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

Doina Guriță
Assist., PhD, Ștefan Lupașcu 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, developement region

1. Caracteristici generale ale turismului religios

În ultimii ani, în urma unor conferinţe internaţionale s-a dovedit că turismul religios reprezintă o prioritate. S-a pus în lumină diversitatea resurselor şi destinaţiilor religioase şi 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 spaţiilor religioase şi să respecte semnificaţia acestora*; *să aducă beneficii comunităţii locale* şi *să asigure accesul prioritar al membrilor acesteia la obiectivele cultural-religioase*; *să evite conflictele între diferitele categorii de turişti* care *practică turismul religios, asigurând o punte de legătură între acestea*.

Conform unui plan al fostei Autorităţi Naţionale pentru Turism (ANT), din anul 2006, „turismul religios constă în pelerinajele credincioşilor la lăcaşurile de cult, considerate sfinte de diferite religii. În aceeaşi măsură, marile sărbători de cult, hramurile mănăstirilor şi bisericilor atrag, în perioada sărbătorilor religioase tradiţionale, un număr considerabil de pelerini” Oarecum se face referire doar la categoria de credincioşi autentici, pelerinii.

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

De asemenea, pentru multe dintre regiunile cu potenţial turistic ridicat se mai pune problema accesului pentru că – şi se poate afirma cu certitudine – chiar şi atunci când o anumită regiune are un potenţial considerabil de a dezvolta bunuri culturale pentru turism, dacă nu este uşor accesibilă pentru turişti 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 aceeaşi competiţie trebuie să fie atractive, să atragă investiţii, trebuie să-şi fructifice abilităţile şi să facă alegeri strategice pentru dezvoltarea culturii şi turismului [1].

Astfel că, principalele obiective ale programelor culturale şi turistice sunt legate de îmbunătăţirea situaţiei economice, culturale şi sociale a unei anumite regiuni. În cele mai multe cazuri obiectivele generale sunt stabilite în direcţia creşterii numărului de turişti sau a unor grupuri specifice de turişti. Principalele domenii ale acţiunii publice care pot fi identificate sunt: ***îmbunătăţirea infrastructurii; conservarea patrimoniului; îmbunătăţirea performanţei economice; dezvoltarea de identitate regională şi îmbunătăţirea imaginii regiunii; dezvoltarea turismului în zonă; îmbunătăţirea calităţii turismului şi a „întreprinderilor" turistice***.

Cultura şi turismul sunt consideraţi a fi factori importanţi nu numai în procesul de stimulare a economiei regionale dar, în acelaşi 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 puţine alte opţiuni. Între timp dezvoltarea turismului legat de cultură a făcut ca acesta să fie destinat să furnizeze venituri pentru a sprijini instituţiile culturale. De asemenea, consumatorii de turism regional trebuie să conştientizeze specificitatea regională. Turiştii interesaţi de cultură şi, pentru cazul nostru, de aspectul religios al acesteia, trebuie (sau e de aşteptat) să viziteze destinaţii în care mulţi turişti nu merg de obicei. Se contribuie astfel, la extinderea turismului în regiuni şi spaţii noi împotrivindu-se, în consecinţă, prezenţei sezoniere care nu asigură constanţă procesului turistic. Un impuls este dat de cultura locală unde, în special în localităţi mici, oamenii conştientizează şi îşi asumă identitatea culturală moştenită şi conservată. Astfel, se încurajează oamenii din aceste comunităţi locale spre a spori şi păstra cultura, dându-se un sens reînnoit de mândrie pentru comunitate. Acesta este un factor care induce o serie de jurisdicţii să dezvolte programe pentru a îmbunătăţi gradul de cunoaştere culturală şi de interes în domeniul conservării patrimoniului în cadrul populaţiei locale[2].

