

FEATURES OF THE RELIGIOUS TOURISM IN THE NORTH-EAST DEVELOPMENT AREA OF ROMANIA

Doina Guriță

Assist., PhD, Ștefan Lupășcu Institute of European Studies, Iași

Abstract: This paper aims the characterization of Northeast area of Romania and highlight its tourism cultural and religious potential. So the emergence of tourism, and especially the religious of the Nord-Est, is largely linked to the existence of monasteries, hermitages and the faithful pilgrimages to these buildings. Culture and tourism are considered to be important factors not only in stimulating the regional economy but at the same time, there are a number of other effects. Tourism has long been considered as a way to provide jobs, especially in areas where there are few other options. Meanwhile tourism development related to culture made that it is intended to provide income to support cultural institutions . Consumers also should be aware of regional tourism regional specificity . The North- East of Romania is one of the richest in monasteries, convents, churches, etc. Tourists interested in culture and for our case, the religious aspect of it, should (or is expected) to visit destinations that many tourists do not usually go . It thus contributes to the expansion of tourism in the region and new spaces resisting therefore not ensuring constant presence of seasonal tourism process. A boost is given where local culture, especially in small towns, people know and assume their identity and cultural legacy preserved. Thus, it encourages people from these communities to enhance and preserve local culture, posing a renewed sense of pride for the community. This is a factor that induces a number of jurisdictions to develop programs to improve cultural awareness and interest in heritage conservation within the local population in Nord-East Romania.

Keywords: religious tourism, cultural tourism, spirituality, economics, development region

1. Caracteristici generale ale turismului religios

În ultimii ani, în urma unor conferințe internaționale s-a dovedit că turismul religios reprezintă o prioritate. S-a pus în lumină diversitatea resurselor și destinațiilor religioase și răspândirea acestora în lume. Concluzia la care s-a ajuns este, fără îndoială, faptul că valoarea pe care o poate adăuga turismul religios este incomensurabilă. În secolul al XXI-lea, turismul religios trebuie: *să protejeze integritatea spațiilor religioase și să respecte semnificația acestora; să aducă beneficii comunității locale și să asigure accesul prioritar al membrilor acesteia la obiectivele cultural-religioase; să evite conflictele între diferitele categorii de turiști care practică turismul religios, asigurând o punte de legătură între acestea.*

Conform unui plan al fostei Autorități Naționale pentru Turism (ANT), din anul 2006, „turismul religios constă în pelerinajele credincioșilor la lăcașurile de cult, considerate sfinte de diferite religii. În aceeași măsură, marile sărbători de cult, hramurile mănăstirilor și bisericilor atrag, în perioada sărbătorilor religioase tradiționale, un număr considerabil de pelerini” Oarecum se face referire doar la categoria de credincioși autentici, pelerinii.

Din studiile de caz organizate și oferite de OCDE se poate observa clar faptul că principalii factori din spatele dezvoltării politicilor în domeniul culturii și turismului sunt următorii: îmbunătățirea și conservarea patrimoniului; dezvoltarea economică și ocuparea forței de muncă; restructurarea materială și economică; consolidarea și / sau diversificarea turismului; lupta împotriva depopulării; dezvoltarea unei strategii pentru înțelegerea și receptarea culturii.

De asemenea, pentru multe dintre regiunile cu potențial turistic ridicat se mai pune problema accesului pentru că – și se poate afirma cu certitudine – chiar și atunci când o anumită regiune are un potențial considerabil de a dezvolta bunuri culturale pentru turism, dacă nu este ușor accesibilă pentru turiști este dificil să se integreze ca produs turistic. Astfel că, dezvoltarea infrastructurii este o prioritate. Numeroase studii de caz privitoare la multe regiuni predominant rurale sau care au fost anterior zone industriale, mai degrabă decât zone metropolitane sau urbane, aceste tipuri diferite de regiuni implicate în aceeași competiție trebuie să fie atractive, să atragă investiții, trebuie să-și fructifice abilitățile și să facă alegeri strategice pentru dezvoltarea culturii și turismului¹.

