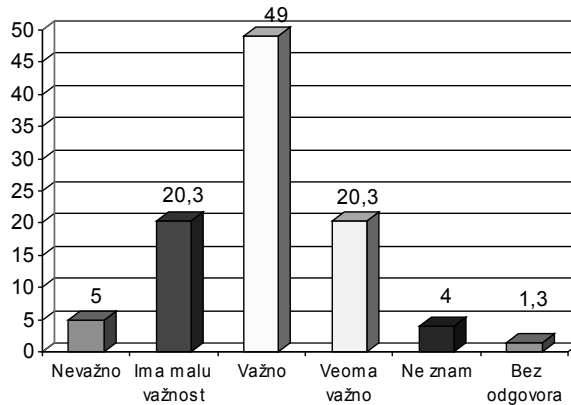
U sljedećem grafikonu prikazat ćemo kakvo je mjesto vjere u životu studenata Splitskog sveučilišta:

¹⁹ U tablici 3 izdvojeni su podaci relevantni za ovaj dio istraživanja, odnosno oni koji se odnose samo na katolike, ateiste i agnostike.

²⁰ Opširnije o tome vidjeti u: Ateizam, u: *Sociološki leksikon*, Beograd, Savremena administracija, 1982, 16.

²¹ Agnosticizam, u: A. MIŠIĆ, *Rječnik filozofskih pojmova*, Split, Verbum, 2000, 17.

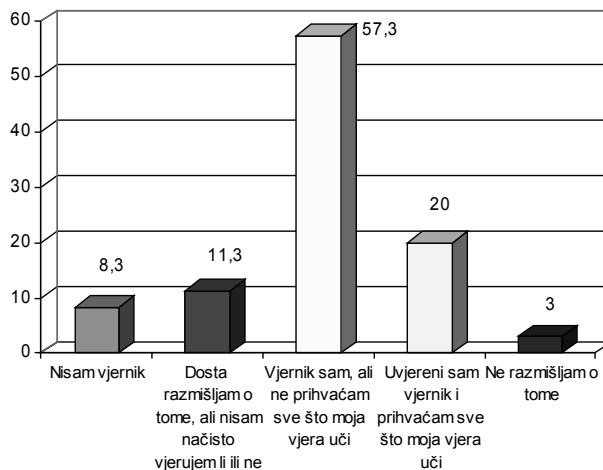
²² Ovdje nije bitno u što agnostici među studentima vjeruju (to može biti bilo što što se nudi na vjerskom odnosno religijskom tržištu), nego je važna sama činjenica da vjeruju, odnosno da su otvoreni prema transcendentnom segmentu života.



Grafikon 4. *Kakvo je mjesto vjere u tvome životu?* (u postotcima)

Vjera je važna za svakog drugog studenta i studenticu, a veoma je važna za svakog petog. Kada zbrojimo ove postotke, vidi se da vjera ima važno mjesto u životu čak 70% ispitanika. Ovi se podaci gotovo u potpunosti poklapaju s brojem ispitanika koji su izjavili da vjeruju i da prakticiraju vjeru (68,3%, vidi tablicu 3). Zanimljivo je da samo 5% mladih smatra da im je vjera nevažna, što je manje od broja ateista i agnostika, kojih je ukupno 8,6%. Dakle, barem dio »nevjernika« nije potpuno ravnodušan prema vjeri, pa – ako ništa drugo – razmišljaju o tom bitnom aspektu čovjekove egzistencije.

