KOMPARATIVNA ANALIZA MRAČNOG TURIZMA HRVATSKE I RUMUNJSKE

Štajdohar, Tamara

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:893552

Rights / Prava: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-20**

Repository / Repozitorij:

REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economcs & Business Zagreb

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija, Turizam

KOMPARATIVNA ANALIZA MRAČNOG TURIZMA HRVATSKE I RUMUNJSKE

Diplomski rad

Tamara Štajdohar

Zagreb, kolovoz, 2021.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija, Turizam

KOMPARATIVNA ANALIZA MRAČNOG TURIZMA HRVATSKE I RUMUNJSKE

COMPARATIVE ANALYSIS OF DARK TOURISM IN CROATIA AND ROMANIA

Diplomski rad

Tamara Štajdohar, 0067539497

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Danijela Ferjanić Hodak

Zagreb, kolovoz, 2021.

Sadržaj

1. UVOD 1
1.1. CILJ RADA 1
1.2. PREDMET RADA 1
1.3. SADRŽAJ I STRUKTURA RADA 1
2. POJAM I KARAKTERISTIKE MRAČNOG TURIZMA 3
2.1. POJMOVNO ODREĐENJE MRAČNOG TURIZMA 3
2.2. OBILJEŽJA POTRAŽNJE MRAČNOG TURIZMA 8
2.3. POZITIVNI UČINCI MRAČNOG TURIZMA 10
2.4. NEGATIVNI UČINCI MRAČNOG TURIZMA 13
3. KRITIČKA ANALIZA PONUDE MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ 16
3.1. ULOGA MRAČNOG TURIZMA U TURIZMU RUMUNJSKE 16
3.2. ANALIZA ODABRANIH DESTINACIJA MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ 20
3.2.1. BUKUREŠT 20
3.2.2. ZATVOR SIGHET 23
3.2.3. DVORAC BRAN 25
3.3. MOGUĆNOSTI I OGRANIČENJA DALJNJEG RAZVOJA MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ 26
4.KRITIČKA ANALIZA PONUDE MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ 30
4.1. ANALIZA ODABRANIH DESTINACIJA MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ 30
4.1.1. VUKOVAR 30
4.1.2. GOLI OTOK 35
4.1.3. JASENOVAC 37
4.1.4. KRINGA 41
4.2. MOGUĆNOSTI I OGRANIČENJA DALJNJEG RAZVOJA MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ 42
5. USPOREDBA MRAČNOG TURIZMA ANALIZIRANIH DESTINACIJA MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ I HRVATSKOJ 46
5.1. GLAVNE SLIČNOSTI MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ I HRVATSKOJ 46
5.2. GLAVNE RAZLIKE MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ I HRVATSKOJ 46
6. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE STAVOVA POTRAŽNJE O MRAČNOM TURIZMU U HRVATSKOJ 48
6.1. UZORAK I METODOLOGIJA 48

6.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA 48
7. ZAKLJUČAK 62
LITERATURA 63
POPIS GRAFIKONA 69
POPIS TABLICA 70
POPIS SLIKA 71

1. UVOD

U 21. stoljeću turizam se od masovnog modela, koji se temeljio samo na odmoru koji uključuje sunce, more i pijesak, usmjerio na specifične oblike turizma koji su podijeljeni s obzirom na različite motive i interese turista. Jedan od teorijski najnovijih oblika je mračni turizam. Predstavlja posjete područjima u kojima su se u daljoj ili bližoj prošlosti odvijale određene tragedije povezane sa smrću. Ovdje se ne radi o uobičajenim turističkim sadržajima i atrakcijama već o ljudskoj radoznalosti o tragičnim događajima koja uključuje dolazak na takva mjesta. Iako ne zvuči kao najbolja lokacija za odmor, mračni turizam postaje zanimljiv sve većem broju ljudi. Pridaje mu se sve veća pažnja od strane medija jer postavlja pitanje etičnosti i moralnih načela kod razvijanja takvog oblika te dolaska turista radi prodaje tog neobičnog i mračnog turističkog proizvoda. Vodi se polemika kakvi su i do koje mjere negativni učinci mračnog turizma na destinaciju. Međutim kao i za svaki oblik tako i mračni turizam ima pozitivnih učinaka, primjerice osvješćivanje i učenje o povijesti te poticanje suosjećanja za žrtve tih katastrofa. Motivi dolaska se mogu razlikovati ali su u svakom slučaju vrlo osjetljive naravi i svaki turist može drugačije percipirati i doživjeti mračni turizam. Tako velika pozornost potaknula je razne studije i istraživanja mračnog turizma.

1.1. CILJ RADA

Glavni cilj je kritički analizirati odabrane destinacije mračnog turizma, Rumunjsku i Hrvatsku te prikazati njihovu komparativnu analizu. Sporedni ciljevi su definiranje pojma mračnog turizma, analiza obilježja potražnje i ekonomskih učinaka.

1.2. PREDMET RADA

Predmet diplomskog rada je mračni turizam.

