

Mračni turizam

Tukić, Duje

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:130538>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International](#)/[Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-01**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

MRAČNI TURIZAM

Mentor:

prof. dr. sc. Lidija Petrić

Student:

Duje Tukić

Split, lipanj 2024.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	2
1.1. Predmet i cilj rada.....	2
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	2
1.3. Struktura rada.....	2
2. MRAČNI TURIZAM.....	3
2.1. Definicija mračnog turizma.....	3
2.2. Koncepti mračnog turizma.....	3
2.3. Motivacija turista.....	7
2.4. Vrste atrakcija mračnog turizma.....	8
3. PRIMJERI IZ EUROPE.....	12
3.1. Auschwitz.....	12
3.2. Černobil i Pripjat.....	14
3.3. Dvorac Bran.....	18
3.4. Pariške katakombe.....	20
3.5. Pompeji.....	21
4. MRAČNI TURIZAM U HRVATSKOJ.....	23
4.1. Vukovar.....	23
4.2. Goli otok.....	24
4.3. Jasenovac.....	26
5. ETIKA I INTERPRETACIJA.....	27
6. PREPORUKE ZA UPRAVLJANJE DESTINACIJAMA MRAČNOG TURIZMA.....	29
7. ZAKLJUČAK.....	32
LITERATURA	
POPIS SLIKA	
POPIS GRAFOVA	
SAŽETAK	

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Turizam je kompleksna pojava koja u svom sklopu obuhvaća širok spektar dionika i zadire u nekoliko industrija. Samim time, teško je jedinstveno definirati točnu motivaciju koja pokreće turističku potražnju. Sve veći volumen turističkog prometa u modernom svijetu rezultira u sve raznovrsnijoj turističkoj ponudi. S vremenom se javlja sve veći broj selektivnih vrsta turizma koje nastoje zadovoljiti želje i potrebe specifičnih turističkih niša na tržištu. Jedan od relativno novijih i ponešto kontroverznijih oblika selektivnog turizma je takozvani mračni turizam. Cilj ovoga rada je proučiti i istražiti percepciju i utjecaj mračnog turizma u Europi i Hrvatskoj, s obzirom na povijesno i kulturno bogatstvo koje pruža plodnu osnovu za ovaj vid turizma.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za potrebe rada korišteni su uglavnom sekundarni podaci prikupljeni iz stručne literature objavljene na temu mračnog turizma, kao i selektivnih vrsta turizma generalno te podaci prikupljeni sa internet stranica i online članaka vezanih za temu mračnog turizma ili za neke od poznatijih lokaliteta poput Auschwitz logora ili černobilske nuklearne elektrane.

1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen u 4 glavna dijela. Cilj prvog dijela je pružiti teorijsko objašnjenje mračnog turizma, povijesti pojave mračnog turizma te glavnih karakteristika mračnog turizma, poput motivacije posjetitelja i kategorizacije lokaliteta. Drugi i treći dio rada bave se pružanjem primjera iz Europe i Hrvatske te detaljniji opis samih aktivnosti u sklopu mračnog turizma. Četvrti dio rada bavi se problemima etike i interpretacije lokaliteta mračnog turizma, kao i njihove implikacije na turizam generalno.

2. MRAČNI TURIZAM

2.1. Definicija mračnog turizma

Smrt, tragedije i grozote postaju sve primjetniji motivi turističkih aktivnosti. Diljem svijeta javljaju se lokaliteti za pojedince koji žele u svoje putovanje uključiti dodir sa stvarnim ili rekreiranim konceptom smrti. Pojam mračni turizam kovanica je autora Foley-a i Lennon-a, koji 1996. godine objašnjavaju pojavu selektivnog oblika turizma koji podrazumijeva prezentaciju i interpretaciju smrti i lokacija na kojima su se događale razne tragedije i katastrofe. Tarlow (2005) definira „mračni turizam“ kao čin posjete mjestima gdje su se odvale tragedije i povijesno važne smrti koje utječu na naš život dan danas. Pridjev „mračni“ u nazivu odnosi se na uznemirujuće i morbidne proizvode i iskustva. Alternativni nazivi su tanatoturizam (*grčki thanatos – smrt*), turizam crnih točaka, turizam žalosti, horor turizam i morbidni turizam (Rabotić, 2013, str. 224). Sva ta imena objašnjavaju istu pojavu – turističku valorizaciju mjesta povezanih sa smrću, nesrećom, nasiljem i slično.

2.2. Koncepti mračnog turizma

Autori Foley i Lennon (1996) se u definiranju mračnog turizma primarno fokusiraju na mjesta ne tako davnih nesreća, poput mjesta potonuća Titanika. Također smatraju da je mračni turizam proizvod modernog vremena, u kojem komunikacijske tehnologije imaju ogroman učinak na stvaranje i jačanje potražnje za ovakvim sadržajem. U toj ideji ih podupiru brojni autori, poput Tarlowa (2005) koji navodi televiziju kao velikog generatora potražnje mračnog turizma i Waltera (2009), koji smatra da su mediji u svojoj interpretaciji smrti i patnje svojevrstan oblik mračnog turizma.

Biran *et al.* (2011) predstavljaju tri pristupa mračnom turizmu: s aspekta ponude, s aspekta potražnje i integralni pristup koji obuhvaća obje strane tržišta.

Pristup s aspekta ponude je najzastupljeniji. Fokus je na samim lokalitetima, dok je zanemarena motivacija i iskustvo turista. Autori se fokusiraju na vrstama atrakcija, koje je, prema mišljenju Stonea (2006), moguće rangirati na spektru „mračnosti“, ovisno o njihovim osobinama. Spektar atrakcija ide od lakših i zabavnijih lokaliteta poput tematskih parkova, sve do teških i iznimno tragičnih lokaliteta koji često imaju velik ideološki značaj te imaju bitnu informativnu ulogu.

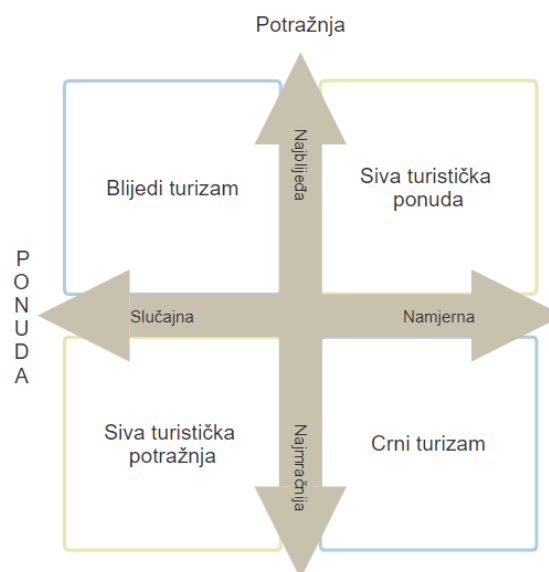
Pristup s aspekta potražnje se uglavnom bavi motivacijom turista. Seaton (1996) smatra kako je putovanje u sklopu mračnog turizma motivirano željom za susretom sa smrću, a pogotovo nasilnom smrću. Glavna mana ovakvog pristupa je to što pretpostavlja da je to motivacija iza svakog posjeta, što

bi značilo da ne postoji nijedna druga kategorija turista koja posjećuje ovakve lokalitete osim kategorije mračnog turista.

Integralni pristup mračnom turizmu proučava vezu između ponude i potražnje. Sharpley (2009) predstavlja svoju ideju kontinuuma namjene, u kojoj ponudu svrstava od slučajne (lokaliteti koji su postali atrakcije slučajno) do namjerne (atrakcije koje su sa namjerom valorizirane za profit ili neke druge svrhe).

Sharpley (2009) razlikuje 3 oblika mračnog turizma: crni, blijedi i sivi turizam. Crni turizam je najizvorniji oblik mračnog turizma u smislu da sadrži ponudu koja je temeljena na fasciniranošću smrti i na temelju toga ostvaruje profit. Blijedi turizam obuhvaća turiste koji su minimalno zainteresirani za tematiku smrti te obuhvaća slučajne lokalitete mračnog turizma poput grobove poznatih osoba. Sivi turizam se sastoji od sive turističke ponude i potražnje, gdje potražnju čine posjetitelji zainteresirani za tematiku smrti koji posjećuju slučajne lokalitete mračnog turizma, a ponudu čine lokaliteti poput muzeja koji su nastali s ciljem valorizacije smrti.

Slika 1: Matrica ponude i potražnje mračnog turizma



Izvor: Sharpley, R., *Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction*. In: R. Sharpley, P.R. Stone (Eds), *The Darker Side of Travel – The Theory and Practice of Dark Tourism*. Bristol: Channel View Publications, 2009, str. 19.

Unutar ove matrice, atrakcije mračnog turizma, kao i iskustva posjetitelja mjere se ovisno o utjecaju smrti kao motivatora putovanja te koliko je namjerno ponuda usmjerena na ispunjenje tih želja. Sharpley (2009) kao rezultat ove matrice identificira 4 nijanse mračnog turizma: blijedi turizam, sivu turističku ponudu, sivu turističku potražnju i crni turizam:

- Svijetli turizam uključuje minimalnu ili ograničenu zainteresiranost za smrt pri posjetu lokalitetima koji nisu namijenjeni da budu turističke atrakcije.
- Siva turistička potražnja se odnosi na turiste koji su fascinirani smrću pri posjetu nenamjernim lokalitetima mračnog turizma
- Siva turistička ponuda se odnosi na lokalitete koji su namjerno uspostavljeni kako bi iskoristili smrt, ali i privukli turiste koji imaju određenu nedominantnu zainteresiranost za smrt.
- Crni turizam je, u biti, istinski mračni turizam, gdje je fasciniranost smrću zadovoljena namjernim ponudbenim lancem iskustava namijenjenih zadovoljavanju ove potrebe.

Unutar matrice je moguće smjestiti posebna iskustva s obzirom na njihove karakteristike. Tako bi, na primjer, posjet grobu poznate ličnosti spadao u svijetli turizam. Problem kod klasifikacije nastaje u tome što su proizvodi mračnog turizma često višedimenzionalni i kompleksni u svojoj svrsi i prirodi, pa ih je teško svrstati pod jednim opširnim pojmom.

Seaton (1996) smatra kako mračni turizam vuče korijene još iz srednjeg vijeka te da se kao pojava afirmira krajem 18. i početkom 19. stoljeća. Seaton u svojim radovima predstavlja pet kategorija mračnog turizma. To su putovanje s ciljem prisustvovanja smrti, putovanje na mjesta gdje se smrt dogodila, putovanje na komemorativna i memorijalna mjesta, putovanje radi prisustvovanja rekreacija povijesnih bitaka i putovanja na mjesta gdje su prikupljeni i prezentirani dokazi o smrti.

Putovanje s ciljem prisustvovanja smrti uključuje manifestaciju smrti. Kroz povijest to bi bile gladijatorske borbe ili vješanja. Takve manifestacije su s vremenom postale neprihvatljive u velikom dijelu svijeta, međutim fenomen zainteresiranosti postoji i danas, kao na primjer zainteresiranost pri svjedočenju nekakve prometne nesreće.

