

Биљана Анђелковић

Етнографски институт САНУ, Београд
biljana.andjelkovic@ei.sanu.ac.rs

Улога верског туризма у стварању „хијерархије“ манастира код поклоника Српске православне цркве¹

У овом раду се анализира утицај који верски туризам, односно организована поклоничка путовања у манастире Српске православне цркве имају на конструисање представа о значају и светости неког манастира код поклоника и посвећених верника. Једно од главних полазишта у раду јесте да поклоничка путовања представљају специфичан комуникацијски оквир унутар кога, захваљујући бројним факторима, долази до разлике у „вредновању“ манастира од стране поклоника, као и до различитог степена њихове везаности за одређене манастире, што за последицу има стварање персонализоване „хијерархије“ манастира. Циљ рада је да на основу анализе етнографске грађе прикупљене између 2013. и 2018. године испита на који начин и у којој мери организована поклоничка путовања доприносе издвајању појединих манастира у односу на друге код поклоника СПЦ.

Кључне речи: манастири Српске православне цркве, поклоничка путовања, поклоници, верски туризам, „хијерархија“, света места, Србија

The Role of Religious Tourism in Creating Hierarchy of Monasteries for the Followers of the Serbian Orthodox Church

This paper is on the analysis of the influence of religious tourism, i.e. organized homage to the monasteries of the Serbian Orthodox Church on constructing impressions of significance of the knowledge and holiness of a monastery to followers and devoted worshippers. One of the main starting points in this paper is that followers' journeys represent a specific communication frame. Owing to various factors, there is a difference in "assessment" of monasteries by the followers, as well as a different level of their connection to the some monasteries, and this has a consequence of creating personal "hierarchy" of monasteries within this frame. The aim of this paper is studying in which way and in which extent organized followers' journeys contribute to nominating some monasteries as outstanding in comparison to others by the followers of the Serbian Orthodox Church.

¹ Овај рад је настао као резултат рада на пројекту *Стратегије идентитета: савремена култура и религиозност (177028)*, који у целини финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

Key words: monasteries of the Serbian Orthodox Church, followers' journeys, followers, pilgrims, religious tourism, "hierarchy", holy places, Serbia

Ходочашћа или поклоничка путовања, како се чешће називају у Србији, верници доживљавају као потврду своје побожности, као вид подвижништва или чин покајања, као начин да доживе историјску и свету моћ неког места, као пут на коме траже себе или „лек“ за своју духовну обнову. За антропологе, међутим, поклоничка путовања представљају религијску и културну праксу која се не може посматрати одвојено од културе унутар које се јављају, нити су издвојена од друштвених, политичких и економских промена које захватају друштво у коме се јављају. Због комплексности ходочашћа, овом феномену се током последњих деценија приступало из различитих углова, те је стављан акценат на различита питања и теме.² Недовољно пажње је, међутим, било посвећено питањима *због чега људи ходочасте на одређена места и због чега нека места постају ходочасничка одредишта* (Reader 2014, 24). У ранијим радовима о ходочашћу обично је истицано да у његовој основи лежи веровање да су нека места моћнија у односу на друга (Marcus 1994; Dubisch 1995, 35), односно да „ходочасничка одредишта почивају на идеји да постоје посебна места где је свето толико близу да је с њиме могуће остварити непосредан сусрет“ (Belaj 2012, 35). Такође, аутори су уочили и да се нека света места поимају моћнијим у односу на друга, па се у том смислу „може говорити и о њиховом хијерархијском односу“ (Belaj 2012, 37). Разлике у перцепцији нивоа светости ходочасничких одредишта уочили су бројни истраживачи од седамдесетих година до данас (Bharati 1970; Bardwaj 1974; Turner & Turner 1978; према Preston 1992). Ходочасничка одредишта могу бити постављена хијерархијски у зависности од значаја који имају у локалним/регионалним, националним или интернационалним оквирима, у зависности од броја посетилаца или од значаја који имају за конкретну религију (Bhardwaj 1973, Turner 1974, Turner & Turner 1978; према Dubisch 1995, 38). У покушају да одреди заједнички именилац овим нивоима, Џејмс Престон (James J. Preston) је употребио појам *духовни магнетизам* (spiritual magnetism) којим је дефинисао „моћ светилишта да

² Нека од њих тичала су се односа ходочасничких група (Pfaffenberg 1979; Sallnow 1981), ходочасничког искуства (Morinis 1984; Aziz 1987), мобилности, глобализације, рода, етничитета (Dubisch 1995; Coleman & Eade 2004; Jansen & Notermans 2012; Eade 2014; Eade 2016), секуларних и „new age“ ходочашћа (Reader & Walter 1993; Margry 2008), мешовитих ходочашћа (Albera & Couroucli 2012), односа туризма и ходочашћа (Turner & Turner 1978; Badone & Roseman 2004; Timothy & Olsen 2006; Collins-Kreiner 2010; Katić, Klarin & McDonald 2014) и, у новијем периоду, економских и политичких процеса (Pezos 2016; Reader 2014; Eade & Katić 2014; Coleman & Eade 2018). У Србији су се ходочашћем и верским туризмом бавили аутори у оквиру различитих дисциплина, највише из угла туризмологије, економије и социологије религије (Stamenković 2006; Nikolić 2010; Radisavljević-Ćiparižović 2011; 2012; 2013; 2016), али и антрополози, односно антрополошки лингвисти Čolović (2008), Radulović (2010a; 2010b; 2010c; 2011), Zlatanović (2008), Sikimić (2014), док се секуларним ходочашћем бавила Гордана Благојевић (Blagojević 2009).

привуче посвећенике“ (Preston 1992, 33). Он је издвојио четири елемента који доприносе духовном магнетизму – чудотворна исцељења, привиђања/указања, света географија и отежан приступ (светом) месту – и истакао да духовни магнетизам „произлази из људских концепата и вредности, путем историјских, географских и друштвених сила које се сједињавају у светом месту“ (Preston 1992, 33). Фактори које је Престон издвојио – како су касније приметили други истраживачи – нису једини који доприносе *духовном магнетизму*, те су му аутори замерали због тога што није посветио довољно пажње питању да ли неки од ових елемената може бити „произведен“ са циљем да привуче појединце и колика је улога религијских представника, односно локалних званичника у томе (Reader 2014, 30).

Идеја да су ходочасничка одредишта „манифестација светог које поседује посебну моћ да привуче ходочаснике“ била је изузетно раширена током претходних деценија. Међутим, новији радови померају тежиште са „светости“ и истичу утицај економских процеса, маркетинга и конзумеризма на ходочашћа. Овим аспектом највише се бавио Јан Ридер (Ian Reader) чији је приступ значајан, између осталог, и због тога што је померио тежиште са поклоника на друге актере ходочасничког процеса, пре свега на религијске ауторитете и представнике. У својој књизи *Ходочашће на тржишту (Pilgrimage in the Marketplace)*, на примерима из Јапана, Индије, Кине, Вијетнама, европских земаља и исламског света показао је да динамика тржишта, укључујући маркетиншке и промотивне активности свештеника и интересних група, ствара тржиште у оквиру кога ходочашће постаје утврђен и успешан оквир захваљујући коме се одржава категорија *светог* (види Reader 2014).

Полазећи од чињеница да на перцепцију ходочасничког одредишта од стране поклоника утичу различити фактори и актери, у овом раду желим да проверим на који начин верски туризам доприноси тој перцепцији. Верски туризам, односно поклоничка путовања као његову најчешћу форму у Србији, овде треба разумети, пре свега, као комуникацијски оквир унутар кога се креирају или репродукују знања и представе о манастирима Српске православне цркве. Будући да званична институција све манастире сматра „светињом“ тј. да су „подједнако свети“, поставља се питање како разумети разлику у перцепцији манастира СПЦ од стране поклоника? Како објаснити чињеницу да су неки манастири више посећени у односу на друге? Због чега агенције и организатори поклоничких путовања често организују поклоничка путовања у неке манастире, док у друге не одлазе уопште? Који фактори одређују који ће манастири бити посећенији? Овде, за разлику од примера из католичке или друге религијске традиције не можемо разматрати хијерархију светих места у категоријама локалног/регионалног, националног и интернационалног значаја. Манастири СПЦ значајни су, пре свега, у националним оквирима и, мада спорадично, могу бити посећени од стране припадника других верских и етничких заједница, највећи број манастира

посећен је од стране Срба православне вероисповести.³ Хијерархију на основу посећености засновану на прецизним подацима такође није могуће направити, јер не постоји могућност да се дође до свеобухватних података о броју поклоника у Србији или о броју реализованих поклоничких путовања у току године.⁴ Организатори поклоничких путовања углавном не воде евиденцију о броју поклоника, као ни манастири, нити ико евидентира да ли посетиоци долазе индивидуално или групно, што само отежава одређивање тога који манастир је најпосећенији.⁵ Због тога ће у раду бити анализирана етнографска грађа прикупљена током теренских истраживања поклоничког туризма у периоду од марта 2013. до априла 2018. године. У поменутом периоду путовала сам са различитим организаторима поклоничких путовања и урадила око седамдесет интервјуа са поклонцима, монаштвом и водичима. Током истраживања, пратила сам број понуда поклоничких путовања, број поклоника на њима, утиске поклоника у конкретним манастирима, наративе о манастирима и стекла увид у основне факторе који обликују представе о значају неког манастира СПЦ, који ће бити изложени у наставку рада.

