

# Tamni turizam u Europi - etičnost, stanje i perspektive

---

**Pletikosić, Dora**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:526368>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-17**



**Sveučilište u Zadru**  
Universitas Studiorum  
Jadertina | 1396 | 2002 |

*Repository / Repozitorij:*

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti  
Preddiplomski sveučilišni studij kulture i turizma (jednopedmetni)



Zadar, 2020.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti  
Preddiplomski sveučilišni studij kulture i turizma (jednopredmetni)

## Tamni turizam u Europi - etičnost, stanje i perspektive

Završni rad

Student/ica:

Dora Pletikosić

Mentor/ica:

Šime Knežević, prof.

Zadar, 2020.

Lektorirala:

Branka Šegvić, diplomirana anglistica i kroatistica



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Dora Pletikosić**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Tamni turizam u Europi - etičnost, stanje i perspektive** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 10. rujna 2020.

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. TAMNI TURIZAM .....	2
2.1. POJMOVANJE TAMNOGA TURIZMA .....	3
2.2. SPEKTAR PONUDE TAMNOGA TURIZMA.....	7
2.3. ATRAKTIVNOST TAMNOGA TURIZMA I NJEGOVA POTRAŽNJA.....	12
3. PITANJE ETIČNOSTI I OPRAVDANOSTI .....	16
4. TAMNI TURIZAM U ZAPADNOJ KULTURI .....	19
4.1. TAMNI TURIZAM U AUSCHWITZU.....	22
4.2. TAMNI TURIZAM NA GOLOM OTOKU .....	25
5. PROCJENA SADAŠNJEG I BUDUĆEG STANJA.....	27
6. ZAKLJUČAK.....	30
SAŽETAK .....	31
SUMMARY .....	32
LITERATURA.....	33
POPIS TABLICA.....	35
POPIS ILUSTRACIJA .....	36
ŽIVOTOPIS	

## 1. UVOD

Tema završnoga rada je tamni turizam u Europi – etičnost, stanje i perspektive. Ovim radom nastojat će se odgovoriti na pitanja: što je to tamni turizam, kako određujemo ponudu i potražnju tamnoga turizma, što čini određene objekte 'tamnijima' od drugih, koje su to destinacije tamnoga turizma i koje su njihove karakteristike. Pitanje na koje će se također pokušati dati odgovor ujedno je i pitanje koje je povezano s velikom većinom mjesta i atrakcija tamnog turizma - je li etično i moralno razvijati, promovirati i nuditi takva mjesta i atrakcije za turističku konzumaciju. Razradom teme prikazat će se odgovori na postavljena pitanja. U prvom će se poglavlju analizirati postanak fenomena poznatog kao tamni turizam. Kao dio poglavlja bit će objašnjeno pojmovanje tamnoga turizma, različiti načini kategorizacije ponude i potražnje te motivirajući faktori 'tamnih' destinacija. Drugo poglavlje razjasnit će pitanje etičnosti i opravdanosti mjesta i atrakcija tamnoga turizma. Prva dva poglavlja važna su jer daju kontekstualni okvir unutar kojega se može proučavati tamni turizam. Nakon toga, u trećem poglavlju, slijedi prikaz stanja i perspektive zapadne kulture za razvoj tamnoga turizma. Detaljnije je opisan Auschwitz koji će služiti kao primjer za Europu, a za primjer tamnoga turizma u Hrvatskoj, odabran je Goli Otok. U četvrtom, odnosno posljednjem poglavlju, prikazat će se procjene sadašnjeg i budućeg stanja tamnoga turizma, te i jedan primjer distopijskog prikaza turizma u budućnosti.

## 2. TAMNI TURIZAM

Pojam tamni turizam fenomen je koji postoji u praksi, ali ne i u literaturi, otkad su ljudi počeli ići na putovanja. Mjesta povezana sa smrću, stradanjima i katastrofom oduvijek su privlačila turiste. Ipak, tek krajem 20. i početkom 21. stoljeća ovaj je pojam zadobio pozornost akademske zajednice i medija. Kako je rastao broj sudionika u turizmu, tako se i ponuda i potražnja za iskustvima tamnoga turizma povećala. Do danas, akademska literatura koja se bavi fenomenom tamnoga turizma ostaje nepotpuna i eklektična. Različita terminologija primjenjuje se kada se govori o pojmu tamni turizam, kao na primjer: „turizam crnih točaka“ (*black spots tourism*), „tanatoturizam“ (*thanatourism*), „morbidni turizam“ (*morbid tourism*), „turizam žalosti“ (*grief tourism*) i sl. Međutim, zajednički faktor svim tim pojmovima ili oblicima turizma je, na ovaj ili onaj način, povezanost turističkih mjesta, iskustava i atrakcija sa smrću, katastrofom i patnjom. Tamni turizam najjednostavnije možemo definirati kao čin putovanja na mjesta povezana sa smrću, patnjom i naizgled sablasnim.<sup>1</sup>

Tablica 1. Kategorizacija tamnog turizma

<b>Podjela mračnog</b>	
<i>Opasna mjesta</i> Opasne destinacije iz prošlosti i sadašnjosti	<ul style="list-style-type: none"><li>• gradovi užasa</li><li>• opasne destinacije</li></ul>
<i>Kuće užasa</i> Zgrade povezane sa smrću i užasom, bilo stvarne ili namještene	<ul style="list-style-type: none"><li>• tamnice smrti</li><li>• gnusni hoteli</li></ul>
<i>Kobna polja</i> Područja koja odaju počast smrti, strahu, slavi ili sramu	<ul style="list-style-type: none"><li>• krvava ratišta</li><li>• pakao holokausta</li><li>• groblja slavnih</li></ul>
<i>Obilasci mučenja</i> Ture / posjeti atrakcijama povezanim sa smrću, ubojstvom i kaosom	<ul style="list-style-type: none"><li>• kaos i ubojstva</li><li>• sada zloglasni</li></ul>
<i>Tematski tanatos</i> Zbirke / muzeji temeljeni na smrti i patnji	<ul style="list-style-type: none"><li>• morbidni muzeji</li><li>• spomenici moralnosti</li></ul>

Izvor: Obrada autora, SHARPLEY, R., STONE, R. P.: *The Darker Side of Travel (The Theory and Practice of Dark Tourism)*, Channel View Publications, Bristol, 2009, p. 11.

<sup>1</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: *The Darker Side of Travel (The Theory and Practice of Dark Tourism)*, Channel View Publications, Bristol, 2009, pp. 9-10.



## 2.1. POJMOVANJE TAMNOGA TURIZMA

Pojam tamni turizam prvi su definirali Foley i Lennon u posebnom izdanju međunarodnoga časopisa za proučavanje baštine (International Journal of Heritage Studies, 1996.), a zatim se pojavljuje kao naslov knjige (Dark Tourism: The attraction of death and disaster, 2000.) koja nedvojbeno ostaje najcitiranija studija fenomena tamnoga turizma. Određeni autori tvrde da tamni turizam ima dugu i prepoznatljivu povijest, dok je za ove autore tamni turizam kronološki moderan, prvenstveno zapadnjački fenomen.<sup>2</sup> Prema Foleyu i Lennonu, tamni turizam, kao pojava, nagovještaj je postmoderne, što je i vidljivo iz njegovih definirajućih značajki. Prvo, glavna uloga koju globalna komunikacijska tehnologija igra u kreiranju početnoga interesa. Drugo, objekti tamnoga turizma sami po sebi potiču sumnju u racionalnost i razvoj modernosti. Treće, edukativni elementi mjesta popraćeni su elementima komodifikacije i komercijalne etike koja prihvaća činjenicu da je posjet takvim mjestima prilika za razvoj turističkoga proizvoda. Definicija, čiji su autori Foley i Lennon, ima u vidu, prije svega, mjesta, odnosno događaje koji još žive u sjećanju ljudi, a odnose se na nesreće ili nedavnu smrt.<sup>3</sup> Autori iskazuju uvjerenje da je tamni turizam proizvod okolnosti modernoga svijeta, ali ujedno i veliki utjecaj na te okolnosti. Nadalje, politika, ekonomija, sociologija i tehnologija suvremenoga svijeta igra važnu ulogu kao čimbenik u događajima na koje je usmjeren tamni turizam, jer su oni ključni u odabiru i interpretaciji mjesta i događaja koji postaju turistički proizvodi.<sup>4</sup> Kao kronološko polazište tamnoga turizma, autori uzimaju potop RMS Titanica. Oni vjeruju kako je ovaj događaj posebno prikladan zbog pitanja o tehnološkom napretku onoga vremena, te zbog ponovnog rasta interesa koji je dobio zahvaljujući filmovima (A night to remember (1958) i Titanic (1997)) koji su snimljeni o njemu.<sup>5</sup>

U skupinu autora koji tvrde da tamni turizam ima dugu povijest spada i Seaton. Naime, Seaton smatra da povijest tamnoga turizma seže sve do srednjega vijeka te da je dobio na snazi tijekom razdoblja romantizma krajem 18. i početkom 19. stoljeća. On navodi i brojne atrakcije, uključujući grobove, zatvore, javna smaknuća i naravno Pompeje, kao najveću destinacija tanatoturizma u razdoblju romantizma.<sup>6</sup> On je predložio i svoju definiciju tamnoga turizma, koja glasi: „putovanje na mjesto koje je u cijelosti ili djelomično motivirano željom za stvarnim

---

<sup>2</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: Op. cit., p. 14.

<sup>3</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: **Dark Tourism (The attraction of death and disaster)**, Continuum, London and New York, 2000, pp. 11-12.

<sup>4</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: Op. cit., pp. 3-4.

<sup>5</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: Op. cit., p. 8.

<sup>6</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: Op. cit., pp. 15-16.

ili simboličkim susretima sa smrću, posebno, ali ne i isključivo nasilnom smrću“.<sup>7</sup> Uz definiciju, predložio je i 5 kategorija aktivnosti tamnoga turizma:

1. Putovanje s ciljem svjedočenja smrti – U prošlosti su ljudi putovali kako bi sudjelovali u javnoj manifestaciji smrti, kao na primjer vješanju, giljotini, gladijatorskim borbama itd., dok se danas javna smaknuća još uvijek provode u relativno malom broju zemalja.
2. Putovanje na mjesta gdje se smrt već dogodila – U ovu kategoriju spadaju sva mjesta gdje se dogodila individualna ili masovna smrt kroz povijest. Navedeno obuhvaća brojne lokacije, od ratišta, logora smrti i mjesta genocida do mjesta smrti poznatih osoba, razglašanih mjesta ubojstava ili domova zloglasnih ubojica.
3. Putovanje na mjesta spomena ili internacije – Uključujući groblja, kenotafe, grobnice i spomenike na umrle u ratu.
4. Putovanje na mjesta koja nisu izravno povezana s 'mračnim' događajem – Ova kategorija obuhvaća muzeje koji sadrže zbirke smrtonosnih oružja, odnosno lokacije koje rekonstruiraju specifične događaje.
5. Putovanje u svrhu doživljaja simulacije smrti, odnosno njezine reprodukcije – U posljednje vrijeme sve su popularniji događaji poput rekonstrukcija poznatih bitki u kojima sudionici mogu sudjelovati.<sup>8</sup>

Dakle, vidljiva su dva jasna pristupa u proučavanju tamnoga turizma. S jedne strane, tamni se turizam promatra kao dimenzija tanatoturizma, odnosno kao oblik turističke potražnje. S druge strane, značajna pažnja pridaje se i samim mjestima tamnoga turizma i njegovim atrakcijama, odnosno objektima turističke ponude. U slučaju proučavanja pristupa temeljenog na ponudi, vidljivo je potpuno zanemarivanje raznolikosti unutarnjih iskustava i motiva pojedinaca. Što se tiče pristupa temeljenog na potražnji, on previđa mogućnost da bi razlog posjeta lokacijama tamnoga turizma mogao biti potpuno lišen interesa za smrt. Međutim, promatrajući literaturu može se uočiti i treći pristup koji se bazira na integraciji dvaju spomenutih pristupa. Dakle, uzimajući u obzir složenu i višedimenzionalnu prirodu tamnoga turizma, postoji potreba za detaljnijim razmatranjem pristupa koji se istodobno temelji i na ponudi i na potražnji. Sharpley to čini u vidu 'kontinuumu namjene', prema kojem ponuda varira od slučajne (mjesto koje je stjecajem okolnosti postalo turistička atrakcija) do namjerno kreirane ponude s ciljem eksploatacije. Unutar spomenutoga kontinuumu, autor raspoznaje četiri nijanse tamnoga turizma:

---

<sup>7</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: Op. cit., p. 15.