Putovanje na mjesta gdje se dogodila smrt obuhvaća lokalitete poput nacističkih koncentracijskih logora u Poljskoj ili crvenokmerskih polja smrti u Kambodži.

Putovanja na komemorativna i memorijalna mjesta uključuje posjete na spomen mjesta mrtvima poput groblja, grobnica, katakombi, mauzoleja i slično.

Slika 2: Pere-Lachaise groblje u Parizu



Izvor: <https://www.viator.com/tours/Paris/Pere-Lachaise-Cemetery-Walking-Tour-in-Paris/d479-52288P1>

Putovanja radi prisustvovanja rekreaciji povijesnih bitaka uključuje fenomen poznat kao „living history“. Uključuje rekreaciju određene bitke iz povijesti uživo. Ova aktivnost posebno je popularna u SAD-u gdje su učestale rekreacije ključnih bitaka iz građanskog rata.

Slika 3: Primjer rekreacije povijesne bitke



Izvor: https://en.wikipedia.org/wiki/Historical_reenactment

Putovanje na mjesta gdje su prikupljeni i prezentirani dokazi o smrti uključuje simboličan prikaz smrti na mjestu gdje se ona nije dogodila. Primjer takvih mjesta su razni muzeji i galerije.

Seaton (1996) u svome radu predstavlja i ideju o kontinuumu mračnog turizma gdje rangira snagu elemenata mračnog turizma. U slabe elemente mračnog turizma ubraja zanimanje za smrt neke konkretne osobe te koje nije jedini motiv putovanja, ako je mrtva osoba poznata posjetiocu i posjeta

nekakvim spomenicima rata. U jake elemente mračnog turizma ubraja zanimanje za temu smrti uopće, a pogotovo kao zasebni motiva za putovanje, fasciniranost smrću, bez obzira o kome se radi i posjete grobljima, katakombama ili mjestima nekakvih velikih nesreća.

2.3. Motivacija turista

Nerealno je očekivanje da je svatko tko posjeti neki lokalitet mračnog turizma, zapravo došao radi fascinacije smrću. Neki posjetitelji su neupućeni u mračnu povijest nekog objekta ili su na takvo mjesto došli sa nekim drugim motivom. Iz tih razloga Smith i Croy (prema: Biran *et al.*, 2011) smatraju kako je presudni faktor koji odlučuje je li neki posjet atrakciji mračni turizam ili ne, percepcija turista o lokalitetu kao mračnoj atrakciji.

Čest je slučaj da gosti koji sudjeluju u mračnom turizmu nisu svjesni ili ne žele javno priznati svoju motivaciju. Određena istraživanja pokazuju da neki turisti sudjeluju u mračnom turizmu jer na taj način mogu na društveno prihvatljiv način iskazati svoju zainteresiranost za smrt ili nesreće koje su se dogodile. Neki turisti, s druge strane, koriste povijest kao motivator te posjećuju lokalitete mračnog turista kako bi dobili određeni kontekst za neke povijesne događaje. Posebna su kategorija turisti, na primjer, ratni veterani i njihove obitelji i prijatelji, u čijem se slučaju posjeti lokalitetima mračnog turizma mogu opravdati kao ponovno proživljavanje nekog osobnog iskustva, ili iskustva prijatelja ili rodbine. Posjetitelji koji su na neki način tragično povezani s nekim lokalitetom ga često mogu smatrati dijelom svog identiteta. Uz to čest je i motivator osjećaj krivnje kod ljudi koji su uzrokovali ili preživjeli neki događaj koji je kao posljedicu imao smrt drugih.

Velik broj posjetitelja ističe želju za provodom ili znanjem kao motivaciju za posjet. Međutim, važno pitanje koje iz toga proizlazi je etičnost korištenja mjesta tragedija i smrti kao izvor zabave. Tarlow (2005) stavlja naglasak na komercijalizaciju turizma koji tragedije eksploatira i pretvara ih u posao. Čest popratni sadržaj na lokalitetima mračnog turizma su kafići, restorani ili suvenirnice, koje pretvaraju posjetitelja u potrošača.

Tarlow (2005) također spominje 4 različite emocije koje izaziva mračni turizam. Različiti elementi mogu izazvati više emocije te različite emocije kod različitih turista.

Na primjer, mjesta na kojima su se vodile nekakve povijesne bitke mogu stvoriti romantizirani osjećaj nadahnuća, pogotovo ako je posjetitelj ideološki vezan uz neku od strana koja se tu borila. S druge strane, mjesta zločina poput genocida mogu izazvati osjećaj gađenja i ogorčenosti prema vršiteljima, a žalost nad žrtvama. Posjet mjestu koji ima nekakav društveni ili osobni značaj može se klasificirati kao hodočašće, koje onda dobiva određeni mistični i duhovni osjećaj.

Grupa autora, Biran, Poria i Oren (Prema: Biran *et al.*, 2011) na primjeru koncentracijskog logora Auschwitz otkriva 4 temeljna motivatora za posjet. Prvi je potreba da bi se nešto vidjelo da bi se povjerovalo, odnosno, turisti imaju potrebu uživo vidjeti lokalitet kako bi uopće mogli povjerovati da se takvo nešto moglo dogoditi. Drugi motivator je potreba za učenjem i shvaćanjem, to jest, potreba za potpunijim informacijama o Drugom svjetskom ratu i zločinima koji su se odvijali. Treći motivator je atraktivnost Auschwitza kao mračne atrakcije. Sam logor je svojevrsni simbol mračnog turizma, te je kao takav atraktivan. Četvrti motivator je emocionalno nasljeđe potomaka. Odnosi se na želje individualca da se poveže sa povijesti svoga naroda. Autori su sa svojim istraživanjem došli do zaključka da su motivi posjete Auschwitzu slični motivima posjete bilo koje druge atrakcije.

Niemelä (2010) se u svome istraživanju motivacija u mračnome turizmu fokusira na Muzej terora u Budimpešti. Kroz svoje istraživanje otkriva kako je glavni motivator želja za znanjem – o nacizmu, komunizmu te Mađarskoj u Drugom svjetskom ratu. Većina turista je svoj posjet okarakterizirala kao edukativan, poneki emocionalan, a neki su u posjet došli zbog viška slobodnog vremena.

Bloom (2008) ističe posjećivanje grobova poznatih ličnosti kao svojevrsno iskazivanje žalosti s udaljenosti. Poznate ličnosti uglavnom nisu osobni poznanici, ali putem medija stvaramo određenu parasocijalnu povezanost s njima. Bloom takav posjet smatra vrstom katarze, gdje posjetitelj ima priliku suočiti se sa smrću i iskazati žalost, ali to čini u situaciji u kojoj nije ni na koji način uključen, pa to čini s određene udaljenosti na kontroliran način.

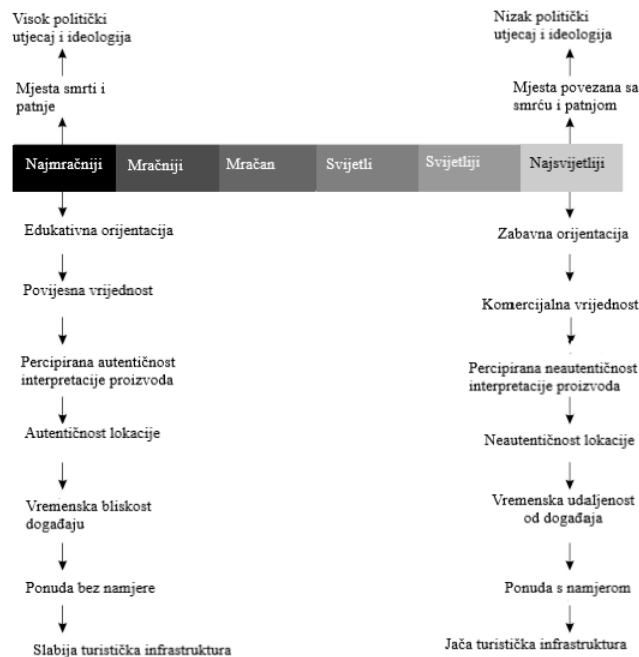
Walter (2009) smatra kako se veza između života i smrti ne istražuje samo kroz mračni turizam, već i kroz druge kanale kao što su arheologija, genealogija, glazba, literatura, zakon, jezik, povijest i slično. Tvrdi kako je mračni turizam odraz povezanosti između turista i mrtvih, više nego između turista i same smrti. Smatra kako je posjet grobnici neke poznate ličnosti indikator interesa za život te osobe, više nego za njenu smrt. Walter dalje govori kako su posjeti lokalitetima mračnog turizma često manji i sporedni dio nekog šireg programa putovanja. To koristi kao glavni razlog za mišljenje da mračni turizam najvećim dijelom nema nekakvu posebnu motivaciju.

2.4. Vrste atrakcija mračnog turizma

Stone (2006) smatra kako mračni turizam nije apsolutan, već da postoji određeni spektar intenziteta. Motivacija turista za posjet može biti smrt neke konkretne osobe ili smrt generalno. Stone smatra kako na stupanj zainteresiranosti utječe više faktora istovremeno, ovisno o pojedincu, ali i o stupnju smrti prisutne. Stone smatra da su lokaliteti mračnog turizma slojeviti i da njihova percepcija uvelike ovisi i

o kulturnoj pozadini pojedinca koji ih promatra. Zbog toga izrađuje svoj spektar mračnog turizma na kojem rangira destinacije od najmračnijih do najsvjetlijih.

Slika 4: Spektar mračnog turizma



Izvor: Stone, P.R., *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions*, *Tourism*, 54(2), 2006, str. 151.

Tematski parkovi mračnog turizma primjer su komercijalne atrakcije mračnog turizma koja nudi iskustvo orijentirano na zabavu. Često je takav proizvod koji prikazuje smrt društveno prihvatljiv i siguran, ali se zato percipira kao i neautentičan. Na Stoneovom spektru mračnog turizma takve atrakcije spadaju na svjetliju stranu. Primjeri uključuju Londonski toranj, kuću strave na slapovima Niagare, Ghost Walk ture u Edinburghu i slično.