Верски туризам у Србији: развој и карактеристике

Да би се боље разумео феномен којим се овде бавимо, треба поменути неколико чињеница у вези са контекстом развоја верског туризма у Србији. Формално, он почиње да се развија почетком деведесетих година, након што је отворена прва агенција за поклоничка путовања.⁶ Његови корени делимично леже у порасту броја религиозних у Србији, а делимично у национално-политичким ходочашћима у светиње СПЦ, која су имала значајну улогу у мобилизацији становништва и буђењу етничког/националног идентитета Срба крајем осамдесетих и почетком деведесетих година 20. века (види Perica 2006; Anđelković 2019). Након периода атеизације друштва, у другој половини осамдесетих и почетком деведесетих година двадесетог века, дошло је до ретрадиционализације и буђења етничког и националног идентитета у Србији (Flere & Molnar 1992; Prošić-Dvornić 1995; Kuzmanović 1998; Naumović 2009; Pavićević 2012; Pavićević i Todorović 2014; и др.), а путовања у манастире СПЦ постала су значајан фактор духовне обнове и потврде етничког/националног идентитета (види Čolović 2008). Са друге

³ О мешовитим ходочасничким одредиштима више видети: Dujzings 2000, Zlatanović 2008; Albera & Courgoucli 2009; Sikimić 2014, Radisavljević-Ćiparižović 2016.

⁴ Многе државе, туристичке организације и светилишта воде евиденцију о броју верских туриста. Верски туризам у другим земљама представља веома развијену грану туризма, која је постала важан сегмент међународног туризма. Процењује се да више од 300 милиона туриста годишње посети ходочасничка одредишта широм света, чиме се остварује приход од око 13 милијарди евра (Jansen & Notermans 2012).

⁵ Ту евиденцију је могуће проверити код званичних агенција које се баве организацијом ових путовања, али не и код независних организатора чији је број прилично велик.

⁶ Прва агенција за поклоничка путовања „Добročинство“ основана је 1990. године као званична патријаршијска агенција Српске православне цркве.

стране, верници који су се у овом периоду окренули цркви и литургијском животу почели су да трагају за аутентичним духовним животом, а најбољи модел и узоре проналазили су у монаштву.⁷ У том периоду дошло је до „духовног буђења“ становништва, па су манастири постали важни центри у којима су бројни појединци, нарочито млађе генерације, проналазили свог „духовног оца“ или „духовника“, а организована поклоничка путовања су омогућавала да се обиђе већи број манастира за краће време.⁸ Жељу верника за организованим посетама манастирима пратила је организација ових путовања на нивоу парохијских цркава, да би од почетка новог миленијума, већи број појединаца, а потом и туристичких агенција, почео да се бави организацијом ових путовања.

У време када је верски туризам почео да се развија било је далеко мање манастира СПЦ него данас. Управо у том периоду дошло је до интензивније градње сакралних објеката, па су бројни манастири – порушени током претходних векова – обновљени или су на њиховом месту подигнути нови.⁹ Због чињенице да шира јавност за многе од њих не зна, верски туризам се показао као изузетно важан фактор у промоцији ових (нових/старих) објеката, стављајући их на мапу верског туризма. То свакако не значи да нема других видова промоције, али ће због обима рада овде фокус бити стављен на поклоничка путовања, која су имала значајну економску улогу у процесу обнове манастира.¹⁰

Организацијом верских путовања данас се, поред званичне агенције СПЦ, баве епархијске агенције, свештена лица, особе које су на неки начин блиске цркви, али нису свештеници – представници удружења која негују

⁷ Сличну потрагу за аутентичношћу су учили истраживачи у Русији, у периоду након распада Совјетског савеза (види Kormina 2009).

⁸ Славиша Раковић наводи да у том периоду манастири Сопоћани, Прохор Пчињски, Ковиљ, Жича и др. почињу да примају младе људе на кратак боравак – „послушање“, при чему сваки придобити добија задатке које мора обавити (Raković 2013, 113). Манастири постају место ходочашћа бројних јавних, познатих личности, као и других у потрази за смислом. Манастир Ковиљ почео је да окупља релативно младе образоване људе из Новог Сада и Београда, привучене како радом тадашњег игумана (Порфирија), тако и обновом тзв. византијског певања или духом заједништва међу верницима.

⁹ У чланку под називом „Молитва међу скелама“ објављеном у *Новостима* од 4. новембра 2011. наводи се да је од деведесетих година 20. века до данас обновљено више од 500 цркава и манастира Српске православне цркве. Само у Србији током последњих двадесетак година подигнуто је и обновљено око 200 богомоља.

¹⁰ У савременом периоду постоји доста начина на који се манастири Српске православне цркве помињу и промовишу: у штампаним и електронским медијима, на друштвеним мрежама, плакатима и флајерима, веб-страницама манастира или званичном сајту Српске православне цркве, духовним трибинама, монографијама и др. Ови начини, како су показала истраживања, омогућавају да се за неки манастир сазна и подстичу жељу за посетом неког манастира. Многи поклонници, нарочито припадници старије генерације, не користе интернет за проширивање свог знања о манастирима. Они се углавном ослањају на информације које добијају од парохијских свештеника, других поклоника или на некој од духовних трибина на којима често гостују монаси из различитих манастира.

православне и традиционалне вредности, организатори духовних трибина, професори или студенти Богословског факултета, удружења која се баве промоцијом и очувањем националног идентитета Срба, туристичке агенције које, поред класичног туризма, организују и поклоничка путовања, затим, превозници који самоорганизованим групама пружају услуге транспорта без водича и, на крају, удружења која организују ходочашћа пешачењем. Велики број организатора подразумева и постојање различитих начина презентације манастира и разлике у „репертоару“ наратива о самим манастирима, захваљујући којима поклоници креирају представу о самом манастиру и пре него што га посете. На тај начин сваки поклоник, како примећује Маријана Белај, „ходочасничком одредишту додељују значења која је обликовао на темељу искустава претходних ходочасника, предања или понуђених информација о светишту“ (Belaj 2012, 41).

Информације до којих поклоници долазе током поклоничких путовања – оно што чују и виде током поклоничког путовања – веома утиче на обликовање представе о манастиру. Уобичајено је да на овим путовањима водичи током пута упознају поклонице са историјатом манастира, са пожељним понашањем у манастиру, али и са бројним делатностима којима се бави неки манастир (издавачка, медицинска, пољопривредна, иконописачка и др.).¹¹

Поклоничка путовања у манастире СПЦ се организују током читаве године и трају од једног до пет дана. Она могу бити организована у време важнијих верских празника или другим данима. Сам одабир манастира који се

¹¹ Наративи које водичи користе током поклоничких путовања могу се поделити на *информативне*, *едукативне* или *пропагандне*. Први тип наратива подразумева да се поклоницима пружају основне информације о томе којим редоследом ће се обилазити манастири, који су најважнији подаци о манастирима који се посећују и колико ће се групе задржавати у манастирима. У овом случају, водичи поклоницима не износе своје утиске и искуства из тих манастира, као ни сопствено мишљење, већ им остављају довољно простора и времена да „саберу своје мисли“, „да се посвете молитви“ или да читају нешто од верске литературе. У неким случајевима, овај простор без превише реторике од стране водича употпуњен је аудио или видео материјалом о неком манастиру. Водичи који користе ову врсту наратива су малобројни, али значајни, јер остављају простор поклоницима који причају личне приче и доживљаје из манастира, што такође може бити важан извор информисања других поклоника. Други тип наратива уобичајен је за водиче који поклоничком туризму приступају крајње професионално и који желе да поклоницима поред информација о православној духовности пруже и информације о културној и националној историји, географији, геологији, екологији и др. Ови водичи свесни су чињенице да многи поклоници који редовно одлазе на поклоничка путовања углавном не практикују друге видове туризма и информације које чују на овим путовањима за њих могу бити од користи. Последњи тип наратива је врло специфичан и најизраженији у оквиру поклоничких група чија је популација уже профилисана, као што су нпр. навијачке или верско-политичке скупине. Дешава се да на поклоничким путовањима сама прича или контекст путовања „повуче“ водича. То се нарочито дешава на поклоничким путовањима у манастире СПЦ који се данас налазе на територији бивших југословенских република. На таквим путовањима верски дискурс врло лако бива прожет политичким и националистичким дискурсима.

