

UDK 338.48:24

Stručni rad

Priljeno: 15.04.1993.

Mr. ANA VIZJAK,
Hotelijski fakltet Opatija

VJERSKI TURIZAM KAO NOVI OBLIK TURIZMA

Korijeni vjerskog turizma sežu u daleku prošlost. Ta je pojava vezana za sve narode i sve religije. Kao pozitivan način ekonomskog korištenja te pojave ističemo Italiju. U toj zemlji najbolje je riješeno gospodarsko korištenje te vjerske pojave u turističke svrhe to jest, stvaranje novog oblika turizma pod nazivom vjerski turizam.

Goleme svote novca i mase vjernika prolaze kroz taj oblik turizma.

Kod nas je zanemarivan taj oblik turizma, iako i u Hrvatskoj postoje neka svjetski poznata svetišta i uopće mnoštvo "svetih" mjesta na kojima se vrše vjerski obredi i na taj način zadovoljava jedna od ljudskih kulturnih potreba čovjeka.

Revalorizacija tih mjesta doprinijela bi, uz ostale pozitivnosti u hrvatskom turizmu, novom zamahu razvoja te djelatnosti i konačno do boljitka za sve nas.

Selektivni turizam s individualiziranom ponudom je budućnost u turističkom prometu, a vjerski turizma je jedan od segmenata selektivnog turizma, integralni dio cjeline inače složene turističke djelatnosti. Pametnim pristupom i upotrebom mogućnosti koje se otvaraju mogu se polučiti velike ekonomske koristi.

1. UVOD

Korijeni vjerskog turizma su u potrebama ljudi da zadovolje određene potrebe koji proizlaze iz njihove religijske opredjeljenosti. Stoga se nerijetko u okviru poimanja turizma vjersko i religijsko izjednačuju-uzimaju kao sinonimi. Premda ovo izjednačavanje nije teorijski uzeto, posve korektno, ono nije ni nelogično. Naime, u biti svake religije kao važnog dijela društvene svijesti-pogleda i stavova prema vlastitom biću i odnosu prema drugom biću, društvu i prirodi nalazi se vjerovanje, kao imenitno svojstvo svake religije pa tako i njenih pripadnika-vjernika. Odatle mogućnost da približimo ta dva pojma religija i vjera u vjeru određene religije. (1,348-400/1962)

Polazeći od takvog promišljanja i u okviru njega, u ovom smo se napisu, opredijelili za naziv vjerski turizam. Time smo u stvari htjeli izbjeći vrlo složeni pojam religije, a odatle i pojam religijski turizam. No pri tom nismo mogli izbjeći da se podsjetimo na poimanje samog vjerovanja kao supstancije svake vjere, jer nam ono donekle olakšava shvaćanje pojma religije.

Vjerovanje je samo po sebi mentalni čin pomoću kojeg netko prihvaća da je istinit neki sud-tvrđnja ili mišljenje iako za to nema neposredne osnove u osobnom iskustvu, niti ga može opravdati (dokazati) logičkim izvođenjem iz sudova koji su već utvrđeni, ali postoje kao vjerovanja ljudi, koje se spontano prenosi iz jedne u drugu generaciju. (2,673/1969) Taj čin vjerovanja čini čovjeka ležernijim pa i sretnijim u svojoj prirodnoj i društvenoj sredini. Vjerovanje da je određeni kvalitet vjerničkoj kulturi i kulturi vjerske zajednice po čemu se ona razlikuje od drugih vjerskih zajednica uključivo i način i oblike vanjskog očitovanja i ostvarivanja svojih neposrednih religijskih, odnosno vjerskih potreba.