Slika 5: Kuća strave na slapovima Niagare

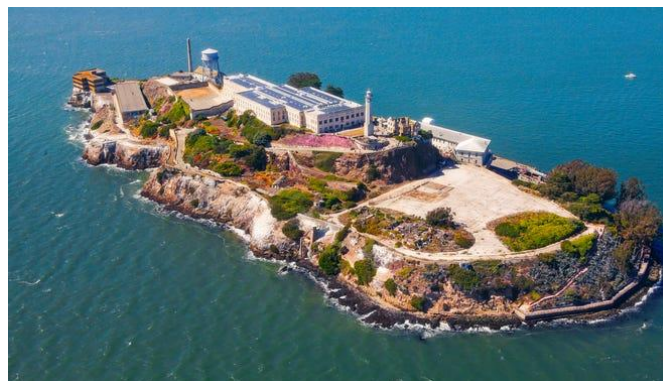


Izvor: <https://www.niagarafallshotels.com/niagara-falls-attraction/the-haunted-house/>

Mračne izložbe, s druge strane, nude proizvode sa tematikom smrti orijentirane na smrt i odavanje počasti. Iako zahtijevaju određenu razinu komercijalizacije, percepcija mračnih izložbi je puno ozbiljnija nego, na primjer, tematskih parkova, a samim time spadaju i na mračniju stranu spektra. Sama lokacija ovakvih lokaliteta nije autentična, s obzirom da se mogu postaviti bilo gdje. U ovu skupinu atrakcija može ubrojiti i muzeje, poput Muzeja terora u Budimpešti, ali i puno morbidnije primjere poput Body Worlds – izložbe sačuvanih ljudskih leševa koja je organizirana u svrhu edukacije zdravstvenih djelatnika. Još jedan primjer su Catacombe dei Capuccini u Palermu, gdje je prikazano mumificirano tijelo svećenika iz 16.-og stoljeća, te je prikazano kao trodimenzionalno umjetničko djelo.

Tamnice i zatvori su atrakcije koje nude gostu određenu kombinaciju obrazovanja i zabave. Karakterizira ih visoka razina turističke infrastrukture i komercijalizacije. Na samom spektru mračnog turizma nalaze se po sredini, s obzirom da imaju i svijetle i mračne elemente. Neki zatvori koji su vremenski udaljeniji od današnjice, poput The Galleries of Justice u Nottinghamu, su puno više orijentirani na zabavno iskustvo nego neki zatvori u kojima su se odvijali ne tako davni događaji. Zatvori i tamnice koje su vremenski bliži današnjici često imaju političku, ideološku ili komemorativnu funkciju.

Slika 6: Zatvor Alcatraz



Izvor: <https://www.usatoday.com/story/travel/destinations/2018/08/17/alcatraz-island-san-francisco/1011431002/>

Groblja su još jedna od atrakcija koja po svojim karakteristikama pripada sredini spektra mračnog turizma. Gradska groblja su uglavnom posebno uređena na način gdje se naglasak stavlja na uređenje okoliša, spomenike i arhitekturu kao dio kulturne baštine.

Svetilišta i oltari su komemorativna mjesta postavljena kako bi se odala počast nekoj nedavno izgubljenoj osobi. Uglavnom nastaju spontano, nakon smrti, kada obitelj i poznati ostavljaju svijeće i cvijeće na mjestu pogibije. S obzirom da su ovakvi lokaliteti kratkotrajni bez ikakve turističke infrastrukture, pripadaju tamnijem dijelu spektra.

Lokaliteti oružanih sukoba su mjesta na kojima su se kroz povijest vodile bitke. Takva bojišta, a pogotovo ona iz Prvog svjetskog rata, su često uvrštena u itinerare organiziranih putovanja. U kontekstu mračnog turizma, takve atrakcije nastaju slučajno te imaju povijesni, edukacijski i komemorativni značaj. Vrlo često su komercijalizirane, s popratnom turističkom infrastrukturom, što ih svrstava u svjetliji dio spektra mračnog turizma.

Mjesta genocida predstavljaju najmračniji ekstrem spektra mračnog turizma. To su lokacije na kojima su izvršeni teški zločini i masovna ubojstva. Najpoznatiji primjer je nacistički koncentracijski logor Auschwitz. Tunbridge i Ashworth (1996) smatraju da kako bi lokacija na kojoj je izvršen genocid postala atrakcija mora ispuniti određene kriterije. Smatraju da grozota koja je počinjena mora biti neobična ili spektakularna, da žrtve moraju biti jasno nevine, ranjive i bespomoćne, da su žrtve masivne jer to izaziva veći osjećaj empatije, da je sama priroda onih koji su genocid izvršili prepoznata i da je sami čin genocida dovoljno dobro dokumentiran.

3. PRIMJERI IZ EUROPE

3.1. Auschwitz

Auschwitz i Auschwitz Birkenau koncentracijski logori nalaze se na jugu Poljske u blizini grada Oświęcim. S obzirom na povoljnu geografsku lokaciju grada na važnim prometnim pravcima između Krakova, Wroclawa, Lwowa i Zgorzeleca i činjenicu da Oświęcim nije imao nikakve zabrane za trgovinu, rad i život, prvi Židovi su ga naselili u 15. stoljeću. Tu su kohabitirali s katoličkim kršćanima, koji su bili brojniji. U 19. stoljeću, uslijed velikog imigracijskog vala, doseljava se velik broj Židova, koji čine preko polovice doseljenika. S obzirom na jak utjecaj Austrije, 1880. njemački jezik postaje službeni, iako Njemačka nema značajnog utjecaja sve do Drugog svjetskog rata.

Nakon aneksije Poljske, Auschwitz dolazi u vlast Njemačke. Ubrzo se gradi zatvor za ratne, političke i mnoge druge zatvorenike, primarno iz Poljske. S vremenom, kako je rat napredovao, u Njemačkoj ideja o istrebljenju Židova uzima maha. Auschwitz se ubrzo pretvara iz zatvora u najveći njemački koncentracijski logor i mjesto mnogih uznemirujućih zločina. Auschwitz je za Njemačku bio savršeno rješenje, s obzirom na to da nije u Njemačkoj, a opet se nalazi samo otprilike 500 km od Berlina. Zahvaljujući dobroj prometnoj povezanosti, u Auschwitz su se dovozili Židovi iz cijele Europe.

Auschwitz danas stoji kao jezivi spomenik mračnog turizma, ali i kao simbol ljudskog zla. Kao takvog, godišnje ga posjeti više od milijun turista, kako bi odali počast neprojenim žrtvama. Zbog same prirode lokala i manjka prigodnog smještaja, svi gosti koji posjećuju Auschwitz dolaze na cjelodnevni izlet. Veliku ulogu igra i blizina Krakowa – velikog turističkog centra. Većina posjetitelja nije ni svjesna da je Oświęcim, gradić pored Auschwitzta, danas u potpunosti normalno naselje gdje život teče normalno. Kontrast između normalnog života u gradu, i najvećeg koncentracijskog logora u Europi, „tvornice smrti“ koja je „modernizirala smrt“ jedna je od glavnih posebnosti mračnog turizma.

Slika 7: Ulaz u Auschwitz



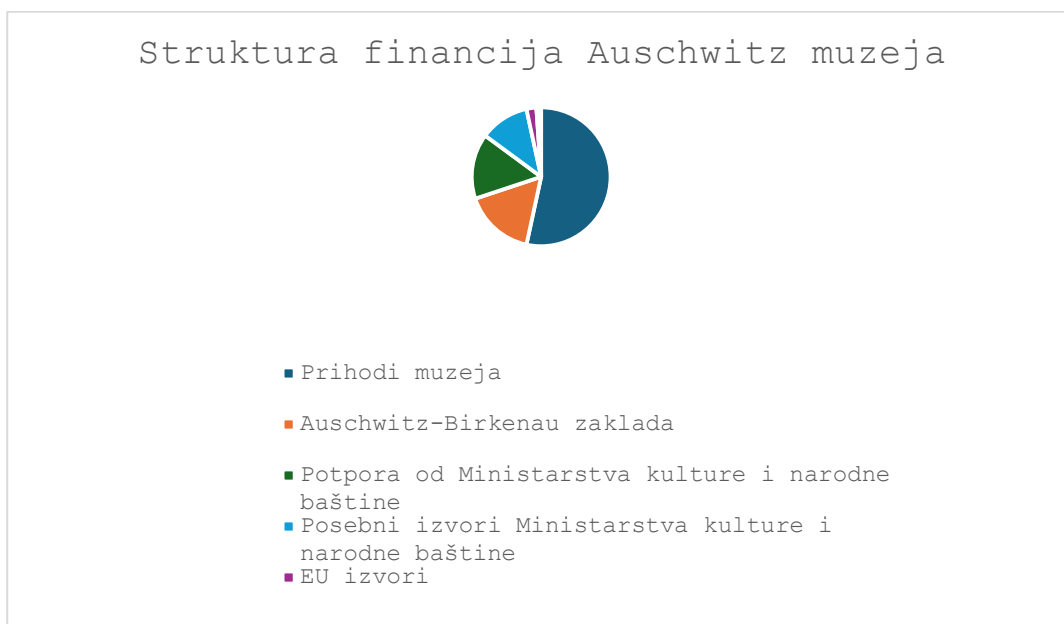
Izvor: <https://www.britannica.com/place/Auschwitz>

Kao destinacija sadrži dva dijela: Auschwitz I i Auschwitz II – Birkenau. Postoji i Auschwitz III – Monowitz, međutim, danas nije otvoren za javnost. Muzej posvećen događajima u Auschwitzu otvoren je 1946. godine. Za svrhe muzeja obnovljen je dio plinskih komora. Informativne ture muzeja uključuju prikaz dnevnih zadataka zatvorenika koji su tjerani na cjelodnevni rad. Fascinantna je prikaz ljudskosti zatvorenika u nevjerojatno neljudskom okruženju. U ponudi muzeja nalazi se i izložba umjetnosti, drame i poezije čiji su autori upravo zatvorenici logora. Auschwitz se nalazi pod UNESCO-ovom zaštitom od 1979. godine.

Dan danas u Oświęcimiu ne živi ni jedna židovska obitelj. Svake godine, na obljetnicu oslobođenja 27.1., preživjeli bivši zatvorenici posjećuju Auschwitz u spomen preminulih. U Auschwitzu je ubijeno preko milijun ljudi, a približno 200 000 ih je oslobođeno.

U 2023. muzej je posjetilo 1 670 000 ljudi. To se preslikava u strukturi financija muzeja, gdje 53.4% sačinjavaju prihodi samog muzeja. Značajni izvori financija su još i Auschwitz-Birkenau zaklada, potpora od Ministarstva kulture i narodne baštine i posebna sredstva Ministarstva kulture i narodne baštine.

Graf 1: Struktura financija Auschwitz muzeja



Izvor: <https://www.auschwitz.org/en/museum/finances/>

Što se tiče faktora privlačnosti samog logora, uzroka je više. Možda i najveći razlog za posjet muzeju je mogućnost da se iskusi jedno od najtraumatičnijih iskustava u ljudskoj povijesti bez ikakve prave opasnosti. Fasciniranost smrću i patnjom, kao glavni pokretači mračnog turizma, zasigurno igraju veliku ulogu u posjećivanju Auschwitza. Velik broj posjetitelja dolazi kako bi se uvjerali u istinitost zločina koji

su se odveli. Veliku razliku čini kada posjetitelj osobno iskusi atmosferu i okruženje logora, nego kada o njoj pročita u knjizi. Čest motivator mogu biti i osobni razlozi. Uz komemoraciju koja se odvija na datum oslobođenja, velik broj posjetitelja su obitelji preživjelih, ili druge osobe iste vjere ili nacionalnosti, koji dolaze kako bi se mogli na određen način poistovjetiti sa žrtvama. Fascinantna je motivator krivnja koju osjećaju potomci nacističkih vojnika, koji dolaze kako bi se pokajali za učinke svojih predaka i odali počast njihovim žrtvama.