посећују током поклоничких путовања представља посебну тему. Некада организатори повлађују интересовању поклоника за одређене манастире, јер та путовања морају бити економски исплатива, па се у том случају верски туризам може сматрати последицом интересовања верника. У другом случају, организатори путовања преузимају на себе „мисионарску“ улогу како би поклоницима омогућили да се упознају са недовољно познатим манастирима да би се проширио број ходочасничких одређишта која поклоници желе да посете. Поклоничка путовања се, као и класична туристичка путовања, у доброј мери ослањају на људску тежљу да на тржишту проналазе нешто ново, неоткривено, запостављено. То доводи до могућности да се људи упућују на ходочашћа у одређене манастире, који би, да нема ових путовања, остали мало познати и слабо посећени. Тако се поклоничка путовања затварају у круг у коме постају оквир за промовисање одређених вредности. Пошто нема званичне институционалне процене шта би требало видети и шта је вредније, водичи на верским путовањима стварају своју „хијерархију“, која се онда верницима „намеће“. Због специфичности дискурса оваквих путовања, ретко се ко усуђује да негативно вреднује неко верско светилиште, што као резултат доноси да већ сама присутност у понуди обезбеђује неком манастиру пажњу и високо вредновање. Организатори и водичи на овим путовањима у стању су да изврше утицај на понуду, да „рекламирају“ ту понуду и да од недовољно привлачног места створе изузетно посећено место. Наравно, на дужи рок таква је стратегија вероватно ограничених домета, али је ефикасна у временским оквирима од неколико година. Истовремено, томе прилично помаже став званичника цркве да су сви манастири једнако вредни, јер то онда верницима омогућава да пасивно прихвате понуду, будући да не могу добити нешто што није вредно.¹²

Улога верског туризма у промоцији манастира Српске православне цркве

У оквиру Српске православне цркве тренутно постоји нешто више од четири стотине манастира.¹³ Више од две трећине манастира СПЦ нису

¹² Вероватно због уверења да им неће бити понуђено нешто што није вредно, поклоницима нису потребне озбиљније промоције манастира (рекламе, каталози, билборди и сл.). Обично је довољно да им се дају основне информације о путовању како би се определили за неко поклоничко путовање. Време организовања путовања, као и финансијска средства која треба издвојити за њих, такође су важна за коначну одлуку. Информације о поклоничким путовањима се могу добити на сајтовима поклоничких и туристичких агенција које у понуди имају ову врсту путовања, са постера које неколико агенција поставља на парохијским црквама, а већина организатора користи смс како би обавештавали поклонике о актуелним путовањима.

¹³ У другом издању књиге *Саборник манастира српских* из 2014. године постоје подаци о 423 манастира и 213 манастиришта (Вишњић 2014). Будући да је између два издања ове књиге (2012. и 2014.) број манастира порастао за 21 манастир, очекивано је да је тај број данас већи, с обзиром на то да се и даље поједине цркве „претварају“ у манастире, а на

уврштени у поклоничка одредишта, што значи да међу њима постоји велика неуједначеност у броју посетилаца. Неки манастири нису посећени због недостатка инфраструктуре која води до њих, неки још увек нису „откривени“ као поклоничка дестинација, а за неке једноставно нема интересовања поклоника чак ни када постоје у понуди организатора.¹⁴ Међу манастирима који су посећени у оквиру поклоничких путовања постоји разлика у броју поклоника, као и у учесталости посета. Шта све утиче на ту разлику није једноставно дефинисати, али се може закључити да су фактори који одређују ту разлику бројни. Поклоничка путовања имају велики значај за људе који манастире посећују и упознају на овај начин. Већина поклоника највише информација о манастирима, њиховом месту и улози у националној и културној историји, као и духовном животу добија управо на поклоничким путовањима. Због тога начин на који се манастири презентују током поклоничких путовања има велику улогу у томе како ће поклонници доживети неки манастир и какав ће општи утисак из њега понети, од чега у доброј мери зависи и да ли ће се и колико често поклоник враћати у неки манастир. Издвајање појединих манастира СПЦ у односу на друге, као што је речено, може се посматрати и хијерархијски (посећенији у односу на мање посећене; богатији у односу на сиромашније; манастири као националне светиње у односу на манастире као локалне светиње; манастири са познатим духовником/старцем и они без духовника итд.).

Формално, хијерархија манастира Српске православне цркве, у смислу да су неки манастири „изнад“ других, не постоји, нити постоје званични подаци којима се може поткрепити тврдња о постојању хијерархије. Ипак, када се поведе разговор са поклонницима или са водичима, када се погледа понуда поклоничких путовања и када се анализирају начини на које се презентују појединачни манастири, може се јасно уочити да разлика постоји и да се поједини манастири перципирају као „веће“ светиње. Поклонници, као и водичи, у разговору негирају да праве разлику између манастира. Па, ипак, неуједначен однос према манастирима се може назрети

месту манастиришта се подижу нови манастири.

¹⁴ Током трајања истраживања више пута сам била у прилици да пратим понуде поклоничких путовања за које није било довољно заинтересованих, па нису реализована или су реализована након више неуспешних покушаја. Обично је било речи о манастирима који су недовољно познати широј јавности, па је неопходно време како би се они „приближили“ поклонницима. Такви манастири се онда промовишу током поклоничких путовања у друге манастире, да би после извесног времена почело да се јавља интересовање за њих. Недавно сам посетила манастире до којих се ретко организују поклоничка путовања. Организатор је пре тог путовања 12 пута безуспешно покушао да оформи групу поклоника. Након што је организација приликом последњег покушаја успела и након што је организатор сакупио двадесетак поклоника, група је отпутовала и посетили смо четири манастира. Свим поклонницима ови манастири су били потпуно нови, „неоткривени“, али су понели врло позитивне утиске из њих. У повратку нас је водич љубазно замолио да испричамо своје утиске са овог путовања како би и другима „приближили ове светиње“ и како би у будућности било више интересовања за посету овим светињама.

из чињенице да се поједини манастири посећују масовно сваке недеље (на пример Острог или Хиландар), за разлику од оних који се посећују у време манастирске славе, већих празника или сабора, док у неке манастире поклоници, нарочито организовано, ретко свраћају. Поставља се питање због чега долази до разлике у броју посета у манастирима, који су фактори привлачности и колико верски туризам доприноси томе?

На првом месту, верски туризам већ самом понудом манастира, доприноси да се неки манастири издвоје у односу на друге. Понуда ходочасничких одређишта већ сама по себи представља „репрезентативну“ листу манастира који завређују пажњу верника и поклоника. Аргументација за то због чега су се манастири нашли на тој „листи“ је различита – неки су значајни за „духовност српског народа“, неки су „темељ идентитета српског народа“, неки се налазе на УНЕСКО-вој листи културне баштине итд. То нас упућује на неуједначене критеријуме и различите елементе који утичу да се неки манастир издвоји у односу на друге.