<sup>8</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: Op. cit., pp. 15-16.

1. Blijedi turizam – predstavlja turiste s minimalnim interesom za smrt koji posjećuju 'slučajna' mjesta tamnoga turizma, odnosno mjesta koja nisu izvorno namijenjena turističkoj potrošnji.
2. Potražnja sivoga turizma – odnosi se na turiste koji su motivirani fascinacijom smrću i posjećuju 'slučajna' mjesta tamnoga turizma.
3. Ponuda sivoga turizma – obuhvaća mjesta tamnoga turizma koja su utemeljena s ciljem eksploatacije smrti, a koja privlače turiste s malim interesom za smrt.
4. Crni turizam – predstavlja 'potpuno' iskustvo tamnoga turizma s ponudom koja je kreirana kako bi zadovoljila fascinaciju smrću i na tome ostvarila profit.<sup>9</sup>

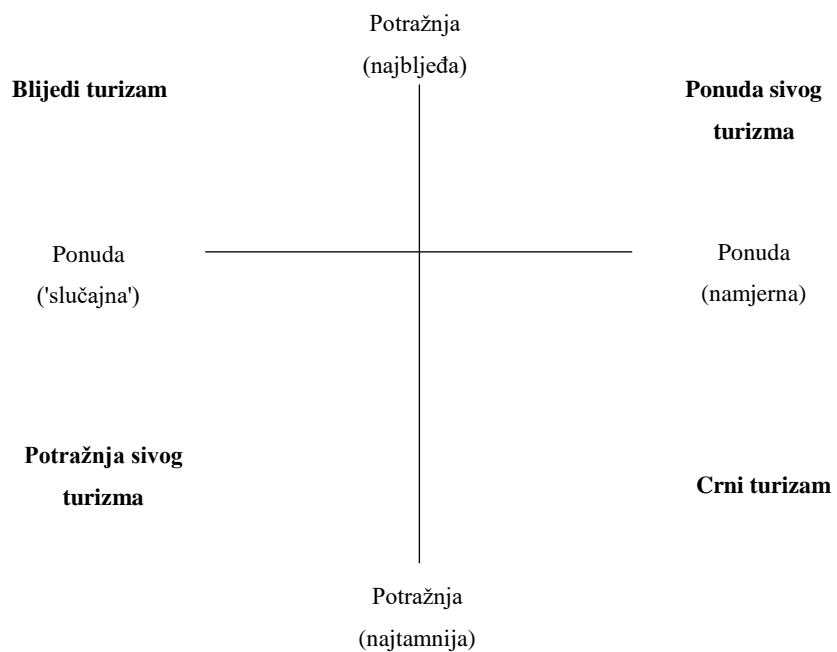
Kombinacijom različitih nijansi tamnoga turizma i kontinuuma namjene, autor je izradio matricu ponude i potražnje tamnoga turizma. Unutar ove matrice, atrakcije ili iskustva tamnoga turizma mjere se do granica u kojima je fascinacija smrću ujedno i dominantni faktor potražnje i u kojem je ponuda izravno usmjerena ka zadovoljavanju te fascinacije.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> BIRAN, A., PORIA, Y., OREN, G.: **Sought experiences at (dark) heritage sites**, *Annals of Tourism Research*, Great Britain, Vol. 38, 2011, 3, pp. 821-822.

<sup>10</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: *Op. cit.*, p. 19.

Tablica 2. Matrica ponude i potražnje tamnoga turizma



Izvor: Obrada autora, SHARPLEY, R., STONE, R. P.: The Darker Side of Travel (The Theory and Practice of Dark Tourism), Channel View Publications, Bristol, 2009., p. 19.

## 2.2. SPEKTAR PONUDE TAMNOGA TURIZMA

S obzirom na raznolikost atrakcija tamnoga turizma, odnosno složenost njihovog dizajna i namjene, postoje i razni oblici ponude.

Miles predlaže postojanje razlike između 'tamnog' i 'tamnijeg' turizma, odnosno različitih nijansi tame. U svom radu, osvrnuo se na stvarna područja tamnoga turizma (Auschwitz) i mjesta povezana s mračnim turizmom (Muzej holokausta u Washingtonu). On zaključuje da su proizvod i iskustvo na mjestu logora smrti u Auschwitzu poprilično mračniji od onog u Muzeju holokausta u Washingtonu. Naime, Muzej holokausta je samo mjesto povezano sa smrću i patnjom, a ne mjesto gdje se ona zapravo dogodila i ne posjeduje presudnu razinu lokacijske autentičnosti. Stoga, mjesta tamnoga turizma, da bi se percipirala kao mračnija, moraju izazvati određeni stupanj empatije kod promatrača. Prema Milesu, ova empatija pojačana je prostornom povezanošću. Nadalje, on zagovara postojanje vremenske dimenzije (kronološke udaljenosti) mjesta tamnoga turizma koja također pridodaje povećanju empatije kod posjetitelja i načinu na koji je proizvod percipiran, predstavljen i konačno konzumiran. Dakle, oni događaji tamnoga turizma koji su bliži sadašnjosti, koje mogu potvrditi žive osobe te koji pobuđuju osjećaj empatije, proizvodi su tamnoga turizma koji se možda i mogu opisati kao 'tamniji'.<sup>11</sup>

Autori Strange i Kempa fokusirali su se na dizajn i interpretaciju dviju bivših kaznenih ustanova. U svrhu svoga rada, oni uspoređuju Alcatraz, objekt koji je romantiziran zahvaljujući filmovima snimljenim o njemu, i otok Robben u Južnoj Africi, koji je držao političke zatvorenike, uključujući Nelsona Mandelu, za vrijeme razdoblja aparthejda. Oni sugeriraju da politički i kulturni planovi koji okružuju ta dva mjesta duboko utječu na 'upravitelje sjećanja' koji nastoje protumačiti tamnu prošlost mjesta. Presentacija Alcatraza zasjenjena je komercijalnim i zabavnim vrijednostima, što ga čini 'svjetlijim', dok je otok Robben percipiran kao 'tamniji' proizvod tamnoga turizma. Drugim riječima, otok Robben posjeduje veći stupanj političkoga utjecaja u svom dizajnu i interpretaciji, te tako promiče komemoraciju i obrazovanje. Iako je interpretacija Alcatraza već zasjenjena komercijaliziranim reprezentacijama, a otok Robben još uvijek može podleći marketinškom potencijalu tematskoga parka, oba mjesta imaju sposobnost uvođenja anksioznosti i sumnje u modernost i njezine posljedice. Očuvani zatvori tihi su svjedoci postupaka koje su prethodni režimi bili spremni učiniti ljudima koji su kršili zakon ili su samo djelovali sumnjivo.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> MILES, W. F. S.: **Auschwitz: museum interpretation and darker tourism**, Annals of Tourism Research, Great Britain, Vol. 29, 2002., 4, pp. 1175-1178.

<sup>12</sup> STRANGE, C., KEMPA, M.: **SHADES OF DARK TOURISM: Alcatraz and Robben Island**, Annals of Tourism Research, Great Britain, Vol. 30, 2003., 2, pp. 386-405.

Uzimajući u obzir ideju da neka mjesta mogu ponuditi 'tamniji' proizvod i iskustvo, Stone je ponudio model kategorizacije nazvan spektar ponude. Unutar spektra, Stone klasificira tamni turizam u sedam kategorija s varirajućim stupnjevima 'tame' na koje utječu različiti prostorni, vremenski, politički i ideološki čimbenici. Spektar obuhvaća sedam kategorija ponude tamnoga turizma, koje variraju od tematskih parkova tamnoga turizma kao najsvjetlijih pa sve do mjesta genocida kao najtamnijih.<sup>13</sup>

Prema navedenom spektru tamnoga turizma, Philip Stone predlaže tipologiju sedam izvora ponude tamnih turističkih atrakcija:

- Tamni tematski parkovi

Obuhvaćaju turistička mjesta, atrakcije i ture koje pretežno imaju zabavni fokus i komercijalnu etiku, a predstavljaju stvarne ili izmišljene sablasne događaje. Oni posjeduju visoki stupanj turističke infrastrukture, namjernu ponudu i usredotočeni su na zabavu. S obzirom da se percipiraju neautentičnima, zauzimaju najsvjetlije rubove spektra ponude tamnoga turizma. Jedna od najpoznatijih atrakcija je Londonska tamnica, koja nudi, u društveno prihvatljivom okruženju, prikaze morbidnosti te simulacije smrti i patnje.

- Tamne izložbe

Uključuju ona mjesta i izložbe koja se temelje na smrti i patnji, a često posjeduju komemoracijske i obrazovne poruke. Stoga se ovi proizvodi tamnoga turizma mogu shvatiti kao ozbiljniji, pa ih je moguće smjestiti na tamnijoj strani spektra. Međutim, unatoč edukacijskom aspektu ovih proizvoda tamnoga turizma, oni ipak obuhvaćaju određeni stupanj turističke infrastrukture i komercijalni fokus. Uključujući namjerne i nenamjerne elemente ponude tamnoga turizma, tamne izložbe se često nalaze dalje od stvarnoga mjesta smrti i stradanja. Izrazito provokativan primjer je svjetska izložba Svijet tijela (Body Worlds), koja gledateljima nudi anatomske prikaze stvarnih ljudskih tijela.

- Tamnice i zatvori

Ovaj tip proizvoda tamnoga turizma uključuje (prijašnje) zatvore i sudnice, nudi kombinaciju zabave i obrazovanja te posjeduje relativno visok stupanj komercijalizacije i turističke infrastrukture. Stoga, tamnice i zatvori kao proizvodi tamnoga turizma zauzimaju središte

---

<sup>13</sup> STONE, P.R.: **A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions**, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, Vol. 54, 2006., 2, p. 152. <https://hrcak.srce.hr/161464> (14. 8. 2020.)

spektra s mješavinom tamnih i svijetlih elemenata. Na primjer, otok Robben, bivši zatvor Nelsona Mandele, poveznica je s borbom protiv kolonijalizma, borbom za slobodu, demokraciju i mir u Južnoj Africi. Osnova dizajna otoka Robben kao proizvoda tamnoga turizma jest edukacija.