Dolazak i sam pristup logoru danas su maksimalno olakšani, s obzirom na to da se radi o jednoj od najposjećenijih lokaliteta u cijeloj Europi. Brojne turističke organizacije u obližnjem Krakowu i Katowicama nude organizirane posjete Auschwitzu, a nerijetko i obližnjem rudniku soli Wieliczki. Takva paket putovanja, međutim, znaju izazivati bijes lokalnog stanovništva jer smatraju da se kombiniranjem Auschwitzu sa drugim atrakcijama ne odaje dovoljno poštovanja žrtvama i događajima koji su se unutar logora odveli. Ulaz u muzej je besplatan, ali preporuča se unajmljivanje vodiča, čije se usluge naplaćuju. Kako bi se posjetio muzej potrebna je online prijava. Time muzej omogućuje kontroliranje gužvi i tok posjetitelja, ali negativna strana je ta da se liste čekanja mogu trajati i po nekoliko mjeseci¹.

3.2. Černobil i Pripjat

Černobil i Pripjat dva su grada na sjeveroistoku Ukrajine. Černobil je dom Memorijalne nuklearne elektrane Vladimir Iljič Lenjin, poznatije kao Černobilska nuklearna elektrana. Izgradnje elektrane počela je 1970. godine. 1972. godine, nakon brojnih rasprava o vrsti reaktora koje će elektrana koristiti, odabran je tip reaktora kipuće vode RBMK-1000, koji, unatoč upozorenjima o riziku od radijacije, najjeftinije proizvodi električnu energiju. 1977. prvi černobilski reaktor počinje s radom, a godinu dana kasnije i drugi. 1979. godine gradom se proglašava obližnje satelitsko naselje Pripjat. 1983. izgrađen je četvrti i posljednji reaktor elektrane, te je 22.12. u čast elektrane proglašen danom slavlja u energetskej industriji unutar Sovjetskog saveza.

25. 4. 1986. provodili su se određeni testovi na reaktoru kako bi se promatralo ponašanje i uvjetima ograničenog protoka energije. U idućih 24 sata, dogodio se čitav niz propusta od strane glavnih inženjera koji su prekršili sve procedure rada. 26.4.1986 u 01:23:44 dolazi do eksplozije četvrtog reaktora. Desetak minuta kasnije, iz obližnjeg Pripjata, dolaze vatrogasne postrojbe kako bi ugasile vatre koje su se pojavile na krove elektrane. Oko 2 sata i 15 minuta, uz pomoć pripjatske policije

¹ Službena stranica muzeja može se pronaći na <https://www.auschwitz.org>

blokiran je ulaz i izlaz iz grada. U ovim trenucima nitko od prisutnih vatrogasaca ili policajaca nije bio svjestan opasnosti od radijacije. Direktor elektrane Brjunakov, zajedno s voditeljem smjene Akimovom, uvjerenost tvrdi kako je situacija pod kontrolom, te podcjenjuje razinu radijacije. Sutradan je na posao u elektrani došlo 286 radnika, koji su gradili još 2 reaktora. Vatre je ukupno gasilo 186 vatrogasaca.

Stanovništvo Pripjata, u kojemu su živjeli brojni radnici elektrane, okupilo se na obližnjem željeznom mostu koji je pružao dobar pogled na elektranu. Vatre iznad elektrane su opisane kao plamen u svim duginim bojama visoko iznad stupova dima. Most s kojega su gledali elektranu danas se naziva Most smrti. Uzrok duginih boja u plamenu bio je gorući grafit, a vjetar koji je puhao nosio je radioaktivne čestice put stanovnika Pripjata, ubijajući pritom sve prisutne.

Slika 8: Most smrti



Izvor: <https://www.forgottenchernobyl.net/chernobyl-bridge-of-death>

27.4. obustavljen je rad reaktora 1 i 2, skoro 24 sata nakon eksplozije. Ubrzo su počeli dolaziti helikopteri, koji su ispuštali metričke tone pijeska, olova, bora i gline u pokušaju da suzbiju plamen u reaktoru, ali neuspješno. Poznata je snimka Vladimira Ševčenka koji je snimio jedan od helikoptera kako rotorom udara u kabel jednog kрана, što je uzrokovalo pad helikoptera i smrt četveročlane posade.

Slika 9: Pad helikoptera Mi-8



Izvor: https://www.check-six.com/Crash_Sites/1986-Chernobyl-Mi-8.htm

Dan nakon eksplozije započela je evakuacija Pripjata. 43 000 stanovnika je evakuirano sa samo dokumentima i osnovnim potrepštinama, dok je Geigerovi brojači za radijaciju bili zaplijenjeni u pokušaju da se situacija zataška.

28.4. u Švedskoj je zabilježen opasan rast radioaktivnosti, dok se istog dana u Danskoj objavljuje vijest o nesreći u Černobilu. Nekoliko dana Sovjetski Savez negirao je vijesti koje dolaze sa zapada, govoreći da službene brojke pokazuju samo 2 mrtvih.

2.5. se javlja prijetnja od dodatne eksplozije zbog miješanja grafita, reaktorskog goriva i akumulirane vode. Kako bi se takva situacija izbjegla, 3 inženjera dobrovoljno su žrtvovala svoj život kako bi otvorili ventile kako bi se isušila voda ispod reaktora.

9.5. Vladimir Pravik, vatrogasac koji je među prvima došao na mjesto nesreće, umire od posljedica radijacije. Pokopan je u Moskvi u zapečaćenom lijesu napravljenom od cinka. Dan kasnije, vođa smjene Aleksandar Akimov umire od radijacije. 15.6. gotovo čitava uprava elektrane dobiva otkaz zbog neodgovornog ponašanja. 3.7. direktor Viktor Brjuhanov je osuđen na 10 godina zatvora, te je izbačen iz komunističke partije. Do svoje smrti je tvrdio da je reaktor broj 4 bio tehnički neispravan, dok su ostala 3 funkcionirala kako bi trebali.

Odlučeno je kako će se sanaciji černobilskog reaktora pristupiti na način da se izgradi ogroman betonski krov, popularno nazvan sarkofagom, za kojeg je planirano da okoliš zaštiti na barem 30 godina.

Slika 10: Černobilski sarkofag



Izvor: <https://www.bbc.com/future/article/20170101-a-new-tomb-for-the-most-dangerous-disaster-site-in-the-world>

Ukrajinska Državna služba za izvanredne situacije od veljače 2011. dopušta turističke posjete određenim zonama Černobila. Ubrzo nakon toga, turistička zona se opet zatvara, a Državna služba za izvanredne situacije se optužuje da je na nezakonit način ostvarila dobit pružanjem usluge posjeta. 25.10. je i službeno zabranjen posjet Černobilu.

Priča o černobilskom turizmu se nastavlja 2013., od kada je Pripjat otvoren za turističke posjete.

Posjeti černobilskoj zoni vrše se u 2 oblika: jednodnevne i višednevne ture. Polazak je organiziran iz Kijeva, te je za turiste propisan točan način odijevanja – duge hlače, majice i jakne te zatvorene čizme ili cipele. Prije no što krenu na putovanje, turisti moraju potpisati dva dokumenta kojima se lokalna uprava i turistička agencija odriču odgovornosti o možebitnim slučajevima trovanja radijacijom ili kontaminacije stvari putnika. Pri samom završetku putovanja, od posjetitelja se zahtijeva testiranje razine radijacije te se procjenjuje da tokom jednodnevnog posjeta turisti prime istu dozu radijacija kao i kod jednosatnog leta avionom. Rezervacije za ture moraju biti odrađene nekoliko dana unaprijed kako bi se mogla pripremiti sva potrebna dokumentacija.

Glavne atrakcije černobilske zone uključuju evakuirano selo Zalisja, zakopano selo Kopača, takozvana „Crvena šuma“, u kojoj su stabla uslijed radijacije promijenila boju u crvenu, Pripjat, grad koji je imao 50 000 stanovnika, te posjet pripjatskoj bolnici, zgradi poglavarstva, hotelu Poljsja, centru za mlade, vatrogasnoj postaji i ikonskom zabavnom parku. Što se tiče same zgrade elektrane, moguć je pogled na sarkofag sa nekih 300 metara. Također se nude posjeti spomenicima „Onima koji su spasili svijet“ i „Život za život“, umjetnom jezeru čija je svrha rashlađivanje reaktora, sovjetskom radaru „Duga-1“ te samome gradu Černobilu.

Iznenadujuće bogatstvo ponude černobilske zone nije moguće iskusiti u samo jednome danu, pa velik broj agencija nudi i određene višednevne ture. Takve ture, uz već navedene atrakcije, nude i mogućnost odlaska u prirodu koja okružuje neposredno područje oko elektrane pa čak i razgovore sa ljudima koji su bili evakuirani te su se odlučili vratiti. Duže ture nude i svojevrsne tečajeve preživljavanja u slučaju nuklearne katastrofe. Pitanje smještaja i noćenja višednevnih tura riješeno je hotelom u Černobilu u kojemu su zabilježene razine radijacije dovoljno niske. Sam hotel je uređen u stilu Sovjetskog Saveza iz 70-ih, te se kao takav tematski uklapa.

Posjet samoj elektrani je moguć, ali se od posjetitelja očekuje da se pridržavaju strogih sigurnosnih regulacija. Obavezno je nošenje posebno dizajnirane zaštitne odjeće i pokrivala za obuću te Geigerov brojač za radijaciju. Posjet traje 2 do 4 sata i uključuje gradilište novog zaštitnog luka za reaktor 4, „Zlatni hodnik“ kojim su prolazili radnici elektrane i kontrolnu sobu koje je funkcionira kao mozak elektrane. U njoj se nalazi kontrolna ploča za sve turbine i ostale dijelove elektrane. Iako van funkcije, ovdje gosti mogu biti na mjestu radnika u elektrani u trenutku eksplozije. Nadalje, posjet obilazi dvoranu s turbinama, gdje je su požari bili najjači. Na ovom mjestu su radioaktivni komadi grafita pali kroz krov dvorane, te su se zapalile tone turbinskog ulja. Dvorana s reaktorom predstavlja samo srce elektrane. Poviše samog nuklearnog reaktora nalazi se biološki štit, koji se naziva „Elena“. Tura elektrane obilazi i spomenik prvoj žrtvi nesreće, Valeriju Iljiču Hodimčuku, koji je zbog posljedica eksplozije ostao zatrpan u ruševinama i nikada nije pronađen.