На основу анализе интервјуа које сам обавила са поклоницима и водичима може се закључити да су четири елемента која је Престон издвојио – чудотворна исцељења, привиђања/указања, света географија и отежан приступ месту – важна и у случају манастира СПЦ.¹⁵ Веровање у чуда и чудотворна исцељења још увек је један од најважнијих, ако не и најважнији фактор, те се из тог разлога највише и промовише (о (хипер)продукцији чуда видети: Radulović 2012). Међутим, поред ових елемената, на позиционирање манастира, како у оквиру понуде поклоничких путовања, тако и код самих поклоника и приликом њиховог одабира поклоничког путовања, утиче још неколико фактора. Један од најважнијих односи се на реликвије (мошти, иконе и др.) и гробове које се налазе у манастиру. Веома је важно чије се мошти или гроб налазе у манастиру, као и то да ли се иконе које поседује манастир сматрају чудотворним или не.¹⁶ Култ неког светитеља и његова раширеност има кључну улогу у односу који ће поклоници имати и према

¹⁵ Поређани по значају, ови елементи би и на примеру манастира СПЦ ишли овим редоследом. Веровање у могућност исцељења у неком манастиру највише доприноси духовном магнетизму (нпр. манастир Острог). Следећи елемент – указања – привлачи такође много верника и поклоника (као што је нпр. указање Мајке Божје у Ђунису). Указање на одређеном месту чини то место посебнијим у односу на друга, што чини и манастир подигнут на том месту посебнијим. Света географија је елемент применљив на *свете горе* којих по Србији има доста (овчарскокабларска, фрушкогорска, мојсињска, моравска, ресавска...) и које су све посећене. Последњи елемент који је Престон издвојио – тешкоће у приступу – а, који се односи на отежан прилаз неком манастиру, такође доприноси духовном магнетизму. Не толико као претходни елементи, али један број поклоника има жељу да њихова путовања буду физички што захтевнија како би поклоничка путовања у манастир и буквално представљала врсту подвига.

¹⁶ Често се *моћ* приписује реликвијама и моштима које се налазе у манастиру, због чега током последњих година многи манастири, а и цркве, посебно наглашавају да су добили делић моштију Нектарија Егинског, Василија Острошког или Свете Петке, светитеља чије мошти поклоници изузетно поштују.

самом манастиру.¹⁷ Други елемент се односи на пријем поклоничких група од стране монаштва. Током посета манастирима може се десити да поклоничкој групи нико од монаха не пожели добродошлицу. Са друге стране, постоје манастири у којима се увек наилази на срдчан пријем, на послужење или на разговор.¹⁸ Поклоницима веома значи када имају прилику да разговарају са монасима који представљају идеал хришћанског живота о коме са пуно поштовања говоре. Могућност директне комуникације са монашвом је нешто чему се поклоници увек надају када полазе на ова путовања. Од утиска који монаштво остави на њих у овим приликама, зависи и комплетан утисак који ће поклоници понети о манастиру.¹⁹ Уз реликвије, монаштво је нешто што даје духовну снагу манастиру. Због тога, присуство духовника у манастиру (као што је био отац Гаврило из манастира Лепавина или старац Тадеј у манастиру Витовница, на пример) изузетно појачавају *духовни магнетизам* манастира. Четврти елемент односи се на старост манастира, о чему ће у наставку рада бити више речи. Пети елемент односи се на значај који манастир има за националну и културну историју. Специфичност манастира СПЦ је у томе што њихова верска улога често није била одвојива од других које је имала у прошлости (просветна, здравствена, политичка, литерарна, уметничка...), због чега поклоници праве разлику између манастира *од већег* и *од мањег* значаја. Шести елемент се односи на природно окружење у коме се налази манастир. Већина манастира СПЦ налази се у природним амбијентима, због чега често у њима влада тишина и мир, који су ређи у манастирима који се налазе у градским срединама. На крају, индивидуално искуство и емоције које поклоници понесу из манастира имају велику важност за то какво ће место тај манастир имати за њих.²⁰ Ових седам елемената издвојено је на

¹⁷ На путу ка Острогу, са групом поклоника свратили смо у манастир Ждребаоник, у који је тог дана, када смо ми допутовали, донет мали кивот са моштима десетак светитеља, а међу њима Светог Јована Крститеља, Јована Златоустог, Александра Невског, Марије Магдалене, Серафима Саровског и неколико других. Иако смо били информисани о томе, мало поклоника се дуже задржало код овог кивота, иако је било довољно времена. Касније тога дана, када смо стигли на Острог већина поклоника је одмах отишла на поклоњење моштима Св.Василија Острошког, док су неки од њих више пута стајали у ред, како би се више пута поклонили и целивали кивот са светитељевим моштима. Овакав однос произлази из различите количине моћи која се приписује моштима св. Василија Острошког и моштима свих светитеља чије су се мошти налазиле у Ждребаонику, а чији култови у Србији нису развијени колико култ Светог Василија Острошког.

¹⁸ Испитаник А.Ж. каже да је њему веома важан однос монаштва према поклоницима, јер „то је одраз домаћинског понашања“, а по њему су монаси/монахиње „домаћини“ у манастиру.

¹⁹ Један испитаник ми је на питање шта један манастир чини познатим одговорио да су то „људи који у њему живе“, а „не само историја и светитељи“ (Н.Р), док је друга испитаница, препричавајући негативно искуство са монашвом у једном манастиру изјавила да „они могу и да разочарају“ (М.Т.).

²⁰ Важност сваког од ових елемената може се поткрепити бројним примерима са терена, које овде, због ограничености простора, нисам у могућности да наведем.

основу анализе одговора поклоника на питања *шта прво приметите када уђу у манастир* и *чиме се руководе када се одлучују да посетите неки манастир*.²¹

Сваки од ових елемената може имати утицај на поклонике и независно од поклоничких путовања. Међутим, током поклоничког путовања један или више ових елемената се посебно наглашавају, чиме се промовише онај елемент за који организатори сматрају да ће оставити најснажнији утисак на поклонике. Поклоници у већини случајева мало знају о манастирима (њиховој историји, архитектури, уметности, ктиторима, реликвијама које се у њима налазе, фрескама итд.). Већина поклоника се пре путовања припрема духовно и телесно за неко поклоњење (пост или молитва, нпр.), тако да опширније информације у вези са неким манастиром обично нису у њиховом фокусу. Због тога је водичима на поклоничким путовањима остављен огроман простор да причом о манастиру допуне знање поклоника, али и да утичу на стварање представе о неком манастиру истичући одређене аспекте – које лично сматрају важним – у први план. Водичи, међутим, нису једини фактор који омогућава креирање знања и представа о манастиру, јер поред њих у том процесу учествује монаштво, али и други поклоници који такође репродукују представу о манастиру (Anđelković 2019).²² У том смислу, верски туризам омогућава да се или задржи постојећа представа о значају неког манастира чиме се „чува“ његова позиција у „хијерархији“, као што је случај са Хиландаром, Пећком патријаршијом, Острогом, Високим Дечанима, Студеницом, Жичом, Сопоћанима и још неким манастирима; или, да се тај поредак мења тако што се истичу значај и светост „нових“ манастира. У првом случају, ради се о старим, средњовековним манастирима. Они су вековима, у континуитету, сматрани великим светињама, првенствено због директне везе са својим ктиторима, односно са светитељима који су у њима живели (о стварању култа светитеља ових манастира у средњем веку видети: Popović 2006; Marjanović-Dušanić 2007; Popović 2018 и др.). У њих се одлазило на поклоњење и много пре него што су поклоничка путовања каква данас

²¹ На питање да ли мисле да постоји разлика између манастира у смислу да неки имају већи значај или да су важнији од других, сви испитаници су одговорили да „разлика не постоји“. Из даљег разговора се, међутим, може закључити да постоје манастири које чешће посећују него друге. Разлог за то може бити и тај што редовни поклоници, који организовано одлазе на поклоничка путовања, обично користе услуге неколико организатора чија се понуда из године у годину мало мења. То значи да ће се поклоници одлучити за неко од поклоничких путовања која су у понуди. Изузетно су ретки примери да неко од поклоника прво одлучи да посети неки манастир па тек онда тражи организатора. Таква пракса је много чешћа код индивидуалних и породичних путовања.

²² За разлику од индивидуалних и породичних путовања, поклоничка путовања омогућавају већу интеракцију и размену знања и искуства између различитих актера верског туризма. Такође, однос и пријем поклоника од стране неког братства или сестринства често је другачији када је у питању група поклоника у односу на индивидуалне посете. Приликом појединачних посета може се десити да чак и не сретнете никог од монаха/монахиња, док се у случају организованих група обично одреди неко ко је задужен да групу дочека и да је угости. У том смислу је и сам утисак који поклоник понесе из манастира комплетнији.