Sljedeće pitanje odnosi se na prihvaćanje vjerskog nauka dotične religije. Rezultati su sljedeći:

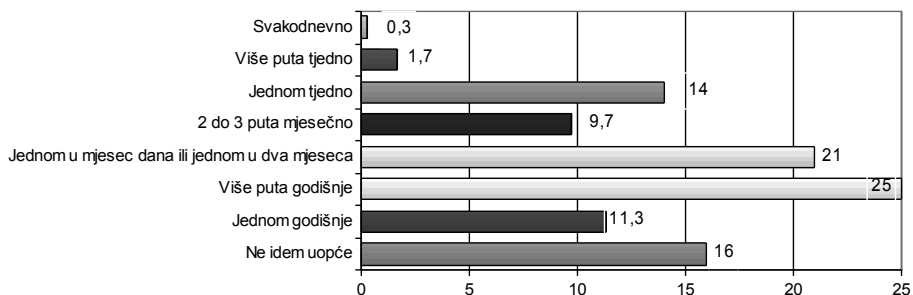


Grafikon 5. *Koliko prihvaćaš ono što tvoja vjera naučava?* (u postotcima)

Ovi podaci su iznenađujući: gotovo 60% studenata sebe smatra vjernicima, ali ne prihvaćaju u cijelosti nauk vjere kojoj pripadaju. Ovaj podatak provjerit

ćemo među katolicima, koji su najbrojniji u uzorku. Dakle, 63,8% splitskih studenata-katolika vjeruje, ali ne prihvaća u cjelini nauk katoličke vjere, a s druge strane tek svaki peti student-katolik (21,1%) vjeruje i prihvaća sve što naučava katolička vjera. Ova razlika je velika i ukazuje da zrele mlade osobe teško prihvaćaju temeljni nauk i istine svoje vjere, što bi trebalo detaljnije istražiti.

Sljedeća dva pitanja odnose se na dva važna oblika religioznosti: jedan »vanjski« (učestalost odlazaka na misu/vjersku službu), a drugi »unutarnji« (učestalost molitve izvan crkve/institucije).²³



Grafikon 6. Učestalost odlazaka na svetu misu/vjersku službu (u postotcima)

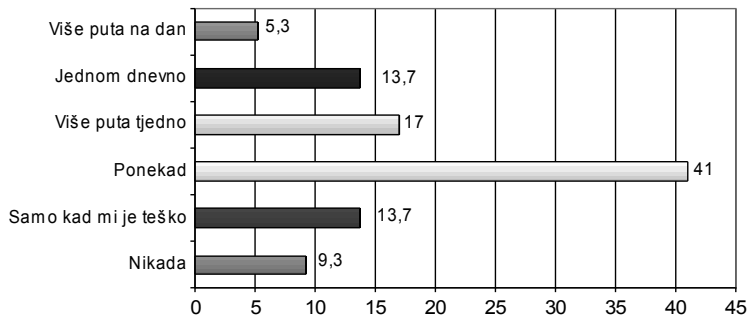
Iz grafikona 6 vidljivo je da su podaci o institucionalnoj religioznosti (odlasci na vjersku službu) iznimno raspršeni, odnosno neravnomjerno raspoređeni. Ponovno ćemo se osvrnuti samo na katolički, najbrojniji dio uzorka, gdje su podaci sljedeći: samo 15,8% studenata poštuje naputak Katoličke crkve prema kojem na misu treba ići barem jednom tjedno i to nedjeljom. Najviše katolika na misu ide više puta godišnje (nešto više nego svaki četvrti student ili 28,3%), a za njima slijede oni koji to čine jednom na mjesec ili dva (svaki peti student ili 21,9%). Čak ih desetina na misu ne ide nikada, a isti broj to čini jednom godišnje (vjerojatno za veliki religijski blagdan kao što su Božić ili Uskrs). Dakle, ako zbrojimo dva posljednja postotka, onda je više od 20% splitskih studenata katoličke vjeroispovijedi u institucionalnom smislu jako udaljeno od svoje Crkve.

Ako je, prema ovim pokazateljima, institucionalna vjera mladih u krizi, zanimljivo je vidjeti koliko je proširena privatna religioznost ili molitva izvan crkve/vjerske zajednice:

Ako usporedimo podatke o institucionalnoj i privatnoj (izvan-institucionalnoj) religioznosti (vidi grafikone 6 i 7), onda uočavamo da je ova posljednja, izražena kroz osobnu molitvu, češća od prve koja se odnosi na učestalost odlazaka na vjersku službu. Naime, često moli više od trećine splitskih studenata (zbroj triju skupina molitelja je veći od trećine i iznosi 36%) dok na vjersku službu često odlazi dvostruko manje njih ili 16%.²⁴

²³ U literaturi se ta dva oblika religioznosti često nazivaju »ekstrinzični« i »intrinzični«.