- Tamna počivališta

Ova kategorija fokusira se na groblja i grobove kao proizvod tamnoga turizma. U novije vrijeme, zahvaljujući Internetu i organiziranim turama s vodičem, groblja postaju mjesta gdje su živi fascinirani mrtvima. Ključne su značajke ovoga proizvoda usredotočenost na povijest, konzervacija i komemoracija. Doista, podloga većine tamnih počivališta jest promocija i očuvanje romantičke i gotičke arhitekture i skulpture kroz održavanje nadgrobnih ploča, grobnica i mauzoleja. Osim toga, održivost lokalnih ekoloških krajolika glavna je briga. Tamna počivališta mogu se pronaći u središtu spektra s tamnim i svijetlim elementima. Na primjer, poznato groblje u Parizu, Père-Lachaise, privlači više od dva milijuna posjetitelja godišnje, a izvan svoje primarne funkcije, groblje je najveći park u Parizu te se razvio u muzej na otvorenom i panteonski vrt.

- Tamna svetišta

Odnose se na mjesta koja 'trguju' činom sjećanja i poštovanja prema nedavno umrlima. Tamna svetišta često su građena, formalno ili neformalno, veoma blizu mjesta smrti i u veoma kratkom razdoblju nakon vremena smrti. Osim toga, ove vrste događaja nalaze se u fokusu medija tijekom relativno kratkoga vremena i stoga pridobiju viši nivo političkoga značaja i utjecaja tijekom 'medijskog razdoblja'. Ovaj proizvod tamnoga turizma zauzima 'tamniji' dio spektra. Većina tamnih svetišta nije dizajnirana u svrhe turizma, pa stoga imaju veoma malo turističke infrastrukture zbog kratkog vremena postojanja. Primjer je svetište sagrađeno 1997., u vrijeme smrti princeze Diane, oko vrata Palače Kensington. Iako je bilo žarište milijuna posjetitelja, svetište je u vrlo kratkom roku premješteno na drugo mjesto.

- Mjesta sukoba

Ova se kategorija fokusira na rat, ratna i bojna polja te njihovu komodifikaciju kao potencijalni proizvod tamnoga turizma. Mjesta sukoba kao turistički proizvod imaju obrazovnu i komemoracijsku svrhu, temelje se na povijesti i dio su nenamjeravane ponude tamnoga turizma. U novije vrijeme, mjesta sukoba postaju sve više komercijalizirani turistički proizvod i kao rezultat imaju pojačanu turističku infrastrukturu. Na primjer, sve više turističkih operatera nudi

organizirane ture koje u osnovi vraćaju organizirano nasilje natrag u život, odnosno rekreiraju poznate bitke. Mjesta sukoba, točnije događaji koji su povezani s njima, te koji više ne žive u sjećanju ljudi, poprimaju zabavni i romantizirani fokus. To je vidljivo kroz obnavljanje bitki u stvarnom životu i kroz oživljavanje povijesti, pri čemu se razvila i cijela industrija. Takvi proizvodi tamnoga turizma nalaze se na svjetlijem kraju spektra.

- Tamni kampovi genocida

Predstavljaju lokalitete i mjesta kojima je genocid, katastrofa i okrutnost glavna tanatološka tema. Ovaj je proizvod tamnoga turizma dizajniran u svrhu komemoracije i obrazovanja te se nalazi na stvarnom mjestu događaja. Stoga, tamni kampovi genocida nalaze se na najtamnijem kraju spektra tamnoga turizma. Ova mjesta svjedoče o strašnim događajima ljudske patnje i zlostavljanja te je uz njih povezan i visok stupanj političke ideologije. Dakle, tamni kampovi genocida mjesta su gdje su učinjeni najteži zločini, tj. masovna ubijanja ljudi. Primjer takvoga mjesta je koncentracijski logor Auschwitz koji zauzima prvo mjesto među takvim atrakcijama.<sup>14</sup>

U osnovi, spektar tamnoga turizma je fluidni i dinamički kontinuum intenziteta koji je vezan različitim, iako ne nužno isključivim, značajkama i karakteristikama proizvoda. Različiti proizvodi mogu biti slojeviti te zbog toga različito percipirani među različitim skupinama ljudi koje dolaze iz različitih dijelova svijeta. Osim toga, promjene u mikro i makro okruženju, poput manipulacije 'tamnom baštinom' u političke svrhe ili selektivnom interpretacijom pojedinih događaja, mogu uzrokovati 'pomake' u tome kako je proizvod ponuđen i percipiran od strane potrošača. Uzimajući navedeno u obzir, proizvodi se mogu pomicati uzduž spektra ponude tamnoga turizma, od tamnijeg prema svjetlijem, te obratno.<sup>15</sup>

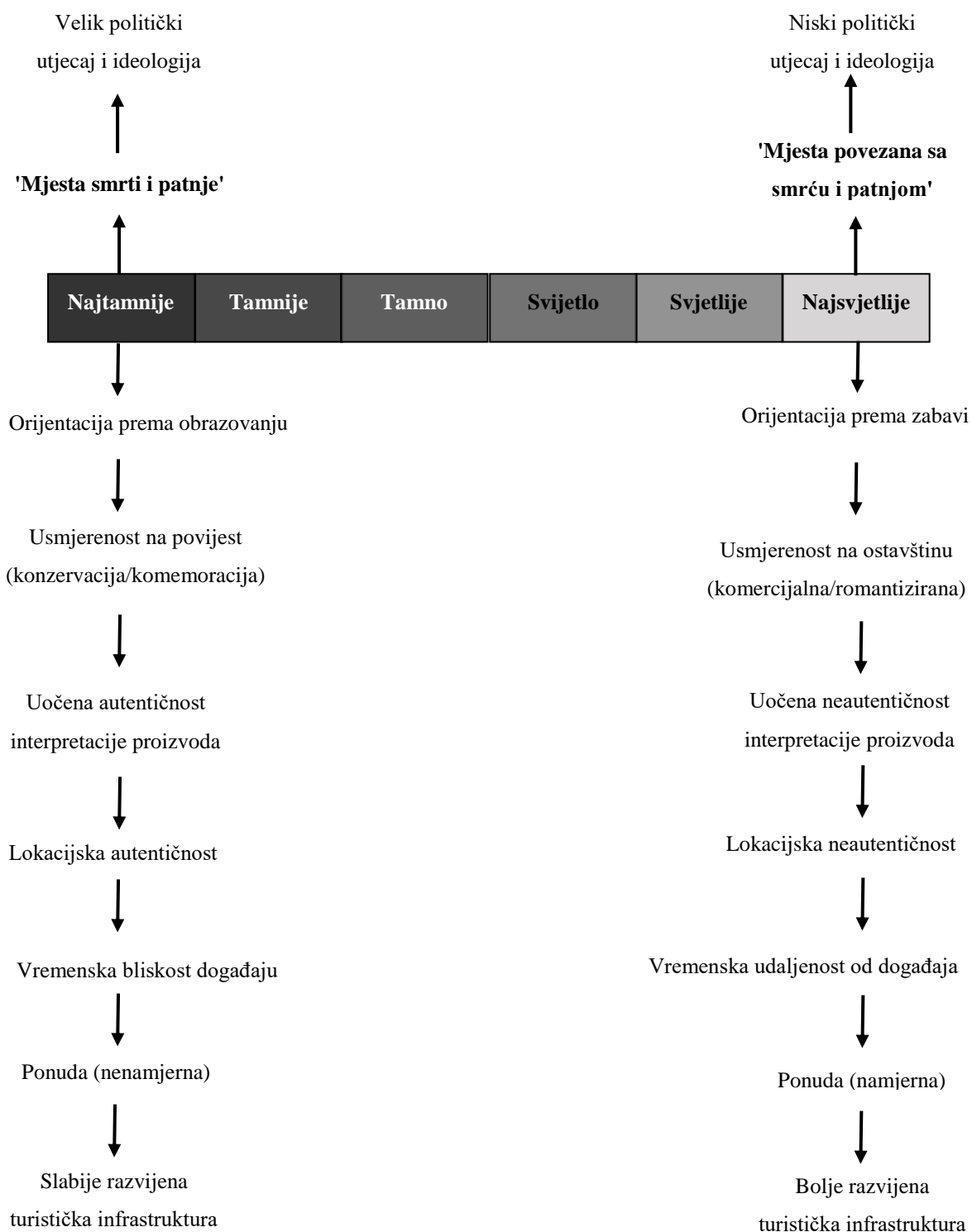
---

<sup>14</sup> STONE, P.R.: Op. cit., pp. 152-157.

<sup>15</sup> STONE, P.R.: Op. cit., pp. 157-158.



Crtež 1. Spektar tamnog turizma



Izvor: Obrada autora, STONE, P.R.: **A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions**, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, Vol. 54, 2006., 2, p. 151. <https://hrcak.srce.hr/161464> (14.08.2020.)

### 2.3. ATRAKTIVNOST TAMNOGA TURIZMA I NJEGOVA POTRAŽNJA

Kroz različite prikaze smrti, bili oni stvarni ili izmišljeni, u popularnoj kulturi, smrt je postala roba za potrošnju na globalnom tržištu komunikacija. Putem medijskih vijesti i popularne televizijske fikcije, mnogi se redovito suočavaju s problemom smrti, možda čak i svakodnevno. Kada je riječ o svjetskim novinskim medijima, smrt se kroz čitav planet može konzumirati iz udobnosti vlastitoga doma. Vjerojatno je da je velika većina onih koji konzumiraju turističke proizvode već upoznata s globalnim medijskim događajima. U odnosu na navedeno, bilo koji turistički proizvod koji se bude oblikovao oko takvoga događaja, imat će prednost 'poznanstva'. Dakle, nerazumno je odvajati gledateljsku javnost koja apsorbira te medijske proizvode od one koja traži turistička iskustva.<sup>16</sup>

Televizija i film određuju moderni tamni turizam. Zbog selektivnosti televizije možemo reći da, iako je cijeli život dragocjen, on nije i upamćen. Na primjer, mjesto se Svjetskog trgovačkog centra u New Yorku posjećuje (Ground Zero), a afričke se tragedije ignoriraju. Može se reći da turisti posjećuju mjesta tamnoga turizma jer im je stalo, jer osjećaju patnju. No zapravo, u stvarnosti, oni predstavljaju građane drugoga vremena i mjesta, oni imaju ulogu posjetitelja, a ne sudionika.<sup>17</sup>

Jedan od najupečatljivijih aspekata tamnoga turizma su razlozi fascinacije ljudi patnjom i stradanjima drugih. Smatra se da trenutna opčinjenost smrću potječe iz srednjeg vijeka i iz navika posjećivanja grobova i groblja tijekom 19. i 20. stoljeća. Međutim, postoje i argumenti koji se usredotočuju na masovne medije i ulogu koju su odigrali u stvaranju turističkih mjesta koja se temelje na katastrofama i ljudskim nesrećama. Nedvojbeno, smrt predstavlja jedan od događaja na ovome svijetu koji užasava ljude iz jedinstvenoga razloga što je nekontroliran. Upravo zbog toga, tamni turizam treba promatrati kao oblik otpornosti koji polaznicima pomaže razmotriti načelo neizvjesnosti. Posjetitelji nisu samo upoznati s idejom vlastite smrti projekcijom drugih smrti, oni ujedno stvaraju pogled na smrt koji otvara vrata kontemplativnoj sentimentalnosti prema životu.<sup>18</sup>

Imajući na umu da je tamni turizam u suštini koncept vezan za ponašanje, nužno je proučiti turističke motive kako bi se navedeni pojam mogao potpuno razumjeti. Motivacija značajno utječe na ponašanje turista i odluke o putovanju na neku destinaciju. Ona predstavlja unutarnje

---

<sup>16</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: Op. cit., pp. 5-6.