познајемо почела да се организују. Данашња верска путовања само одржавају представе о овим манастирима створене током претходних векова, повезујући их, по потреби, са националним и политичким дискурсима. Други случај, када манастири, слабо познати широј јавности, постану једна од траженијих поклоничких дестинација, јесте много захвалнији за разумевање улоге коју верски туризам има у креирању представе о неком манастиру и значају који му се придаје у односу на друге. Покушаћу то да поткрепим примерима манастира Бошњане и Тумане. Манастир Светог Луке у селу Бошњане код Варварина изграђен је почетком деведесетих година на месту где је, по предању, постојао средњовековни манастир који је подигао кнез Лазар. Од завршетка изградње 1996. године, манастир је био женски, познат углавном у локалним оквирима, да би 2002. године доласком оца Алексеја (Богићевића) постао мушки. Архимандрит Алексеј је 2012. године организовао поклоничко путовање на острво Евија, са кога је донео делић моштију и капу Светог Јована Руса у манастир. Овај догађај помињали су водичи током поклоничких путовања у друге манастире. Једна агенција је започела са пуштањем емисије о овом догађају на својим путовањима, тако да је велики број поклоника за кратко време добио информацију како о новом, до тада слабо познатом манастиру, тако и о светом Јовану Русу. За кратко време порасло је и интересовање за овај манастир, па су бројне поклоничке групе почеле да посећују манастир Светог Луке. Организатори поклоничких путовања су учинили овај манастир актуелним и атрактивним путем промоције самог манастира, највише за време других поклоничких путовања. Поклоници који су посетили овај манастир су такође говорили да је реч о великој светињи коју обавезно треба посетити, хвалили производе који се могу купити у манастирској продавници, причали о старцу Гаврилу, пророку који је предвидео рат и страдања на Косову током деведесетих година двадесетог века и износили утиске о игуману оцу Алексеју као великом духовнику.²³ У року од неколико година овај манастир је постао тражена поклоничка дестинација. Главна разлика између манастира Бошњане током деведесетих година, када се у манастир долазило махом индивидуално и породично из околних села, и данашњег периода јесте управо у значајној „промоцији“ коју је манастир добио током поклоничких путовања. Ту није реч само о физичком обиласку манастира током поклоничког путовања, већ и читавом низу наратива о светости самог манастира, њеног духовника и реликвија које се у њему налазе. Чешће истицање неког манастира у односу на друге оставља утисак да су манастир или реликвије у њему од већег значаја него неки други. „Промоција“ манастира која претходи самој посети, наративи и искуства (претходних) поклоника, сувенири које поклоници купују и поклањају другима шири моћ светилишта и одражава се на његов духовни магнетизам

²³ Током 2017. и 2018. године мошти Светог Јована Руса су гостовале и у Београду, у цркви Василија Острошког и Богородичиној цркви у Земуну. Верници су организовали дочек и испраћај тих моштију, а у међувремену су многи верници посећивали цркве како би се поклонили моштима. Игуман Алексеј је учествовао и на бројним духовним трибинама на којима је промовисао књиге, што је допринело његовој препознатљивости међу верницима.

(више о ширењу моћи светилишта путем нарације у: Velaj 2012, 38). Овај манастир је за кратко време постао познат захваљујући чињеници да поседује неколико елемената који повећавају његову светост – мошти светитеља који је познат и поштован; игуман манастира који је одличан говорник, непосредан и духовит, а који је пре свега добар „домаћин“; позитивно искуство поклоника који су задовољни гостопримством на које наилазе у овом манастиру; гроб старца Гаврила за кога се тврди да је био пророк. Сваки од ових елемената истиче посебност манастира Светог Луке.

Други пример је манастир Тумане који је захваљујући верском туризму такође постао најпосећенији манастир на простору Србије у последњих неколико година. Као и у претходном случају, реч је о манастиру који потиче из средњег века, који је дуго био познат као локална светиња. Доласком младог братства 2014. године у манастир који је раније био женски, урађено је неколико ствари због којих је овај манастир постао једна од омиљених дестинација поклоника Српске православне цркве. Овај пример изабрала сам због тога што се на њему лепо може сагледати значај који има начин на који се манастир промовише и како, захваљујући верском туризму, неки манастир може да се уздигне на „хијерархијској лествици“ тако што од локалне светиње постане један од најпосећенијих манастира СПЦ током године. Од 2016. године братство манастира је радило како на уређењу манастира и његове околине тако и на промоцији манастира,²⁴ да би 28. маја 2017. године у манастиру Тумане био организован један од највећих сабора Српске православне цркве.²⁵ Готово да није било организатора поклоничких путовања из Србије који тог дана није довео групу у овај манастир.²⁶ Водичи на поклоничким путовањима која су организована пре овог догађаја најављивали су овај догађај као нешто „што не би требало пропустити“.²⁷ Након овог окупљања, манастир Тумане је постао манастир који „треба посетити“, „Ћердапски Острог“ и „велика светиња“. Нарација о том „фантастичном и значајном догађају Српске православне цркве“ преносила се међу поклонцима и наредних месеци. Током тог периода растао је број оних који желе да посете овај манастир, па су многи организатори путовања у

²⁴ Овом догађају је претходила вишемесечна промоцији манастира на бројним духовним трибинама и у радио и тв емисијама од стране братства манастира, нарочито чуда Светог Зосима Туманског, синаита који се подвизавао у испосници недалеко од данашњег манастира.

²⁵ Тог дана је организован пренос моштију Светог Зосима Туманског из манастирске цркве до обновљене испоснице која се налази на петнаестак минута пешачења од манастира, затим пресвлачење његових моштију, као и канонизација Јакова Туманског који је био сахрањен у порти манастира, а чија је икона тог дана свечано унета у манастир.

²⁶ Неки организатори су долазили и са по двестотинак поклоника. На паркинзима у непосредној близини манастира било је возила са таблицама из готово свих градова у Србији.

²⁷ Пракса је да водичи у повратку са неког поклоничког путовања најављују путовања за наредни период. Они могу делити флајере или саопштавати усмено нове понуде, али у оба случаја су присутне препоруке које би манастире требало посетити.

Србији почели чешће да обилазе овај манастир. Интересовање поклоника за посету манастиру је у међувремену толико порасло да је наредне године (20. маја) дошао још већи број поклоника.²⁸ Један од водича са којим сам разговарала поменуо је како је и раније, још док је манастир био женски, доводио овде поклонике, али да сада влада толико интересовање за посету овом манастиру да би могао да скупи групу сваке недеље.

За оба манастира се на поклоничким путовањима посебно наглашава да су то „светиње из средњег века“, што нас враћа на елемент коме у претходном делу текста није посвећено довољно пажње – старост манастира. Она се посебно наглашава на свим поклоничким путовањима, чак и у случајевима када су манастири новијег датума, када старост манастира није поуздано утврђена, као и онда када готово извесно у прошлости није било манастира на неком месту. Старост манастира је јако важна, јер она оправдава веровање да су одређена места *моћнија* од других. Чињеница да је неки манастир стар вековима, говори да на том месту постоји сила у коју људи из генерације у генерацију верују.²⁹ Да би неко свето место почело да се перципира као такво потребно је или да се на том месту догоди неки битан/необичан догађај или да то место буде повезано са неком важном/светом личношћу. Смисао поклоничких путовања почива и на веровању да ће се можда неки чудесан догађај поновити.

Поред набројаних елемената који доприносе „духовном магнетизму“, постоји још један начин на који верски туризам – тачније водичи – индиректно утиче на перцепцију значаја појединих манастира. Реч је о дужини задржавања у самом манастиру. Током једног поклоничког путовања поклоници обично обиђу неколико манастира. Међутим, предвиђено време задржавања није подједнако и равномерно распоређено у свим манастирима који се посећују. То време је некада условљено практичним разлозима,³⁰ а некада је последица уверења водича да неки манастири завређују већу пажњу и време у односу на друге, те у складу са тим и одређују време задржавања. Осврнућу се на једно поклоничко путовање на коме је требало да током дводневног путовања обиђемо три манастира – манастир Покров Пресвете Богородице у Ђунису, манастир Свети Роман, који се налази неколико километара од њега, и манастир Светог Луке у Бошњану. Након поклоњења у

²⁸ Манастир Тумане је постао познат највише по чудима Светог Зосима Туманског. Непосредно пре него што је организован сабор 2017. године, уз дневни лист „Ало“, 20. маја 2017. године, изашла је бесплатна књижица о чудима Светог Зосима. Веровање у његова чуда и исцелитељске моћи, као и број поклоника које манастир данас привлачи, највише су допринели томе да овај манастир буде прозван „Бердапски Острог“.