1.3. SADRŽAJ I STRUKTURA RADA

Rad je podijeljen u 6 poglavlja. U prvom poglavlju započinje se definiranjem samog pojma mračnog turizma, zatim analizom mogućih motiva potražnje te prikazom njegovih pozitivnih i negativnih učinaka, najviše vezanih uz pitanja etičnosti. Zatim se u drugom poglavlju prelazi na ulogu i stanje mračnog turizma u Rumunjskoj. Ona ne podržava poticanje Drakulinog turizma iako on privlači sve veći broj znatiželjnih turista koji ujedno posjete i kulturno – povijesne lokacije zemlje. Iz tog razloga dočarani su potencijali i problemi njihovih mračnih, a samim time i povijesnih lokacija. Sljedeće poglavlje odnosi se na memorijalni turizam Hrvatske gdje se opisuju memorijalna područja Vukovar, Jasenovac i Goli otok u kontekstu povijesti i

trenutne turističke ponude. Osim toga, kao i Rumunjska, Hrvatska ima vampira koji se tek otkriva pa se njegov fenomen također detaljno obrađuje u radu. U petom poglavlju su predočene glavne sličnosti i razlike mračnog turizma Rumunjske i Hrvatske na temelju analiziranih podataka iz prethodna dva poglavlja. Na kraju, zadnje poglavlje ovog rada je provedeno primarno istraživanje stavova potražnje o mračnom turizmu konkretno samo Hrvatske kako bi se pomoću ankete uvidjela razmišljanja hrvatskog naroda o ovom obliku turizma, njegovim memorijalnim lokalitetima i mogućnostima za bolji razvoj.

2. POJAM I KARAKTERISTIKE MRAČNOG TURIZMA

Mračni turizam potiče sve veću pažnju i osjećaj fascinantnosti ljudi pa time radi boljeg razumijevanja pojma je istaknuta njegova definicija i karakteristike kao i analiza obilježja „mračnih turista“. Na želju za posjetom mračnim destinacijama utječu određeni pozitivni i negativni čimbenici koji će biti prikazani u nastavku.

2.1. POJMOVNO ODREĐENJE MRAČNOG TURIZMA

Mračni turizam je specifični oblik turizma koji obuhvaća putovanja na područja obilježena patnjom i stradanjima velikih razmjera. Podrazumijeva posjetu zatvorima, tamnicama, grobljima, logorima, mjestima prirodnih katastrofa, stratištima i sva druga tragična područja. Mračni turizam je još poznat i pod nazivom thanaturizam te je službeno utemeljen 1996. kao relativno novi koncept od strane Johna Lennon-a i Malcoma Foley-a. Sam pojam je dosta teško definirati jer predstavlja suštu suprotnost definiciji turizma prema kojoj se putuje radi zabave, opuštanja i razgledavanja prirodnih ljepota. Mračni turizam se može uvrstiti u potkategoriju kulturnog turizma jer obuhvaća obilježja obrazovnog, povijesnog i kulturnog karaktera, ali i pod turizam specifičnog interesa. (Kazalac, 2020.)

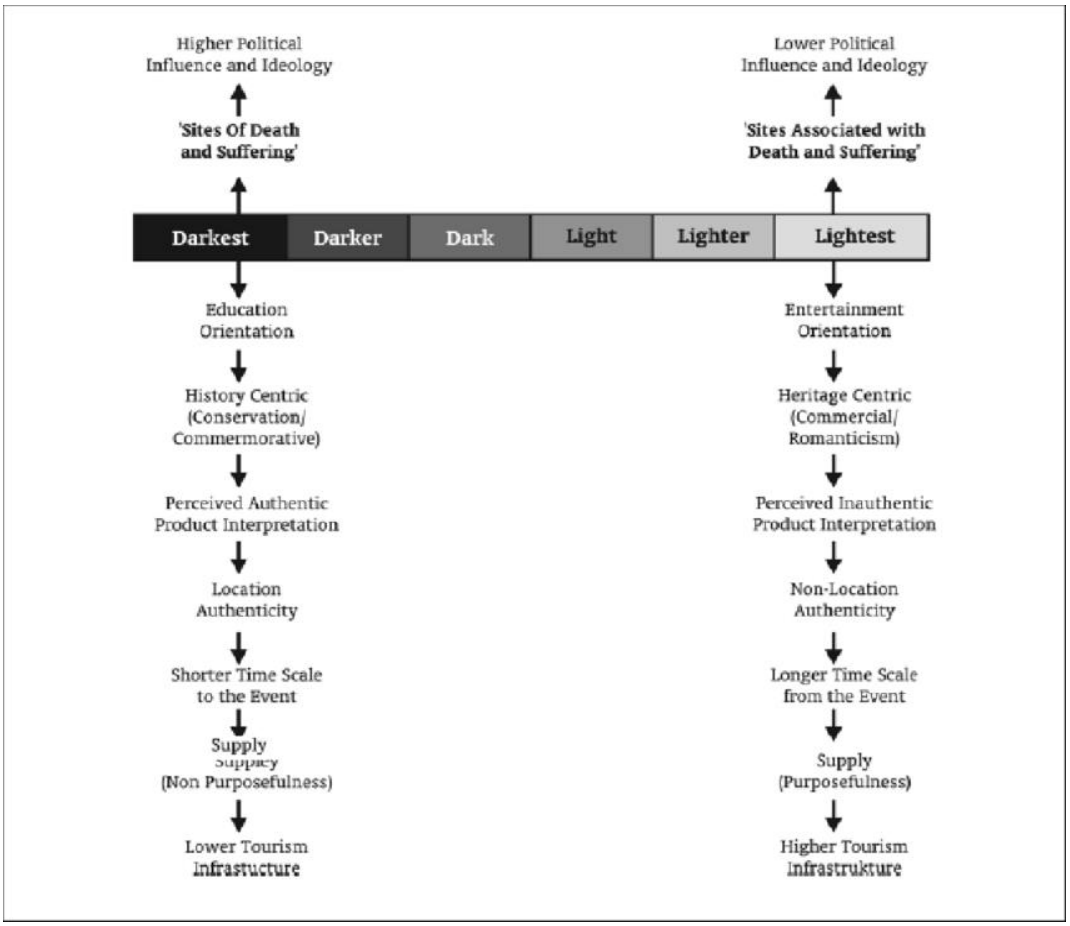
U zadnjih 20 godina koncept mračnog turizma je u svim svojim različitim manifestacijama izazvao značajnu količinu istraživanja od strane akademika i interesa medija. Međutim unatoč sve većoj pozornosti, literatura o mračnom turizmu ostaje teorijski slaba pa su potrebna daljnja istraživanja kako bi se usavršio pojam i njegove karakteristike. (Stone, 2006.)