<sup>17</sup> NOVELLI, M.: **Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases**, Butterworth-Heinemann, Great Britain, 2005, pp. 47-57.

<sup>18</sup> KORSTANJE, E. M.: **Detaching the elementary forms of dark-tourism**, *Anatolia*, Vol. 22, 2011., 3, pp. 1-4., <http://dx.doi.org/10.1080/13032917.2011.620800> (2. 8. 2020.).

snage pojedinaca koje vode do akcije, odnosno djelovanja. U literaturi je predloženo mnoštvo razloga, to jest motiva za sudjelovanje u tamnom turizmu. Oni variraju od morbidne znatiželje do izražavanja nacionalne tuge, to jest nostalgичne čežnje.<sup>19</sup> Dann je ove motive sažeo i dopunio identificirajući osam motivirajućih faktora za posjet destinacijama tamnoga turizma. Oni uključuju strah od fantoma, potragu za novitetom, nostalgiju, proslavu zločina, osnovnu žudnju za krvlju i susret sa smrću, odnosno putovanje sa svrhom osjećanja smrtnosti. Prema autoru, ove kategorije imaju više deskriptivnu ulogu te se više odnose na specifične atrakcije, odredišta ili aktivnosti, nego na motivacije pojedinačnih turista. Dakle, potrebno je općenito istražiti konzumaciju tamnoga turizma unutar okvira potrošačkoga ponašanja i prema tipologiji potrošačke prakse.<sup>20</sup>

Postmoderna društva definirana su potrošnjom, odnosno konzumacijom. Praksa potrošnje postala je pojednostavljena, a ujedno je i značaj potrošnje porastao. Određeni objekt, u ovome slučaju turističko iskustvo, može na različite načine biti konzumiran od strane različitih osoba u skladu s kulturološkim značenjem koje mu pridaju. Prema tome, usredotočenost na prakse potrošnje ili načine na koji ljudi konzumiraju robu i usluge nadilazi karakteristike specifičnih predmeta konzumacije. Uzimajući navedeno u obzir, Holt predlaže tipologiju potrošačke prakse koja nudi učinkoviti okvir za općenitu analizu turističke konzumacije. Četiri 'metafore' konzumacije predstavljaju korisnu osnovu za razmatranje pojma tamnoga turizma, te ujedno sugeriraju da se 'tamne' atrakcije i destinacije mogu konzumirati na brojne načine, ukazujući na kontinuum 'nijansi tame' turističke potrošnje.<sup>21</sup>

Pridržavajući se Seatonove ideje spektra tamnoga turizma, odnosno kontinuuma intenziteta, Holt predlaže četiri metafore konzumacije tamnoga turizma:

- Tamni turizam kao iskustvo

Veliki broj različitih načina konzumacije proizvoda tamnoga turizma može se definirati ili povezati s društvenim svijetom turista. Drugim riječima, način na koji ljudi konzumiraju turizam ovisi o njihovim interpretacijama turizma unutar tog društvenog svijeta. Ova kategorija obuhvaća posjete grobljima, spomenicima rata, bojnim poljima, muzejima i atrakcijama koje se odnose na rat, mjesta holokausta, mjesta atentata i mjesta katastrofa. U svakom od ovih slučajeva, fascinacija nije povezana s načinom, već značenjem ili implikacijom

---

<sup>19</sup> FARMAKI, A.: **Dark tourism revisited: A supply/demand conceptualization**, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, United Kingdom, Vol. 7, 2013., 3, pp. 281-292.

<sup>20</sup> RYAN, C., PAGE S., J., AICKEN, M.: **Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives**, Taylor & Francis, 2005., United Kingdom, pp. 215-226.

<sup>21</sup> Ibid.

pojedinačne/masovne smrti koja je temelj iskustva. Dakle, takvi oblici turističke konzumacije nalaze se oko središta 'tamnijeg' dijela kontinuuma.

- Tamni turizam kao manifestacija

Ovaj oblik konzumacije 'tamnih' proizvoda fokusira se na zajedničku, kolektivnu konzumaciju mjesta ili iskustva tamnoga turizma. Konzumacija tamnoga turizma kao manifestacija predstavlja 'svjetlija' iskustva na kontinuumu. Dominantno obilježje ove kategorije jest kolektivno slavlje, sjećanje ili tuga, odnosno zajedničko dijeljenje tih iskustava. Uobičajeni su jednokratni događaji poput sprovoda poznatih ličnosti ili kontinuirana obilježavanja smrti važnih osoba, kao na primjer proslava obljetnice smrti Elvisa Presleya u Gracelandu.

- Tamni turizam kao integracija

Unutar ove kategorije postoje dvije 'nijanse', odnosno razine tamnoga turizma. S jedne strane, usporedbom konzumacije i fantazije, turisti se mogu integrirati u objekt konzumacije, a fascinacija nije povezana sa smrću, već širim kontekstom unutar kojeg se smrt pojavljuje. Primjer takvog oblika konzumacije ponuđen je u Cu Chi tunelima u Vijetnamu gdje je moguće provući se kroz navedene tunele i pucati iz replike AK-47 puške te na taj način privremeno preuzeti ulogu vojnika. S druge strane, najtamniji ili najintenzivniji oblik tamnoga turizma predstavlja mjesto na kojem se turisti žele integrirati sa smrću. To može biti svjedočenje nasilne ili preuranjene smrti putovanjem na mjesta katastrofe i ubojstva ili u krajnjem slučaju, putovanje s ciljem iščekivanja smrti. Primjer je najintenzivnijeg oblika tamnoga turizma putovanje u Švicarsku, s ciljem korištenja usluga organizacije Dignitas koja omogućava legalnu eutanaziju.

- Tamni turizam kao klasifikacija

Može se reći da za neke turiste putovanja predstavljaju oznaku socijalnog statusa. Određeni turisti promatraju oblike putovanja i turizma kao statusne simbole. U kontekstu tamnoga turizma, takav se status može dobiti kroz putovanja na mjesta koja su poznata kao vrlo opasna za turiste. Jednako tako, posjet 'tamnim' turističkim mjestima ili atrakcijama u egzotičnijim destinacijama može biti više motiviran potencijalnim statusom koji se stekne takvim posjetom, nego nekom specifičnom fascinacijom smrću. Stoga, ovaj se oblik konzumacije nalazi na 'svjetlijem' kraju kontinuuma tamnog turizma.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Ibid.

Analizom ovih metafora konzumacije tamnoga turizma, jasno je kako se različiti oblici tamnoga turizma mogu kategorizirati unutar različitih načina konzumacije, te prema tome svrstati na kontinuum od 'svjetlijeg' prema 'najtamnijem'. S obzirom da različiti turisti mogu proizvode tamnoga turizma konzumirati na različite načine, možemo utvrditi kako fascinacija ili interes za smrt često i ne treba predstavljati glavni motivirajući faktor kod potražnje tamnoga turizma.<sup>23</sup> Proučavanjem raznih studija o motivima tamnoga turizma, mogu se uočiti određeni prevladavajući motivi. Oni uključuju radoznalost, zabavu, identifikaciju suosjećanjem, sažaljenje, nacionalističke motive, provjeru valjanosti događaja, traženje identiteta, obrazovanje i osjećaj društvene odgovornosti. Dakle, može se utvrditi kako obilje raznih oblika potražnje doprinosi postojanju različitih oblika tamnoga turizma i različitih vrsta 'tamnih' turista. U svrhu razumijevanja raznih oblika potražnje, potrebno je obratiti pažnju na sociokulturne čimbenike koji oblikuju motivirajuće faktore. Čimbenici poput interakcije demografskih faktora, prolaska vremena od određenog događaja te ujedno i politički elementi oblikuju način na koji će mjesta tamnoga turizma biti percipirana, što u konačnici utječe na turističko iskustvo. Prema tome, konceptualizacija tamnoga turizma iziskuje uključenost kombinacije elemenata ponude i potražnje u svrhu razumijevanja raznih interpretacija koje postoje. Interpretacije mjesta tamnoga turizma pod utjecajem su, ne samo turističkih motiva, nego i predodžbi koje turisti posjeduju o tim atrakcijama.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> FARMAKI, A.: Op. cit., pp. 281-292.

### 3. PITANJE ETIČNOSTI I OPRAVDANOSTI

Kao što je već spomenuto, pojam tamni turizam odnosi se na sve popularnije traganje za putovanjima na mjesta na kojima su ljudi propatili ili umrli u tragičnim ili nasilnim okolnostima. Neki proizvodi tamnoga turizma percipirani su mračnijima od ostalih, što izaziva zabrinutost zbog mogućeg iskorištavanja tragične povijesti u komercijalne svrhe. Dileme koje okružuju tamni turizam bave se pitanjima etike i morala, prodaje i ponude provokativne i osjetljive povijesti, putem baštine, turističkoj i posjetiteljskoj javnosti. Argumentira se da tamni turizam sačinjava samo jedan dio suvremenoga diskursa o moralnosti turizma, a sama aktivnost je zaseban putnički izbor zapadnoga turističkog potrošača. Iz perspektive zapadnoga društva, etično turističko ponašanje proizvod je pojedinačnih odluka turista.<sup>25</sup>

Etika se može definirati kao skup pravila i načela koja usmjeravaju djelovanje grupa i zajednica. Ona predlaže strogi skup obveza koje iziskuju potčinjenost prirodnih želja kako bi se mogli pokoriti moralnom zakonu. Ono što je važno za tamni turizam jest prijedlog konceptualnog etičkog okvira za analizu prodaje i ponude provokativne povijesti nacionalnih tragedija kroz baštinu. Studija koja se bavi temama moralnosti i etičnosti u kontekstu tamnoga turizma je komercijalizacija 'tamne' baštine. Ona se posvetila temama poslovne etike te osobne moralnosti. Poslovna etika odnosi se na stupanj do kojeg tvrtke smatraju da je njihova praksa etična. To su tvrtke koje se nalaze unutar industrije koja se pretežito bavi baštinom te koja javnosti prikazuje 'tamnu' povijest. Ova se studija još bavi temama osobne moralnosti i granice do kojih se te 'tamne' priče percipiraju i prihvaćaju kao moralne kod posjetitelja s različitim kulturološkim pozadinama.<sup>26</sup>

Uobičajeno, kada se raspravlja o turističkoj etičnosti, ona se razmatra u kontekstu turizma kao glavnog ekonomskog pokretača koji ima moć da opustoši okoliš i da negativno utječe na domaće stanovništvo u destinacijama koje su percipirane kao kulturno osjetljive i nerazvijene. Uzimajući navedeno u obzir, često se postavljaju pitanja opravdanosti i moralnosti mjesta, atrakcija i egzibicija tamnoga turizma. Odgovor na opravdanost tamnoga turizma može se pronaći u ponašanju turista, odnosno sve većoj potražnji za proizvodima tamnoga turizma. S obzirom na sve veću zainteresiranost za putovanjima na 'tamne' destinacije, može se utvrditi kako su za turiste atrakcije tamnoga turizma moralno opravdane. Tamni turizam ispunjava

---

<sup>25</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: Op. cit., pp. 129-137.