Astfel că, principalele obiective ale programelor culturale și turistice sunt legate de îmbunătățirea situației economice, culturale și sociale a unei anumite regiuni. În cele mai multe cazuri obiectivele generale sunt stabilite în direcția creșterii numărului de turiști sau a unor grupuri specifice de turiști. Principalele domenii ale acțiunii publice care pot fi identificate sunt: **îmbunătățirea infrastructurii; conservarea patrimoniului; îmbunătățirea performanței economice; dezvoltarea de identitate regională și îmbunătățirea imaginii regiunii; dezvoltarea turismului în zonă; îmbunătățirea calității turismului și a „întreprinderilor” turistice.**

Cultura și turismul sunt considerați a fi factori importanți nu numai în procesul de stimulare a economiei regionale dar, în același timp, sunt de dorit o serie de alte efecte. Turismul a fost mult timp considerat ca o modalitate de a oferi locuri de muncă, în special în zonele în care există puține alte opțiuni. Între timp dezvoltarea turismului legat de cultură a făcut ca acesta să fie destinat să furnizeze venituri pentru a sprijini instituțiile culturale. De asemenea, consumatorii de turism regional trebuie să conștientizeze specificitatea regională. Turiștii interesați de cultură și, pentru cazul nostru, de aspectul religios al acesteia, trebuie (sau e de așteptat) să viziteze destinații în care mulți turiști nu merg de obicei. Se contribuie astfel, la extinderea turismului în regiuni și spații noi împotrivindu-se, în consecință, prezenței sezoniere care nu asigură constanță procesului turistic. Un impuls este dat de cultura locală unde, în special în localități mici, oamenii conștientizează și își asumă identitatea culturală moștenită și conservată. Astfel, se încurajează oamenii din aceste comunități locale spre a spori și păstra cultura, dându-se un sens reînnoit de mândrie pentru comunitate. Acesta este un factor care induce o serie de jurisdicții să dezvolte programe pentru a îmbunătăți gradul de cunoaștere culturală și de interes în domeniul conservării patrimoniului în cadrul populației locale².

Tabelul 1.1. *Caracteristicile turismului patrimonial, ale turismului cultural și turismului creativ*

Tipul de turism	Ținta temporală principală	Ținta culturală principală	Principala formă de consum
<i>Turismul patrimonial</i>	<i>Trecut</i>	<i>Cultură de vârf; cultură populară</i>	<i>Produse</i>
<i>Turismul cultural</i>	<i>Trecut și prezent</i>	<i>Cultură de vârf și</i>	<i>Produse și procese</i>

¹ Dumazeidier, J. M., *Vers un civilisation du loisir*, Paris, Editure du Sevil, 1962, pp. 42 - 43

² Gherasim, T.; Gherasim, D., *Marketing turistic*, Editura Economică, București, 1999, p. 59

		<i>cultură populară</i>	
<i>Turismul creativ</i>	<i>Trecut, prezent și viitor</i>	<i>Cultură de vârf; cultură populară; cultură de masă</i>	<i>Experiențe și transformări</i>

Sursa: OECD (2009), The Impact of Culture on Tourism, OECD, Paris, French translation of pp. 3 - 75, only available on Internet, p. 25.

Acest binom foarte „reușit” turism-cultură – turism-religie are un potențial ridicat în a stimula atractivitatea, cu condiția ca ambele sectoare să coopereze și să se sprijine reciproc. În plus, regiunile care reușesc cel mai bine sunt cele care recunosc implicațiile profunde ale acestei relații, în special acele regiuni care caută să atragă noi locuitori și investitori.

Pentru moment, aceste aspecte sunt rareori luate în calcul în cadrul programelor de dezvoltare a culturii și turismului, pentru că aceste sectoare sunt, fiecare în parte, asociate cu o dezvoltare sectorială îngustă. Cu toate acestea, semne din ce în ce mai dese indică faptul că relația dintre cultură și turism poate fi o combinație puternică de a atrage oameni și investiții.

2. Particularități ale turismului religios în Regiunea de dezvoltare Nord-Est

Religia a jucat un rol determinant în viața și activitatea oamenilor. Bogăția spirituală a unor lăcașe de cult (mănăstiri, biserici, schituri), precum și puternica personalitate a unor oameni mult mai dedicați spiritual aflați în aceste așezăminte a atras atenția și admirația oamenilor, conducând la manifestarea unei atitudini speciale față de toate acestea.