Događaji i područja povezana uz smrt, patnju, nasilje i nesreće već stoljećima na neobičan način privlači pozornost ljudi. Među prvim primjerima takvog oblika turizma su rimske gladijatorske igre, javna pogubljenja u srednjem vijeku, izleti u mrtvačnice te hodočašća na sveta mjesta. (Kazalac, 2020.) Javna pogubljenja su za ljude bili poseban događaj, a dovoljno govori da su čak u nekim slučajevima ljudi dolazili iz jako dalekih područja. Bilo da se radilo o vještici spaljenoj na lomači ili obješenom lopovu, interes naroda je bio isti. (Patrichi, 2013.) Danas brojna mjesta povijesnih smrti i katastrofa motivira milijune posjetitelja za posjetom iz cijelog svijeta: Ground Zero u New Yorku kao memorijalni centar u znak sjećanja na napad 11. rujna 2001. godine, koncentracijski logor Auschwitz u Poljskoj kao sjećanje na holokaust, kuća Anne Frank, Černobil u Ukrajini gdje je eksplodirala nuklearna elektrana, japanski grad Hirošima na koji je bačena atomska bomba na kraju Drugog svjetskog rata. Važno je spomenuti kako

određena područja potencijalna za valorizaciju u sklopu mračnog turizma se ipak ne razvijaju kao turistička mjesta. Razlog tome je utjecaj prevladavajućih kulturnih vrijednosti te također ako vlasti zemlje ne smatraju događaj i područje bitnim, onda ne pruže financijsku podršku te se uglavnom takva mjesta ubrzo zaborave. (Yuill, 2003.)

Raznolikost tih područja je toliko visoka da ih je vrlo teško kategorizirati, a sve više se u taj oblik turizma uključuje širi opseg mjesta i iskustava koji nisu direktno vezani iz smrt. Iz tog razloga neka mjesta koja spadaju pod mračni turizam nisu toliko tamna i imaju jako malo povezanosti sa smrću, primjerice Atomska skloništa iz Hladnog rata te mjesta testiranja oružja. Upravo zbog te raznolikosti intenziteta mračnosti unutar samog oblika postoje više varijanti mračnog turizma, tako primjerice Miles (2002.) predlaže da se razlika može napraviti između tamnog i još tamnijeg turizma. Pa je prema njemu proizvod i iskustvo na mjestu logora smrti u Auschwitz znatno tamnije od onoga u američkom memorijalnom muzeju holokausta u Washingtonu. Dakle, kao rezultat toga, proizvodi se mogu pronaći na dimenziji prilično fluidnog spektra intenziteta, pri čemu određena područja mogu biti tamnija od drugih, ovisno o različitim karakteristikama, percepcijama i značajkama proizvoda. (Stone, 2006.)