²⁴ Kao česte molitelje odredili smo one koji mole više puta tjedno, jednom dnevno i više puta na

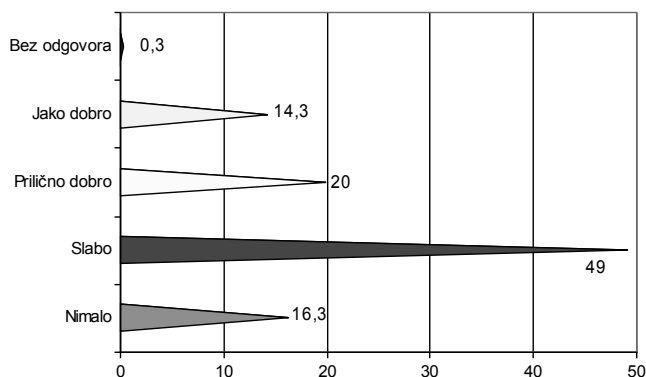


Grafikon 7. *Učestalost molitve izvan crkve/vjerske zajednice (u postocima)*

Kada bismo uzeli u obzir samo institucionalnu religioznost, onda bi nas to navelo na zaključak da su studenti jako odvojeni od svojih religijskih zajednica, posebno od Katoličke crkve. Međutim, podaci o osobnoj molitvi pokazuju da je religioznost studenata prisutnija unutar njihova »četiri zida« nego u javnom crkvenom prostoru.

3.3. *Stavovi studenata o ključnim aspektima religijskog turizma (upoznatost, razvijenost i prisutnost religijskog turizma u Hrvatskoj, te osobno sudjelovanje u religijskom turizmu)*

Prvo pitanje u okviru zadnjeg segmenta istraživanja odnosi se na upoznatost studenata Splitskog sveučilišta sa pojmom religijskog turizma, odnosno znaju li uopće za taj segment suvremene turističke ponude.



Grafikon 8. *Koliko si upoznat s pojmom religijskog turizma? (u postocima)*

dan, a kao česte pohadatelje religijskih službi uzeli smo mlade koji to čine jednom tjedno, više puta tjedno ili svakodnevno (vidi grafikone 6 i 7).

Većina ispitanih slabo je ili nimalo upoznata s pojmom religijski turizam (zbrojeno, takvih je čak 65,3%). Pojam je prilično dobro ili jako dobro poznat svakom trećem studentu, odnosno studentici (zbrojeno, takvih je odgovora 34,3%).

Poznavanje pojma religijski turizam provjerili smo s obzirom na spol, vrstu studija, stav o vjeri i važnost vjere u životu studenata. Rezultati povezivanja podataka na ovom pitanju pokazali su da nema značajnih statističkih razlika među ispitanicima prema spolu i stavu o vjeri, dok razlike postoje s obzirom na vrstu studija i važnosti vjere u osobnom životu. U sljedećoj tablici prikazat ćemo rezultate s obzirom na fakultet kojega ispitanici pohađaju:

Tablica 4. *Vrsta fakulteta i poznavanje pojma religijski turizam*

Fakultet	Upoznatost s pojmom religijski turizam			
	Nimalo	Slabo	Prilično dobro	Jako dobro
1. Ekonomski fakultet	1,4%	26,8%	39,4%	32,4%
2. FESB*	35,3%	64,7%	-	-
3. Filozofski fakultet	2,5%	55%	25%	17,5%
4. Građevinsko-arhitektonski fak.	-	78,9%	15,8%	-
5. Katolički bogoslovni fakultet	-	-	33,3%	66,7%
6. Kemijsko-tehnološki fakultet	66,7%	33,3%	-	-
7. Medicinski fakultet	14,3%	71,4%	14,3%	-
8. PMF**	28,9%	68,4%	2,6%	-
9. Pomorski fakultet	4,5%	90,9%	4,5%	-
10. Pravni fakultet	33,3%	33,3%	21,1%	12,3%

