Ivica RAGUŽ

O svetoj dokolici spram turističkog duha današnjeg čovjeka

Prof. dr. sc. Ivica RAGUŽ
redoviti profesor u trajnom izboru
Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu
Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Katedra dogmatske teologije
Petra Preradovića 17, p. p. 54
HR – 31 400 Đakovo
ivica.raguz@os.t-com.hr

UDK / *UDC*
338.485:2-44(497.5)(210)
Primljeno / *Received*: 20. I. 2019.
Prihvaćeno / *Accepted*: 1. XII. 2024.
Prethodno priopćenje / *Preliminary communication*
DOI: https://doi.org/10.58173/kz.79.8



Ovaj rad dostupan je za upotrebu pod međunarodnom licencom Creative Commons CC-BY-NC-SA 4.0.
This work is licensed under a Creative Commons CC-BY-NC-SA 4.0. International License.

Članak analizira današnji turizam. Radi se o višestrukim opasnostima turizma: voajerizam koji zagađuje mjesto, markiranje koje uništava lokalnu kulturu, muzejski duh koji pretvara gradove, crkve i sveta mjesta u muzeje, mjesta nesusreta i osamljenosti. Kršćani trebaju pružati otpor turizmu tako da jednostavno prestanu biti turisti. Osim toga, trebaju razvijati kontrakulturu: kulturu stabilnosti (nekretanje, protiv godišnjih odmora kako su danas koncipirani), kulturu hodočašća i kulturu dokolice.

Ključne riječi: *turizam*, *turisti*, *hodočašće*, *Marco d'Eramo*, *dokolica*.

Protiv turizma

Svjedoci smo već nekoliko desetljeća u cijelom svijetu, a osobito u Europi, sve više rastućega masovnog turizma. Stoga je potrebno teološki ukratko promotriti taj fenomen.

S jedne strane, da ne bismo pali u nekakav kulturalni pesimizam, turizam, tako se barem čini, donosi sa sobom puno dobra: ljudi upoznaju druge ljude, kulture i religije; uče se toleranciji, jer se susreću s drugošću

drugih ljudi; turizam također donosi veliku dobit i razvoj određenim zemljama i regijama. Dovoljno je samo imati na umu da Francuska i Španjolska svoju ekonomsku stabilnost i razvoj duguju ponajprije turizmu; nadalje, turizam promovira humanost, ako čovjeku pruža osjećaj slobode, oslobađa ga od ovisnosti o društvenim ulogama i funkcijama, o mehanizmu radnoga mentaliteta; naposljetku, kao što je poznato, turizam duguje svoje početke kršćanskoj ideji hodočašća. Turizam se, premda se sada razvija gotovo u dijametralnoj oprečnosti od njega, razvio iz ideje hodočašća: napuštanje poznata mjesta, kretanje na put da bi se susrelo nešto novo, novo iskustvo svetoga, odnosno Boga. I turizam i hodočašće počivaju na ideji da postoje „eutopoi",[1] dobra mjesta koja valja posjetiti i u kojima se čovjek osjeća posebno, dobro i zadovoljno.

No sve je više glasova, a među kojima je i autor ovih redaka, koji upozoravaju na opasnost turizma, a napose masovnog turizma. O tim opasnostima želimo upravo ovdje govoriti, oslanjajući se na poznatu studiju talijanskoga autora Marca d'Erama *Il selfie del mondo. Indagine sull'età del turismo*.[2] Pogledajmo što nam ovaj autor kazuje o današnjem turizmu i koje su to opasnosti koje vrebaju s obzirom na kulturu, gradove i čovjeka, a time i na vjernika kršćanina.

Turisti – zagađivači, voajeri

Ono što D'Eramo prvo primjećuje kod turista jest mentalitet brzine: „hit and run". Na brzinu treba sve pogledati i onda brzo ići dalje. Primjeri takva turističkog mentaliteta svugdje su vidljivi. To se odnosi osobito na tzv. *sightseeing*, „gledanje" mjesta iz turističkih autobusa ili brodova. Najbolji su oni turistički brodovi koji obilaze određena mjesta, kratko se zaustavljaju i turistima daju mogućnost da obiđu određena mjesta, ali brzo već kreću dalje. Naglasak, dakle, u turizmu nije na *doživljaju tih mjesta*, nego na pukom *gledanju*, čija je temeljna svrha *doživljaj samoga sebe, predstavljanje samoga sebe*: da se drugima može reći, preko internetskih slika, da smo bili na određenom mjestu, jer se ta mjesta „moraju vidjeti" (*must see*). U tom smislu turistički mentalitet jest *mentalitet voajerizma*,