Slika 1. Spektar mračnog turizma – značajke proizvoda mračnog turizma unutar „najtamnijeg – najsvjetlijeg“ okvira ponude



Izvor: https://www.researchgate.net/figure/A-dark-tourism-spectrum-perceived-product-features-of-dark-tourism-within-a_fig2_319672001

Slika prikazuje 6 nijansi mračnog turizma od najtamnijeg do najsvjetlijeg. Najtamniji mračni turizam je onaj oblik gdje je uključen visok politički utjecaj te su to autentična mjesta smrti i patnje. Podrazumijeva fokus na edukaciju te očuvanje povijesti. Također najtamniji turizam koristi izrazito minimalnu turističku infrastrukturu gdje ponuda nema svrhu odnosno namjera lokacije nije privući turistički posjetitelje. Najbolji primjer za najtamniju nijansu su mjesta masovnih stradanja ljudi, kao što su koncentracijski logori. Sredina skale bi obuhvaćala primjere koji se odnose na tamnice, grobnice i groblja.

S druge strane, u kontrastu se nalazi najsvjetliji oblik mračnog turizma u kojem politika igra jako malu ulogu te su to mjesta koja su povezana direktno ili indirektno sa smrću i patnjom. Zabavno su orijentirana na naslijeđe u komercijalnom obliku gdje mjesta nisu autentična pa različitim proizvodima i objektima pokušavaju prezentirati njihovu stvarnost. Ponuda ima najvišu turističku svrhu te koristi velik broj turističke infrastrukture, a odnose se na događaje iz daleke prošlosti. Primjer najsvjetlije nijanse bi bio Drakulin turizam u Rumunjskoj s obzirom na to da je samo fikcijski orijentiran na zabavu.

Prema takvom nijansiranju mračnog turizma Stone (2006.) je strukturirao sedam izvora ponude mračnih turističkih atrakcija, od onih najsvjetlijih pa do onih najtamnijih, a to su:

- Tvornice mračne zabave

Radi se o kategoriji koja daje poseban naglasak na zabavu i komercijalni karakter. Podrazumijeva stvarne ili izmišljene događaje o smrti kreirane za zabavu te su ujedno najbljeđi oblici mračnog turizma. Tvornice imaju visok stupanj turističke infrastrukture upravo zbog manjka autentičnosti pa je potrebno osmišljavati domišljate turističke objekte koji će privući pažnju turista. Među najpoznatijim atrakcijama mračne zabave je Londonska tamnica koja već dugo privlači posjetitelje svojim jezivim prikazima kao što je crna smrt ili Jack Trbosjek, ali ih nudi na društveno prihvatljiv način u kojem je moguće pogledati simuliranu smrt i patnju. Također u tvornicu mračne zabave može se obuhvatiti još ne ostvareni projekt Drakula park u Rumunjskoj, a razlozi tome su raznovrsni.

- Mračne izložbe

Odnose se na proizvode koji se za razliku od tvornica mračne zabave percipiraju kao malo ipak ozbiljnija kategorija pa se klasificiraju prema tamnijoj nijansi unutar mračnog spektra. Ali unatoč tome što posjeduju konzervativniju politiku, uključuju određeni stupanj turističke infrastrukture i komercijalnog karaktera. Mračne izložbe nude proizvode koje su povezani sa patnjom, smrti i tragedijama no s komemorativnom, obrazovnom i poučnom porukom. Obuhvaćaju one izložbe i web stranice koja zapravo spajaju koncept proizvoda kako bi se održavale različite mogućnosti učenja. Često se nalaze daleko od stvarnog područja smrti ili tragičnog događaja.

- Tamnice

Tamnice su podgrupa u koju spadaju mjesta i atrakcije koje predstavljaju kaznene i pravosudne značajke unutar povijesti, a povezane su uglavnom sa bivšim zatvorima i sudnicama. Tamnice kombiniraju zabavu i obrazovanje te posjeduju visok stupanj komercijalizacije i infrastrukture. Iz tih razloga, tamnice se smještaju u centar mračnog spektra gdje predstavljaju mješavinu mračnih i svijetlih aspekata. Primjeri tamnica bi bili Goli otok u Hrvatskoj te zatvor Sighet u Rumunjskoj, koji će se detaljno analizirati kasnije u radu.

- Mračna počivališta

Predstavljaju obuhvat svih groblja i grobnih spomenika kao mračne proizvode koje sve više i više turista posjećuje. Organizatori putovanja i izleta često ih koriste kao mehanizam za poticanje posjete te očuvanje strukturnog integriteta krajolika i arhitekture. Ključne značajke groblja vrte se oko povijesne, komemorativne i konzervatorske etike pa su prema tome sastavni dio kulturne baštine, a treba pogotovo očuvati ona groblja s povijesnom i umjetničkom vrijednošću. Također kao i tamnice spadaju u samo središte mračnog turističkog spektra sa kontrastnim elementima. Jedno od najpoznatijih groblja u Europi je Père-Lachaise u Parizu koje privlači preko dva milijuna posjetitelja godišnje, dok je u Hrvatskoj najljepše groblje ono u Varaždinu koje se ističe svojom parkovnom arhitekturom i pomalo nalikuje na klasični francuski park.