*FESB: Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje

**PMF: Prirodoslovno-matematički fakultet

$\lambda^2 = 0,000$; $df = 185,316$

Kao što smo mogli pretpostaviti, bolje su s pojmom religijskog turizma upoznati studenti fakulteta društvenih i humanističkih usmjerenja, gdje prednjače oni s Katoličkoga bogoslovnog fakulteta (gdje su svi dobro upoznati s tim pojmom) te studenti Ekonomskoga fakulteta, koji su u visokom postotku (71,8%) upoznati s religijskim turizmom kao pojmom. Slijede studenti Filozofskoga fakulteta (vidi tablicu 4).

S druge strane, najmanje su s pojmom religijski turizam upoznati studenti Kemijsko-tehnološkoga fakulteta: svi anketirani s toga fakulteta ili su nimalo ili slabo upoznati s istraživanim pojmom. Slabo poznavanje religijskog turizma pokazuju i studenti Pomorskog fakulteta, a za njima slijede oni s Građevinsko-arhitektonskoga fakulteta, Medicinskoga fakulteta, PMF-a, te FESB-a (vidi tablicu 4). Osim što je na upoznatost s religijskim turizmom utjecala vrsta studija, na sličan je način utjecala varijabla važnosti vjere u životu, što se vidi iz sljedeće tablice:

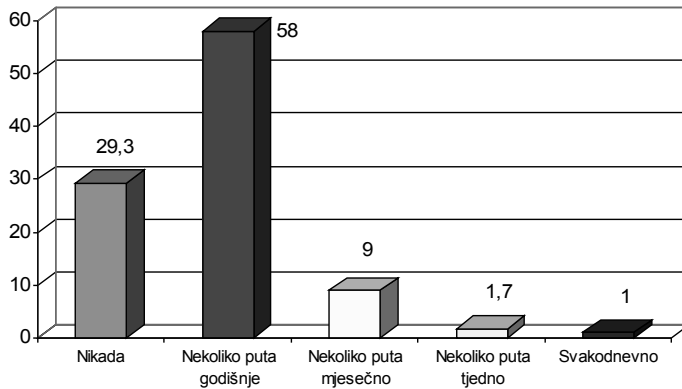
Tablica 5. *Važnost vjere u životu i poznavanje pojma religijski turizam*

Važnost vjere u životu	Upoznatost s pojmom religijski turizam			
	Nimalo	Slabo	Prilično dobro	Jako dobro
1. Nevažno	46,7%	46,7%	6,7/	-
2. Ima malu važnost	14,8%	70,5%	9,8%	4,9%
3. Važno	12,9%	46,9%	23,8%	16,3%
4. Veoma važno	14,8%	34,4%	26,2%	23,0%
5. Ne znam, ne razmišljam o tome	25%	58,3%	8,3%	8,3%

$\lambda^2 = 0,001$; $df = 45,350$

Upoznatost s pojmom religijskog turizma proporcionalno se povećava kako je veća važnost vjere u životu ispitanika, pa su tako s tim pojmom najbolje upoznati studenti kojima je vjera u životu veoma važna ili važna. S druge strane, oni kojima je vjera u svakodnevici nevažna ili ima malu važnost iskazuju najveće nepoznavanje pojma religijski turizam (vidi podatke u tablici 5).