1 Više o tomu IRLENBORN 2018, 108-118.
2 D'ERAMO 2017.

gledanja koje nema namjeru postati dio objekta koji se gleda, suživjeti se s mjestom koje se gleda (drugi ljudi, druga kultura), kao gledatelji podvrgavati se objektu gledanja. Naprotiv, u turističkom se voajerizmu drugoga isključivo podvrgava vlastitomu užitku bez ikakve želje da se dobije udjela u objektu gledanja. Još ćemo se kasnije vratiti toj temi.

Ovdje se možemo nakratko zaustaviti i dalje promišljati s D'Eramom. Takav turistički mentalitet „hit and run", odnosno mentalitet „sightseeinga", nužno kontaminira sva mjesta gdje turisti stupe svojom nogom: od običnih mjesta pa sve do muzeja ili crkava. Svojim brzim dolascima, površnim gledanjima, svojim voajerizmom doslovce zagađuju ta mjesta. Unose duh nemira, brzine, buke i površnosti. Štoviše, nije im uopće stalo do tih mjesta, nego do njih samih, do tih jadnih, ograničenih selfieja, „sebstava", gdje se više uopće ne „gleda" objekt (stari voajerizam), nego gdje se isključivo gleda preko aparata samoga sebe. U tom su smislu današnje „znamenitosti" krajnje kontaminirane, a i to ću reći, uglavnom ih izbjegavam u širokom luku, bilo da se radi o običnim mjestima, muzejima ili crkvama.

Iz svega navedenog nije teško uvidjeti koliko se hodočasnički mentalitet razlikuje od turističkog upravo po drukčijem pristupu svetomu mjestu. Karakteristika istinskoga hodočašća, dakako ako je i ono danas uopće slobodno od turističkog mentaliteta, jest *sporost*: sporost boravljenja na svetomu mjestu, sporost motrenja, sporost molitve, sporost gledanja itd. U konačnici, ne postoji ništa što se „mora vidjeti".

Turisti – uništavači markiranjem

Nadalje, naš autor upozorava na turizam kao na *kulturu markiranja*. Turistički mentalitet određeno mjesto, regiju ili pak crkvu „markira" kao „must see". Ponekad se radi o zaista povijesnim, religijskim ili kulturalno važnim mjestima. No u stvarnosti se zapravo radi o čistom spektaklu koji uopće ne odgovara stvarnosti tih objekata i njihovoj stvarnoj umjetničkoj, religijskoj i kulturalnoj vrijednosti! Te markirane objekte nisu markirale religije, istinski umjetnici ili neki drugi mislioci, nego često današnji proizvođači turističke industrije kojima nije bila na prvome mjestu stvarna vrijednost i važnost toga objekta, nego isključivo njegova isplativost za turizam.

Tako se danas događa da svi idu u Louvre gledati da Vincijevu Mona Lisu. Od gomile turista i njihovih aparata ne možete ništa vidjeti. Daleko od toga da Mona Lisa nije lijepo djelo, ali na istom katu postoje daleko ljepša i važnija djela kod kojih se nitko ne zaustavlja. U tom smislu netko je nekada „markirao" tu sliku i sada svi „moraju" ići gledati tu istu sliku. „Markiranje" tako doslovce poništava objekt posjećivanja i gledanja. Ne ide ga se gledati zbog njega samoga, nego zato što to od nas zahtijeva ova ili ona turistička internetska stranica. Objekt gledanja ne igra nikakvu ulogu. Osim toga, svi objekti gledanja (umjetnička djela, sakralna mjesta i dr.) nisu nastali da ih se spektakularno gleda, nego da se svakodnevno s njima živi (sa slikama u crkvama, sveta i druga mjesta). Spektakularno-turističko gledanje zagađuje i poništava sam objekt gledanja i na taj način.

Kao što je sporost lijek protiv zagađujuće turističkoga voajerizma, tako je jedini pravi lijek protiv zagađujuće spektakularnoga turističkog markiranja da se slike, sveta i druga mjesta uopće ne gledaju, odnosno da ih se tako gleda kao da ih se ne gleda (bez onoga „wow"). To je negledanje zapravo gledanje, ali gledanje koje je suživljeno sa samim objektom gledanja. U tom se gledanju, kao negledanju, bitno razlikuje neturističko, pobožno, umjetničko, religiozno, kako god ga htjeli nazvati, od onoga zagađujuće turističkoga, spektakularno-markirajućega gledanja.