- Mračna svetišta

Mjesta koja se temelje na činu sjećanja i poštovanja prema nedavno preminulim osobama. Pa se zato često grade vrlo blizu stvarne lokacije smrti, stoga se sugerira da svetišta zauzmu tamniju nijansu spektra. Većina ih nije svrsishodna za potrebe turizma te posjeduju jako malo turističke infrastrukture jer se izgrade nakon kratkog razdoblja od nečije smrti. Primjerice mračno svetište koje je izgrađeno oko vrata Kensingtonske palače nakon smrti princeze Diane od Walesa privuklo je milijune ljudi. Ipak svetište je premješteno u kuću Althorp gdje je boravila, no zanimljivo je da i dalje sjećanje na nikada prežaljenu princezu privlači posjetitelje za tim mračnim svetištem.

- Mračna mjesta sukoba

Mjesta sukoba su zapravo ratišta, mjesta odvijanja ratova i njihova modifikacija kao potencijalnih turističkih proizvoda. Takva područja u osnovi su usmjerena na povijest i imaju obrazovni i komemorativni fokus. Postoji razlika između bitaka koje su novijeg datuma i onih koje su kronološki udaljene. Iako su mračna mjesta sukoba u svijetu brojna kao i ratovi koji ih se tiču, one bitke koje su izvan živog pamćenja često poprimaju romantiziraniju i zabavniju orijentaciju pa zato se mogu smjestiti u svjetliji dio spektra mračnog turizma. Pri tome se misli na stvarne borbene rekonstrukcije kako bi se oživjela povijest, primjerice Battle of Bosworth Reenauctment Weekend u Velikoj Britaniji. Općeniti primjeri mračnih mjesta sukoba bi bila sva ratišta Prvog i Drugog svjetskog rata i u Hrvatskoj Vukovar.

- Koncentracijski logori

Mračni logori ili točnije koncentracijski logoru su uglavnom mjesta genocida jednog ili više naroda, obilježena smrću i masovnim zlodjelima pa tako zauzimaju mjesto najmračnije nijanse mračnog spektra. Logori odišu strašnim pričama o ljudskoj patnji te imaju izrazito visok stupanj političke koncentracije. Turistima se pruža mogućnost posjete takvim autentičnim mjestima zbog edukacije, razumijevanja i suosjećanja sa žrtvama. Najpopularniji i najtamniji primjer ove kategorije je koncentracijski logor smrti Auschwitz koji predstavlja sjećanje na genocid nad tisućama Židova u vrijeme Drugog svjetskog rata te ga u zadnjih par godina posjećuje čak preko dva milijuna ljudi godišnje. U Hrvatskoj logori su postojali na području Jasenovca i okolice.

2.2. OBILJEŽJA POTRAŽNJE MRAČNOG TURIZMA

Schneider (2021.) smatra kako su danas ljudi sve više općinjeni i privučeni smrću pogotovo tragedijama te spremni i voljni posjetiti područja gdje su se odvile katastrofe, nasilje, zločini, nadnaravne aktivnosti, legende i mitovi. Isto tako da sa znanjem i razumijevanjem o tome zašto ljudi posjećuju mračne lokacije se može pomoći u razvoju turističkih proizvoda, provedbi marketinških strategija za privlačenje turista te podizanjem svijesti o važnosti ovog oblika turizma kao dio kulturne baštine pojedine zemlje.

Za razumijevanje mračnog turizma ključno je da postoji sposobnost izdvajanja i ispitivanja motiva takozvanih tamnih turista. To se osobito odnosi na različite društvene, kulturne i geografske značajke. Moglo bi se tvrditi da je ovaj oblik turizma jednostavno manifestacija potražnje potrošača. Kao takav, Seaton (1996.) smatra da je mračni turizam zapravo fenomen ponašanja, definiran motivima turista za razliku od posebnih karakteristika lokaliteta ili atrakcija. Međutim, njegovo tumačenje ograničava mračni turizam zanemarujući pritom važne aspekte ponude. Zato Sharpley (2005.) sugerira da je još ne jasno je li koncept mračnog turizma vođen ponudom atrakcija ili doista potrošačkom potražnjom. Stoga smatra kako je važno razmotriti i elemente potražnje kao i elemente ponude da bi se izgradio određeni i potpuni okvir mračnog turizma. (Stone, 2006.)

Ponekad se čini neobičnim da ovakva vrsta turizma privlači raznovrsne skupine ljudi. Iako mnogi osjećaju da interes za smrt i katastrofu jednostavno proizlazi iz morbiditeta, raspon uključenih čimbenika proteže se od interesa za povijest i baštinu do obrazovanja i sjećanja. Stoga je interesantno proučiti i analizirati motivatore koje pokreću posjetitelje, kao i osjećaje koje izazivaju. (Stone, 2006.) Prema Tarlowu (2005.) postoje četiri osjećaja koji su u kontaktu sa psihološkim stanjem turista: nesigurnost, zahvalnost, poniznost i superiornost.

(Deutsch, 2014.) Što je odnos s posjećenim područjem bliži, to će doživljeno iskustvo i osjećaji biti jači.