Apariția turismului, și în special al celui religios în Regiunea de dezvoltare Nord-Est, este în mare măsură legată de existența mănăstirilor, schiturilor, precum și de pelerinajele credincioșilor la aceste edificii. În tradiția vechilor familii boierești, un loc aparte îl deținea ctitorirea și susținerea economică a mănăstirilor prin donații financiare, materiale și funciare. Pentru familiile acestora erau prevăzute în structura arhitecturală a mănăstirilor corpuri de clădire sau chilii speciale. Aici familia, sau doar unii dintre membrii acesteia, își petreceau o parte din an, fie pentru a se îngriji de suflet, fie pentru a petrece un sejur în care desfășurau drumeții, activități de vânatoare, pescuit etc. De asemenea, în secolele XV - XIX mănăstirile ofereau adăpost drumeților și negustorilor care beneficiau de multe ori de cazare și masă gratuită. Pentru astfel de evenimente mănăstirile dispuneau prin construcție de dependințe cu camere speciale pentru mireni. Dar deplasările erau realizate și de populația obișnuită care, atrasă fiind de faima unor astfel de edificii, veneau la marile sărbători în pelerinaj la aceste lăcașuri de cult de la distanțe considerabile, deplasarea efectuându-se de cele mai multe ori pe jos.

Dezvoltarea infrastructurii drumurilor, apariția mijloacelor de transport, pătrunderea lor ca mijloc de transport în comun accesibil întregii populații, a condus la o amplificare a turismului în regiune și în care elementele specific religioase reprezintă o componentă importantă a motivației pentru deplasare.

Apariția marilor aglomerări umane, creșterea veniturilor populației din mediul urban, reducerea timpului liber, au condus la conturarea turismului religios ca fenomen distinct. Începând cu secolul XIX, ca o reacție la stresul datorat urbanismului și industrializării tot mai accentuate la care se adaugă problemele de natură culturală și spirituală, au generat o creștere a interesului pentru astfel de modalități de petrecere a timpului liber. În cadrul nevoilor manifestate de omul

urban, de desprindere de oraș chiar și pentru câteva zile, un loc important l-au constituit cele spirituale.

Abordarea turismului religios ca formă de manifestare a turismului cultural în Regiunea Nord-Est nu este una întâmplătoare. Această poziție este aproape similară celei dintre turismul cultural și turism în general, aspect unanim acceptat. În primul rând turismul religios este o formă de manifestare a turismului deoarece generează deplasare, petrecerea unui sejur în altă parte decât domiciliul stabil.

Dintre caracteristicile principale ale turismului religios în regiune putem enumera:

- existența unui număr impresionant de elemente de patrimoniu religios care atrag un număr impresionant de turiști;
- există elemente de patrimoniu religios recunoscut UNESCO, slab valorificate;
- majoritatea obiectivelor turistice religioase se află în spațiul rural;
- consumatorii acestei forme de turism petrec în general un sejur minim de o zi;
- deplasarea se face fie individual, cu mijloace de transport în comun sau mijloace de transport proprii, fie organizat prin intermediul unei agenții de voiaj;
- în localitățile destinate pelerinii apelează la serviciile de cazare, masă și transport local;
- de asemenea, prin schimburile comerciale care au loc, turiștii contribuie la valorificarea superioară a resurselor locale.

Se impune să specificăm de ce turismul religios este o formă mai aparte. Însuși denumirea, prin includerea termenului „religie”, dă o conotație specială, cu anumite particularități. Trebuie să subliniem aceste particularități. Motivarea turismului rural religios presupune în mentalitatea turiștilor autohtoni un număr limitat de determinări, care au, de cele mai multe ori, un caracter foarte personal și intim. Acestea țin în mare măsură de „moștenirea” fiecărei confesiuni religioase, de sistemul de valori și principii transmis în interiorul familiilor, și mai puțin de metodele moderne de promovare. De asemenea, un alt element important îl constituie tradiția și obiceiurile conservate în cadrul acestor instituții și, nu în ultimul rând, valoarea de patrimoniu național, istoric și cultural a multor așezăminte religioase construite cu secole în urmă.

În ceea ce privește turismul religios în regiune, principalul consumator al serviciilor de turism este omul urban, dar trebuie să accentuăm necesitatea luării în calcul și a populației rurale ca participant activ la consumul unor astfel de servicii. Aceasta se datorează nu doar impresionantei tradiții păstrate aici și bogăției spirituale a oamenilor de la sate (definitiv pentru acest domeniu), dar și ponderii pe care o deține în totalul populației.

În tabelul de mai jos sunt prezentate succint câteva probleme, obiective și proiecții în legătură cu dezvoltarea turistică a regiunii de Nord-Est.