<sup>26</sup> Ibid.

znatiželju modernih turista kroz ponudu tematskih, provokativnih i spornih priča koje nose edukativnu poruku, a takva mjesta često nude i poruke društvene odgovornosti. Stoga, tamni turizam ima važnu ulogu s obzirom da nam dopušta da se suočimo kako s vlastitom smrtnošću tako i s tuđom.<sup>27</sup> Tamni turizam može se promatrati kao društvena ustanova u kojoj su priznate funkcionalne vrijednosti smrti i smrtnosti, čija je nesigurnost cijenjena, te trud osiguravanja ontološkog blagostanja i sigurnosti postaju izvor, ne samo humora i zabave, nego edukacije i sjećanja. On ima potencijalnu moć da transformira nešto besmisleno u smisljeno, putem komodifikacije, objašnjenja i prikazivanja tame, te na takav način dozvoljava pojedincu da se suoči i razmotri svoju vlastitu smrtnost. U društveno prihvatljivom okruženju tamnoga turizma, opremanje pojedinca razumijevanjem i smislenim informacijama može dovesti do toga da suočavanje sa smrću i razmatranje smrtnosti ukloni osjećaj straha koji smrt neizbježno donosi.<sup>28</sup> Česta rasprava u literaturi vodi se o temi legitimne 'istine' te o pitanju mogućnosti pristupanja toj 'istini' posjećivanjem destinacija tamnoga turizma. Detaljnijim proučavanjem muzeja i centara za posjetitelje može se uočiti da one priče koje su ispričane na tom mjestu favoriziraju određenu verziju više od druge. Izložbe i postave s raznim artefaktima i medijima nisu poznate kao kulturološki ili politički neutralni fenomeni. S obzirom na navedeno, opravdanost očuvanja i izlaganja artefakta i nalazišta povezanih s tamnom poviješću može se pronaći u doprinosu koji oni daju u konstrukciji točnih zapisa onoga što se dogodilo. Autentičnost i 'istina' je ono što suvremeni turisti priželjkuju. Dakle, autentičnost je prosudba vrijednosti, a oduzimanje ili nepostojanje autentičnosti čini mjesta i objekte tamnoga turizma bezvrijednima.<sup>29</sup> Važno je napomenuti kako se svaka uporaba tragične povijesti mora tretirati s većom pažnjom i osjećajnošću. Ispravno upravljanje i vođenje trebali bi biti dovoljni kako bi se osiguralo da se lokacije tamnoga turizma ne svedu na samo primitivni, radoznao turistički posjet nekom mjestu, gdje spomenuti turisti dolaze kako bi zurili u tuđu nesreću i tugu. Slijedom navedenoga, kako bi se postigla etička dimenzija, potrebna je izjednačena i stroga interpretacija tamnoga turizma kako bi on, u svim njegovim varijacijama, ostvario edukativnu i memorijalnu svrhu prikazivanja naše baštine koja boli. Pitanje i tema etičnosti, kao i baštine, u konačnici čine osobnu stvar. Svaki pojedinac gradi baštinu na temelju subjektivnih životnih iskustava imajući u vidu osobne i moralne vrijednosti. U odnosu na navedeno može se reći kako svaki turist koji posjećuje mjesta tamnoga turizma, te prilikom susreta s baštinom koja je tamo i predstavljena, sam postavlja granice sudjelovanja u iskustvu kao i moralne prihvatljivosti toga mjesta.

---

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Ibid., p. 36.

<sup>29</sup> Ibid., pp. 129-137.

Prikazivanje nacionalnih tragedija turistima, samo je jedan od načina na koji turistička industrija iskorištava i komercijalizira 'ono nešto posebno', u svrhu zadovoljavanja heterogene turističke potražnje. To je još jedan način na koji pokušava istaknuti svoj proizvod za selektivnog klijenta. Turistička iskustva su osobna, a svaki pojedinac svoje osobno iskustvo izgrađuje u skladu s osobnom etikom. U postmodernosti nema mjesta za nešto poput "univerzalne istine", a moralna dvojba koja dolazi s konzumacijom "tamne" baštine samo pridodaje privlačnosti ovih mjesta kao turističkih atrakcija.<sup>30</sup>

Može se bez sumnje reći kako su ljudska bića sklona učenju iz svojih pogrešaka. Upravo se iz tog razloga trebaju podići spomenici koji će ih podsjećati na nesreće i tragedije iz prošlosti u svrhu njihovog neponavljanja.

---

<sup>30</sup> Ibid., pp. 142-143.



#### 4. TAMNI TURIZAM U ZAPADNOJ KULTURI

Smrt, posjeti grobovima pjesnika i kraljeva, kao i masovnim grobnicama vojnika poginulih u mnogim europskim ratovima, dominiraju velikim dijelom europskog turizma. Stoga, može se reći da Europa predstavlja model tamnoga turizma.<sup>31</sup>

Europa je djelovala kao pozornica za mnoge ratove, uključujući Prvi i Drugi svjetski rat. Ti su sukobi definirali političke, ekonomske, tehnološke i društvene okolnosti svijeta u ono vrijeme. Kasnije, Europa je sudjelovala i u mnogim drugim ratovima s dijelovima Sjeverne Amerike putem NATO-a i Vijeća sigurnosti UN-a, te tako odigrala veliku ulogu u oblikovanju svjetskoga poretka. Poslijeratno ponovno uspostavljanje Europe, oblikovano iskustvima rata, političke dihotomije, ekonomske nesigurnosti i intelektualnog utjecaja, važni su za razumijevanje kasnoga kapitalizma. Kao što je bilo i prije, međunarodni turizam, posebice kulturni turizam, započeo je u Europi u poslijeratnom razdoblju. Upravo je u tom poslijeratnom razdoblju, zahvaljujući tehnologijama proizašlim iz rata, osigurano brzo i sigurno međunarodno putovanje za turiste iz Sjeverne Amerike kojima je Europa postala sve zanimljivija. Mnogi su posjetitelji Europe u to vrijeme bili dio generacije koja se ili borila u tim ratovima ili je u njima izgubila prijatelje i rodbinu. Dakle, sjećanje i posjećivanje mjesta smrti oduvijek su bili dio turizma u Europi.<sup>32</sup> U određenim dijelovima Europe, još uvijek su vidljivi dokazi o sukobu koji prevladavaju pojedinim dijelovima krajobraza, kao i urbanom arhitekturom. Primjeri su mjesta velikih bitki, groblja, spomenici, zgrade, bunker, muzeji i specifični objekti koji su bili veoma značajni za korištenje u određenim režimima. Takvi resursi, fizički i oni osobnog i kolektivnog pamćenja, ključni su za razvoj turističkoga proizvoda povezanog s tamnim turizmom. Značajan rast proizvoda tamnoga turizma u Europi nastao je na temelju krajobraza i objekata povezanih s ratom, te sjećanja na rat.<sup>33</sup>

Ratni turizam, odnosno turizam organiziran na nekadašnjim ratištima, predstavlja značajni sektor turističkoga tržišta. Nakon kraja Prvog svjetskog rata, veliki broj turista počeo je posjećivati mjesta sukoba. Krajobrazi Belgije i Francuske odigrali su ulogu ratnih bojišta tijekom Prvog i Drugog svjetskog rata, te ostaju jedna od najznačajnijih destinacija tamnoga turizma u Europi. U Francuskoj to uključuje dva najvažnija područja povezana s Prvim

---

<sup>31</sup> NOVELLI, M.: Op. cit., p. 50.

<sup>32</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: Op. cit., p. 103.

<sup>33</sup> Ibid., pp. 99-100.

svjetskim ratom, Somme i Verdun, dok u Belgiji, spomen-mjesto ratnih sukoba Prvog svjetskog rata predstavlja Ypres.<sup>34</sup>

Mnogi su gradovi pretrpjeli posljedice rata, a neki gradovi takve događaje žele i prikazati. To mogu biti događaji u kojima su njihovi građani bili mete napada ili su njihovi vođe planirali pohode koji su utjecali na tijek rata. Dokazi sukoba u 20. stoljeću nude se kao dio turističke ponude, te predstavljaju blagotvorno upozorenje, da se ono što se prikazuje nikada više ne dogodi.<sup>35</sup> Berlin predstavlja primjer jednog takvog grada. To je destinacija tamnog turizma koja ima bogati i široki spektar znamenitosti kakvih nema nijedna druga destinacija na svijetu. Ovaj grad ima raznoliku povijest koja je u najvećoj mjeri povezana s Trećim Reichom i nacistima te je poznat kao središnja točka Hladnoga rata. Svi ti aspekti izuzetno bogate i raznolike tamne povijesti Berlina ostavili su obilje tragova koji se i danas vide. Možda je jedan od poznatijih Berlinski zid koji ujedno predstavlja oličenje Hladnoga rata.<sup>36</sup>

Također, jedan od gradova koje je važno spomenuti u kontekstu tamnoga turizma jest Pariz. Tu se nalaze dva najbolja primjera tamnih atrakcija odgovarajućih vrsta: groblje Père-Lachaise, kao jedno od najpoznatijih i najposjećenijih groblja na svijetu, te čuvene katakombe koje vjerojatno čine najveći osuarij na svijetu.<sup>37</sup>

Jedan od 'najtamnijih' oblika tamnoga turizma su kampovi genocida koji predstavljaju najveća mjesta istrebljenja i masovnog ubijanja koja su se dogodila u povijesti čovječanstva. Oštri 'ožiljci' holokausta još uvijek su vidljivi u krajobrazima pojedinih država Europe u obliku koncentracijskih logora. Mjesta masovnih ubijanja, posebice ona povezana sa židovskim holokaustom, broje posjete turista svih dobi i nacionalnosti u milijunima.<sup>38</sup> Najpoznatije takvo mjesto je Auschwitz-Birkenau u Poljskoj, poznato kao i svjetska destinacija tamnoga turizma. Naime, Poljska je jedna od rijetkih zemalja s tolikim obiljem 'tamnih' atrakcija. Tome je pripomogla njezina povijest te dugi niz godina nacističke okupacije. Tijekom tih godina, postala je glavna pozornica za najgori genocid u povijesti. Iz tog razloga, neki od najvećih koncentracijskih logora nalaze se upravo u Poljskoj.<sup>39</sup>

---

<sup>34</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: Op. cit., pp. 186-189.

<sup>35</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: Op. cit., p. 111.

<sup>36</sup> HOHENHAUS, P.: **BERLIN**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/228-berlin> (10. 8. 2020.)

<sup>37</sup> HOHENHAUS, P.: **FRANCE**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/france> (10. 8. 2020.)

<sup>38</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: Op. cit., p. 27.

<sup>39</sup> HOHENHAUS, P.: **POLAND**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/poland> (10. 8. 2020.)