S pojavom i razvitkom turizma uopće razvijali su se i elementi vjerskog turizma. Od turizma kao privilegije najviših slojeva društva došlo je u drugoj polovici 20. stoljeća do masovnog ili demokratskog turizma koji je zahvatio gotovo sve društvene slojeve, od potreba izuzetnih i znatizeljnih duhova znanstvenika avanturista i sličnih subjekata, turizma postaje duhovna i socijalna potreba sve većeg broja ljudi. Dakako, to je uvjetovano stupnjem ekonomske i opće razvijenosti društva, prometnica, telekomunikacija, informacija

itd. Taj opći razvitak turizma povukao je i omogućio da se u njegovom sklopu i u interaktivnosti s njime razvija i vjerski turizam. On danas zauzima respektabilno mjesto u turizmu uopće kako na nacionalnim tako i međunaornim prostorima turističke razmjene i poprima mnoga obilježja turizma uopće u suvremeno doba.

Navedene činjenice zainteresirale su turističke gospodarske i političke subjekte brojnih zemalja i turističku znanost posebice u razvijenim turističkim zemljama za taj, relativno i uvjetno govoreći, novi oblik turizma.

Upravo u tome smo i mi našli svoj znanstveni praktični interes.

Namjera nam je da, u granicama članka uobičajenog opsega ukažemo na bit (suštinu) vjerskog turizma, na povijesni tijek njegova dosadašnjeg razvitka i na stupanj razvijenosti i očekivanja u budućnosti. I na kraju, da skrenemo pažnju na mjesto i ulogu vjerskog turizma u hrvatskom turizmu, na uvjete, zatijeve i mogućnosti njegova razvoja u sklopu ukupnog razvoja turističkog gospodarstva u Hrvatskoj.

2. ŠTO JE TO VJERSKI TURIZAM

Vjerski turizam je integralni dio suvremenog turizma uopće. Stoga, uz elemente već usvojene definicije turizma i kroz njih, vjerski je turizam moguće definirati kao skup potreba, odnosa i uslužnih aktivnosti kojima se zadovoljavaju duhovne, kulturne i socijalne potrebe vjernika koje proizlaze iz njihova religijskog opredjeljenja, odnosno vjere kojoj pripadaju i to na turistički način.

Prema mišljenju vjerskih teoretičara, vjerski se turizam očituje u humanosti, solidarnosti, prijateljstvu vjernika turista, u susretanju među ljudima pripadnicima različitih nacija, vjera i kultura ali i u upoznavanju prirodnih i svtorenih bogatstava svoje i drugih zemalja. Vjerski turizam, prema tome, čine dvije osnovne komponente: duhovna (spiritualna) i kulturna. Pritom valja naglasiti štovanje prema povijesnim i kulturnim mjestima, prema kulturnoj baštini, a posebice religijskog karaktera, prema institucijama i ljudima koji su to stvarali, prema prirodi i podneblju gdje se to pojavljivalo. Očito je da se u motivaciji subjekata vjerskog turizma ne nalazi toliko znatiželja koliko potreba štovanja, izvjesnog hodočašća odnosnim mjestima i spomenicima koji ulaze u predmet njihovih religijskih interesa.

Međutim, svjesno ili nesvjesno, organizirano ili spontano na to se nastavljaju i druge potrebe koje nisu "čisto" religiozne prirode već spadaju u potrebe koje osjećaju i drugi turisti.(3,82-83)

Proizlazi da su vjerski turizam i ostali oblici turizma u međusobnoj interaktivnosti i da su u svojevrsnom komplementarnom odnosu. Iz toga je logično očekivati da će vjerski turizma biti ujedno poticaj i za razvoj turizma uopće. Isto je tako moguće da će turisti koji nisu bili motivirani vjerskim potrebama pojačati svoju ukupnu težnju za turizmom ukoliko mu se pruže usluge koje će ih zainteresirati a inače su bili ranije izvan njihova interesa. (3,82-83)

Kao i ostali oblici turizma, tako i vjerski turizam svakako, pored duhovne, kulturne, sociopsihološke pa i političke strane, ima poglavito i ekonomsko značenje. Ne potcjenjujući nijedan od tih aspekata turizma, nas ovdje svakako najviše zanima njegov ekonomski aspekt - ekonomska valorizacija vjerskog turizma. Stoga ćemo upravo tome posvetiti posebno poglavlje. No prije toga čini se uputnim da se ukratko zadržimo na povijesti vjerskog turizma.