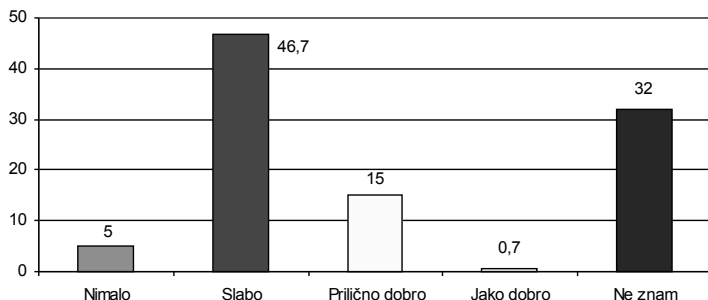
U sljedećem pitanju ispitanici su dali svoje mišljenje o tome koliko su zamijetili sadržaja posvećenih religijskom turizmu u svim vrstama hrvatskih medija, osim interneta. Rezultati su sljedeći:



Grafikon 9. *Prema tvojim zapažanjima, koliko se često pojam religijski turizam pojavljuje u medijima (televizija, radio, tisak...) (u postotcima)*

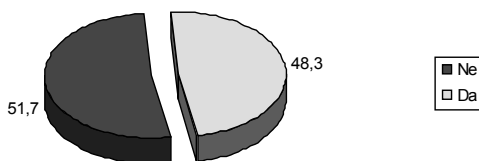
Više od polovice studenata u uzorku izjavilo je da se sadržaji posvećeni religijskom turizmu u medijima javljaju rijetko, odnosno nekoliko puta godišnje, a značajan udio ove sadržaje uopće ne primjećuje na televiziji, radiju ili u tisku (vidi grafikon 9). Dakle, gotovo 90% odgovora ovakvog »negativnog« smjera jasno ukazuje da su religijski turizam i njegova promocija slabo ili nikako zamijećeni među mladima Splitskog sveučilišta. To može biti koristan pokazatelj svima onima koji su uključeni u promidžbu i popularizaciju istraživane vrste turizma, neovisno o tome je li riječ o komercijalnim, kulturološkim, edukativnim ili religijskim razlozima.

Sljedeće pitanje odnosi se na procjenu razvijenosti religijskog turizma u Hrvatskoj, koja je inače značajno i prepoznato turističko odredište u europskim, a sve više i svjetskim, razmjerima glede prosječne turističke ponude (more, sunce, prirodne ljepote, dobra hrana i vino, zdravlje, rekreacija...).



Grafikon 10. *Koliko je, prema tvome mišljenju, u Hrvatskoj razvijen religijski turizam?* (u postotcima)

Kao što većina studenata smatra da se pojam religijskog turizma rijetko pojavljuje u medijima, sličnoga su smjera odgovori na pitanje o razvijenosti ovog posebnog segmenta hrvatske turističke ponude. Drugim riječima, studenti u većini smatraju da je religijski turizam kod nas slabo razvijen (ako zbrojimo odgovore »slabo« i »nimalo« onda to mišljenje ima većina ispitanika, odnosno više nego svaki drugi anketirani (51,7%). S druge strane, u velikoj su manjini oni koji smatraju da je razvijenost religijskog turizma dobra (15,7%). Zanimljivo je da svaki treći ispitanik (32%) na ovo pitanje odgovara »ne znam«, što znači da ili nisu upoznati s problemom ili za njega nemaju interesa.



Grafikon 11. *Jeste li Vi osobno sudjelovali u religijskom turizmu?* (u postotcima)

Što se tiče sudjelovanja u religijskom turizmu anketiranih studenata, rezultati su prikazani u gornjem grafikonu. Iz njega se vidi jasna podjela u dvije skupine u kojima je gotovo podjednak broj onih koji jesu i onih koji nisu sudjelovali u vjerskom turizmu. Ovo pitanje detaljnije smo provjerili uzimajući u obzir sljedeće varijable: spol, vrsta studija, stav o vjeri, važnost vjere u životu i učestalost osobne molitve. Pokazalo se da su sve ove varijable (osim varijable spola) imale utjecaj na sudjelovanje u vjerskom turizmu.