Rat u bivšoj Jugoslaviji već je iznjedrio svoje oblike tamnoga turizma s odgovarajućom ponudom koja varira od namjerne do nenamjerne s još uvijek vidljivim ratnim ožiljcima i ruševinama. Hrvatska je bila jedna od prvih država koja se odvojila od federacije, te se u tom procesu zaplela u dijelove rata koji su se odvijali na tim prostorima 1990-ih godina. Osim toga, postoje mnoga mjesta koja su povezana s ranijim tamnim fazama Hrvatske, komunizmom pod Titovim vodstvom ili Drugim svjetskim ratom. U tom razdoblju, nekoliko je koncentracijskih logora napravljenih po njemačkom uzoru te postavljeno u svrhu privođenja žrtava. Najveći i najsmrtonosniji od njih bio je Jasenovac. Poznate su i mnoge tamne strane Titove vladavine, naročito vidljive u represivnim metodama koje je koristio kako bi ugušio bilo kakve prosovjetske poglede ili antikomunističke opozicije. Nekadašnji zloglasni politički zatvorski otok, Goli Otok, svjedoči o toj tamnoj strani jugoslavenskoga režima. U pokušajima Hrvatske da se odvoji od Jugoslavije, ona je završila pod napadom srpske, odnosno jugoslavenske vojske, te je tako započeo Domovinski rat. U tom ratu, najrazornija bitka dogodila se na području Vukovara na krajnjem istoku Slavonije. Učinak ratovanja dvadesetog stoljeća na teritoriju Hrvatske vidljiv je još i danas.<sup>40</sup>

Nabrojene destinacije predstavljaju samo neke atrakcije tamnoga turizma u Europi. U nastavku, detaljnije će se obraditi dva primjera tamnog turizma: Auschwitz, kao jedan od najpoznatijih primjera tamnog turizma u Europi, te Goli otok, kao primjer hrvatske destinacije tamnoga turizma.

---

<sup>40</sup> HOHENHAUS, P.: **CROATIA**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/croatia> (12. 8. 2020.)

#### 4.1. TAMNI TURIZAM U AUSCHWITZU

Tijekom Drugog svjetskog rata Poljska postaje centrom holokausta. Diljem Poljske još uvijek je moguće pronaći ostavštinu i povijesne ožiljke nacističke okupacije u obliku koncentracijskih logora. U blizini grada Oświęcim nalazi se najzloglasniji logor u sustavu nacističkih logora, poznat pod imenom Auschwitz. Kao koncentracijski logor, logor istrebljenja i središte prisilnog rada, on utjelovljuje sve aspekte sustava nacističkih logora. Kompleks Auschwitz-Birkenau predstavlja mjesto smrti i okrutnosti. Od 1942. do 1945. godine, Auschwitz je bio centar masovnog istrebljenja europskih Židova. Upravo je na tom mjestu ubijeno nešto manje od 1,6 milijuna ljudi, a od toga su 90 % bili Židovi. Ovaj je koncentracijski logor s vremenom postao simbol genocida, terora i holokausta.<sup>41</sup>

Slika 1. Auschwitz



Izvor: SCHREIBER, M., GRIESHABER, K.: **Auschwitz, 75 years after its liberation**, AP PHOTOS, <https://apnews.com/70257e76e3c67da50b2d35da2e1db160> (19. 8. 2020.)

Središte nacističke politike bilo je uspostavljanje 'čistog' njemačkog stanovništva, odnosno pobjeda arijske rase. U kontekstu nacističkog novog poretka Europe, 'germanizacija' je značila nemilosrdno rasno restrukturiranje. Radikalizirana do ekstremnog stupnja, dinamika preseljenja i naseljenja u službi rasnog restrukturiranja dovela je do masovnog ubijanja Židova.<sup>42</sup>

U travnju 1939. godine, Poljska je odbila svoju ulogu koju joj je dodijelio Hitler nakon čega je bila osvojena i politički uništena. Grad Oświęcim pao je pod njemačku vlast 4. rujna 1939. godine, a samo tjedan dana poslije ime grada promijenjeno je u Auschwitz. Aneksijom zapadne Poljske, Auschwitz je došao na njemačko tlo. Širenjem rata i njemačkog područja osnivani su

<sup>41</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: Op. cit., pp. 46-52.

<sup>42</sup> STEINBACHER, S.: **Auschwitz-A History**, Penguin Books, Great Britain, 2005. pp. 14-24.

novi logori prvenstveno na području Poljske i Istočne Europe. Dana 27. travnja 1949. izdana je naredba za uspostavu logora u Auschwitzu.<sup>43</sup>

Ni na jednom drugom mjestu unutar područja nacističke moći nije ubijeno toliko mnogo ljudi kao u Auschwitzu. Mreža logora Auschwitz nije uključivala samo široko područje oko grada Auschwitz, nego i cijelu Gornju Šlesku, Sudete, kao i Reich protektorate Bohemije i Moravske. Područje kampa bilo je podijeljeno na tri administrativno odvojena i autonomna kompleksa. Auschwitz I predstavljao je administrativni centar. Auschwitz II, poznat i pod imenom Birkenau, je logor gdje su se nalazile glavne instalacije za masovno ubijanje, poput krematorija i plinskih komora. Auschwitz III bio je konglomerat podkampova, od kojih je najveći pojedinačni logor bio Monowitz.<sup>44</sup>

Datum 4. srpnja 1942. označava početak sustavnog istrebljenja, odnosno redovno uklanjanje zatvorenika logora prema kriterijima ekonomske koristi. Žrtve su uključivale djecu, trudnice, stare ljude, bolesne i hendikepirane, odnosno sve one koji nisu mogli raditi. Oni koji su odabrani za posao, otprilike 20 % zatvorenika, bili su izloženi najtežim uvjetima. Prisilni rad je zapravo bio sinonim za sporiju smrt. Nakon prosječno tri do četiri mjeseca, većina zatvorenika koja je bila prisiljena na rad je već bila mrtva ili je podlegla mučenju, gladi, slabosti i neljudskim uvjetima. Program deportacije u logore činio je osnovni politički i ideološki motiv njemačke politike u osvojenoj Poljskoj. Cilj je bio novi rasni poredak koji će dovesti do pobjede Arijevca nad Židovima i Slavenima.<sup>45</sup>

Ovaj nekadašnji koncentracijski logor postao je simbol europskoga tamnog turizma te je ujedno i najpopularnije mjesto tamnoga turizma općenito. Auschwitz predstavlja primjer tamnih kampova genocida te spada u 'najtamniji' kraj spektra ponude tamnoga turizma. Prijašnji logor smrti, Auschwitz-Birkenau, danas je pretvoren u memorijalni centar i muzej. Svake godine više od milijun turista posjeti Auschwitz kako bi odali počast nevinim muškarcima, ženama i djeci koja su tamo ubijena. Memorijalni centar i muzej Auschwitz-Birkenau ima dva glavna dijela, stalnu postavu i nacionalne izložbe. Stalna izložba uključuje dokumentarne fotografije, dokumente i predmete oduzete deportiranim Židovima. Neki predmeti koji se mogu vidjeti su cipele, naočale, koferi i četkice za zube, kao i ljudska kosa. Nacionalne izložbe predstavljaju spomen-obilježja poginulima raznih nacija i etničkih skupina ubijenih u Auschwitzu. Među

---

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Ibid., pp. 24-47.

<sup>45</sup> Ibid., pp. 47-63.

njima su bili Romi te europski Židovi iz Rusije, Poljske, Francuske i Belgije. U sklopu muzeja nalaze se i olupine plinskih komora, krematoriji i zatvoreničke kasarne.<sup>46</sup>

Raznim istraživanjima koja su se provodila na temu motivirajućih faktora u Auschwitzu utvrđeno je da je želja sudionika za edukativnim iskustvom značajno veća od svih ostalih motiva. Kod sudionika je opažen samo umjeren interes za posjet Auschwitzu kao poznatom mjestu, a emocionalni motivi su se pokazali kao najmanje važan razlog posjete. Dakle, može se utvrditi da su edukativni motivi najvažniji razlog za posjećivanje ovoga mjesta tamnoga turizma.<sup>47</sup> Stoga, Auschwitz-Birkenau nije muzej namijenjen zabavi turista, nego je tu kako bi obrazovao turiste i podsjetio na grozne događaje koji su se dogodili na tim prostorima prije više od pola stoljeća. Podučavanje o holokaustu nije samo stvar podučavanja činjenica. Važno je shvatiti njihovo značenje, te njegovati empatiju i osjetljivost tih činjenica. To, prije svega, znači prenijeti istinu o događajima i dati im tumačenje koje uključuje, s jedne strane, stanje svijesti ljudi u tom povijesnom trenutku, a s druge strane naše današnje moralne i društvene poglede. Podučavanje povijesti u modernom svijetu koji se brzo mijenja zahtijevat će ponovno preispitivanje značenja, ne samo najvažnijih društvenih procesa, već i događaja koji imaju posebnu simboliku. Holokaust je jedan od takvih događaja koji se često i s pravom opisuje kao najtragičniji trenutak u europskoj povijesti. On definira suvremenu kulturu Europe i ima ogromni utjecaj na sliku društvenoga svijeta. Auschwitz je mjesto i simbol genocida važno za cijelo čovječanstvo. Podučavati o povijesti Auschwitza znači pokazati do čega netolerancija i rasna ideologija mogu dovesti. Učenje i razumijevanje izvora holokausta može nam pružiti priliku da spriječimo sličnu tragediju u budućnosti.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> BIRAN, A., PORIA, Y., OREN, G.: Op. cit., pp. 826-835.

<sup>47</sup> Ibid.

<sup>48</sup> AMBROSEWICZ-JACOBS, J., HOŃDO, L.: **Why should we teach about the Holocaust?**, Jagiellonian University, Cracow, 2005., pp. 17-25.

## 4.2. TAMNI TURIZAM NA GOLOM OTOKU

Između sjevernog dijela Jadranske obale i otoka Raba nalazi se nekadašnji zloglasni zatvorski otok. Osnovan je u razdoblju nakon Drugog svjetskog rata za vrijeme Titovog režima te je bio aktivan od 1948. do 1988. godine. Najveći dio otoka uglavnom su goli kameniti obronci bez vegetacije, zbog kojih je i ovo mjesto dobilo ime Goli otok. Zapravo, nekada je bio potpuno neplodan i lišen gotovo svake vegetacije, sve dok zatvorenici nisu posadili drveće koje se sada može vidjeti na određenim dijelovima otoka. Na početku, Goli otok uspostavljen je kao zatvor za političke zatvorenike u bivšoj Jugoslaviji, a kasnije i za druge osuđene kriminalce i maloljetnike. Zatvorenici su morali obavljati prisilni rad u kamenolomima i raznim radionicama i često su bili zlostavljani na okrutne načine. Upravo zbog toga, ovaj se otok često naziva Titov Gulag ili Hrvatski Alcatraz što može puno toga reći o tragičnoj priči koju ovo mjesto čuva. Zatvor je zatvoren krajem 1980-ih, a sve što je od njega ostalo su napušteni ćelijski blokovi, radionice i upravne zgrade. Danas, otok i njegove ruševine podsjećaju na grad duhova, ali s vremenom ovaj nekadašnji zatvorski otok sve više postaje pravim primjerom destinacije tamnoga turizma u Hrvatskoj.<sup>49</sup>

Slika 2. Ruševine nekadašnje kaznionice na Golom otoku



Izvor: Documenta - 70. godišnjica dolaska kažnjenika na Goli Otok, TRIS, <http://tris.com.hr/2019/07/documenta-70-godisnjica-dolaska-kaznjenika-na-goli-otok/> (16.08.2020.)