3. KRATAK PREGLED U POVIJEST VJERSKOG TURIZMA

Pogledom u razvitak religija, odnosno vjera, može se naslutiti da su se izvjesni rudimentalni elementi vjerskog turizma pojavili već s pojavom religija. To je dakako bilo vrlo daleko od vjerskog turizma u današnjem smislu.(7,19-25)

Uostalom, turizam uopće kao iole značajnija društvena pa tako i ekonomska pojava a pogotovo - masovnog karaktera, locira se u ovo stoljeće.

No, ako bi htjeli biti nešto određeniji glede daleke prošlosti mogli bismo ustvrditi izvjesna vjerska turistička gibanja na europskim prostorima stasanjem kršćanstva i širenjem te religije u kvantitativnom smislu.

Tijekom srednjeg vijeka razvio se specifičan način okupljanja vjerničkih masa od jednog do drugog mjesta ili grada u kojima se istaklo neko čudotvorstvo i s vremenom uspostavljeno godišnje štovanje nekog sveca zaštitnika grada ili mjesta u spomen kojeg je podignuta crkva i slično. Uz to su se ubrzano vezali određeni sajmovi na kojima su se prodavali i kupovali razni proizvodi i organizirale zabave i sl.

Dakle, uz vjerske obrede i štovanja sveca zaštitnika, organizira se prehrana, smještaj, a priređuju i zabave. Najprije se to odvijalo u okviru manjih, a zatim i sve većih prostranstava. Potrebe za religijskim obre-

dima često su bile dopunjene potrebom da se bude na sajmu pokraj crkve, pogotovo mladih ljudi željnih i svjetovne zabave.

Istodobno, upravo vjerski obredi i zadovoljavanje vjerskih potreba na određenim mjestima, bila su motiv organiziranja tih sajmova i svjetovnih zabava. To su običaji koji su trajali i traju čak i do naših dana.(4.)

U crkvenim spisima naći ćemo zapisano da je 1368. godine u samostanu Svetog Jakova u Parizu boravilo 6690 hodočasnika koji su slavili dan toga sveca.(3,82)

Ne raspoložemo sa detaljnim podacima, ali je kroz raznu literaturu od kronika do viših književnih vrsta i povijesnih djela, posve evidentno da su se s vremenom konstituirala i velika svetišta s obilježjem mirakularnih mjesta velikih hodočašća. Tako je to za kršćane bio na primjer Rim, Santiago, Lourdes, u Hrvatskoj Bistrica, Trsat itd., sve do najnovijeg takvog mjesta u Hercegovini Međugorje. Za Muslimane je poznata po tome Meka i Medina, za Budiste i Hinduse postoje na stotine takvih svetišta.

"Sveta mjesta" imaju u religiji, osim onog što je već rečeno, i druga značenja i to različita od jedne do druge religije. U širem smislu to su mjesta koja vjernike podsjećaju na to da je u njima živio i poučavao svoje sljedbenike neki za odnosnu religiju veliki čovjek božanskih osobina, na primjer, za kršćane Isus u Jeruzalemu i drugdje, za Muslimane to je mjesto odakle je Muhamed otišao u nebo ili za Budiste mjesto u kojemu je meditirao Buda. To su mjesta gdje je pokopan neki božanski predak. Vjernici su vjerovali da dolaskom u ta mjest i dodirom nekog predmeta, kamena, vode, stabla dobivaju posebnu snagu, da mu se ostvaruju želje od ozdravljenja bolesnih, do sreće u životu uopće.