Dunkley je 2005. predstavio okvir za razumijevanje raznovrsne znanosti o motivaciji turista:

- Posjet lokalitetima kao što su groblja radi promišljanja kao i moguće duhovne i retrospektivne svrhe
- Uzbuđenje i traženje rizika u načinu na koji se dolazi do mjesta
- Potvrda i priznavanje događaja koji su se mogli dogoditi, kao što su kriminalni zločin, prirodna katastrofa ili ubojstvo
- Točnost i potreba za priznavanjem istine o stvarnom postojanju osobe ili mjesta
- U svrhu samootkrića i učenja
- Želja za posjetom na mjesta koja su ovjekovječila povijesne događaje, primjerice mjesta gdje su se dogodili atentati (atentat na kralja Franju Ferdinanda u Sarajevu 1914. godine) ili mjesta važnih znamenitosti
- Praktičnost posjete prilikom boravka u poznatoj destinaciji iz drugih interesa
- Znatiželja za mjestima gdje se katastrofa dogodila tek nedavno
- Vjerski razlozi

No, Dunkley ipak izražava da su te kategorizacije, zbog svoje opisne prirode, prikladne samo za određene atrakcije, objekte ili lokacije te se stoga ne mogu klasificirati kao jedini motivatori turističkih putovanja. (Deutsch, 2014.)

Yuill (2003.) smatra da neki ljudi posjećuju takva područja iz društveno izvedivog razloga izražavanja interesa za smrt i katastrofu, drugi pak dolaze učiti o povijesti koja se krije iz određenih događaja na mjestima tragedija. No također poneki putuju u svrhu sjećanja na obitelj, prijatelje ili vlastito iskustvo, primjerice veterani, preživjeli i njihove obitelji te neki ljudi čak posjećuju različita mjesta zbog osjećaja krivnje. A na kraju, određene osobe mogu doći jednostavno iz morbidne znatiželje.

Možemo reći kako se višedimenzionalnost motivacije manifestira u različitim shvaćanjima tragedije koja se povezuje sa nepravdom prema ljudima iz povijesti. Jedni tragediju gledaju kao situaciju koja se događa nekom drugom dok ju drugi doživljavaju kao lekcija iz koje se isplati naučiti. Stoga je potrebno prvo tragediju razumjeti kako bi se u društvu ugradile pozitivne modifikacije. Ukoliko smo svjesni uzoraka i posljedica ljudskih patnji, onda takve situacije

možemo na vrijeme spriječiti, a ako i do njih dođe da se na njih preventivno i uspješno djeluje bez ljudskih žrtava. (Kesar, 2014.)

Može se zaključiti da mračni turizam obuhvaća najveći broj područja i lokaliteta jer se na svakom mjestu u svijetu dogodila barem jedna tragedija, bilo prirodna ili namjerna. Iako njegova vrijednost ovisi samo o percepciji pojedinca na temelju društvenih i osobnih uvjerenja, on u svakom slučaju, potiče ljude da se zapitaju o tome koliko je život krhak i da se određeni tragični događaji ne ponove.

2.3. POZITIVNI UČINCI MRAČNOG TURIZMA

Smrt i katastrofe nedvojbeno su sastavnice svakog ljudskog iskustva s čime se najviše susrećemo preko medija, a za mnoge očuvanje takvih lokacija ili lokaliteta je metoda očuvanja baštine. Stoga je za neke tumačenje smrti sredstvo očuvanja ne samo povijesti, već i osobnog i kolektivnog identiteta. Posjeta mračnim mjestima može ponuditi razumijevanje, znanje i edukaciju ne samo stranim turistima, već i domaćem stanovništvu. Kreiranjem takvog znanja omogućuje se pojedincima i cijelom svijetu da nauče iz pogrešaka osiguravajući da se takvi događaji više ne dogode. (Yuill, 2003.) Osim ratnih područja, primjerice posjetom siromašnoj regiji ili regiji pogođenoj katastrofom turisti mogu saznati o uzrocima problema i njegovim učincima na ljude koji tamo žive. Jedna od najvećih lekcija koja se može naučiti su empatija jer gledanje katastrofe koja se odvija na vijestima nema utjecaja koliko ima gledanje vlastitim očima i sam susret s preživjelima daje potpuno drugačiju perspektivu. (wheretheroadforks.com, 2021.)

Također jasno je kako je određenim pojedincima neukusno ili problematično gledati druge kako pate ali jednostavno pregled mračnih lokacija ne uzrokuje nikakvu štetu niti mijenja situaciju. Nadalje, posjećivanjem se ne krše se nikakvi zakoni s obzirom da se radi o javnim mjestima. A što prije se počne s posjećivanjem nakon događaja, više se može saznati o njemu jer ako se čeka predugo nakon događaja možemo izgubiti informacije o događaju s prolaskom vremena pošto ljudi zaboravljaju pa on gubi na značaju. Na primjer, Auschwitz je otvoren već 1947. godine, samo 2 godine nakon završetka rata, a turisti su počeli posjećivati mjesto u većem broju 50-ih godina. U desetljećima nakon toga, milijuni ljudi su saznali o strahotama holokausta. Da lokalitet nije otvoren do danas, mnogo informacija kao i mnoge mogućnosti učenja bile bi izgubljene. (wheretheroadforks.com, 2021.)