Određena istraživanja pokazala su da se motivacije za posjet černobilske zone razlikuju između spolova. Dok je ženama glavna motivacija za posjet ovakvo ekstremnog mjesta bijeg iz rutine, odnosno potraga za određenim novim iskustvima. Muškarcima, s druge strane, veliku motivaciju predstavlja jačanje ega, u smislu da uspješan posjet mračnoj i opasnoj destinaciji poput Černobila predstavlja određenu opasnost i postizanje nečega ekskluzivnog, što može dovesti i do razvijanja višeg društvenog statusa.

Černobil je vrhunac posjećenosti imao 2019., poguran uspjehom HBO-ove miniserije istoga imena. Tada ga je posjetilo 124 423 ljudi. COVID-19 pandemija je imala negativne efekte po černobilski turizam, koji je još uvijek u procesu oporavljanja. 2021. godine ga je posjetilo 73 086 ljudi. Službena stranica Černobilske elektrane je <https://chnpp.gov.ua/en/home>

3.3. Dvorac Bran

Dvorac Bran, poznatiji kao i Drakulin dvorac, pomalo je kontroverzna atrakcija u Rumunjskoj. Naime, Rumunjska dugo vremena nije bila sklona pozicionirati se kao destinacija za „vampirski“ turizam,

uglavnom zbog toga što smatraju da se ikonografija vampira i nadnaravnih bića kosi s njihovim kulturnim i političkim identitetom. Kao posljedica toga, pojam Grofa Drakule jedva se spominje u promotivnim materijalima koje je financirala država, a „vampirski“ turizam se više tolerira nego podupire.

Veliki doprinos popularnosti Transilvanije, regije u Rumunjskoj, napravio je Bram Stoker sa svojim romanom „Drakula“. Sve destinacije spomenute u romanu mogu se posjetiti, osim one glavne – Dvorac Drakula. Glavni i jedini razlog tome je što ne postoji. Ono što postoji je dvorac Bran, koji, iako zapravo nema nikakvih poveznica s likom i djelom Brama Stokera, sa svojim kulama i tornjevima izgleda savršeno. Ubrzo ga se, pogotovo među zapadnjačkim turistima, proglasilo kao de facto Drakulinim dvorcem.

Slika 11: Dvorac Bran



Izvor: <https://bran-castle.com/bran-castle/>

Dvorac, s druge strane, ima blage poveznice s Vladom Tepešom, vojvodom iz 15. poznatijeg pod nadimcima Nabijač i Drakula. Nadimak Nabijač je zaradio iz brutalnog tretmana kojeg je pruža svojim neprijateljima. Naime, Vlad Nabijač je poznat po navici da svoje zarobljenike nabija na kolac. Dok se roman o Grofu Drakuli može nategnuto svrstati pod motivatore mračnog turizma, stvarni Vlad Tepeš ima puno bolji argument da ga se shvati kao pokretača mračnog turizma. Groteskne priče o njegovim djelima zasigurno motiviraju one turiste koji su fascinirani smrću i hororom.

Dvorac Bran je u 2023. posjetilo preko 1 000 000 ljudi².

² Službena stranica dvorca se može pronaći na <https://bran-castle.com>.

3.4. Pariške katakombe

Pariz, Grad svjetla, poznat je po svojim velebnim spomenicima poput Eiffelovog tornja, Louvre muzeja i Notre Dame katedrale. Kako bi izgradili te, svjetski poznate muzeje, Parižani su neumoljivo kopali zalihe vapnenca koje se nalaze ispod samoga grada. Rezultat kopanja vapnenačkog kamena je čitava mreža tunela, špilja i kaverni koje su tokom vremena proširene i prenamijenjene za razne svrhe.

Najpoznatiji kompleks u moru drugih su upravo katakombe u Parizu. Ova podzemna grobnica sadržava ostatke od preko 6 milijuna ljudi. Isprepletana mreža tunela sačinjava čitav jedan grad ispod glavnog grada Francuske.

Velik dio tunela je zabranjen i ograničen, međutim, to ne sprečava one avanturističkog duha da istražuju potencijalno opasne dubine. Katakombe su mapirane na dokument od 16 stranica, ali prodaja i posjedovanje potpune karte katakombi je ilegalno od 1955. godine, kada je ulaz u tunele prvi put zabranjen. Mapiranje katakombi započelo je već 1774. kada se jedan od mnogobrojnih tunela urušio te progutao niz kuća, trgovina, ljudi i konja.

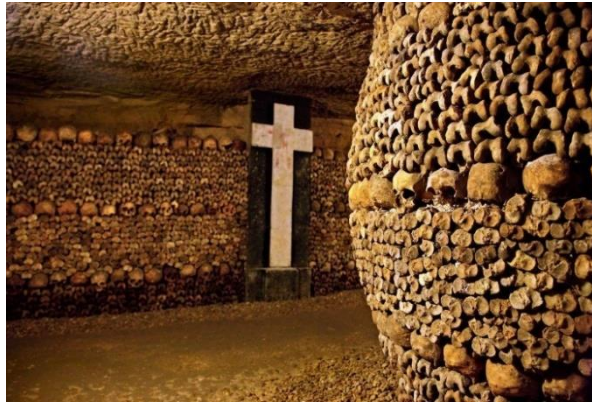
1940. godine, za vrijeme nacističke okupacije Pariza, katakombe su služile kao baza za francuski otpor. Nakon završetka rata postaju popularne za razne ilegalne aktivnosti, što navodi francusku vlast da zabrane ulazak 1955.

Uz to što katakombe u sebi sadrže brojne murale i umjetničke egzibicije, često su dom ilegalnim zabavama, montažnim film projekcijama te čak postoji svojevrsno improvizirano sveučilište katakombi čija je svrha prezervacija i potpuno mapiranje tunela. Usprkos tome što su tuneli iznimno klaustrofobični, iznenađujuće se često kao motivator za istraživanje spominje osjećaj slobode kojeg pojedinci osjećaju, 20ak metara ispod zemlje i okruženi s milijunima kostiju.

Službeni legalni posjeti su mogući, ali velika većina katakombi je ograđena. Cijena ulaznice iznosi 29 eura za odrasle i 10 eura za djecu. Svake godine ih posjeti preko 550 000 ljudi.³

³ Službena stranica katakombi je <https://www.catacombes.paris.fr/en>.

Slika 12: Pariške katakombe



Izvor: <https://www.viator.com/en-PH/blog/Optional-Dos-Donts-Paris-Catacombs/150149>

3.5. Pompeji

Pompeji, lokalitet koji ima najduži postojeći kontinuitet iskopavanja, predstavlja svojevrsni kulturološki rudnik zlata. U preko 200 godina iskopavanja otkrila su se brojna mjesta za posjet. Grad je prepun kuća, barova, kuća za zabavu te je moguće prikazati stil života u starome Rimu na jedinstven način. Tragična sudbina Pompeja, s druge strane, može predstavljati priliku za duhovnu obnovu određenim posjetiteljima koji grad vide kao simbol Božje kazne za razvratan stil života.

79. godine poslije Krista, vulkan Vezuv snažno je eruptirao, prekrivajući pritom okolno područje vatrom, ognjem i pepelom. Vezuv kroz čitavu povijest predstavlja veliku opasnost, s obzirom na to da na njegovim obroncima živi impresivan broj ljudi. Ono što Pompeje i susjedni grad Herkulanej čini posebnim je to što ih je kataklizmična erupcija Vezuva u manje od 24 sata u potpunosti zatrpala ispod mnogo slojeva pepela. Na taj način gradovi su sačuvani tisućama godina.

Pompeji se nalaze na jugu Italije, unutar Napuljskog zaljeva. Od 1748. nadalje smatraju se jedinstvenom atrakcijom mračnog turizma na otvorenom.

Među raznim artefaktima iskopanima u Pompejima, nađen je i velik broj ljudskih ostataka. Ti ostaci su često nađeni spojeni s mramorom, broncom i drugim materijalima. Upravo su ti ljudski ostaci ono što čini Pompeje iznimno atraktivnom destinacijom mračnog turizma. Fascinantna je očuvanost tijela starih preko 2000 godina te očuvane slike i motivi iz njihovog svakodnevnog života.

Pompeje godišnje posjeti preko 2 500 000 ljudi. ⁴

⁴ Službena stranica Pompeja može se pronaći na <https://pompeisites.org/en/>.

Slika 13: Ljudski ostaci u Pompejima



Izvor: <https://www.ricksteves.com/watch-read-listen/read/articles/pompeii-italy>

4. MRAČNI TURIZAM U HRVATSKOJ

Hrvatsko gospodarstvo uvelike ovisi o turizmu, što se može vidjeti iz činjenice da sačinjava gotovo četvrtinu ukupnog BDP-a. S obzirom na važnost turizma kao industrije, ponuda se kontinuirano razvija i obogaćuje novim selektivnim oblicima turizma. Mračni turizam, kao nova vrsta turizma, u Hrvatskoj zahtijeva još podosta razvoja. Ono što Hrvatska po tom pitanju posjeduje je neupitno visok razvojan potencijal, s obzirom na bogatu i burnu povijest prostora.

Dok je obalni pojas Hrvatske svjetski prepoznatljiva turistička destinacija, kontinentalni dio zemlje poprilično zaostaje. Panonska Hrvatska puna je ostavština iz Domovinskog rata – bolnice, groblja, zatvori i drugi objekti mračne prirode koji čine kvalitetnu podlogu za razvoj mračnog turizma

4.1. Vukovar

Vukovar – Grad Heroj. Taj nadimak grad Vukovar dobio je zbog događaja koji su se odvijali u Domovinskom ratu. Teška stradanja i ogromna materijalna šteta vidljiva je i danas, 33 godine nakon što je bitka završena.

TZ Vukovar povezala je nekoliko memorijalnih lokaliteta u „mozaik sjećanja“ imena Vukovarski noćurno. Lokalitet koji prema preporukama TZ-a služi kao početna točka je Vukovarska bolnica. Tijekom rata služila je kao vojna bolnica, te je kao takva bila svakodnevna meta bombardiranja. Pri kraju rata je obnovljena, a prostor podruma rekonstruiran je na način da se prikažu uvjeti za vrijeme bitke za Vukovar.

Slika 14: Vukovarska bolnica



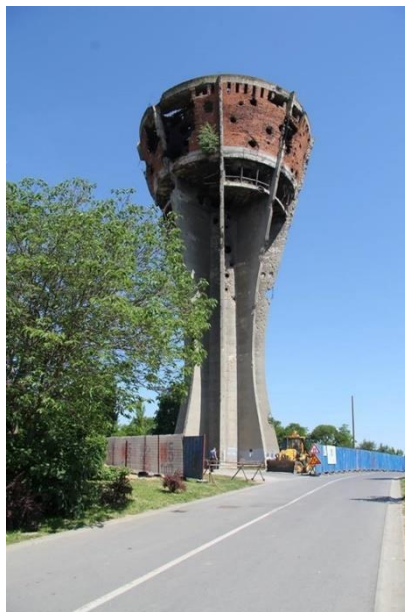
Izvor: <https://www.mcdrvu.hr>

Slijedeći na listi je Memorijalni centar Domovinskog rata, edukativni centar u prostorima bivše vojarne u kojem pružaju informacije o kronologiji samoga rata te je moguće čuti niz potresnih priča. Idući među lokalitetima je Spomen domovi Ovčara i Trpinjska cesta. Mjesto koje je bilo farma prije rata, postalo je

mjesto grozних zločina. Spomen dom Trpinjska cesta nalazi se u zgradi napravljenom u obliku šake koja simbolizira snagu branitelja. Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata predstavlja najveću masovnu grobnicu, ne samo u Hrvatskoj, već i u Europi nakon Drugog svjetskog rata. Idući lokalitet Križ na ušću Vuke u Dunav, spomenik posvećen svima koji su dali život za neovisnost Republike Hrvatske. Tura završava na vjerojatno najpoznatijem simbolu rata - Vukovarski vodotoranj, glavni simbol otpora grada.