Za pojedine religije - vjere ta mjesta nisu imala isto značenje. Na primjer, Jeruzalem - to je mjesto (grad) u koji hodočaste pripadnici triju religija: kršćanstvo, islam i vjernici židovske vjere. Pritome svaki od pripadnika tih religija (vjera) drugačije doživljava susret sa "svetim mjestom". Za Židove Jeruzalem je grad u kojem se nalazi njihov božji hram u koju je jedino moguće prinositi bogu žrtve. Tu je i zid plača koji simbolizira neispunjene čežnje toga naroda jer se na mjestu toga hrama nalazi danas islamsko svetište. Za kršćane je manje važan "ovozemaljski" Jeruzalem, već nebeski. U tome smislu za kršćane nema materijaliziranih ostataka, čak je i Isusov grob prazan, ali to mjesto stalno podsjeća na vrijeme kad je živio i po zemlji hodao "sin božji" spasitelj roda ljudskoga. (5,24)

Promišljajući dalje o religiji te o nastanku i razvitku vjerskog turizma na europskim prostirima kao i obalama Mediterana, a posebice u srednjem vijeku, valja imati na umu jednu od vrlo važnih povijesnih činjenica. Mislimo prvenstveno na kršćansku religiju ali jednako tako može se govoriti i o drugim vodećim religijama u svijetu. Poznato je naime da su se znanost, umjetnost, književnost, obrazovanje i pismenost uopće rađale i razvijale dugo vrijeme upravo u krilu ili potporom kršćanske i drugih religija. Odatle je religijska baština i drugi oblici kulture na ovim prostorima iz tog vremena jedna od najbogatijih - gotovo impresivnih. Dovoljno je podsjetiti na grandiozne katedrale, galerije slika, kipove, na svete knjige i drugo. (7,49-54)

Zato nije slučajno da je vjerski turizam čvrsto povezan s razgledavanjem, između ostalog, upravo i dostignuća toga vremena koje se tako zorno dodiruje i prelaze u "Novi vijek" s novim dostignućima posebice svjetovne naravi. Religija je očito bila i jest tijesno povezana s kulturom i obrnuto. Nekad su to čak bile kategorije istovjetnog značenja.(5,24)

Dakako, uz religijske, odvijali su se i nereligijski procesi i to ne bez međusobne interaktivnosti pa i konfliktnosti. Bilo je tu i lutanja uzlaza i pada, pozitivnih i negativnih konotacija u raznim vremenima i prostoru. No, to je tema izvan dometa ovog priloga. Za nas je bitno uočiti korijene, veze i perspektive vjerskog turizma kao dijela turizma i turističke gospodarske djelatnosti u cjelini. U tom pravcu slijede izlaganja o ekonomskom aspektu odnosno valorizaciji vjerskog turizma u važnijim turističkim zemljama Europe i drugih prostora.

4. EKONOMSKA VALORIZACIJA VJERSKOG TURIZMA U IZABRANIM ZEMLJAMA EUROPE I SVIJETA

Ekonomsko značenje vjerskog turizma najprije su i najpotpunije uočili Talijani. Oni su se prvi počeli baviti organiziranjem vjerskih turističkih putovanja i to kao profesionalnom aktivnošću za to stručno osposobljenih agencija, menadžera, turoperatora, vodiča i drugih. Karakteristično je da se turistima-vjernicima ponuda usluga odavala i ostvarivala u relativno bogatom paketu turističkih sadržaja - od prometnih usluga te usluga prehrane i smještaja do edukacije turista-vjernika, ne samo glede zadovoljavanja vjerskih, već i drugih općekulturnih, zabavnih, rekreativnih i sličnih potreba. Usluge se promišljaju na stvorenim potrebama turista, ali se i kroz davanje usluga u hodu

stvaraju i potiču nove potrebe, novi interesi, širi turistička ponuda u području vjerskog turizma.(7,97)

Riječ je o putovanjima sa svim komforom, sadržajima kojima se turisti-vjernici sa zadovoljstvom koriste i koji u tu svrhu troše dnevno u prosjeku oko 40 USD bez shoppinga. Prosječni boravak vjerskog turistice kreće se oko 6 dana.(6.)