Tabelul 1.2. *Regiunea de Nord-Est a României: probleme, obiective, proiecții*

	Probleme	Obiective	Proiecții
Regiunea de Nord-Est a României	- Lipsa unei vizibilități a identității culturale religioase a locului.	- Proiectarea unei politici eficiente pentru turismul cultural la nivel regional.	Proiectarea unei identități regionale compacte vizând: - o evaluare a piețelor existente;
	- Dezvoltare insuficientă a turismului cultural-	- Instituirea unei identități regionale recunoscută atât la	- o analiză a tuturor destinațiilor turistice din această

	<i>religios în raport cu potențialul acestei regiuni.</i>	<i>nivel național cât și internațional.</i>	<i>zonă; - stabilirea obiectivelor strategice.</i>
--	---	---	--

Sursa: concluzii proprii

Principalele premise de la care plecăm în analiza turismului religios în regiune sunt:

1. atracția religioasă este o componentă importantă a motivației consumatorului de servicii turistice din regiune;
2. cadrul conceptual al turismului religios este unul deficitar în abordările teoretice și cele operaționale, indiferent că vorbim de operatorii de turism / agenții de turism, de organizațiile religioase sau instituții de învățământ;
3. potențialul turismului religios localizat cu precădere în mediul rural este unul aparte și permite o abordare sinergetică a produsului turistic;
4. componenta religioasă este slab valorificată în cadrul serviciilor turistice din regiune.

2.1. Caracterizare generală a Regiunii de Dezvoltare Nord-Est

Ne propunem să aducem în discuție câteva elemente generale privind Regiunea de Dezvoltare Nord-Est cu implicații directe în punerea în valoare, în desfășurarea și dezvoltarea turismului religios.

2.2. Caracterizare geografică a Regiunii de Nord-Est

Din punct de vedere istoric, Regiunea de dezvoltare Nord-Est a României constituie o parte componentă a vechii regiuni istorice Moldova. Este cea mare dintre cele opt regiuni de dezvoltare ale României, având o suprafață totală de 36.850 kmp și o populație de 3.726.642 locuitori.

Din punct de vedere al situației administrative, această regiune este învecinată la Est cu Republica Moldova, la Vest cu județele Maramureș și Bistrița-Năsăud (Regiunea Nord-Vest) și județele Mureș, Harghita și Covasna (Regiunea Centru), la Nord cu Ucraina, iar la Sud cu județele Galați și Vrancea (Regiunea Sud-Est), iar.



Figura 1.1. Harta geografică a Regiunii de Nord-Est
Sursa: <http://hartiromania.celendo.ro>

Beneficiind de o bogată tradiție istorică, culturală și spirituală, regiunea îmbină în mod armonios tradiționalul cu modernul și trecutul cu prezentul, potențialul acesteia putând fi folosit pentru dezvoltarea infrastructurii, a zonelor rurale, a turismului și a resurselor umane.

Geografic, regiunea este caracterizată printr-o îmbinare armonioasă a tuturor formelor de relief: 30% – munți, 30% – relief subcarpatic, iar 40% corespunde formelor de podiș. Această ultimă formă de relief este preponderentă în suprafața județelor Vaslui, Botoșani și Iași, aproximativ 70%. La Vest, regiunea este delimitată de culmile Munților Carpați Orientali cu înălțimi apropiate de 2000 m în Nord (Vârful Pietrosu, Vârful Rarău, Vârful Giumalău, Vârful Ocolașu Mare, Vârful Hășmașu Mare) și cu micșorare de altitudine spre Sud (Munții Troțușului, Munții Ciuc și Munții Vrancei). Subcarpații au înălțimi cuprinse între 700 și 800 de metri și fac o trecere ușoară a zonei montane spre cea de podiș, cu păduri și peisaje slab valorificate turistic. În acest areal se află numeroase mănăstiri și schituri, unele cu vechime și rezonanță istorică deosebită. Jumătatea estică a regiunii poate fi caracterizată prin două mari zone: Câmpia Moldovei, în partea nordică și Podișul Bârladului, în partea de Sud. Partea de Nord-Vest a regiunii este cunoscută și sub numele de Podișul Sucevei cu înălțimi de 500-600 de metri și se bucură de o recunoaștere turistică deosebită pentru „obcinele” sale (care constituie ușoare undiri ale reliefului).

Din punct de vedere hidrografic, regiunea este străbătută de un număr de opt cursuri importante de apă, care se repartizează pe direcția Nord-Sud. Dintre acestea, cele mai mari bazine hidrografice sunt reprezentate de Siret (42.890 kmp) și Prut (10.990 kmp). Prutul este frontiera naturală a României cu Republica Moldova, pe o lungime de circa 680 km. Din punct de vedere turistic și istoric, râurile Bistrița și Moldova pot reprezenta un potențial deosebit atât din punct de vedere al identității cultural-istorice și religioase, dar și al modalităților de petrecere activă a timpului liber. Cu importanță turistică sunt lucrări de amenajări și regularizare pe aceste cursuri de ape care permit o abordare complementară și complexă a pachetului de servicii. Mare parte din cursurile de apă ale acestei regiuni au beneficiat de modernizări. Unul dintre cele mai mari lacuri de acumulare ale regiunii, „Izvorul Muntelui”, are un volum la nivel normal de retenție de 1.130 mil. mc.