Vukovar je u 2023. posjetilo 55 924 turista.⁵

Slika 15: Vukovarski vodotoranj



Izvor: <https://www.muzej-vukovar.hr>

4.2. Goli otok

Goli otok ima potencijala postati jedna od glavnih destinacija mračnog turizma u Hrvatskoj. Riječ je o ozloglašenom zatvoru u blizini otoka Raba u Kvarnerskom zaljevu. Pozicija se može smatrati iznimno povoljnom, s obzirom na to da se područje Kvarnera smatra područjem intenzivnog razvoja turizma te uz to posjeduje kvalitetnu prometnu infrastrukturu. Goli otok je za vrijeme Jugoslavije služio kao kazneno-popravna ustanova za političke zatvorenike, iako je kasnije bio dom i ostalim „običnim“ osuđenicima. S Golim otokom povezani otok Sveti Grgur služio je kao popravni dom za žene.

⁵ Službena stranica TZ Vukovar je <https://turizamvukovar.hr>.

Zatvorenici na Golom otoku bili su žrtve nehumanih uvjeta života i rada. Često je bilo svakodnevno kažnjavanje i prisilan i težak fizički rad. Psihološko mučenje počelo bi odmah pri dolasku novih zatvorenika, koje bi stariji zatvorenici tukli i bičevali lancima i konopima kako bi iskazali svoju superiornost. Nisu rijetki bili ni smrtni slučajevi svih oblika – kroz pokušaje bijega, od gladi i iznemoglosti i samoubojstva samo su neke od kobnih sudbina koje su dopale zatvorenike.

Goli otok, kako mu i samo ime nalaže, zapravo je pustošan otok koji je prije izgradnje kazneno-popravne ustanove bio prazan i napušten. Geografski uvjeti u okruženju, poput jakih struja i udaljenosti od kopna u kombinaciji sa iznimno strogim nadzorom, činili su ga savršenim kandidatom za ustanovu ovog tipa.

Slika 16: Kazneno-popravna ustanova Goli otok



Izvor: https://hr.wikipedia.org/wiki/Logor_Goli_otok

Za svrhe valorizacije objekta, potrebno je obnova i preuređenje čitavoga kompleksa uz izgradnju edukativnih centara i ostalih popratnih turističkih sadržaja. Veliki ograničavajući faktor čine imovinsko-pravni odnosi između države, općine Rab te skupine stanovnika Lopara. 2004. godine udruga Goli otok „Ante Zemljar“ zajedno sa Općinom Lopar pokreće ideju o osnivanju Spomen područja na samom Golom otoku.

Teško je napraviti procjenu moguće potražnje za ovakvom atrakcijom, međutim, prema nekim neslužbenim izvorima, procjenjuje se da tijekom ljeta Goli otok posjeti i do 1200 ljudi dnevno. Posjeti uglavnom stižu iz Lopara, te su najčešće u organiziranim skupinama, ali ne manjka ni onih koji dolaze na svoju ruku.⁶

⁶ Virtualni vodič i web stranica se mogu pronaći na <https://goli-otok.net/en/home-5/>.

4.3. Jasenovac

Drugi svjetski rat sukob je koji je od Europe stvorio iznimno plodno tlo za razvoj mračnog turizma. U ratu život je izgubilo otprilike 60 milijuna ljudi, od čega su većina bili Europljani. Čitav teritorij Hrvatske prožet je memorijalnim lokalitetima, među kojima je Jasenovac zasigurno jedan od najzloglasnijih. Jasenovac je mjesto na rijeci Savi pokraj grada Novske. Ujedno je i jedan od najozloglašenijih koncentracijskih logora Drugog svjetskog rata. Prema službenim podacima, u Jasenovcu život je izgubilo 83 145 ljudi, uglavnom odrasli muškarci.

Već 1968. osniva se u Jasenovcu Spomen područje s vlastitim memorijalnim muzejom, koji od 2006. ima današnji muzejski postav. Zahvaljujući radovima 2006., službene brojke pokazuju kako se broj posjetitelja u 2007. gotovo utrostručio.

Slika 17: Spomenik Cvijet



Izvor: <https://www.jusp-jasenovac.hr/Default.aspx?sid=5044>

Rad Spomen područja Jasenovac financira se iz više izvora, primarno iz hrvatskog proračuna. Djelatnost koju obavlja odnosi se na rad muzeja i obrazovnog centra, briga o vanjskom uređenju i opremanju, međunarodnu suradnju i izdavaštvo. Posebno je važan edukacijski aspekt, pogotovo za mlađu populaciju koju se uči toleranciji. Ekonomska održivost Spomen područja uglavnom ovisi o međunarodnoj suradnji, koja podrazumijeva uključivanje u razne projekte diljem svijeta vezane uz holokaust, mračni turizam i očuvanje kulturne baštine općenito. Međunarodna suradnja također omogućava umrežavanje s drugim koncentracijskim logorima (Auschwitz, Treblinka, Majdanek...), kojih u Europi, nažalost, ne nedostaje. Konačno, u svrhe održivosti, potrebno je uključiti sve relevantne dionike poput lokalnih i regionalnih upravnih jedinica, lokalnu TZ, razna kulturno-umjetnička društva i pružatelje popratnog turističkog sadržaja.

Spomen područje jasenovac je u 2023. posjetilo 17 173 ljudi.⁷

⁷ Službena web stranica je <https://jusp-jasenovac.hr>.

5. ETIKA I INTERPRETACIJA

Moralna problematika mračnog turizma vezana uz iskorištavanje tragične povijesti dobiva sve više medijske pažnje kako ovaj oblik turizma raste. Propitkuje se moralna dimenzija atrakcija koje predstavljaju smrt, kao i moralnost njihovih posjetitelja. Marcel (2004) mračni turizam naziva prljavom tajnom turističke industrije. Avis (2007) pruža sumornu procjenu mračnog turizma u kojoj turiste naziva „mračnim ljudima“ koji, pod utjecajem medijske kulture vođene nasiljem, oduševljeno svjedoče ubojstvima i ekstremnoj ljudskoj patnji. Također razmatra budućnost u kojoj se ratovi i jad stvaraju kao potencijal za mračni turizam te takvu budućnost naziva moralnim krajem čovječanstva.

Rasprave moralnih dimenzija često su vezane uz interpretacije određenih lokaliteta mračnog turizma. Prikaz Holokausta tema je mnogih rasprava o trivijalizaciji i komercijalizaciji ljudske patnje. Problem koji proizlazi iz toga je pitanje moralnosti memorijala i muzeja generalno u svijetu.

Atiyah (1999) u svome članku razmatra etičnost turista koje posjećuju države u kojima je nedavno završio rat. Navodi primjer Sarajeva, u kojeg su nakon rata dolazili autobusi prepuni turista.

Brojni primjeri prikazuju načine na koje mračni turizam kroz proizvodnju i potrošnju generira značajan broj rasprava. Važno je napomenuti da se velik broj medijskih komentara na ovu temu može činiti površnim, selektivnim i temeljenim na spekulaciji i emocijama, no to ne znači da ne postoje valjana pitanja o moralnosti i, na koncu, pravednosti iskorištavanja i zarađivanja na temelju tragedija.

Sve veća sekularizacija modernog društva dovela je do preispitivanja osnova religije, morala i moralnog okvira unutar kojega društvo funkcionira. Neki autori poput Ovieda (1995) smatraju kako se razbio svojevrсни religiozni krov koji je obuhvaćao moralne standarde društva. Jedna od glavnih karakteristika modernog društva je udaljavanje individualca od osjećaja obaveze prema tradicionalnim religioznim ustanovama koje su nekad davno pružale okvir za utjehu, značaj i moralni putokaz. Individualizam se smatra jednim od najvažnijih procesa koji je promijenio društvom te kao rezultat individualci su slobodniji nego prije utjecaja tradicionalnih društvenih i religioznih osnova. Važno je, međutim, razlikovati individualizaciju i individualizam. Kako Halman (1996) navodi, individualizacija podrazumijeva proces u kojem tradicionalni sustav vrijednosti gubi važnost i mijenja se osobnim promišljanjima i odlukama o vrijednostima, normama i ponašanjima. Individualizam, s druge strane, se fokusira na vlastiti razvoj pojedinca, njegova uvjerenja i stavove na temelju kojih donosi odluke.

Može se argumentirati kako je povećani individualizam potekao iz individualizacije, u kombinaciji sa sekularizacijom društva rezultirao moralnim bunilom (Stone, 2009, str. 62). Drugim riječima, manjak konzistentnog okvira normi, vrijednosti i moralnih principa ostavlja mnoge dezorijentiranima. Proces

individualizacije je prepustio ljude same sebi po pitanju moralnih odluka i manje ovisne o tradicionalnim institucijama, što ističe pitanje kako pojedinci u modernim društvima traže i koriste moralni značaj u netradicionalnim institucijama.

Turizam je, poput religije, organizirani oblik u kojem se može pronaći značaj, pogotovo ako je riječ o spiritualnim putovanjima. Reader (2007) ističe značaj hodočašća, u kojima moderni hodočasnici odbacuju organiziranu religiju čak i ako posjećuju etabilirane religijske destinacije. Rast u ovoj vrsti hodočašća može se projektirati na rast mračnog turizma. Destinacije pune tragedije i rekonstruirane smrti sve više ulaze u ponudu turizma te se postavlja pitanje kako mogu pružiti neko moralno značenje. Ako se mračni turizam vidi kao način komunikacije putem kojeg se može interpretirati tragične događaje, onda je moguće i prihvaćanje višedimenzionalnog pristupa moralnosti mračnog turizma. Rezultat rasprava o moralnosti često je oživljavanje određenih tema i događaja koje mračni turizam želi predstaviti, te unutar toga je moguće pronaći moralni okvir za individualca.