"To nisu više putovanja vjernika koja organizira svećenik, riješenih da putuju autobusom u kojem će jesti sendvič i po potrebi spavati u njemu" upozorio je Liberio Andreatta direktor "Opera Romana Pelegrinage"(3,83)

Prema M. Pasinoviću, IVET-a specijalizirana za religiozna putovanja ostavljuje godišnje promet od oko 40 mlrd lira.(3,83)

Po organizaciji i dugim aktivnostima i rezultatima ova nova turistička kretanja, koja smo nazvali vjerskim turizmom, poprimaju sva bitna obilježja ostalih oblika turističkog prometa. Štoviše, karakteriziraju se većom senzibilnošću, domišljatošću i bogatstvom ponude, a posebice kvalitetom.

Na to se svakako nastavlja i ekonomski učinci. O tome svjedoče podaci na tablici 1.

Tablica 1.

KVANTIFIKACIJA TURISTIČKOG PROMETA I PRIHODA U IZABRANIM ZEMLJAMA EUROPE I OSTALIH ZEMALJA 1989. GODINE

Zemlje	Broj sudionika vjerskog turizma u "000"	Ostvaren prihod (kol.2x6x40) u USD u "000"
Austrija	1000	240000
Francuska	28850	6924000
SR Njemačka	1318	316320
Izrael	1100	264000
Poljska	9000	2160000
Portuga	14000	960000
Španjolska	2500	600000
SAD	10750	2580000
Italija	31500	7560000

Izvor: Podaci iz kol. 1. i 2. preuzeti od M. Pasinović (3,83) Iznose u kol. 3. izračunala autorica množenjem vrijednosti kol. 2 sa 6 kao danima boravka i 40 USD kao prosj. dnevnom utrošku turistice-vjernika.

Podaci s tablice pokazuju da je po vjerskom turizmu u Europi najrazvijenija Italija i Francuska, a najmanje Austrija i to kako po broju sudionika u

vjerskom turizmu tako po prihodu od toga oblika turističke djelatnosti.

Međutim, ako promatramo pojedina vjersko-hodočasna mjesta vidjet ćemo da ona apsorbiraju najveći dio prometa od vjerskog turizma odnosnih zemalja i nerijetko više nego neke druge zemlje u cjelini toga vida turizma. Na primjer, Padova (Italija) je iste godine (1989.) zabilježila 4 milijuna sudionika religioznog turizma. Isto toliko ostvareno je u Lourdesu, Czestochovi i Fatimi - dakle, više nego Njemačka, Austrija, Izrael i Španjolska kao cjeline u vjerskom turizmu.

Procjenjuje se da u Italiji vjerski turizam neposredno i posredno donosi čak i do 7 mlrd lira godišnje.

Prema nekim još neprovjerenim podacima vjerski turistički promet 80-tih godina je rastao po istoj ili većoj prosječnoj godišnjoj stopi rasta ukupnog turističkog prometa.

Iskustvo odnosnih zemalja upućuje na sve profinjenu i potpuniju prezentaciju svih sakralnih objekata na užem ili širem području i u svim bitnim oblicima njihove materijalizacije. Tako sve veći krug tih sakralnih drugih objekata dobiva svoju ekonomsku valorizaciju utječući i na proširenje potrošnje svih turista. U tome istaknuto mjesto pripada Italiji. U toj se zemlji organizirano, na visokoj razini opservacije i edukativne prezentacije, obuhvaća već dana od strane većeg broja grupa posjetilaca 30000 crkava, 700 crkvenih muzeja i 1763 tzv. "svetih objekata" i svetišta.

Jedva da je potrebno posebno naglasiti da vjerski turizam prodire u brojne još nepoznate i nerazvijene krajeve (lokacije) u svim zemljama koje su time doživjele pravi procvat u svom gospodarskom razvoju. Da ne idemo dalje podsjećamo na "Međugorje" koje se danas spominje u mnoštvu turističkih prospekata i literature, pogotovu one koja se bavi vjerskim turizmom.(7,155-159)

Vjersko-turistička ponuda predmetom je kotacija i prometanja u sve većem broju turističkih burzi razvijenih turističkih zemalja.