Tablica 6. *Vrsta fakulteta i osobni posjet nekom odredištu religijskog turizma*

Fakultet	Jesi li posjetio neko odredište religijskog turizma?		
	Ne i ne namjeravam posjetiti	Ne, ali bih želio posjetiti	Jesam
1. Ekonomski fakultet	12,7%	12,7%	74,6%
2. FESB*	17,6%	35,3%	41,7%
3. Filozofski fakultet	40%	15%	45%
4. Građevinsko-arhitektonski fak.	5,3%	21,1%	73,7%
5. Katolički bogoslovni fakultet	-	11,1%	88,9%
6. Kemijsko-tehnološki fakultet	25%	50%	25%
7. Medicinski fakultet	-	28,6%	64,3%
8. PMF**	10,5%	44,7%	44,7%
9. Pomorski fakultet	-	36,4%	63,6%
10. Pravni fakultet	3,6%	20%	74,5%

*FESB: Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje

**PMF: Prirodoslovno-matematički fakultet

$\lambda^2 = 0,000$; $df = 77,549$

Najbrojniji su posjetitelji odredišta u okviru religijskog turizma, kao što se moglo očekivati, studenti Katoličkog bogoslovnog fakulteta, a za njima slijede kolege s Ekonomskog, Pravnog i Građevinsko-arhitektonskoga fakulteta. Među onima koji još nisu posjetili takve destinacije, a željeli bi, najbrojniji su studenti Medicinskog i Pomorskog fakulteta, te FESB-a. Najmanji interes za lokalitete religijskog turizma pokazali su studenti Filozofskog fakulteta i to znatno više od prosjeka (vidi tablicu 6).

Što se tiče posjeta mjestima vjerskog turizma i stavova o vjeri, rezultati su također predvidljivi: među svim posjetiteljima religijskih odredišta najbrojniji su oni koji vjeruju i prakticiraju vjeru (75,7%), a među njima je značajan broj studenata koji spomenuta mjesta nisu posjetili, ali to žele učiniti (svaki četvrti ili 23,7%). Studenti koji ne vjeruju uopće ne pokazuju interes za vjerske destinacije jer ih je 95% izjavilo da nisu posjetili neko vjersko odredište niti to planiraju u budućnosti. Između dvije najudaljenije skupine (»nevjernici« i »vjernici-praktikanti«) su vjernici »ne-praktikanti« i »tražitelji«, među kojima postoje razlike: svaki drugi ispitanik (57%) koji vjeruje, a ne prakticira vjeru posjetio je vjerska turistička odredišta, za razliku od »tražitelja« kojih je trećina posjetila neko turistički relevantno religijsko mjesto (35,7%).²⁵

Slični su rezultati koji govore o odnosu važnosti vjere u životu i posjetima destinacijama religijskog turizma. Rezultati su sljedeći:

²⁵ Kod križanja varijabli »stav o vjeri« i »posjet vjerskom odredištu« zabilježen je $\lambda^2 = 0,000$; $df = 156,081$.

Tablica 7. *Mjesto vjere u životu i osobni posjet nekom odredištu vjerskog turizma*

Mjesto vjere u životu	Jesi li posjetio neko odredište t religijskog turizma?		
	Ne i ne namjeravam posjetiti	Ne, ali bih želio posjetiti	Jesam
1. Nevažno	80%	13,3%	-
2. Ima malu važnost	27,9%	37,7%	32,8%
3. Važno	4,8%	22,4%	72,8%
4. Veoma važno		20,3%	79,7%

$$\lambda^2 = 0,000; df = 124,168$$

Napomena: u tablici 7 izostavili smo ispitanike koji su odgovorili »ne znam«, te one koji nisu dali odgovor na ovo pitanje. Stoga ukupan broj odgovora (zbroj) u nekim retcima tablice nije 100%.

Podaci iz tablice po smjeru i distribuciji bliski su onima u prethodnom ulomku koji se odnose na stav prema vjeri i posjet religijskim odredištima. Dakle, mladi bliski vjeri (kojima vjera ima »veoma važno« ili »važno mjesto« u životu) u velikom su broju posjetili vjerska odredišta, a oni koji to još nisu učinili žele ih posjetiti. S druge strane, studenti koji ne vjeruju niti su posjetili niti namjeravaju posjetiti vjerske toponime. Od njih su drugačiji mladi za koje vjera ima malu važnost: trećina njih je posjetila vjerska turistička odredišta, a sličan broj nije ih posjetio, ali bi to željeli učiniti (vidi podatke iz tablice 7).