<sup>49</sup> HOHENHAUS, P.: **GOLI OTOK**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/croatia/15-countries/individual-chapters/161-goli-otok-prison-island> (16.08.2020.)

Otok je bio nenaseljen sve do Prvog svjetskog rata kada je Austrougarsko carstvo počelo otpremati ruske zarobljenike u to područje. Nakon rata, otok je napušten, te je pao u zaborav sve do Jugoslavenske ere poslije Drugog svjetskog rata. Zatvor na Golom otoku osnovala su jugoslavenske vlasti 1948. godine nakon sukoba Tita i Staljina. Prvi zatvorenici na otoku bile su politički utjecajne osobe, odnosno pobornici staljinizma, komunizma i antikomunizma. Uhićenja političkih zatvorenika odrađivale su tajne službe, a u zatvoru se provodio prisilni rad koji je bio popraćen mučenjima i preodgojem zatvorenika. Od druge polovice 1950-ih nadalje, u zatvor su slani i nepolitički osuđenici, to jest osuđeni kriminalci. Zatvorenici su bili prisiljeni na rad, u početku u kamenolomima, a kasnije u radionicama za izradu metala i drveta. Uz teške radne uvjete, prema zatvorenicima se često postupalo loše u svrhe preodgoja zatvorenika. Preodgoj je zapravo označavao dehumanizaciju, odnosno uništavanje zatvorenikove volje i osobnosti. Teško je sa sigurnošću utvrditi koliko je zatvorenika podleglo ovakvom tretmanu. No, broj zatvorenika koji je prošao kroz Goli otok nam je poznat. Smatra se da je kroz sve godine na Golom otoku bilo između 15,000 pa sve 30,000 zatvorenika. Zatvor je prestao s radom 1988., a potpuno je napušten 1989. godine. Sve što je od njega ostalo su ruševine logora kojeg su nesretni zatvorenici izgradili vlastitim rukama.<sup>50</sup>

Nakon zatvaranja zatvora, Goli otok je gotovo pao u zaborav. No, s povratkom turizma i njegovim dramatičnim rastom tijekom proteklog desetljeća, nekadašnji zatvorski otok i sam je postao turistička destinacija.<sup>51</sup> Goli otok je zapravo najbolji kandidat za razvoj tamnoga turizma u Hrvatskoj. Prema spektru tamnoga turizma, ovaj oblik 'tamnog' proizvoda pripada kategoriji tamnica i zatvora te zauzima središte spektra s mješavinom tamnih i svijetlih elemenata. Ova 'tamna' destinacija zahtijeva prenamjenu i turističku implementaciju u budućnosti. Na Golom otoku postoji čitav niz ruševina, od kojih su neke još postoje, kao na primjer kaznionica, ostaci cisterne koju su zatvorenici koristili za prikupljanje vode, škola, kompleks zgrada i bolnica u kojoj se još uvijek mogu pronaći poneki ostaci opreme. Dakle, postoje razni vrijedni materijalni dokazi koji upućuju na povijesni kontekst ljudske patnje i stradanja, ali oni polako propadaju i potrebna je njihova obnova.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> KESAR, O., TOMAS, P.: **Obilježja i dosezi razvoja memorijalnog turizma u Hrvatskoj**, Liburna, Vol. 3, 2014., 1, pp. 72-75., <https://hrcak.srce.hr/145027> (16.08.2020.)



## 5. PROCJENA SADAŠNJEG I BUDUĆEG STANJA

Tamni je turizam složen, emotivan, višedimenzionalan, politički osjetljiv, te etički i moralno izazovan fenomen. Akademska pažnja na temu tamnoga turizma uglavnom je bila usredotočena na definiranje i kategorizaciju relativno novoga fenomena. Knjiga „Tamni turizam: privlačnost smrti i katastrofe“ autora Lennona i Foleya definirala je pojam tamnoga turizma u akademskim i medijskim krugovima i nesumnjivo je utjecala na poticanje daljnjih istraživanja o ovoj temi. Objavom knjige 2000. godine, literatura koja se bavi tamnim turizmom značajno se povećala. Do sada, literatura o tamnom turizmu uglavnom se fokusirala na istraživanje i kategoriziranje pojedinih manifestacija turizma koje su implicitno ili eksplicitno povezane sa smrću, okrutnošću i katastrofama te traženjem odgovora na razna pitanja koja se tiču upravljanja i interpretacije mjesta tamnoga turizma. Međutim, istraživanje tamnoga turizma u širem sociokulturnom i političkom kontekstu ostaje ograničeno. Odnos između turista i posjećenog mjesta tamnoga turizma još uvijek nije dovoljno istražen. Prema tome, postoji hitna potreba za empirijskim istraživanjima načina konzumacije 'tamnih' mjesta, kako u smislu motivacije i iskustva turista, tako i u smislu funkcije mjesta tamnoga turizma kao društvenih institucija koje posreduju između života i smrti. Glavna prednost u proučavanju tamnoga turizma krije se u onome što on otkriva ili može otkriti o odnosu između života i smrti, živih i mrtvih, te institucija koje posreduju između života i smrti, bilo na pojedinačnoj ili društvenoj razini.<sup>53</sup>

Kao dio ponude tamnoga turizma, sudionici koji su uključeni u razvoj 'tamne' destinacije dužni su ispričati priču o samoj destinaciji u turističke svrhe. Problemi s objektivnošću kod interpretacije povijesti očiti su u prezentaciji mjesta tamnoga turizma. Poznato je da netočnosti ili neprimjerene pristranosti mogu dominirati turističkim proizvodom. S obzirom na navedeno, turistički će profesionalci u budućnosti imati dodatni zadatak da pri predstavljanju proizvoda tamnoga turizma ponude i alternativne poglede na prošlost, odnosno nepristrane verzije novije povijesti. Dodatna istraživanja bit će potrebna u svrhu utvrđivanja uloga povjesničara i menadžera turističke destinacije kod interpretacije prošlosti turističkog proizvoda. Korištenjem kritičke analize i pregledom raznih interpretacija i pratećih pitanja preferencija i pristojnosti može se izbjeći izobličeno ili neadekvatno predstavljanje prošlosti. Pored toga, važno je napomenuti kako su mnogi događaji razmatrani u domeni tamnoga turizma ušli u kurikulum moderne povijesti u liberalnom demokratskom svijetu, potičući ujedno daljnji diskurs o samim

---

<sup>53</sup> SHARPLEY, R., STONE, R. P.: Op. cit., pp. 247-251.

dogadajima i buduće posjetitelje na putovanja. Dakle, edukacija koja je prisutna u samim destinacijama tamnoga turizma mogla bi odigrati ključnu ulogu u osiguranju interesa za ove događaje. Za daljnji napredak u ovome području, potrebno je utemeljiti ulogu proizvoda tamnoga turizma kao instrumenta obrazovanja. Tamni turizam treba promatrati kao sredstvo edukacije, metodu odavanja počasti žrtvama tragedije te kao medij za razmatranje smrtnosti.<sup>54</sup> Događaji s početka 20. stoljeća premještaju se iz memorije živih ljudi i odlaze u prošlost. Kada se priča o tamnom turizmu, oni se nalaze na samom kraju kronološke distance. To se odnosi na događaje poput Prvog i Drugog svjetskog rata, atentata na predsjednika Kennedyja, Dana D, bombardiranja Hiroshime i Nagasakija i slično. Obljetnice ovih i sličnih događaja počinju poprimati sve veći medijski i turistički značaj. Povećani medijski značaj i porast u dolascima dovode do još veće pokrivenosti veterana i ostalih povezanih sudionika u medijima. Predstojeće obljetnice pružaju mogućnost menadžerima određenih mjesta tamnoga turizma da kapitaliziraju na ovakvim događajima. Godišnjice navedenih i sličnih događaja predstavljaju potencijalno novi aspekt ponude unutar okvira tamnoga turizma. Kada se govori o novim aspektima ponude tamnoga turizma, važno je istaknuti i događaje koji se nisu nikada ni dogodili, poznati pod imenom ne-događaji, kao noviji oblik 'tamnog' proizvoda. Primjer takvog ne-događaja bili bi tajni bunker skriveni u podzemlju na raznim mjestima po Velikoj Britaniji. Takva podzemna naselja zamišljena su kao skloništa politički važnih ljudi u slučaju nuklearnoga holokausta. Danas su ti bunker povučeni iz službe i prodani turističkim posrednicima. Ovaj proizvod tamnoga turizma prikazuje kako bi život izgledao za one koji bi živjeli ispod zemlje u slučaju velike katastrofe. Poznato je da se u sklopu ture po bunkerima simuliraju zvukovi i vibracijski efekti nuklearnoga napada.<sup>55</sup>

Problemi koji se odnose na autentičnost i realnost vidljivi su i danas kod određenih 'tamnih' lokacija. Na primjer, u Auschwitzu-Birkenau, kompleks koncentracijskih logora i kampova za robove prostirao se preko puno većeg dijela zemlje nego što danas obuhvaća ovo mjesto tamnoga turizma. Određena 'tamna' mjesta smanjena su kao dio procesa komodifikacije te vjerojatno kao rezultat pragmatizma, kako u industrijskom, tako i u poljoprivrednom planiranju. Možemo utvrditi kako su ta mjesta postala relativno manja od onoga što su zamišljala predstavljati. Takva mjesta su dužna u budućnosti osigurati točne informacije turistima tako da se njihovi pristupi ne bi smatrali obmanjujućima.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> LENNON, J., FOLEY, M.: Op. cit., pp. 162-169.

<sup>55</sup> Ibid.

<sup>56</sup> Ibid.

Pojavom novih tehnologija sve više raste interes za mjesta poput nekadašnjih vojnih postrojenja, mjesta atomskog istraživanja i slično. To su mjesta na kojima su se sumnje javnosti u rješenja koja su ponuđena i vještine koje su primijenjene pretvorile u turistički proizvod putem suučesništva globalne industrije i komunikacijskih tehnologija. Na primjer, to su mjesta koja turisti sve više posjećuju, a nude prikaz nuklearnog oružja. Termin atomski turizam koristi se kako bi se opisao ovaj fenomen.<sup>57</sup>

Zanimljiva je izjava Daniela Wrighta koji je rekao da: „Ako se grozna i ubojita priroda ljudi nastavi putem rata i terorizma, potencijal za turistički scenarij kojem je smrt proizvod zabave za imućnu elitu postat će stvarnost u budućnosti”.<sup>58</sup> Autor je u svome radu pokušao pružiti pomalo fantazijski te veoma provokativni prikaz potencijalnog značenja turizma u budućnosti. Unutar rada istražuje pitanja u vezi s okolišem, katastrofama, iscrpljivanjem prirodnih resursa i ekonomske stvarnosti, te se pomnije pozabavio temama filmova, zabave, medija i tehnologije unutar društvenog konteksta. Prema autoru, svi oni čine potencijalne pokretače turizma u budućnosti. Wright predstavlja distopijski scenarij izazivajući predodžbu o godini 2200. u kojoj će smrt i lov na ljude biti dio turističke zabavne industrije i prakse koju provodi bogata elita. On tvrdi da će se ljudi, kao rezultat prošlih i sadašnjih angažmana s ubojstvima, smrću i ljudskom okrutnošću, postepeno naviknuti na smrt kao oblik spektakla koji je pod utjecajem aktualnih filmova i medija. Dakle, prema riječima autora, što je veća i zastupljenija prezentacija smrti kroz medije, zabavu i filmove, veća je i vjerojatnost da će osoba prihvatiti takve sablasne stvarnosti. Uzimajući navedeno u obzir, moguće je da trenutno izmišljeni prikazi stravičnih distopija predstavljaju razinu normalnosti za budućnost.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Ibid.