5. KAKVE SU MOGUĆNOSTI RAZVOJA VJERSKOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Hrvatska poznaje brojna svetišta i relativno je bogata ne samo sa sakralnim, nego i drugim povijesno-kulturnim spomenicima nastalih diljem cjelokupnog hrvatskog prostora - od Dalmacije, Hrvatskog primorja i Istre, preko Gorskog kotara do Slavonije i Hrvatskog zagorja. U njezinoj kultrini od davnina se susreću svečarenja vjerske i druge prirode. Gotovo da

i nema povećeg mjesta koje ne štuje nekog sveca kao svog zaštitnika ali i više njih. Svugdje je to što svjesno, što spontano bilo i jest povezano sa slavljem, zabavom, trgovanjem odnosno sa skupljanjem ljudi tog i drugih mjesta. To je bila prilika za međusobno upoznavanje, druženje, mirenje, dogovaranje i uživanje.

Ne može se reći da u svemu tome ne postoje i elementi vjerskog turizma. Prisutna je dakle određena tradicija, navike, prisutni su i vrijedni sakralni i svjetovni objekti, primamljiva priroda raznovrsnih oblika i vrsta. Međutim, sve to još nije privedeno turistu, nije organizirano, ni kadrovski ekipirano i prezentirano domaćem i stranom turistu koliko bi to zaslužilo.

U nas do sada ne postoje ni određeni statistički podaci koji bi obuhvaćali sam materijalni i drugi potencijal kojim raspolaže Hrvatska i koji bi mogao biti aktiviran u funkciji razvitka vjerskog turizma.

U tom pogledu izuzetak čine naši veći gradovi kao što su: Zagreb, Varaždin, Karlovac, Split, Rijeka itd., posebice Dubrovnik.

Međutim, i pokraj određenog napretka ni u takvim mjestima raspoloživo bogatstvo i mogućnosti još ni izdaleka nisu privedene turističko-vjerskoj upotrebi u onom smislu, opsegu i razini koju dostiže na primjer Italija, Francuska, a donekle i Španjolska i druge zemlje. Dakako, i u njih je ovaj novi oblik turizma još uvijek, prema njihovoj vlastitoj procjeni, nerazvijen. Oni od njega očekuju mnogo više i u tom pravcu smjeraju njihovi strateški planovi u području turizma.

Hrvatska treba poduzeti sve što je potrebno da aktivira svoje vjersko-turističke potencijale. Vjerski se turizam mora naći u koncepcijama turističkog razvoja pojedinih regija, gradova i u odnosu na zemlju u cjelini.

U svezi s tim potrebno je obuhvatiti sve bitne elemente tog turizma od registriranja najvažnijih sakralnih objekata, postojećih (živih) ili već zanemarenih svetišta pa sve do organizacije, popularizacije i edukacije te sveopće prezentacije i njihove ekonomske valorizacije. Pri tome dakako valja štovati vjerska osjećanja ljudi i imati na umu sva ona svojstva što ga vjerski turizam nosi i razvija, uspostaviti sklad između duhovnog (spiritualnog) i kulturnog s jedne, te socijalnog i ekonomskog, s druge strane, kao dviju komponenti istih razvojnih ciljeva. (7,180-187)

Pretpostavke za takav razvoj su u mnogome one iste za razvoj turizma u cjelini koje ovdje posebno ne navodimo jer su one predmet drugih istraživanja i izlaganja.

Ovdje nam se ipak čini uputnim skrenuti pažnju još samo na dva trenutka: na uvažavanje drugih religija u vjerskom turističkom djelovanju i na izgrađivanje odgovarajućih kadrova, a posebice vodičke organizacije.

6. ZNAČENJE VODIČKE FUNKCIJE I POŠTIVANJA DRUGIH RELIGIJA U VJERSKO-TURISTIČKOJ AKTIVNOSTI

U organizaciji vjersko-turističkih putovanja i pružanja drugih usluga vjerskog i tome komplementarnog sadržaja, vrlo važnu ulogu ima vodička funkcija - dakle, vodiči. Dva su njihova bitna zadatka:

- 1) primjerena prezentacija sakralnih i sličnih kulturnih vrednota vjerskim turistima.
- 2) Uspješno vođenje samog turističkog putovanja ne samo u smislu općeg komfora već i duhovne rekreacije i edukacije izvedene na nenametljiv (lijep) i topao način.