Tabelul1.1. *Caracteristicile turismului patrimonial, ale turismului cultural şi turismului creativ*

Tipul de turism	**Ţinta temporală principală**	**Ţinta culturală principală**	**Principala formă de consum**
Turismul patrimonial	*Trecut*	*Cultură de vârf; cultură populară*	*Produse*
Turismul cultural	*Trecut şi prezent*	*Cultură de vârf şi*	*Produse şi procese*

[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, Bucureşti, 1999, p. 59

		cultură populară	
Turismul creativ	*Trecut, prezent şi viitor*	*Cultură de vârf; cultură populară; cultură de masă*	*Experienţe şi transformări*

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 „reuşit" turism-cultură – turism-religie are un potenţial ridicat în a stimula atractivitatea, cu condiţia ca ambele sectoare să coopereze şi să se sprijine reciproc. În plus, regiunile care reuşesc cel mai bine sunt cele care recunosc implicaţiile profunde ale acestei relaţii, în special acele regiuni care caută să atragă noi locuitori şi investitori.

Pentru moment, aceste aspecte sunt rareori luate în calcul în cadrul programelor de dezvoltare a culturii şi 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 relaţia dintre cultură şi turism poate fi o combinaţie puternică de a atrage oameni şi investiţii.

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

Religia a jucat un rol determinant în viaţa şi activitatea oamenilor. Bogăţia spirituală a unor lăcaşe de cult (mănăstiri, biserici, schituri), precum şi puternica personalitate a unor oameni mult mai dedicaţi spiritual aflaţi în aceste aşezăminte a atras atenţia şi admiraţia oamenilor, conducând la manifestarea unei atitudini speciale faţă de toate acestea.

Apariţia turismului, şi în special al celui religios în Regiunea de dezvoltare Nord-Est, este în mare măsură legată de existenţa mănăstirilor, schiturilor, precum şi de pelerinajele credincioşilor la aceste edificii. În tradiţia vechilor familii boiereşti, un loc aparte îl deţinea ctitorirea şi susţinerea economică a mănăstirilor prin donaţii financiare, materiale şi 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, îşi petreceau o parte din an, fie pentru a se îngriji de suflet, fie pentru a petrece un sejur în care desfăşurau drumeţii, activităţi de vânătoare, pescuit etc. De asemenea, în secolele XV - XIX mănăstirile ofereau adăpost drumeţilor şi negustorilor care beneficiau de multe ori de cazare şi masă gratuită. Pentru astfel de evenimente mănăstirile dispuneau prin construcţie de dependinţe cu camere speciale pentru mireni. Dar deplasările erau realizate şi de populaţia obişnuită care, atrasă fiind de faima unor astfel de edificii, veneau la marile sărbători în pelerinaj la aceste lăcaşuri de cult de la distanţe considerabile, deplasarea efectuându-se de cele mai multe ori pe jos.

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

Apariţia marilor aglomerări umane, creşterea veniturilor populaţiei din mediul urban, reducerea timpului liber, au condus la conturarea turismul religios ca fenomen distinct. Începând cu secolul XIX, ca o reacţie la stresul datorat urbanismului şi industrializării tot mai accentuate la care se adaugă problemele de natură culturală şi spirituală, au generat o creştere a interesului pentru astfel de modalităţi de petrecere a timpului liber. În cadrul nevoilor manifestate de omul

urban, de desprindere de oraş chiar şi 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 poziţie este aproape similară celei dintre turismul cultural şi 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:

- existenţa unui număr impresionant de elemente de patrimoniu religios care atrag un număr impresionant de turişti;
- există elemente de patrimoniu religios recunoscut UNESCO, slab valorificate;
- majoritatea obiectivelor turistice religioase se află în spaţiul 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 agenţii de voiaj;
- în localităţile destinatare pelerinii apelează la serviciile de cazare, masă şi transport local;
- de asemenea, prin schimburile comerciale care au loc, turiştii contribuie la valorificarea superioară a resurselor locale.