Turisti – opustošivači kulture

No ono na što autor osobito upozorava jest poništenje lokalne kulture, religije i umjetnosti, poništenje koje za sobom donosi turizam. Naime, autor upozorava na golemu opasnost koja vreba u činjenici da se određeni grad, građevina ili crkva proglasi „svjetskom baštinom". Ta će markiranost privući more turista te će uništiti do kraja lokalnu kulturu.

Naime, prvo što se događa jest to da turistički gradovi prestaju biti mjesta za življenje, boravljenje. Uži, tzv. povijesni centri isključivo se podređuju turizmu, pretvaraju u hotele, restorane, zabavne centre. U tom smislu grad prestaje biti grad, grad susreta, uobičajenoga načina življenja, svakodnevice, gdje se istodobno živi i radi. Grad se mumificira, pretvara se u muzej, grad u kojem se više ne živi. U tim „povijesnim jezgrama", kako ih se često naziva, susrećemo se isključivo turisti, a i oni

lokalni stanovnici bivaju iskvareni tim turističkim mentalitetom: oni nude tobože lokalnu hranu ili suvenire, što u većini slučajeva nema veze s lokalnom hranom ili suvenirima jer je sve „zagađeno" turističkim očekivanjima pa se i hrana i suveniri mijenjaju kako bi privukli turiste. U tom smislu, tvrdi D'Eramo, ono što se turistima predstavlja kao tipično talijansko, francusko ili, što bismo mi rekli, tipično hrvatsko, nema nikakve veze s postojećim kulturama, nego je industrijski proizvod koji treba privući turiste. D'Eramo također govori o tzv. insceniranim gradovima, gradovima koji, da bi privukli turiste, postaju gradovi najrazličitijih festivala, koji opet uglavnom nemaju nikakve veze s postojećim gradovima i kulturom, što opet uništava same gradove i postojeću kulturu. Tako se događa, piše D'Eramo, da turist u gradovima i selima ide „od jednoga do drugoga groblja, od jedne do druge starine".

Kako su pokazali francuski sociolozi Luc Boltanski i Arnaud Esquerre, cjelokupni europski kapitalizam, a time i turizam, sada ide u smjeru tzv. kapitalizma obogaćivanja.[3] Radi se o tome da se takav kapitalizam sada orijentira ne toliko na proizvodnju nečega novog, nego na konzerviranje onoga starog. Taj je kapitalizam orijentiran prema prošlosti, prošlim stvarima, građevinama, kulturama iz prošlosti koje se onda nastoje nanovo oživjeti i tako im dati određenu važnost.

Dakle, imajući u vidu ove analize, bojim se da nas čeka krajnje poništenje kulture, budu li se cijeli gradovi, sela, regije i crkve sve više podređivali takvom mentalitetu, mentalitetu „kapitalizma obogaćivanja". Tu će se, dakako, ostvarivati velika dobit lokalnih stanovnika, samo zato što su izišli u susret kapitalizmu obogaćivanja. Zarađivat će velik novac, ali lokalni stanovnici i sami će biti krajnje podređeni pogledu turista: bit će orijentirani isključivo na novac, na konkretne potrebe turista. Zbog turista bit će u stanju mijenjati svoju vlastitu kulturu, stvarati od nje nešto što ona uopće nije.

Turisti – zagađivači i osamljivači crkava i gradova

A nije li to slučaj i s crkvama kao i s drugim sakralnim mjestima? Danas više ne možete ući gotovo niti u jednu značajnu katedralu ili

3 BOLTANSKI – ESQUERRE 2018.

crkvu u Europi da ne morate platiti ili da vas ne dočeka golem red turista. I ne samo to. Oni koji se žele pomoliti to više ne mogu, prisiljeni su ostajati vani, jer nemaju novca, ili pak, ako im se dopusti, onda im pokažu mjesto za molitvu negdje u nekom zapećku crkve. A da ne spominjemo koliko je običnomu vjerniku teško i gotovo nemoguće doći, upravo zbog navale gomile turista, do relikvije nekog svetca ili jednostavno doći, kleknuti i pomoliti se.