Naime, kulturno-povijesni spomenici mogu se opisati s različitih aspekata i na različite načine. Prosječan sudionik u vjerskom turizmu neće na primjer biti zadovoljan s time ako mu se samo kaže kad je što sagrađeno, u kojem stilu i za čijeg vladanja, već će očekivati da mu se kaže zašto su prozori šiljasta luka, što označavaju pojedine umjetničke slike i crteži u grobnicama faraona kada je u njima vječna tama pa se ne vide. Turisti obično žele čuti nešto o običajima, načinu života ljudi kraja koje posjećuju. Vodič na putovanju pruža o mjestu u koje se ulazi samo globalnu informaciju, a detaljniju i bogatiju prepušta lokalnom vodiču koji je za to specijaliziran. Nije dovoljno samo pokazivati spomenike već je poželjno o tome, na primjer, i nešto više reći. A za sve to nije dovoljno samo znati, već se i pripremiti i osposobiti za interesantno i poticajno izlaganje.

Budući da se radi o turistima-vjernicima, oni će se bolje osjećati ako je vodič i sam vjernik iste religije jer se to vidi već u samom načinu izlaganja i odnosu izlagača prema materiji koju izlaže.

Vođenje turista-vjernika pretpostavlja "slobodu", visok stupanj tolerancije i dobrovoljnosti u slušanju i percipiranju i pitanjima.

Dakako da nije manje važno i naći pravu mjeru u svemu tome.

Kvalitetna ponuda u koju spada i vođenje, privući će samo po sebi nove turiste u vjerskom turizmu, a preko njih i one koji spadaju u red turista drugih oblika

turizma, odnosno, opće turističke ponude drugih turista, odnosno u druge oblike turizma.

Uostalom, mnogo toga što se odnosi na prezentiranje povijesno-kulturne baštine vjerskih turista uz upoznavanje s prirodnim ljepotama i atraktivnostima važi i za turizam u cjelini.

Mi očito moramo u tome još mnogo naučiti. Što brže budemo učili to će se vjerski i svi drugi oblici turizma brže razvijati i dobivati na kvaliteti.

Kada je riječ o uvažavanju drugih, osim kršćanske religije treba reći slijedeće. Svi ljudi na neki su način religiozni bez obzira na predmet njihova vjerovanja, s manje ili više fleksibilnosti, odnosno "tvrdoće" u vjerovanju.

Na tzv. "svetim mjestima" dolaze turisti različitih vjera, a svaka od njih se karakterizira i određenim posebnostima i običajima glede iskazivanja svojih vjerskih potreba. Većina religija, odnosno vjera tolerantna su, a neke i prijateljski raspoložene prema drugima. Ali ima religija i vjera koje se međusobno u načelu ne podnose.

U svezi s tim, javlja se potreba da se udovolji tim razlikama da se što je više moguće u vjerskom turizmu razvija onaj duh solidarnosti, zbližavanja, prijateljevanja i tolerancije-kvalitete koje su inače svojstvene turizmu kao društvoj pojavi.

Iskustvo Italije pokazuje da su vrlo korisni susreti pripadnika različitih zemalja i nacija a i istih ili vrlo bliskih vjera. Preko tih kontakata lakše se uspostavljaju kontakti i između pripadnika različitih religija. To nerijetko pomaže i približavanje vjerskih turista i turista uopće između različitih ljudskih rasa itd.

Na nekim turističkim skupovima ukazao je na svojevrsno približavanje, odnosno, razvijanje daleko veće tolerancije, čak između teista i ateista-povezuje ih ono što im je zajedničko odnosno ono što ih ne udaljava.