²⁹ Ово важи и у случајевима када је манастир био порушен. На многим манастириштима народ је наставио да посећује место, да се моли и да захваљује Богу. Због такве праксе постоји укоренење веровање да је место на коме су молитве дуже приношене светије.

³⁰ Време задржавања неретко се одређује на основу договора водича са монасима/монахињама у зависности од њихових свакодневних обавеза. Некада је монаштво у могућности да угости групу и да јој посвети време, а некада није, и тада се групе краће задржавају у манастирима.

првом манастиру, где се по предању 1898. године девојчици из села указала Мајка Божја, кренули смо у други манастир. Током кратког путовања између ова два манастира добили смо најосновније информације о манастиру Свети Роман и замољени „да не одуговлачимо“, „да се не задржавамо превише“, „да целивамо кивот и узмемо воду са извора“ и „да би требало да пожуримо у манастир Светог Луке“. У манастиру Св.Роман задржали смо се мање од сат времена, тако да већина поклоника није успела ни да погледа шта се продаје у манастирској продавници, због гужве која се створила, а изашли смо усред литургије, што се иначе ретко дешава. Током кратког разговора са десетак поклоника, закључила сам да већина не зна много о манастиру Свети Роман, тако да нико није превише марио што се у овом манастиру тако кратко задржавамо.³¹ Са друге стране, манастир Светог Луке је оваквим гестом „добрио“ на значају и важности у односу на манастир Свети Роман. Овакви примери нису ретки, иако су у већини случајева знатно суптилнији.³² Водичи, свесно или не, својом причом и поступцима током верских путовања производе или доприносе представи о неком манастиру – онда када потенцирају чуда која су се ту догодила, када тврде да је вода у манастиру лековита за одређене болести или да је манастир „значајан за српски народ“ и др.³³

Верска путовања у „угрожене светиње“

Поклонници на верска путовања обично крећу са снажним емотивним набојем, који је на путовањима у манастире, који су на било који начин угрожени или се сматрају угроженим, још израженији. Таква су, на пример,

³¹ Манастир Свети Роман једна је од ретких богомоља изграђена у време пре Немањића. У њему се налази кивот са моштима Светог Романа Синаита, за које се такође верује да су исцелитељске. Веровање да су његове мошти исцелитељске, а молитве „делотворне“, врло је раширено међу локалним становништвом.

³² Манастир Свети Роман се обилази приликом сваког путовања манастира Покров Пресвете Богородице у Ђунису, али је задржавање у њему краће него у Ђунису. Иако је манастир Свети Роман неупоредиво старији и као светиња је био познат вековима пре него што је подигнут манастир Покров Пресвете Богородице, чак је развијено веровање да је молитва над моштима Св.Романа „делотворна“, *указање* Мајке Божје и предање о настанку манастира у Ђунису, подстакли су разлике у веровању у њихове моћи. Када се организују поклоничка путовања, водичи праве неупоредиву разлику у времену задржавања у ова два манастирима.

³³ Са друге стране, утисци, као и све оно што су поклонници сазнали или научили током путовања, преносе се путем наратива другима по повратку. На тај начин се манастири „приближавају“ онима који га нису посетили. Поред наратива, једна од пракси која помаже да се моћ манастира шири и стигне до оних који у манастирима никада нису били јесте даривање сувенира – предмета произведених или купљених у манастирским продавницама – бројаница, крстића, икона, меда, тинктура, чајева и др. (о бројаницама као сувенирима видети Stefanović-Banović 2012; 2017; о икони као „роби“ видети Blagojević 2011). На тај начин „моћ“ светилишта улази у живот оних који у њему никада нису били (Coleman & Elsner 1995; према Belaj 2012, 38).

путовања у манастире који се налазе на простору Босне и Херцеговине, Хрватске, Косова и Метохије.³⁴ Након ратова на овом простору, један број порушених или оштећених цркава и манастира СПЦ је обновљен и до њих се данас организују поклоничка путовања.³⁵ Приликом промовисања поклоничких путовања у ове манастире истиче се њихова посебност – а, то је *светост* за „српски народ“ и „за српску нацију“. Они представљају не само чуваре духовног простора нације, о коме је писао Иван Чоловић, већ представљају и „чуваре“ преосталих Срба који живе на том простору – тако што им помажу да „чувају веру и традицију“, а са њима и идентитет – док, са друге стране, чувају сећање на српске жртве које су страдале од Другог светског рата до данас (нпр. манастир Јасеновац).³⁶ Организована путовања омогућавају већем броју појединаца да посете ове манастире, које се не би усудили да посећују индивидуално, јер је код многих појединаца присутан страх да самостално путују у делове Косова и Метохије, Хрватске или Босне и Херцеговине у којима се налазе цркве и манастири СПЦ. Слична ситуација је и са обиласком светиња СПЦ на простору Санџака. Посета „угроженим светињама“ је више од поклоњења реликвијама. То је поклоњење историји, традицији, митовима и страдању (појединаца и нације). Водичи на овим путовањима, због специфичности ситуације у којој се налазе манастири на овим територијама и проблема са којима се монаштво сретало или се тренутно среће, подсећају на могућност да је то можда последња прилика да се те светиње посете. Тиме се поклоници подсећају на могућност да ови манастири поново буду девастирани, покрадени, спаљени. Са друге стране, истичу значај улоге поклоника на овим путовањима, јер сама њихова посета манастирима и монаштву, али и преосталим Србима на тим просторима, представља вид подршке и поруке да нису заборављени.³⁷

³⁴ Иван Чоловић (2008) је писао о *духовном простору нације* као територији обележеној траговима националне историје и културе (манастири, костурнице, гробови, остаци средњовековних градова, топоними...). Због тога је, како аутор наводи, током ратова на простору бивше Југославије „етничко чишћење територија подразумевало и уништавање историјских трагова њихове културе, односно њиховог симболичног присуства“ (Čolović 2008, 56).

³⁵ Обилазак ових манастира од стране поклоника представља посебну и комплексну тему којом се овде нећу опширније бавити, али сматрам да је треба поменути.

³⁶ Манастири који су више пута рушени и девастирани називају се још и „манастири мученици“. Перо Вишњић, аутор књиге *Саборник манастира српских* (2014), промовишући књигу на Студију Б, у емисији „Београде, добро јутро“, рекао је да „велики број манастира спада у ту категорију мученика, јер су више пута рушени. Рецимо, има манастира који су по девет пута рушени. Народ је био упоран. (...) Обилазећи српске манастире, људи могу упознати српске земље.“ (емисија доступна на <https://www.youtube.com/watch?v=6hAAw1Qhc-M>).

³⁷ Прошле године сам са групом поклоника чекала аутобус за поклоничко путовање у један манастир у Србији. У близини наше групе нашла се и једна група поклоника која је путовала на Косово и Метохију. Оба манастира у које су две групе путовале славе славу Покров Пресвете Богородице 14. октобра. Ми смо путовали у Ђуниш, а друга група у Пећку патријаршију. У једном тренутку, након што је чула где путује друга група, моја сапутница је прокоментарисала: „...Идете у већу светињу!“, након чега је део дарова које је спремила

Завршна разматрања

Етнографска истраживања ходочашћа спроведена током поклоничких путовања у манастире Српске православне цркве на територији Србије, Косова и Метохије и Црне Горе, показала су на који начин и у којој мери ова путовања доприносе обликовању представа о значају и светости манастира СПЦ и на који начин помажу да се одређени манастири истакну у односу на друге. Организатори и водичи на поклоничким путовањима показали су се као изузетно важан фактор који истицањем различитих аспеката у вези са манастирима и употребом различитих дискурса на овим путовањима репродукују и стварају „хијерархијски“ однос манастира Српске православне цркве. Показало се и да је категорија поклоника врло често пасивни прималац порука које добија од организатора и водича, који се најчешће некритички односи према информацијама које добија. Теза Јана Ридера да је подршка одређених структура и промоција оно што међусобно издваја света места, чак и ако се на њима догодио неки сличан догађај (Reader 2014, 24), може се потврдити на примеру манастира Српске православне цркве. Те „структуре“ су у већини случајева организатори и водичи поклоничких путовања, некада у већој мери него представници манастира.³⁸ Треба поменути да, упркос томе што је главни фокус рада стављен на поклоничка путовања, у њему се не умањује важност коју други актери и фактори, независно од поклоничких путовања – попут медија, на пример – могу имати у издвајању појединих манастира у односу на друге.