Componenta geografică este frumos presărată de o salbă de edificii religioase, aspect ce deschide șansa dezvoltării unui turism religios complex de recuperare și medical care să se adreseze nu numai cererii interne dar și celei internaționale.

Concluzii

Potențialul turismului religios din regiunea de Nord-Est a României prezintă o serie de particularități care impun organizarea și desfășurarea unor activități concrete de turism. Principalele elemente care trebuie să fie luate în calcul în proiectarea activităților se referă la: infrastructura generală de turism, infrastructura specifică de turism. În delimitarea activităților se iau în vedere formele specifice de manifestare a turismului religios.

Cunoașterea conținutului fiecărei forme de turism se realizează prin cercetarea turismului religios. În cercetare, atenție deosebită se acordă: caracteristicilor cererii de servicii de turism, estimării cererii de servicii de turism, ofertei de turism religios. În evaluarea potențialului turismului religios din zonă reperetele metodologice s-au referit la: elemente de patrimoniu antropocentric sub forma edificiilor religioase, elemente de patrimoniu religios specific, elemente de patrimoniu cultural religios aflate în cadrul mănăstirilor, structuri de cazare aflate în interiorul mănăstirilor.

Bibliografie

- Abărgăoniței, Sorin-Ion, *Oferta agroturistică a Bucovinei*, Editura „Tipo Moldova”, Iași, 2010
- Adda, Jacques, *La mondialisation de l'économie. Tome 1 : Genèse*, Éditions de la Découverte, 2001
- Altman, Iacob, *Management și marketing în unitățile de turism*, Editura „Mega”, Cluj-Napoca, 2004
- Amerein, P.; Barczyk, D.; Évrard, R.; Rohard, F.; Sibaud, B.; Weber, P., *Marketing. Stratégies et pratiques*, „Nathan”, 2000
- Anastasiu, Bogdan; Jijie, Tudor, *Cercetarea de marketing*, Editura „Polirrom”, Iași, 2005
- Babiniuc, Cameliu, [Activitatea promoțională în turism și căi de adaptare la cerințele pieței](#), „MAR”, Constanța, 2006
- Dale, Gilian; Oliver, Helen, *Travel and tourism*, Heinemann, 2005
- Dube, Leon, Wingfield, Sue, *Economics, Sociology, Politics, and Religion: Success of Marketing Students*, „Atlantic Economic Journal”, „International Atlantic Economic Society”, vol. 36(4), 2008, pp. 503 - 504¹
- Dumazeidier, J. M., *Vers un civilisation du loisir*, Paris, Editure du Seuil, 1962, pp. 42 - 43
- Durafour, Daniel, *Marketing*, 2-eme édition, „Dunod”, Paris, 2001
- Kotler, Ph., *Kotler despre marketing, cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele*, Copyright ediție: „Curier marketing”, 2003
- Kotler, Philip, *FAQ Marketing. Tout ce que avez toujours voulu savoir sur le marketing. Reponses d'un spécialiste*, trad. Myriam Shalak, edition Dunod, Paris, 2005, pp. 193 - 194
- Kotler, Philip; Dubois, Bernard; Manceau, Delphine, *Marketing - Management*, 11-eme edition, Pearson Education, 2004, pp. 3 - 37
- Managing the visitor experience on romanian religious sites: monasteries abbots' perceptions*, în „Management & AMarketing”, Craiova, vol. VIII, nr. 1/2001

Marketing, Haworth Press, 2006 Stevens, Robert E.; Loudon, David; Wrenn, Bruce; Cole, Henry, *Concise Encyclopedia of Church and Religious Organisation*:

Pender, Lesley; Sharpley, Richard, *The management of tourism*, „Sage” Publications Ltd., London, 2007; Page, Stephen J., *Tourism management: managing for change*, Butterworth-Heinemann Ltd., 2003; Rodgers, Janet, *Travel and tourism*, Heinemann; Student Guide edition, 2001;

OECD (2009), *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, French translation of pp. 3 - 75, only available on Internet, p. 25.

Strâmbu-Dima, Andrei, *Aplicativitatea marketingului în organizațiile religioase*, în „Revista de Marketing online”, vol. 2, nr. 1, martie 2008

<http://hartiromania.celendo.ro>