Mračna područja su jedna od najvećih turističkih destinacija na svijetu koja privlače milijune posjetitelja godišnje. Osim prodaje ulaznica, mnoga mračna mjesta imaju suvenirnice,

restorane, kafiće i hotele što ukazuje na profitabilan turizam. Prihode koje generiraju lokacije u većini slučajeva idu prema istraživanju, održavanju, restauraciji, očuvanju, obrazovanju i raznim kulturnim programima. (wheretheroadforks.com, 2021.) Iz tih razloga posjetitelji mogu financijski doprinijeti povijesnom očuvanju i održivosti vrijednih lokaliteta. Turisti koji posjete lokacije mračnog turizma pomažu turističkom potrošnjom u destinaciji što itekako može pomoći lokalnoj zajednici, a pogotovo u zapošljavanju na novim radnim mjestima. Bez potrošnje i prihoda zemlji ili gradu je teže vratiti se normalnom funkcioniranju života. (Daams, 2007.) Na primjer, novac od turizma uvelike je pomogao zemljama poput Tajlanda, Šri Lanke i Indije da se obnove nakon katastrofalnog događaja. (wheretheroadforks.com, 2021.) „Bez turizma i pravilnog upravljanja turizmom, neka od tih mjesta će propasti i jednostavno nestati.“ (Yuill, 2003., str. 6) Na taj način će se izgubiti i njihova povijest. Primjerice, da nije bilo turizma kuća Anne Frank ne bi postojala te kako bi muzej ostao otvoren ovisi samo o prihodima od turizma, a kada ne bi bilo turista izgubio bi se taj povijesni prizor. (wheretheroadforks.com, 2021.)

Tablica 1. Prikaz ekonomskih učinaka određenih mračnih destinacija – fizički učinci

Mračne destinacije	Fizički učinci
9/11 memorijal u New Yorku	6.6 milijuna turista u 2018.
Grad Pompeji	3.8 milijuna turista u 2019.
Auschwitz	2.3 milijuna turista u 2019.
Muzej Mira u Hirošimi	1.7 milijuna turista u 2019.
Kuća Anne Frank	1.3 milijuna turista u 2019.
Černobil	124 tisuće turista u 2019.

Izvor: izrada autora na temelju prikupljenih podataka sa različitih web stranica: https://www.911memorial.org/connect/blog/reflecting-2018-see-911-memorial-museums-year-review, https://www.statista.com/, https://www.japantimes.co.jp/news/2020/04/12/national/renovated-hiroshima-bomb-museum-reeled-record-1-76-million-visitors-2019/, http://auschwitz.org/en/ i https://www.annefrank.org/en/

U tablici 1. prikazani su fizički ekonomski učinci pojedinih mračnih destinacija, a ujedno su i najpopularnije destinacije mračne tematike u svijetu. Memorijal za 11.9. također poznat i kao Ground Zero ostvaruje najveći broj posjetitelja iako je brojka iz 2018. godine (turistički promet za 2019. godinu nije poznat), ali treba uzeti u obzir činjenicu kako je događaj još svjež u sjećanjima stanovnika Amerike pa se može samo pretpostaviti kako je brojka iz godine u godinu sve veća. Nadalje, primjećuje se da Černobil postiže najmanju brojku od 124 tisuća turista u

odnosu na ostale promatrane destinacije. Međutim njegova je popularnost izrazito porasla Netflix – ovom serijom istog imena. Što se tiče grada Pompeja, iako se erupcija vulkana koja je usmrtila velik broj ljudi dogodila prije nekih 2000 godina, on danas nadmašuje preko 3 milijuna posjetitelja godišnje. Svima prepoznatljiv nekadašnji koncentracijski logor Auschwitz je 2019. godine ostvario 2.3 milijuna turista, dok je kuća Anne Frank ostvarila milijun posjeta manje. Muzej Mira u Hirošimi je u istoj godini postigao turistički promet od 1.7 milijuna posjetitelja.