Novu dimenziju kompleksnosti rasprave o moralnosti daje raznolikost mračnog turizma. Posjet Auschwitz-Birkenau koncentracijskom logoru je zasigurno intenzivniji nego posjet destinacijama koje se nalaze na svjetlijoj strani spektra poput tamnice u Yorku. Dok su lekcije i moralni zaključci nakon Auschwitz-a o ljudskom kapacitetu za zlo duboki, jednako su vrijedni i validni zaključci nakon tamnice u Yorku o ulozi kazne i mučenja. U oba primjera moralnost se stvara, održava, izaziva i potvrđuje kroz različite stupnjeve intenziteta, što nadalje stimulira određenu kolektivnu emocionalnu energiju koja društveno veže pojedince kroz mračni turizam. Činjenica da pojedinci kolektivno dolaze u destinacije mračnog turizma i posjećuju lokalitete ljudskih grozota i tragedija gdje konzumiraju tugu mediji često predstavljaju kao moralnu paniku. Kao odgovor važno je naglasiti da moralna panika dio procesa mračnog turizma. Ona nije krajnji rezultat, već simptom sekularnog društva koje pokušava na suvremen način odrediti moralni okvir (Stone, 2009, str. 70).

6. PREPORUKE ZA UPRAVLJANJE DESTINACIJAMA MRAČNOG TURIZMA

Bitna karakteristika destinacija mračnog turizma je slika koju njima stvaraju posjetitelji. Velik broj destinacija se može percipirati svetim od strane posjetitelja. Kao svete, te destinacije su bitno različite od običnih prostora u kojima se odvija svakodnevni život. Sveti prostori mogu imati određenu kvalitetu za svoje posjetitelje, koja se ne odnosi samo na ljude s kojima se povezuje, već i na lokaciju, arhitekturu, dizajn i prezentaciju. Obično se od svakodnevnih prostora razlikuju svojim fizičkim obilježjima, poput grandioznih arhitektonskih stilova ili načina prezentacije, glazbe i slično. S druge strane, nisu sve destinacije mračnog turizma svete. Brojne imaju negativan duh oko sebe, pa čak i nesvet. Zbog složene prirode destinacija mračnog turizma, složen je i postupak njihovog upravljanja.

S obzirom da su najpopularniji lokaliteti mračnog turizma često ekstremi, njihova važna karakteristika je imidž lokaliteta koji se ne uklapaju u kolektiv komercijalnih, „pozitivnih“ turističkih destinacija koje se prikazuju kao pozitivne i usmjerene na potrošača.

Prvi korak u upravljanju destinacija mračnog turizma je prepoznavanje prijetnje koju predstavlja organizacija. Preveliko guranje ka optimizaciji i profitabilnosti, što je velika tendencija modernog turizma, može dovesti do uništavanja duha mjesta, odnosno do jednoličnosti i anonimnosti. Globalizacija i menadžmentska tehnika benchmarking (proces identifikacije i adaptacije uspješnih ideja drugih) također utječu na sličnost turizma diljem svijeta. Opasnost ovakvih procesa je gubitak identiteta i jedinstvenosti atrakcija, što može imati posebno značajne implikacije u mračnom turizmu. To znači da je potrebno smanjiti korištenje rutinskih menadžerskih praksi u turizmu kako bi se održao duh mjesta.

Potreba za zaštitom duha lokaliteta dovodi u pitanje prihvatljivu razinu komodifikacije destinacija mračnog turizma. S jedne strane, komodifikacija se treba smanjiti jer predstavlja profitiranje od povijesti i religije za koju mnogi smatraju kako bi trebala biti besplatna. Međutim protuargument bila bi neodrživost u kapitalističkim ekonomijama gdje sve ima cijenu. Posebno osjetljivo je pitanje zarađivanja na mrtvima. Primjer takvog scenarija je koncentracijski logor Auschwitz, gdje su česte bile debate o uspostavljanju posjetiteljskih centara. Komodifikacija ima 3 dimenzije (Stone, 2009). Prva je treba li se uopće dopuštati financijske transakcije na destinacijama mračnog turizma, druga je, ako je komodifikacija dopuštena, tko profitira i treća je kako postići komodifikaciju, a da se pritom ni na koji način ne ošteti destinacija. Prve dvije dimenzije se mogu promatrati zajedno. Ako se sustavi poput naplaćivanja karata koriste za benefit lokalne zajednice i za održavanje lokaliteta, lakše ih je i opravdati.

Specifičnost destinacija mračnoga turizma je ta što ne samo da se razlikuju od ostalih turističkih destinacija, već su i međusobno poprilično raznolike. Tipičniji turistički proizvodi uglavnom su dizajnirani sa unaprijed isplaniranom svrhom koja se ne mijenja s vremenom. Nakon što se izgrade, ne zahtijevaju ništa osim periodičnih obnova. Destinacije mračnog turizma, s druge strane, posjeduju značajnu raznolikost po pitanju funkcionalnog razvoja. Većina takvih destinacija nema kontinuitet svrhe, već se ona s vremenom promijenila. Takve promjene se mogu dogoditi na tri načina (Stone, 2009). Prvi je spontano, bez ikakve namjere organizatora turizma. Primjer takvog lokaliteta je tunel u Parizu u kojem je umrla princeza Diana. Drugi je kada određeni lokaliteti s vremenom izgube svoju svrhu, pa postanu korišteni za druge svrhe. Primjer toga mogu biti napuštene vojne zgrade. Treći način transformacije je tematizacijska strategija. Ona obuhvaća privremenu prilagodbu izložbi institucija poput muzeja prema željama nekolicine educiranih posjetitelja. Izložbe vezane uz tematiku mračnog turizma pokazale su se kao dobar način dopiranja do novih dijelova tržišta.

Upravljanje destinacijama mračnog turizma uključuje i u određenoj dozi upravljanje ljudima. Određeni prostori mogu imati iznimno velik značaj za određene grupe ljudi, dok drugima mogu biti potpuno beznačajni. Svaki prostor – javni, neformalni ili sveti – ima određeno značenje. Za menadžera destinacije mračnog turizma važno je znati na koga će najviše utjecati postojanje destinacije mračnog turizma. Dobar način procjene grupa na koje se utječe je analitički model koji se zove „baštinsko polje sile“ (Seaton, 2001). Model pretpostavlja da na funkcioniranje destinacije utječu međuodnosi 4 glavne grupe dionika, a to su vlasnici i upravitelji, oni koje destinacija predstavlja i njihovi glasnogovornici, prostorni domaćini i posjetitelji. Međuodnosi su formirani ovisno o načinu na koji svaka skupina vidi svoje interese u sklopu destinacije. Zadatak menadžera je da identificira interese dionika i kroz konzultacije i sudjelovanje, ujedini njihove interese i perspektive.

Svaka destinacija mračnog turizma je u vlasništvu neke grupe ili individualca, ili se mora financirati. Vlasnici mogu biti iz privatnoga ili javnoga sektora, ili kombinacija oba. Oni određuju širu misiju i glavne ciljeve destinacije kao atrakcije.

Jedan od zadataka mračnog turizma je predstavljanje povijest ljudi ljudima danas. Iako je nemoguće savjetovanje s ljudima koje se predstavlja, moguća je suradnja s njihovim potomcima. Postoje destinacije koje su iznimno značajne za više različitih skupina. Poznat primjer ovakve destinacije je grad Jeruzalem, koji je od iznimne važnosti za Kršćane, Muslimane i Židove. Upravljanje takvih destinacije može postati pitanje politike. Za menadžere je ipak najvažnije konzultiranje, gdje god je moguće, s dionicima kojima je važna reprezentacija određenih skupina.

Sve destinacije mračnog turizma postoje u prostoru kojeg dijele s lokalnim zajednicama. Za njih taj prostor može biti svet upravo zato jer je to njihov prostor, a ne zbog konotacija povezanih s lokalitetom.

Potencijalni problemi nastaju između lokalne zajednice i posjetitelja destinacije. Za menadžera važno je predvidjeti prednosti i mane za lokalnu zajednicu. Specifičan problem za mračni turizam u ovome kontekstu je povezanost sa smrću i nasiljem, koja često smeta lokalnom stanovništvu koje taj prostor naziva svojim domom.

Posjetitelji, kao i generalno u turizmu, su ključan dionik mračnog turizma. Ako je lokalitet komercijaliziran, mora ih se privući dovoljan broj kako bi se ostvario profit. Ako je lokalitet javno financiran, onda to nije slučaj. Menadžer treba dobro identificirati ciljane segmente tržišta i pobrinuti se da će ih prikazano zanimati.

7. ZAKLJUČAK

Mračni turizam podvrsta je turizma koja se bavi fasciniranošću smrti, tragedijama i grozotama. Orijentiran je prema pojedincima koji žele pobliže upoznati koncept smrti. Produkt je modernog vremena u kojem mediji i komunikacijske tehnologije igraju veliku ulogu.

Proizvodi mračnog turizma su destinacije koje je moguće rangirati na spektru ovisno o težini događaja koji su se na tom mjestu odvijali. Spektar se kreće od najsvjetlijih lokaliteta poput tematskih parkova, sve do najmračnijih lokaliteta na kojima su se dogodili najgori i najgnjusniji događaji u ljudskoj povijesti.

Korijeni mračnog turizma mogu se pronaći još u srednjem vijeku, ali tek od 18. i 19. stoljeća se može pričati o ozbiljnijoj pojavi. Ponuda kroz povijest uključuju putovanja s ciljem prisustvovanja smrti, putovanja na mjesta gdje se smrt dogodila, putovanja na komemorativna i memorijalna mjesta, putovanje radi rekreacija povijesnih bitaka i putovanja na mjesta gdje su prikupljeni dokazi o smrti. Takva putovanja obuhvaćaju mjesta i manifestacije poput gladijatorskih borbi, koncentracijskih logora, groblji i katakombi i muzeja i galerija.

Kada pričamo o motivaciji turista važno je napomenuti da nisu svi posjetitelji lokaliteta mračnoga turizma – mračni turisti. Drugim riječima, određeni posjetitelji mogu biti neupućeni u tragičnu povijest destinacije ili jednostavno mogu imati nekakvu drugu motivaciju osim prisustvovanja smrti. Prema tome, kao presudni faktor za definiranje posjeta atrakciji kao mračni turizam navodi se percepcija turista o atrakciji kao mračnoj atrakciji.

Mnogo je mogućih razloga zašto netko posjećuje destinacije mračnog turizma. Često je to jedini društveno prihvatljiv način za pokazivanje zainteresiranosti za smrt. Uz to, povijest je čest motivator za posjećivanje. Mračni turizam pruža jedinstvene prilike za edukaciju i pružanje konteksta za određene događaje. Posebnu kategoriju mračnih turista čine žrtve određenih događaja i njihove obitelji i prijatelji, koji se vraćaju na mjesto gdje su proživjeli stravična i traumatska iskustva. S druge strane medalje imamo ljude koji su uzrokovali ili proživjeli neki događaj koji je uzrokovao smrt, koji su uglavnom motivirani krivnjom.