Развој верског туризма у Србији омогућио је поклонцима да лакше путују и да посете велики број манастира, да стекну искуство боравка у њима и да на основу тога одреде који манастир за њих лично има највећи значај. Међутим, верски туризам је са собом донео и „негативну“ страну, с обзиром на то да је омогућио поклонцима да буду у сталном трагању за новом „дестинацијом“ и још „светијим“, „моћнијим“ манастиром, у коме је „благодат већа“ него другде. Путовање поклоника у манастире на тај начин некада занемарују основну идеју ходочашћа као духовног путовања и претварају се у праксу тражења инстант решења за свакодневне животне или здравствене проблеме. Процес транзиције из традиционалног у доктринарно православље код верника СПЦ још увек траје, па се дешава да чак и редовни литургијски верници посећују манастире само због веровања у „чудотворне моћи“ реликвија или због тога што они представљају *националне светиње*. Организована поклоничка путовања, иако организована са циљем да промовишу православље, православне светиње и православне вредности,

за манастир у Ђунису, дала њиховом водичу да остави у Пећкој патријаршији. На мој коментар да и ми путујемо у велику светињу, рекла је: „Да, али су њихова искушења већа, па ће и благодат бити већа!“.

³⁸ Било би корисно у наредном периоду спровести додатна истраживања која би утврдила да ли се и у којој мери разликују начини презентације манастира од стране монаштва и организатора путовања.

често ненамерно, омогућавају да се духовно трагалаштво одвија између сујеверја и национализма.

Организатори и водичи поклоничких путовања доприносе посећености манастира СПЦ и због тога што свако од њих „фаворизује“ један број манастира у односу на друге. Разлози за то могу бити лична познанства, уверење да су неки манастири од већег верског или културног и националног значаја, то што је неком манастиру у датом тренутку потребна већа финансијска помоћ (због зидања конака, изградње звоника, куповине земље како би се започела пољопривредна производња, осликавања фресака и др.) или то што је братство/сестринство показало жељу организаторима путовања да се њихов манастир нађе на карти верског туризма.³⁹ Са друге стране, многим поклонцима верска путовања нуде оквир унутар кога размењују знања, представе и искуства о манастирима. Као и код обиласка класичних туристичких дестинација, размена искуства и личне препоруке помажу поклонцима да категорично манастире у зависности од својих потреба и интересовања.

Литература

- Andelković, Biljana. 2019. “Some Basic Factors of Pilgrimage in Contemporary Serbia.” In *Perspectives of Anthropological Research in South-East Europe*, eds. Marina Martynova and Ivana Bašić, 207–229. Belgrade – Moscow: The Institute for Ethnology “N. N. Mikluho-Maklaj” of the Russian Academy of Sciences – Institute of Ethnography of the Serbian Academy of Sciences and Arts.
- Albera, Dionigi & Maria Couroucli, eds. 2012. *Sharing Sacred Spaces in the Mediterranean: Christians, Muslims, and Jews at Shrines and Sanctuaries*. Bloomington: Indiana University Press.
- Aziz, Barbara Nimri. 1987. “Personal Dimensions of the Sacred Journey: What Pilgrims Say.” *Religious Studies* 23(2): 247–261.
- Badone, Ellen & Sharon R. Roseman, eds. 2004. *Intersecting Journeys: The Anthropology of Pilgrimage and Tourism*. Urbana – Chicago: University of Illinois Press.
- Belaj, Marijana. 2012. *Milijuni na putu. Antropologija hodočašća i svetlo tlo Međugorja*. Zagreb: Naklada Jasenski i Turk.
- Blagojević, Gordana. 2009. „Mesta hodočašća: srpska vojnička groblja u Grčkoj.” U *Spomen mesta – istorija – sećanja*, Zbornik Etnografskog instituta

³⁹ На ово потоње ми је указао игуман једног манастира у централној Србији који све до недавно није посетила ниједна организована поклоничка група (иначе је реч о средњовековном манастиру изузетне лепоте), јер, како сам каже, „он није у годинама када може да се бави маркетингом и промоцијом“.

- SANU 26, ur. Aleksandra Pavićević, 185–189. Beograd: Etnografski institut SANU.
- Blagojević, Gordana. 2011. „Ikona kao roba: jedna ilustracija pravoslavnog identiteta u Srbiji danas.” U *Antropologija, religije i alternativne religije – kultura identiteta*, ur. Danijel Sinani, 221–237. Beograd: Srpski genealoški centar.
- Coleman, Simon & John Eade, eds. 2004. *Reframing Pilgrimage. Cultures in Motion*. London–New York: Routledge.
- Coleman, Simon & John Eade, eds. 2018. *Pilgrimage and Political Economy: Translating the Sacred*. Berghahn books.
- Collins-Kreiner, Noga. 2010. “Researching Pilgrimage. Continuity and Transformations.” *Annals of Tourism Research* 37(2): 440–456.
- Čolović, Ivan. 2008. *Balkan – teror kulture. Ogledi o političkoj antropologiji 2*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Dubisch, Jill. 1995. *In a Different Place: Pilgrimage, Gender and Politics at a Greek Island Shrine*. Princeton – New York: Princeton University Press.
- Dujzings, Ger. 2005. *Religija i identitet na Kosovu*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Eade, John & Michael Sallnow. 2013 [1991]. “Introduction.” In *Contesting the Sacred. The anthropology of Christian Pilgrimage*, eds. John Eade and Michael Sallnow, 1–29. Eugene, Oregon: Wipf&Stock.
- Eade, John. 2013. “Identitarian pilgrimage and multicultural society.” In *Pilgrims and Pilgrimages as Peacemakers in Christianity, Judaism and Islam*, ed. Antón M. Pazos. Farnham, UK – Burlington, VT: Ashgate.
- Eade, John. 2014. “Crossing Boundaries: Hybridity, Migration and the Development of Pilgrimage in Multicultural England.” *Jaarboek voor liturgieonderzoek* 30 (2014): 25– 38.
- Eade, John & Mario Katić, eds. 2014. *Pilgrimage, Politics and Place-making in Eastern Europe. Crossing the Borders*. Surrey, England – Burlington, VT: Ashgate.
- Eade, John. 2016. “Parish and Pilgrimage in a Changing Europe.” In *Migration, transnationalism and Catholicism: Global Perspectives*, eds. Pasura, Dominic and Marta Bivand Erdal. Basingstoke: Palgrave – Macmillan.
- Flere, Sergej & Aleksandar Molnar. 1992. “Avtoritarizem, Etnocentrizem in Retrodicionalizacija.” *Družboslovne razprave* 9(13): 5–14.
- Jansen, Willy & Catrien Notermans, eds. 2012. *Gender, nation and religion in European pilgrimage*. Farnham – Burlington: Ashgate.
- Katić, Mario, Tomislav Klarin & Mike McDonald. 2014. “Pilgrimage and Tourism in Southeast Europe.” In *Pilgrimage and Sacred Places in Southeast*

Europe: History, Religious Tourism and Contemporary Trends, eds. Katić, Mario, Tomislav Klarin and Mike McDonald. Münster: Lit Verlag.