Tablica 8. *Osobna molitva izvan institucije i osobni posjet nekom odredištu religijskog turizma*

Učestalost osobne molitve	Jesi li posjetio neko odredište religijskog turizma?		
	Ne i ne namjeravam posjetiti	Ne, ali bih želio posjetiti	Jesam
1. Nikada	85,7%	10,7%	-
2. Samo kad mi je teško	22%	41,5%	36,6%
3. Ponekad	3,3%	24,4%	71,5%
4. Više puta tjedno	2%	27,5%	70,6%
5. Jednom dnevno	-	17,9%	82,1%
6. Više puta dnevno	-	6,3%	93,8%

$$\lambda^2 = 0,000; df = 183,650$$

Posljednje što ćemo provjeriti u ovome radu je odnos između osobne molitve (ili privatne molitve izvan crkve/vjerske zajednice) i posjeta religijskim odredištima.

Kao u prethodna dva slučaja (mjesto vjere u životu i posjet religijskim odredištima) i ovdje se, samo još više pokazalo da što je studentima vjera važnija u životu i što učestalije obavljaju privatnu molitvu, to su i češći posjetitelji religijskih odredišta. Primjerice, čak 93,8% onih koji mole više puta na dan posjetili su neki religijski turistički lokalitet, a njima su vrlo bliski svakodnevni molitelji

od kojih je također velik broj (82,1%) posjetio vjersko turističko odredište. Svim je suprotno sa studentima koji ne mole nikada: njih čak 85,7% nikada nije bilo u vjerskom turističkom odredištu, a izjavljuju da ih niti ne žele posjetiti.

Zanimljiva je skupina ispitanika koja »moli samo kada im je teško«. Oni su prema distribuciji odgovora slični onima kojima vjera ima malu važnost u životu: 41,5% studenata koji mole samo u životnim teškoćama želi posjetiti vjersko turističko odredište, a više od trećine njih to je već i učinilo (vidi tablicu 8).

Zaključak

Putovanja uvjetovana religijskim motivima od davnina su duboko ukorijenjena među ljudima, počevši od prvih riskantnih putovanja do manje ili više udaljenih lokacija, pa do suvremenog turizma čiji ubrzani razvoj potiču sigurna i brza sredstva transporta, te razvijena infrastruktura za prihvat turista.

U usporedbi s drugim oblicima modernog turizma, religijski turizam je neopravdano isključen iz empirijskih istraživanja kod nas, što je u nesrazmjeru s njegovim značenjem u turističkoj industriji. Na povećano značenje religijskog turizma, uz velik broj religijski motiviranih turista, ukazuje količina marketinških instrumenata i materijala koji se koriste u njegovoj promidžbi (promocije, reklame, oglasi u tisku i sl.).

Mladi ljudi, neopterećeni obiteljskim i radnim obvezama, imaju izraženu želju za putovanjima i upoznavanjem novih ljudi i prostora. Stoga smo za istraživanje izabrali studentsku populaciju u Splitu, smatrajući da i oni, kao i njihovi vršnjaci širom svijeta, dijele istu želju za kretanjem i za novim uzbudljivim iskustvima. Međutim, budući da je tema istraživanja fenomen religijskog turizma, podrazumijeva se da njihovi odgovori neće biti onakvi kakvi bi bili da smo istraživali turizam općenitom.