Nažalost, Nietzsche je možda bio u pravu kad je ustvrdio da današnje crkve sve više sliče nadgrobnim spomenicima, jer se u njima više ne moli. Crkve se još samo, poput spomenika, obilaze i turistički posjećuju. Totalni krah kršćanstva, religije u Europi, najvidljiviji je upravo u tom turističko-muzejskom obilaženju crkava i svetih mjesta. Crkve više nisu mjesta susreta, zajedništva, nego mjesta goleme samoće, osamljenih turista, gdje svatko bulji u sebe i svoj zaslon, i gdje nitko ne doživljava drugoga niti s njim ima išta zajedničko.

To što se događa s crkvama Marco d'Eramo je također vidio da pogađa i gradove. Naime, turizam je pridonio tomu da se gradovi pretvaraju sve više u mjesta samoće, što zapravo nikad nije bio slučaj, niti je itko od velikih filozofa, književnika i umjetnika ikad tematizirao tu temu. Naprotiv, gradovi su prije bili mjesta susretanja, upoznavanja, sve samo ne mjesta samoće. No danas se gradovi, posebice oni koji su sve više podređeni turizmu, pretvaraju u „zonirane" gradove, tj. u gradove gdje postoje striktno odvojene zone - zone za posao, zone za življenje i zone za turizam.

Jednom riječju, s turizmom je nastala dromomanija, ta luđačka potreba za ispraznim putovanjima i odmorom. D'Eramo ne nudi nekakva rješenja za borbu protiv dromomanije, ali smatra da će se turizam sam od sebe ugasiti, da će ljudi jednostavno prestati putovati, da će u jednom trenutku, možda i zasićeni internetom i slikama, izgubiti potrebu za turističkim putovanjima.

Kršćanski otpor: prestati biti turisti

Imajući u vidu promišljanja ovoga talijanskog mislioca o opasnosti turizma, kršćani bi trebali učiniti sljedeće:

1. Prvo i najvažnije: kršćani ne bi uopće više trebali biti turisti. Današnja kultura jest kultura terorista i turista, kako je to istaknuo Roberto Calasso.[4] Rekao bih da su turisti neka vrsta terorista koji uništavaju ne samo kulturu, nego samu humanost čovjeka. Turisti su egoisti, osobe razularenog i razuzdanog ega: oni bježe iz ukorijenjenosti u svojim mjestima kako bi se neometano, bezobzirno i besramno ponašali na mjestima koja dolaze posjećivati (neumjesno odijevanje, neumjerenost u jelu i piću...). Prema Calassu, turisti postaju sve gori, jer su današnji turisti hranjeni virtualnim svijetom. A virtualni pak svijet, svijet interneta, jest savršen svijet egoizma, pornografije, svega onoga što je bit turističkoga duha: „hit and run" – klikni, gledaj i idi dalje; turistički gradovi sve više nalikuju pornografskim filmovima: svugdje isto insceniranje, scenografija, isti duh... Dakle, kršćani trebaju prestati biti turisti, prestati uopće putovati po svijetu kao turisti. *Trebaju ostajati kod kuće i ne putovati kao turisti.* Kršćani će ići na put samo ako moraju ići na put (posao, poslanje).

2. Tu treba također spomenuti opasnost onih turista, koje je također kritizira Calasso, koji tobože ne žele biti samo turisti. Oni putuju po svijetu s tobože nekakvim „značenjem", „poslanjem": odlaze u Afriku i Aziju kako bi pomogli ovoj ili onoj Crkvi, humanitarnoj organizaciji. No taj tzv. *humanitarni turizam* još je gori od običnoga turizma, jer je licemjeran, jer koristi druge (siromašne, lokalno stanovništvo) za svoje vlastite interese, za svoj „CV", sve prepuno slika, „angažmana". U središtu nisu uopće drugi, „lokalno stanovništvo", nego onaj napuhani, pornografski ego turista. Protiv takva humanitarnog turizma kršćani trebaju biti misionari. A misionari ne idu „pomagati" drugima, ne idu „angažirati" se, naslikavati se, pokazivati drugima svoj humanitarni duh, *ne odlaze da se vrate*, kako to čine turisti. Misionari odlaze *živjeti* s lokalnim stanovništvom, *odlaze da se više ne vrate*, odlaze da nestanu, da postanu jedno s lokalnim stanovništvom.