- Kormina, Jeanne. 2009. "Avtobusniki. Russian Orthodox Pilgrims' Longing for Authenticity." In *Eastern Christianity in Anthropological Perspective*, eds. Chris Hann and Hermann Goltz, 267–286. Berkeley: University of California Press.
- Kuzmanović, Bora. 1998. „Retradicionalizacija političke kulture: društvena kriza i raspad sistema kao pokretač retradicionalizacije.” U *Fragmenti iz političke kulture*, ur. Milan Podunavac, 257–284. Beograd: Institut društvenih nauka, Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje.
- Malešević, Miroslava. 2005. „Tradicija u tranziciji: U potrazi za ‘još starijim i lepšim’ identitetom.” U *Etnologija i antropologija: Stanje i perspektive*, Zbornik EI SANU 21, ur. Ljiljana Gavrilović, 219–234. Beograd: Etnografski institut SANU.
- Malešević, Miroslava. 2006. „Pravoslavlje kao srž ‘nacionalnog bića’ postkomunističke Srbije.” U *Svakodnevna kultura u postsocijalističkom periodu u Srbiji i Bugarskoj - Balkanska transformacija i evropska integracija*, Zbornik Etnografskog instituta SANU 22, ur. Zorica Divac, 99–119. Beograd: Etnografski institut SANU.
- Margry, Peter Jan, ed. 2008. *Shrines and Pilgrimage in the Modern World. New Itineraries into the Sacred*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Markus, R. A. 1994. "How on Earth Could Places Become Holy? Origins of the Christian Idea of Holy Places." *Journal of Early Christian Studies* 2 (1994): 257–271.
- Marjanović-Dušanić, Smilja. 2007. *Sveti kralj: Kult Stefana Dečanskog*. Beograd: Balkanološki institut SANU.
- Morinis, Alan. 1984. *Pilgrimage in the Hindu Tradition: a Case Study of West Bengal*. Delhi: Oxford University Press.
- Naumović, Slobodan. 2009. *Upotreba tradicije u političkom i javnom životu Srbije na kraju dvadesetog i početkom dvadeset prvog veka*. Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju – Filip Višnjić.
- Nikolić, Vesna. 2010. *Verski turizam i Srpska Pravoslavna Crkva*. Doktorska disertacija, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Univerzitet Singidunum.
- Pavićević, Aleksandra. 2012. „Uloga religije u identitetu građana Srbije: Između ličnih izbora i kolektivnih predstava. Srbi Sjenice i Peštera.” *Zbornik Matice srpske za društvene nauke* 139: 159-172.
- Pavićević, Aleksandra i Ivica Todorović. 2014. „Religija, identitet i kulturne promene. Srpsko društvo na početku trećeg milenijuma.” U *Religija, religioznost i savremena kultura. Od mističnog do (i)racionalnog i vice*

⇐ Б. Анђелковић, Улога верског туризма у стварању 'хијерархије' манастира ... ⇨

versa, Zbornik Etnografskog instituta SANU 30, ur. Aleksandra Pavićević, 39–56. Beograd: Etnografski institut SANU.

Pfaffenberger, Bryan. 1979. "The Kataragama Pilgrimage: Hindu-Buddist Interaction and its Significance in Sri Lanka's Polyethnic Social System." *The Journal of Asian Studies* 38(2): 253–270.

Popović, Danica. 2006. *Pod okriljem svetosti. Kult svetih vladara i relikvija u srednjovekovnoj Srbiji*. Beograd: Balkanološki institut SANU.

Popović, Danica. 2018. *Riznica spasenja. Kult relikvija i srpskih svetih u srednjovekovnoj Srbiji*. Beograd – Novi Sad: Balkanološki institut SANU – Matica srpska.

Perica, Vjekoslav. 2006. *Balkanski idoli II*. Beograd: Biblioteka XX vek.

Pezos, Antón M., ed. 2016. *Pilgrims and Pilgrimages as Peacemakers in Christianity, Judaism and Islam*. New York: Routledge.

Preston, James. J. 1992. "Spiritual Magnetism: An Organizing Principle for the Study of Pilgrimage." In *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*, ed. Alan Morinis, 211–231. Westport, Connecticut – London: Greenwood Press.

Prošić-Dvornić, Mirjana. 1995. „Modeli ‘retradicionalizacije’: put u budućnost vraćanjem u prošlost.” *Glasnik Etnografskog instituta SANU* XLIV: 293–309.

Radisavljević-Ćiparizović, Dragana. 2011. „Hodočašća na početku trećeg milenijuma: verski i nacionalni identitet hodočasnika u Srbiji u dva empirijska istraživanja.” U *Religioznost u Srbiji 2010: istraživanja religioznosti građana Srbije i njihovog stava prema procesu evropskih integracija*, ur. Andrijana Mladenović, 73–93. Beograd: Hrišćanski kulturni centar – Centar za evropske integracije – Fondacija Konrad Adenauer.

Radisavljević-Ćiparizović, Dragana. 2012. „Religioznost hodočasnika u Srbiji: Studija slučaja tri svetilišta.” *Filozofija i društvo* XXIII(1): 53–68.

Radisavljević-Ćiparizović, Dragana. 2013. *Religija i hodočasnički turizam: studija tri svetilišta u Srbiji (Kalemegdanska Sv.Petka, Bogorodica Đuniska i Majka Božja Tekijska)*. Doktorska disertacija, Filozofski fakultet u Beogradu.

Radisavljević-Ćiparizović, Dragana. 2016. *Hodočašća u XXI veku: studije slučaja tri svetilišta u Srbiji*. Beograd: Filozofski fakultet.

Radulović, Lidija. 2010a. „Feminizacija hodočašća u kontekstu revitalizacije religije u Srbiji.” *Antropologija* 10 (3): 39–48.

Radulović, Lidija. 2010b. „Antropolog na hodočašću. O problemu razumijevanja i tumačenja iskustva.” *Etnološka tribina* 40(33): 27–31.

Radulović, Lidija. 2010c. "Gender Aspects of Pilgrimage in Serbia from the 1990s until Present." In *Pilgrimages, Cult Places and Religious Tourism*, ed.

- Dragana Radisavljević-Ćiparizović, 141–150. Niš: Yugoslav Society for the Scientific Study of religion.
- Radulović, Lidija. 2011. „Fabrikovanje čuda.” U *Hodočašće između svetog i svetovnog*, ur. Dragana Radisavljević-Ćiparizović i Dragan Todorović, 58–60.
- Radulović, Lidija. 2012. „(Hiper)produkcija čuda i čudesnih dela: značenja narodnih i crkvenih interpretacija i njihov značaj za proces desekularizacije u Srbiji.” *Etnoantropološki problemi* 7(4): 919–933.
- Raković, Slaviša. 2013. „Potreba za etnografskim istraživanjem svetova posvećenih vernika SPC.” *Antropologija* 13 (2): 103–119.
- Reader, Ian & Tony Walter, eds. 1993. *Pilgrimage in Popular Culture*. London: Macmillan.
- Reader, Ian. 2014. *Pilgrimage in the Marketplace*. New York: Routledge.
- Reader, Ian. 2015. *Pilgrimage: Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Sallnow, Michael J. 1981. “Communitas Reconsidered: The Sociology of Andean Pilgrimage.” *Man* 16 (2): 163–182.
- Sikimić, Biljana. 2014. „Sveta putovanja: Letnica na Kosovu.” *Glasnik Etnografskog instituta SANU* LXIV(1): 15–32.
- Stamenković, Igor. 2006. *Religiozni turizam i pravoslavlje*. Novi Sad: Prirodno-matematički fakultet, Department za geografiju, turizam i hotelijerstvo.
- Stefanović-Banović, Mileša. 2012. “Material Culture as a Source of Orthodox Christian Identity in Serbia at the End of the 20th and the Beginning of the 21st Century.” *Ethnologia Balkanica* 16: 209–224.
- Stefanović-Banović, Mileša. “Souvenirization of Religious Symbols: the Example of Knez Mihailova Street Zone.” *Etnološko-antropološke sveske* 28 (n.s.) 17 (2017): 77–88.
- Timothy, Dallen & Daniel Olsen, eds. 2006. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. New York and Abingdon, UK: Routledge.
- Turner, Victor & Edith Turner. 1978. *Image and Pilgrimage in Christian culture*. New York: Columbia University Press.
- Višnjić, Pero. 2014. *Sabornik manastira srpskih*. Loznica: Fleš.
- Zlatanović, Sanja. 2008. „Letnica: Slika prevazilaženja religijskih granica i njeni ostaci.” U *Slike kulture nekad i sad*, Zbornik Etnografskog instituta SANU 24, ur. Zorica Divac, 189–191. Beograd: Etnografski institut SANU.

Извори

„Molitva među skelama“. 2011. *Novosti*, 4. novembar. Pristupljeno 15. decembra 2018. (<http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/društvo.395.html:352108-Molitva-među-skelama>)

Емисија „*Beograde, dobro jutro*“, Studio B, 4. avgust 2013. Pristupljeno 20. januara 2018. (<https://www.youtube.com/watch?v=6hAAw1Qhc-M>)

Sveti Zosim Tumanski: čudotvorac i iscelitelj, (elektronska verzija knjige dostupna na <https://www.docdroid.net/gmcsXzP/sveti-zosim-tumanski.pdf>)

Примљено / Received: 29. 1. 2019.

Прихваћено / Accepted: 20. 6. 2019.