Spektar mračnog turizma kreće se od najmračnijeg do najsvjetlijeg. Najmračniji ekstrem mračnog turizma karakterizira visok politički utjecaj i ideologija, mjesta smrti i patnje, edukativna orijentacija, povijesna vrijednost, percipirana autentičnost interpretacije i lokacije, vremenska bliskost događaju, ponuda bez namjere i slabija turistička infrastruktura. Svijetli kraj spektra, s druge strane, karakterizira nizak politički utjecaj i ideologija, mjesta samo povezana sa smrću i patnjom, zabavna orijentacija, komercijalna vrijednost, percipirana neautentičnost interpretacije i lokacije, vremenska udaljenost od događaja, ponuda s namjerom i jača turistička infrastruktura.

Europa kao kontinent prepuna je bogate povijesti, koja je ostavila traga u svakoj zemlji. Lokaliteti diljem spektra mračnog turizma mogu se naći posvuda, poput:

- Auschwitz-Birkenau - koncentracijski logor koji se nalazi na jugu Poljske, u blizini grada Oświęcimima
- Černobila i Pripjata koji su doživjeli nuklearnu katastrofu.
- Dvorca Bran u Rumunjskoj poznatog kao Drakulin dvorac
- Pompeja – žrtve vulkanske erupcije

Hrvatska, kao i čitava Europa, prepuna je povijesti i njenih ostataka. Takva podloga Hrvatskoj pruža visok razvojni potencijal za mračni turizam, pogotovo u onim dijelovima Hrvatske koji nisu toliko istaknuti u tradicionalnoj turističkoj ponudi (Vukovar, Goli otok, Jasenovac).

Problem etike i morala česta je tema rasprava vezanih uz mračni turizam. Propitkuje se moralnost samog koncepta, kao i pojedinaca koji u njemu sudjeluju. Neki autori kao što je Avis (2007) kroz mračni turizam vidi budućnost u kojoj dolazi do moralnog kraja čovječanstva. Priča se i o trivijalizaciji i komercijalizaciji ljudske patnje. Proces sekularizacije koji se odvija u modernom društvu doveo ga je do napuštanja tradicionalnog religijskog moralnog okvira unutar kojega je tisućama godina funkcioniralo. Individualac se udaljava od osjećaja obaveza prema religioznim ustanovama koje su prije predstavljale moralan kompas. Posljedica takvog društva, nakon procesa individualizacije i sekularizacije, je svojevrsna dezorijentacija pojedinca u moralnom smislu. Ljudi su često prepušteni sami sebi i netradicionalnim institucijama kako bi pronašli moralni značaj. Turizam u tom smislu može pružiti priliku za pronalazak značaja, pogotovo ako je riječ o spiritualnim putovanjima. Mračni turizam trebao bi se gledati kao određeni oblik komunikacije putem kojega je moguće oživjeti rasprave o određenim temama, unutar čega individualac može pronaći svoj moralni okvir.

Destinacije mračnog turizma su prostori koji, zbog svojih mračnih i svetih konotacija i duha mjesta, zahtijevaju menadžerske strategije koje se mogu razlikovati od onih uobičajenih. Ono što je slično klasičnom menadžmentu je pronalazanje ravnoteže između želja i interesa skupina dionika, koji su u slučaju mračnog turizma vlasnici, predstavljene skupine, lokalna zajednica i posjetitelji.

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Ambrosewicz-Jacobs, J., & Lezsek, H. (2005). *Why should we teach about the Holocaust?*. The Jagiellonian University Institute of European Studies, Kraków.
2. Atiyah, J. (1999) After the peace deals are signed, the gawpers arrive. Independent on Sunday (6.6.). http://www.kabulcaravan.com/articles_tourism09.html.
3. Avis, A. (2007) Seek, so you may find. Turkish Daily News (3.11.). <http://www.turkishdailynews.com.tr/article.php?enewsid=87581>.
4. Biran, Avital & Poria, Yaniv & Oren, Gila. (2011). *Sought Experiences at Dark Heritage Sites*. Annals of Tourism Research.
5. Blom, T. (2008). Morbid Tourism: The Case of Diana, Princess of Wales and Althorp House. In: P. Long, N.J. Palmer (eds.) *Royal Tourism: Excursions Around Monarchy* (pp. 142-158). Clevedon: Channel View Publications
6. Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: a fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, <https://doi.org/10.1080/13527259608722175>
7. Halman, L. (1996) Individualism in individualized society? Results from the European Values Surveys. *International Journal of Comparative Sociology* 37 (3–4), 195–214.
8. Kesar, O. (2014). *Obilježja i dosezi razvoja memorijalnog turizma u Hrvatskoj*. Ekonomski fakultet Sveučilište u Zagrebu.
9. Lennon, J., & Foley, M. (2000). *Mračni turizam: Atrakcija smrti i katastrofa*. London i New York: Continuum.
10. Light, D. (2017). *The Undead and Dark Tourism: Dracula Tourism in Romania*.
11. Marcel, J. (2004) Death makes a holiday. *The American Reporter* (21 Jan), 10, 2273
12. Mostafa, S. M. N., & Ibrahim, S. I. (2022). *Pompeii as a Dark Tourism Site: The Frozen City*. Faculty of Tourism and Hotels Management, Helwan University, Cairo, Egypt.
13. Niemela T. (2010). *Motivation factors in dark tourism: Case: House of Terror*. Lahti University of Applied Sciences
14. Oviedo, L. (2005) Whom to blame for the charge of secularization? *Zygon* 40 (2), 351–361.
15. Rabotić, B. (Drugo, prerađeno i dopunjeno izdanje). (2013.) *Selektivni oblici turizma*. Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija.
16. Reader, I. (2007) Pilgrimage growth in the modern world: Meanings and implications. *Religion* 37, 210–229.

17. Seaton, A. (2001) Sources of slavery – destinations of slavery: The silences and disclosures of slavery heritage in the UK and US. In G. Dann and A. Seaton (eds) *Slavery, Contested Heritage and Thantourism* (pp. 107–129). Binghampton, NY: Haworth
18. Seaton, A.V. (1996). From Thanatopsis to Thanatourism: Guided By the Dark. *International Journal of Heritage Studies*, 2, 234-244.
19. Sharpley, R. (2005) Travels to the edge of darkness: Towards a typology of dark tourism. In C. Ryan, S. Page and M. Aicken (eds) *Taking Tourism to the Limit: Issues, Concepts and Managerial Perspectives* (pp. 215–226). London: Elsevier.
20. Steinbacher, S. (2004). *Auschwitz - A history*. London: Penguin Books.
21. Stone, P. R. (2009). *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*. University of Central Lancashire.
22. Stone, P. R. (2010). *Death, Dying and Dark Tourism in Contemporary Society: A Theoretical and Empirical Analysis*. University of Central Lancashire.
23. Stone, P. R. (2006). *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions*. University of Central Lancashire.
24. Tarlow, P.E. (2005). Dark tourism: The appealing „dark“ side of tourism and more. In: M. Novelli (ed.) *Niche Tourism – contemporary issues, trends and cases* (pp. 47-58). Amsterdam: Elsevier
25. Tunbridge, J.E., Ashworth, G.J. (1996). *Dissonant Heritage: The Management of the Past as a Resource in Conflict*. London: John Wiley & Sons
26. Urbonavicius, S. (2021). *Chernobyl: Analysis of Young Travellers' Motivations to Visit a Unique Dark Tourism Destination*. Vilnius University.
27. Walter, T. (2009). Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living. In: R. Sharpley, P.R. Stone (eds.), *The Darker Side of Travel – The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 39-55). Bristol: Channel View Publications
28. Yankovska, A., & Hannam, K. (2013). *Dark and Toxic tourism in the Chernobyl Exclusion Zone*. *Current issues in Tourism*, 17 (10), 929-939.

Web izvori:

1. <https://auschwitz.org/en/> (21.06.2024.)
2. <https://bran-castle.com> (21.06.2024.)
3. <https://chernobyl-tour.com/> (21.06.2024.)
4. <https://chernobylgallery.com> (21.06.2024.)
5. <https://chnpp.gov.ua/en/> (21.06.2024.)
6. <https://catacombes.paris.fr/en> (21.06.2024.)
7. <http://chernobylgallery.com/> (21.06.2024.)
8. <https://faroutmagazine.co.uk/the-world-of-the-paris-catacombs/> (21.06.2024.)
9. <http://pripyat.com/> (21.06.2024.)
10. <https://pompeisites.org/en/> (21.06.2024.)
11. <https://turizamvukovar.hr> (22.06.2024.)

Popis slika

1. Slika 1: Matrica ponude i potražnje mračnog turizma.....	4
2. Slika 2: Pere-Lachaise groblje u Parizu.....	6
3. Slika 3: Primjer rekreacije povijesne bitke.....	6
4. Slika 4: Spektar mračnog turizma.....	9
5. Slika 5: Kuća strave na slapovima Niagare.....	9
6. Slika 6: Zatvor Alcatraz.....	10
7. Slika 7: Ulaz u Auschwitz.....	12
8. Slika 8: Most smrti.....	15
9. Slika 9: Pad helikoptera Mi-8.....	16
10. Slika 10: Černobilski sarkofag.....	17
11. Slika 11: Dvorac Bran.....	19
12. Slika 12: Pariške katakombe.....	21
13. Slika 13: Ljudski ostaci u Pompejima.....	22
14. Slika 14: Vukovarska bolnica.....	23
15. Slika 15: Vukovarski vodotoranj.....	24
16. Slika 16: Kazneno-popravna ustanova Goli otok.....	25
17. Slika 17: Spomenik Cvijet.....	26

Popis grafovi:

1. Graf 1: Struktura financija Auschwitz muzeja.....	13
--	----

SAŽETAK

Cilj ovoga rada je pregled mračnog turizma na području Europe i Hrvatske, popraćen sa razmatranjem etike i moralnosti valorizacije resursa i lokaliteta sa mračnom pozadinom te smjericama za upravljanje takvim destinacijama.

Mračni turizam je specifičan oblik turizma temeljen na prirodnim katastrofama, povijesnim tragedijama i ostalim mračnim događajima. U radu je dan pregled nekoliko lokaliteta iz Europe i Hrvatske, s obzirom na povijesno bogatstvo i kulturu koja se nalazi na ovom prostoru.

Glavna metoda koja se koristi kroz rad je deskriptivna metoda, putem kojeg je rađena analiza sekundarnih izvora.

Ključne riječi:

Mračni turizam, Europa, Hrvatska, Auschwitz, Černobil, Pripjat, dvorac Bram, Pompeji, Vukovar, Goli otok, Jasenovac

ABSTRACT

This thesis aims to give an overview of dark tourism in the area of Europe and Croatia, accompanied by a consideration of ethics and morality of resources and locales with dark backgrounds and guidelines for managing such destinations.

Dark tourism is a specific type of tourism based on natural catastrophes, historical tragedies and other dark events. This thesis gives an overview of several locales from Europe and Croatia, considering the rich history and culture found in these lands.

The main method used throughout the thesis is the descriptive method, which was used to analyze secondary sources.

Key words:

Dark tourism, Europe, Croatia, Auschwitz, Chernobyl, Pripjat, castle Bram, Pompeii, Vukovar, Goli otok, Jasenovac