Iz istraživanja ćemo izdvojiti ključne nalaze i provjeriti glavnu i radnu hipotezu članka:

1. rezultati pokazuju da su studenti u većini slabo upoznati s religijskim turizmom kao posebnim segmentom turističke ponude;
2. na poznavanje pojma religijski turizam nije zabilježen utjecaj varijable spola, ali se pokazalo da utječe vrsta studija, važnost vjere u životu studenata i učestalost osobne molitve. Naime, više su s pojmom religijskog turizma upoznati studenti društvenih i humanističkih studija, studenti-vjernici, zatim oni kojima je vjera u životu važna, te oni koji češće osobno mole;
3. studenti Splitskog sveučilišta smatraju da je medijska promidžba religijskog turizma slaba i zamjećuju da se pojam religijski turizam rijetko ili nikada ne pojavljuje u sredstvima javnog priopćavanja (televizija, radio, dnevni i tjedni tisak). Stoga bi svi koji se na bilo koji način bave

razvojem religijskog turizma ovu činjenicu trebali uzeti u obzir i svoje promidžbene poruke češće plasirati u medije, te pronaći način da za ovaj segment turizma zainteresiraju mlade ljude;

4. mišljenje je ispitanika da je religijski turizam slabo razvijen u Hrvatskoj, a značajan udio studenata uopće nije upoznat sa stupnjem razvijenosti religijskog turizma u Hrvatskoj;
5. što se tiče osobnog sudjelovanja studenata u religijskom turizmu, pokazalo se da je gotovo polovica njih sudjelovala u nekom obliku ovog turističkog segmenta. Na ovu varijablu ponovno nije utjecao spol ispitanika, ali su utjecali vrsta studija (fakulteta), stavovi o vjeri, važnost vjere u životu, te učestalost osobne molitve, gdje su se pokazali slični rezultati kao i kod poznavanja pojma religijski turizam (vidi pojašnjenje u točki 1).

Što se tiče ovjere glavne i radne hipoteze rezultati istraživanja pokazali su sljedeće:

- nije se potvrdila naša glavna hipoteza prema kojoj su studenti Splitskog sveučilišta u prosjeku dobro poznati s pojmom religijski turizam, jer se pokazalo da je upoznatost slabija od očekivane;
- dijelom se potvrdila radna hipoteza u kojoj smo pretpostavili da će na poznavanje fenomena religijskog turizma utjecati spol, vrsta studija, stav o vjeri, važnost vjere u životu, odlazak na vjersku službu i osobna molitva. Gledajući podatke u cjelini, pokazalo se da varijabla spola nije utjecala na poznavanje religijskog turizma, dok su ostale varijable utjecale, pa na temelju njih možemo prikazati tip »dobrog poznavatelja religijskog turizma«: on je polaznik društvenog ili humanističkog studija, uvjereni je vjernik, vjera mu je važna u životu, često odlazi na vjersku službu, te često prakticira osobnu molitvu.

Neven Duvnjak, Renata Relja, Milena Žeravica

*Religious Tourism as a Particular Socio-Cultural Phenomenon
– an Example on Survey Among the Students of the University of Split*

Summary

In this paper we presented the survey results on religious tourism among 300 students of 11 faculties from the University of Split. Main goal was to define in which way student's perceive religious tourism as special socio-cultural phenomenon and to see do they participate in this kind of tourism as a segment of general tourism offer. In the first part of the paper we discuss about development of religious tourism through the history, with the emphasis of its role in the contemporary society and in the context of modern tourism. Here we have defined notions religious tourism and religious tourist and shortly analysed the differences between religious tourism and »non-specialised« tourism, understood in its general sense. In the second part of this paper we presented the survey results which showed that majority of students are little acquainted with religious tourism as particular segment of tourism offer. Results of the survey shows that knowledge of religious tourism is influenced by the sort of study, importance of the faith in students life, and the frequency of personal praying. Students of the University of Split consider that the promotion of religious tourism in Croatia is weak, and observe that notion religious tourism rarely or never appears in mass media. It is general opinion of examinees that this sort of tourism is less-developed in Croatia, and significant part of students is not at all acquainted with it. With regard to personal participation in religious tourism, it turned out that almost half of them participated in some kind of this tourism segment. This variable was influenced by sort of study, attitudes about faith, the importance of faith in the student's life, and the frequency of personal praying, where the results were on the same trend like those concerning the knowledge of religious tourism.

Key words: religious tourism, religious tourist, pilgrimages, students, study, praying, faith, mass media.

(na engl. preveo Ivica Sokol)