Se impune să specificăm de ce turismul religios este o formă mai aparte. Însuşi denumirea, prin includerea termenului „religie", dă o conotaţie specială, cu anumite particularităţi. Trebuie să subliniem aceste particularităţi. Motivarea turismului rural religios presupune în mentalitatea turiştilor autohtoni un număr limitat de determinări, care au, de cele mai multe ori, un caracter foarte personal şi intim. Acestea ţin în mare măsură de „moştenirea" fiecărei confesiuni religioase, de sistemul de valori şi principii transmis în interiorul familiilor, şi mai puţin de metodele moderne de promovare. De asemenea, un alt element important îl constituie tradiţia şi obiceiurile conservate în cadrul acestor instituţii şi, nu în ultimul rând, valoarea de patrimoniu naţional, istoric şi cultural a multor aşezăminte religioase construite cu secole în urmă.

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

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

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

	Probleme	**Obiective**	**Proiecţii**
Regiunea de Nord-Est a României	*- Lipsa unei vizibilităţi a identităţi cultural religioase a locului.* *- Dezvoltare insuficientă a turismului cultural-*	*- Proiectarea unei politici eficiente pentru turismul cultural la nivel regional.* *- Instituirea unei identităţi regionale recunoscută atât la*	*Proiectarea unei identităţi regionale compacte vizând:* *- o evaluare a pieţelor existente;* *- o analiză a tuturor destinaţiilor turistice din această*

	religios în raport cu potenţialul acestei regiuni.	*nivel naţional cât şi internaţional.*	*zonă;* *- stabilirea obiectivelor strategice.*

***Sursa**: concluzii proprii*

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

1. atracţia religioasă este o componentă importantă a motivaţiei consumatorului de servicii turistice din regiune;
2. cadrul conceptual al turismului religios este unul deficitar în abordările teoretice şi cele operaţionale, indiferent că vorbim de operatorii de turism / agenţii de turism, de organizaţiile religioase sau instituţii de învăţământ;
3. potenţialul turismului religios localizat cu precădere în mediul rural este unul aparte şi 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 discuţie câteva elemente generale privind Regiunea de Dezvoltare Nord-Est cu implicaţii directe în punerea în valoare, în desfăşurarea şi 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 suprafaţă totală de 36.850 kmp şi o populaţie de 3.726.642 locuitori.

Din punct de vedere al situării administrative, această regiune este învecinată la Est cu Republica Moldova, la Vest cu judeţele Maramureş şi Bistriţa-Năsăud (Regiunea Nord-Vest) şi judeţele Mureş, Harghita şi Covasna (Regiunea Centru), la Nord cu Ucraina, iar la Sud cu judeţele Galaţi şi Vrancea (Regiunea Sud-Est), iar.

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

Beneficiind de o bogată tradiţie istorică, culturală şi spirituală, regiunea îmbină în mod armonios tradiţionalul cu modernul şi trecutul cu prezentul, potenţialul acesteia putând fi folosit pentru dezvoltarea infrastructurii, a zonelor rurale, a turismului şi a resurselor umane.

Geografic, regiunea este caracterizată printr-o îmbinare armonioasă a tuturor formelor de relief: 30% – munţi, 30% – relief subcarpatic, iar 40% corespunde formelor de podiş. Această ultimă formă de relief este preponderentă în suprafaţa judeţelor Vaslui, Botoşani şi Iaşi, aproximativ 70%. La Vest, regiunea este delimitată de culmile Munţilor Carpaţi Orientali cu înălţimi apropiate de 2000 m în Nord (Vârful Pietrosu, Vârful Rarău, Vârful Giumalău, Vârful Ocolaşu Mare, Vârful Hăşmaşu Mare) şi cu micşorare de altitudine spre Sud (Munţii Trotuşului, Munţii Ciuc şi Munţii Vrancei). Subcarpaţii au înălţimi cuprinse între 700 şi 800 de metri şi fac o trecere uşoară a zonei montane spre cea de podiş, cu păduri şi peisaje slab valorificate turistic. În acest areal se află numeroase mănăstiri şi schituri, unele cu vechime şi rezonanţă istorică deosebită. Jumătatea estică a regiunii poate fi caracterizată prin două mari zone: Câmpia Moldovei, în partea nordică şi Podişul Bârladului, în partea de Sud. Partea de Nord-Vest a regiunii este cunoscută şi sub numele de Podişul Sucevei cu înălţimi de 500-600 de metri şi se bucură de o recunoaştere turistică deosebită pentru „obcinele" sale (care constituie uşoare unduiri ale reliefului).