<sup>58</sup> WRIGHT, M., W., D.: **Hunting humans: A future for tourism in 2200**, ScienceDirect, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0016328715300707> (25. 8. 2020.)

<sup>59</sup> Ibid.

## 6. ZAKLJUČAK

Tamni je turizam fenomen koji se može opisati kao mješavina povijesti, baštine, turizma i tragedije. Ono što ovaj fenomen čini tako zanimljivim jest kombinacija turizma, smrti i katastrofe koji zajedno čine neuobičajenu, ali ujedno i intrigantnu kombinaciju. Od sredine 20. stoljeća sa znatnim porastom potražnje i ponude, tamni turizam postao je jasno oblikovan specifični oblik turizma. Vrlo je vjerojatno da će se potražnja za tamnim turizmom u budućnosti još više povećati. Međutim, unatoč porastu interesa za tamnim turizmom, literatura koja se odnosi na taj fenomen još je uvijek raznolika i eklektična, te ovaj oblik turizma iziskuje daljnja istraživanja, poglavito u sociokulturnom i političkom kontekstu. Pri proučavanju tamnoga turizma, važno je primijeniti integracijski pristup, odnosno pristup koji se istodobno temelji i na ponudi i potražnji u svrhu njegovog potpunog razumijevanja. U određenim kontekstima, tamni se turizam smatra izrazito suvremenim fenomenom na kojeg veliki utjecaj imaju svjetski mediji. Drugim riječima, novine, televizija i film igraju glavnu ulogu kada je riječ o oblikovanju percepcije 'tamnih' destinacija. Osim utjecaja medija, kronološka udaljenost, lokacijska autentičnost i politički faktori također imaju veliki utjecaj na način na koji će tamni proizvod biti percipiran te gdje će biti smješten unutar spektra ponude tamnog turizma. Uz raznoliku ponudu tamnih destinacija, postoje i brojne motivacije za njihovo posjećivanje. Neki od motivirajućih faktora su radoznalost, sažaljenje, obrazovanje, osjećaj društvene odgovornosti i slično. U velikom broju slučajeva, fascinacija ili interes za smrt, često i ne treba biti glavni motiv za posjet destinacija tamnoga turizma. Goli otok predstavlja primjer hrvatske 'tamne' destinacije. Naime, Hrvatska obiluje velikim brojem 'tamnih' turističkih atrakcija, ali nažalost, potencijal većine tih atrakcija nije iskorišten. Unatoč bogatom kulturno-povijesnom nasljeđu i potencijalnoj turističkoj potražnji, nekadašnji zatvorski otok nije u potpunosti ostvario svoj turistički značaj. Naspram primjera Golog otoka, Auschwitz je predstavljen kao simbol tamnoga turizma koji nudi bogato i jedinstveno iskustvo posjetiteljima. Kompleks memorijalnog centra i muzeja Auschwitz-Birkenau godišnje posjeti preko milijun posjetitelja što ga ujedno čini jednom od najposjećenijih destinacija tamnoga turizma. Opravdanost memorijalnog centra i muzeja Auschwitz, kao i mnogih drugih 'tamnih' destinacija, moguće je pronaći u njihovoj memorijalnoj i edukativnoj ulozi. Bezbroj je 'tamnih' turističkih lokacija po svijetu, ali one koje žele opstati morat će pronaći granicu između znatiželje i eksploatacije kako bimo mogli osigurati dugotrajnu održivost tamnog turizma.

## SAŽETAK

Tamni turizam u Europi – etičnost, stanje i perspektive

Tijekom posljednjih nekoliko godina destinacije tamnoga turizma postale su sve popularnije, te je ujedno i sam pojam tamnoga turizma postao popularno područje istraživanja. Unatoč velikoj pažnji koju je tamni turizam počeo dobivati, on nije nova pojava. Putovanja na destinacije povezane sa smrću i katastrofom prakticirala su se već od srednjeg vijeka. Neki autori navode gladijatorske igre, hodočašća i javna smaknuća kao prve oblike tamnoga turizma. Posjete ratištima, grobljima, mauzolejima, nekadašnjim zatvorima i koncentracijskim logorima, te posjete mjestima na kojima su preminule slavne osobe predstavljaju moderni aspekt tamnoga turizma. Bez obzira na sve veću potražnju za destinacijama tamnog turizma, ovaj fenomen još uvijek ostaje nedovoljno istražen. Pitanja etičnosti i moralnosti još uvijek su jedan od kontroverznijih aspekata ovoga oblika turizma. Upravo zbog toga važno je naglašavati potrebu za ravnotežom između edukativnih i zabavnih elemenata kod prezentacije atrakcija tamnoga turizma.

Ključne riječi: tamni turizam, smrt, tragedija, katastrofa, Auschwitz, Goli otok

## **SUMMARY**

Dark tourism in Europe – ethics, status and perspectives

Over the last few years, dark tourism destinations have become increasingly popular, and at the same time the very concept of dark tourism has become a popular area of research. Despite the attention that dark tourism has begun to receive, it is not a new phenomenon. Travelling to destinations associated with death and disaster has been done since the Middle Ages. Some authors say that gladiatorial games, pilgrimages, and public executions were the first forms of dark tourism. Visits to battlefields, cemeteries, mausoleums, former prisons and concentration camps, and also visits to places where celebrities have died present a modern aspect of dark tourism. Despite the growing demand for ‘dark tourism destinations’, this phenomenon still remains unexplored. Issues of ethics and morality are still one of the more controversial aspects of this form of tourism. That is why it is important to emphasize the need for a balance between educational and entertainment elements in the presentation of dark tourism attractions.

Key words: dark tourism, death, atrocity, disaster, Auschwitz, Goli otok

## LITERATURA

### KNJIGE

- AMBROSEWICZ-JACOBS, J., HOÑDO, L.: **Why should we teach about the Holocaust?**, Jagiellonian University, Cracow, 2005.
- LENNON, J., FOLEY, M.: **Dark Tourism (The attraction of death and disaster)**, Continuum, London and New York, 2000.
- NOVELLI, M.: **Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases**, Butterworth-Heinemann, Great Britain, 2005.
- RYAN, C., PAGE S., J., AICKEN, M.: **Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives**, Taylor & Francis, United Kingdom, 2005.
- SHARPLEY, R., STONE, R. P.: **The Darker Side of Travel (The Theory and Practice of Dark Tourism)**, Channel View Publications, Bristol, 2009.
- STEINBACHER, S.: **Auschwitz-A History**, Penguin Books, Great Britain, 2005.

### ZNANSTVENI ČLANCI

- BIRAN, A., PORIA, Y., OREN, G.: **Sought experiences at (dark) heritage sites**, Annals of Tourism Research, Great Britain, Vol. 38, 2011., 3.
- FARMAKI, A.: **Dark tourism revisited: A supply/demand conceptualization**, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, United Kingdom, Vol. 7, 2013., 3.
- KESAR, O., TOMAS, P.: **Obilježja i dosezi razvoja memorijalnog turizma u Hrvatskoj**, Liburna, Vol. 3, 2014., 1, <https://hrcak.srce.hr/145027> (16.08.2020.)
- KORSTANJE, E. M.: **Detaching the elementary forms of dark-tourism**, Anatolia, Vol. 22, 2011., 3, <http://dx.doi.org/10.1080/13032917.2011.620800> (02.08.2020.)
- MILES, W. F. S.: **Auschwitz: museum interpretation and darker tourism**, Annals of Tourism Research, Great Britain, Vol. 29, 2002., 4.
- STONE, P.R.: **A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions**, Tourism: An International Interdisciplinary Journal, Vol. 54, 2006., 2, <https://hrcak.srce.hr/161464> (14.08.2020.)

- STRANGE, C., KEMPA, M.: **SHADES OF DARK TOURISM: Alcatraz and Robben Island**, Annals of Tourism Research, Great Britain, Vol. 30, 2003., 2.
- WRIGHT, M., W., D.: **Hunting humans: A future for tourism in 2200**, ScienceDirect, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0016328715300707> (25.08.2020.)

#### TEKST S INTERNETA

- HOHENHAUS, P.: **BERLIN**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/228-berlin> (10. 8. 2020.)
- HOHENHAUS, P.: **CROATIA**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/croatia> (12. 8. 2020.)
- HOHENHAUS, P.: **FRANCE**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/france> (10. 8. 2020.)
- HOHENHAUS, P.: **GOLI OTOK**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/croatia/15-countries/individual-chapters/161-goli-otok-prison-island> (16. 8. 2020.)
- HOHENHAUS, P.: **POLAND**, [www.dark-tourism.com](http://www.dark-tourism.com), <http://www.dark-tourism.com/index.php/poland> (10. 8. 2020.)



## **POPIS TABLICA**

<b>Tablica</b>	<b>Stranica</b>
Tablica 1. Kategorizacija tamnog turizma .....	2
Tablica 2. Matrica ponude i potražnje tamnog turizma .....	6

## **POPIS ILUSTRACIJA**

### **Popis crteža**

<b>Crtež</b>	<b>Stranica</b>
Crtež 1. Spektar tamnog turizma.....	11

### **Popis slika**

<b>Slika</b>	<b>Stranica</b>
Slika 1. Auschwitz.....	22
Slika 2. Ruševine nekadašnje kaznionice na Golom otoku.....	25

# ŽIVOTOPIS

## Osobni podaci:

**Ime i prezime:** Dora Pletikosić

**Datum rođenja:** 22. 11. 1997.

**Mjesto rođenja:** Split

**Državljanstvo:** hrvatsko

**Adresa:** Sedam Kaštela 2, 21000 Split (Hrvatska)

**Telefon:** +385911567706

**E-mail:** [dora.pletikosic@gmail.com](mailto:dora.pletikosic@gmail.com)

## Obrazovanje:

**02/09/2012–25/05/2016** Opća gimnazija „Vladimir Nazor“, Split

**03/10/2016–danas** Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Zadar

## Radno iskustvo:

**06/04/2020–15/05/2020**      Recepcionarka

Etnografski muzej Split: informiranje posjetitelja o muzeju i komunikacija s turistima

## Osobne vještine:

**Materinski jezik:** hrvatski

Strani jezik	Razumijevanje	Govor	Pisanje	Slušanje	Čitanje
<i>Engleski</i>	C2	C2	C2	C2	C2
<i>Talijanski</i>	B1	A2	B1	A2	B1
<i>Njemački</i>	A2	A2	A2	A2	A2
<i>Španjolski</i>	B1	A2	A2	A2	B1

## Digitalne vještine:

Obrada informacija	Komunikacija	Stvaranje sadržaja	Sigurnost	Rješavanje problema
Temeljni korisnik	Temeljni korisnik	Temeljni korisnik	Temeljni korisnik	Temeljni korisnik

**Komunikacijske vještine:** Dobre komunikacijske vještine stečene tijekom rada u muzeju.