4 CALASSO 2017, 13-92.

3. Protiv turizma kršćani trebaju razvijati duh hodočašća. To znači da bi kršćani trebali biti slobodni od ideologije godišnjih odmora, koji se po svaku cijenu moraju provoditi u turističkom duhu obilaženja, „hit and run" i svega ostaloga. Kršćani će radije ostati u svojim domovima ili poći samo na hodočašće: gdje će se zadržavati, bez potrebe za obilaženjem i kupovanjem, bez potrebe za onim turističkim načinom ponašanja. Protiv turizma, dakle, hodočašće.

4. Crkva ne smije dopustiti da se njezine građevine mumificiraju, da prestanu biti mjesta gdje se više ne živi i ne boravi. Posebice to vrijedi za crkve kao građevine. Svim se silama Crkva treba truditi da se ulaz u crkvu ne plaća.

5. Crkva treba u turističkim mjestima ozbiljno pastoralno raditi s lokalnim vjernicima, ukazivati im na opasnosti „kapitalizma obogaćivanja" kojim uništavaju sebe, svoju kulturu i svoj identitet, a k tomu bivaju u cijelosti podređeni logici kapitala. Crkva ne smije dopustiti „zoniranje" gradova. Župne zajednice svugdje trebaju biti mjesta okupljanja zajednice, druženja vjernika, njihova zajedništva u molitvi i potpori.

6. Razvijati kulturu dokolice, a ne turističku kulturu strke i buke.[5] Dokolica podrazumijeva i zahtijeva ponajprije djelatnost koja je posvećena nečemu, nekomu zbog njega samog. U toj djelatnosti osjećamo se krajnje slobodnima, jer naša djelatnost nije podređena ničemu izvan nje same. To su duhovne djelatnosti: molitva, euharistijsko slavlje, kontempliranje, klanjanje, prijateljsko druženje. To su i tjelesne djelatnosti: kao što su hodočašća (ali u doslovnom smislu kao čašćenje Boga hodom...), šetnja u prirodi, kupanje u moru, ali gdje je sve lišeno onoga turističkog „gledanja", nemira, dokazivanja i „moranja", gdje sve treba biti izričaj proslave Boga u njegovim stvorenjima. Zato bi Crkva trebala promovirati posve drukčiju kulturu ljetnih godišnjih odmora, kulturu koja bi stavljala naglasak na dokolicu, odnosno na svetu dokolicu. Nikakva strka, zbrka, dromomanija, nego duh stabilnosti, nekretanja. Dokolica kao vrijeme ukorjenjivanja u ono bitno, u samoga Boga.

5 O dokolici: RAGUŽ 2018. Protiv turističke kulture gledanja vidjeti također: RAGUŽ 2019, 32-35.

LITERATURA

BOLTANSKI, Luc – ESQUERRE, Arnaud, *Bereicherung. Eine Kritik der Ware*, (Aus dem Französischen von Christine Pries), Berlin: Suhrkamp Verlag, 2018.

CALASSO, Roberto, *L'innominabile attuale*, Milano: Adelphi (Biblioteca Adelphi 675), 2017.

D'ERAMO, Marco, *Il selfie del mondo. Indagine sull'età del turismo*, Milano: Feltrinelli Editore, 2017.

IRLENBORN, Bernd, Što su sakralna mjesta? Skice teološke topologije, *Communio. Međunarodni katolički časopis* 44 (2018) 132: 108-118.

RAGUŽ, Ivica, *Šutnja – molitva – dokolica*, (Tribine »Vesperae Sapientiae Christianae« 4), II. izdanje, Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 2018.

RAGUŽ, Ivica, Fra Luciano, *Svjetlo riječi* 3 (2019): 32-35. (tal. prijevod, u: *Il Carmelo oggi* XXXIV /2019/ 4: 34-41)

Ivica RAGUŽ

On Sacred Leisure in Relation to the Tourist Spirit of Modern Man

Summary

The article analyzes contemporary tourism. It addresses the multiple dangers of tourism: voyeurism that pollutes a place, branding that destroys local culture, a museum-like spirit that turns cities, churches, and sacred sites into museums—places of non-encounter and loneliness. Christians should resist tourism by simply ceasing to be tourists. In addition, they should develop a counterculture: a culture of stability (immobility, opposition to vacations as they are conceived today), a culture of pilgrimage, and a culture of leisure.

Keywords: tourism, tourists, pilgrimage, Marco d'Eramo, leisure.