Din punct de vedere hidrografic, regiunea este străbătută de un număr de opt cursuri importante de apă, care se repartizează pe direcţia Nord-Sud. Dintre acestea, cele mai mari bazine hidrografice sunt reprezentate de Siret (42.890 kmp) şi 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 şi istoric, râurile Bistriţa şi Moldova pot reprezenta un potenţial deosebit atât din punct de vedere al identităţii cultural-istorice şi religioase, dar şi al modalităţilor de petrecere activă a timpului liber. Cu importanţă turistică sunt lucrări de amenajări şi regularizare pe aceste cursuri de ape care permit o abordare complementară şi 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 retenţie de 1.130 mil. mc.

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

Concluzii

Potenţialul turismului religios din regiunea de Nord-Est a României prezintă o serie de particularităţi care impun organizarea şi desfăşurarea unor activităţi concrete de turism. Principalele elemente care trebuie să fie luate în calcul în proiectarea activităţilor se referă la: infrastructura generală de turism, infrastructura specifică de turism. În delimitarea activităţilor se iau în vedere formele specifice de manifestare a turismului religios.

Cunoaşterea conţinutului fiecărei forme de turism se realizează prin cercetarea turismului religios. În cercetare, atenţie deosebită se acordă: caracteristicilor cererii de servicii de turism, estimării cererii de servicii de turism, ofertei de turism reigios. În evaluarea potenţialului turismului religios din zonă reperele metodologice s-au referit la: elemente de patrimoniu antropic sub forma edificiilor religioase, elemente de patrimoniu religios specific, elemente de patrimoniu cultural religios aflat în cadrul mănăstirilor, structurii de cazare aflate în interiorul mănăstirilor.

Bibliografie

Abărgăoniţei, Sorin-Ion, *Oferta agroturistică a Bucovinei*, Editura „Tipo Moldova”, Iaşi, 2010

Adda, Jacqes, *La mondialisation de l'économie. Tome 1 : Genése*, Éditions de la Découverte, 2001

Altman, Iacob, *Management şi marketing în unităţile 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

Anastasiei, Bogdan; Jijie, Tudor, *Cercetarea de marketing*, Editura „Polirom”, Iaşi, 2005

Babiniuc, Cameliu, *Activitatea promoţională în turism şi căi de adaptare la cerinţele pieţei*, „MAR”, Constanţa, 2006

Dale, Gilian; Oliver, Helen, *Travel an tourism*, Heinemann, 2005

Dube, Leon, *Wingfield, Sue, Economics, Sociology, Politics, and Religion: Success of Marketing Students*, „Atlantic Economic Journal”, „Internaţional Atlantic Economic Society”, vol. 36(4), 2008, pp. 503 - 504[1]

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

Durafour, Daniel, *Marketing*, 2-eme édition, „Dunod”, Paris, 2001

Kotler, Ph., *Kotler despre marketing, cum să creăm, cum să câştigăm şi cum să dominăm pieţele,* Copyright ediţie: „Curier marketing”, 2003

Kotler, Philip, *FAQ Marketing. Tout ce que avez toujours voulu savoir sur le marketing. Reponses d'un specialiste*, trad. Myriam Shalak, edition Dunod, Paris, 2005, pp. 193 - 1943

Kotler, Philip; Dubois, Bernard; Manceau, Delphine, *Marketing - Management*, 11-eme edition, Pearson Education, 2004, pp. 3 - 37

Managing the visitor experience on românian 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 organizaţiile religioase*, în „Revista de Marketing online", vol. 2, nr. 1, martie 2008

http://hartiromania.celendo.ro