Shvaćajući običaje navike i kulturu pripadnika drugih vjera, naroda i rasa svi bolje shvaćaju i doživljavaju kulturu i smisao vlastitog života.(5,24)

7. ZAKLJUČAK

Na osnovi naprijed izloženog moguće je zaključiti: vjerski turizam u nekim svojim rudimentalnim oblicima seže u daleku prošlost od vremena nastanka pojedinih religija uključivo dabome i kršćanstvo. Zamjetniji vjerski turizam u okviru kršćanske vjere u Europi razvija se u "Srednjem vijeku". Već se tada pojavljuju različita "svetišta" većih ili manjih dimenzija i hodočašćenja koja spontano vuku na sebi ponudu i potražnju i nevjerskih svojstava.

Međutim, vjerski turizam kao masovna pojava razvija se s pojavom i razvitkom masovnog turizma, posebice u drugoj polovini ovoga stoljeća. Vjerski turizam postaje sastavnim (integralnim) dijelom turističkih gospodarstava poznatih turističkih država. To je zainteresiralo ne samo praktičare nego i turističku znanost. Vjerski turizam se definira kao pojava, odnos i aktivnost neposredno povezana za zadovoljavanje ljudskih potreba vezanih za religijska, odnosno, vjerska opredjeljenja pripadnika pojedinih religija-vjera. Vjerski turizma, pored posebnih turističko-vjerskih elemenata, sadrži i sva bitna svojstva turizma u cjelini. Osim duhovnih, kulturnih i sociopsiholoških kvaliteta, vjerski turizam postaje sve zanimljiviji i kao ekonomska poslovna djelatnost s ekonomskim učincima koji zauzimaju sve veći udio u ukupnom turističkom prometu.

Hrvatska ima sve bitne sakralnoumjetničke i povijesnospomeničke i druge uvjete za razvitak vjerskog turizma kao integralnog dijela hrvatskog turizma u cjelini. No, ipak, najveći dio tih potencijala još miruje. Treba ga aktivirati, organizirati, kadrovski ekipirati i sve to oplemeniti određenom vjersko-turističkom kulturnom za što imamo uzora u europskim turističkim zemljama a posebice u Italiji, Francuskoj, SAD i drugima.

Ima razloga vjerovanju da će Hrvatska suvremenom i u vjerskom turizmu doista zauzeti ono mjesto i ulogu koja joj pripada u porodici razvijenih turističkih zemalja Europe, a posebice Mediterana.

LITERATURA

1. Enciklopedija leksikografskog zavoda 6.knjiga, Zagreb MCMLXII.

2. Enciklopedija leksikografskog zavoda 6.knjiga, Zagreb MCMLXXIX.

3. *M. Pasić*: Religiozni turizam između socijalne i ekonomske kategorije, "Turizam" br.3/1991, Zagreb 1991.

4. *M. Mirković*: Povijest ekonomije Jugoslavije, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb 1962.

5. *N. Blažević*: Religijska studijska putovanja (prijevod s njemačkog) "Ugostiteljstvo i turizam" br. 7-8 1992. Zagreb 1992.

6. Materijali sa Kongresa religijskog turizma u Raveni, listopada 1991. godine.

7. *B. Vuković*: Turizma i religija, Školska knjiga, Zagreb 1990.

Ana Vizjak, M.S.

RELIGIOUS TOURISM AS A NEW ASPECT OF TOURISM

Summary

The roots of religious tourism go back to the bygone times. This phenomenon is connected with all nations and all religions. As a positive way of economic utilization of this phenomenon we give prominence to Italy. The economic utilization of this religious phenomenon for the purposes of tourism has been solved in an optimal way in Italy, i.e. the creation of new tourism form under the name of the religious tourism. This aspect of tourism has been neglected in Croatia though in this country there are some world-known holy places and numerous shrines where religious rites are performed satisfying this one of human cultural needs.

Revalorization of these places would contribute, with the other positivenesses in Croatian tourism, to the new rise of this activity development and finally to the benefit of all of us.

The selective tourism with the individualized offer is futurity in tourist turnover and the religious tourism is one of the segments of the selective tourism, an integral part of entirety of the already complex tourist activity. The intelligent approach and use of the possibilities which are open can result in great economic benefits.