Tablica 2. Prikaz ekonomskih učinaka određenih mračnih destinacija – financijski učinci

Mračne destinacije	Financijski učinci[1]
Grad Pompeji	Ulaznica 11 eura
Auschwitz	Ulaznica 120 eura
Muzej Mira u Hirošimi	Ulaznica 1 euro
Kuća Anne Frank	Ulaznica 7 eura
Pariške katakombe	Ulaznica 17 eura
Londonska tamnica	Ulaznica 34 eura

Izvor: izrada autora na temelju prikupljenih podataka sa različitih web stranica: http://www.visitpompeii.it/day-tours.html, http://auschwitz.org/en/, http://hpmmuseum.jp/modules/info/index.php?action=PageView&page_id=47, https://www.annefrank.org/en/, https://www.catacombes.paris.fr/en/visit/individual-rates i https://www.thedungeons.com/london/tickets-prices/

Na prikazanoj tablici 2. predočeni su podaci o financijskim učincima pojedinih mračnih destinacija. U većini destinacija u svijetu ukoliko su turistički objekti muzeji tada se naplaćuje ulaz, međutim posjet spomenicima na javnim površinama je uglavnom besplatan. Tako primjerice ako se u Auschwitz dolazi individualno i ne ulazi u muzej koji se naplaćuje, razgled područja je besplatan. Vidljive su iz tablice različite cijene ulaznica za odabrane mračne destinacije. Potrebno je naglasiti kako cijene variraju ovisno o tome dolazi li se individualno ili grupno, dobi posjetitelja, trajanju tura, dodatnim uslugama, kupnji ulaznica online ili fizički kao i kupuje li se unaprijed ili isti dan posjete. Grad Pompeji imaju punu cijenu ulaznica od 11 eura (ca. 80 kuna) i kada bi pretpostavili zaradu grada u 2019. godini (3.8 milijuna*11) ona je bila nekih 41 milijun eura. Auschwitz ima prosječnu cijenu karata 120 eura (900 kuna) za

[1] Različite cijene ulaznica za mračne lokalitete/lokacije određene su na temelju raznovrsnih čimbenika pa su u tablici prezentirane prosječne cijene. Također prikazane su samo cijene karata za razgled atrakcija stoga nije moguće u potpunosti odrediti točne prihode mračnih lokaliteta.

standardne ture ovisno o trajanju ture i broju turista u pojedinoj grupi. Muzej Mira u Hirošimi od svih promatranih destinacija podrazumijeva najmanje cijene ulaznica u prosjeku od samo 1 eura. Tako možemo zaključiti kako je u 2019. godini muzej uprihodio do 2 milijuna eura (1.7 milijuna*1). Zatim, za kuću Anne Frank samo za rezervaciju je potrebno platiti 1 euro, a prosječna cijena ulaznice je, ovisno o dobi, 7 eura (ca. 50 kuna) što je ujedno i cijena za posjetitelje od 10 do 17 godina. Pariške katakombe imaju podijeljene cijene s obzirom na kupnju online i last minute, pa je cijena karata za pregled katakombi u prosjeku 17 eura što je ca. 130 kuna. Naposljetku, razgled tamnice u Londonu košta 34 eura što je prosječna cijena ovisno o dodatnim uslugama, primjerice uključeni koktel. Iz svega navedenog se smatra kako je teško odrediti točnu profitabilnost pojedinih destinacija od mračnog turizma jer turisti također troše i na ostale turističke usluge povezane sa odabranim lokalitetima, primjerice kupnja suvenira.

2.4. NEGATIVNI UČINCI MRAČNOG TURIZMA

Mračni turizam uključuje nekoliko izazova zbog kojih su pojam mračnog turizma i njegove destinacije predmeti intenzivne rasprave stručnjaka. Negativni učinci mračnog turizma su:

1. Ne etičnost turističkih organizacija u smislu ostvarenja profita
2. Pitanje tumačenja događaja/povijesti
3. Duljina odmaka od vremenskog perioda povijesnog događaja
4. Ponašanje posjetitelja
5. Nesigurnost mračnih područja

Ad 1. Mnogi smatraju kako je mračni turizam sinonim za manjak poštovanja. Ideja da pojedinac ili organizacija profitira od tuđe patnje ili smrti čini se pomalo problematično međutim ukoliko novac ide u pravilne svrhe kako je istaknuto pod pozitivne učinke onda vjerojatno nema etičke zabrinutosti. No, ukoliko se uzme primjer tvrtke koja nudi sirotinjske ture favela Brazila vidi se kako u osnovi organizacija profitira od siromaštva i patnje drugih te to bi vrlo lako moglo biti ne etično za one koji posluju međutim ne i za one koji tu lokaciju žele posjetiti. S druge strane imamo neke mračne lokacije koje su dizajnirane za zabavu, a ne za obrazovanje što može biti smatrano veće ne poštivanje žrtava. Dobar primjer za to je streljana u tunelima Cu Chi u Vijetnamu gdje se može ispaljivati iz raznih topova iz vijetnamskog rata u svrhu zabave zaboravljajući poginule iz rata. (wheretheroadforks.com, 2021.).

Ad 2. Neke mračne lokacije mogu širiti dezinformacije što dovodi do pitanja tumačenja. Često se to radi u političke svrhe kako bi se zemlja predstavila na pozitivan način. Takva vrsta

dezinformacija je uobičajena u ratnim ili zločinima povezanim mjestima. Na primjer, Muzej ostatka rata u Vijetnamu uči o Vijetnamskom ratu iz vijetnamske perspektive, dok Nacionalni vijetnamski muzej u SAD-u uči o ratu iz američke perspektive. Postoje i mjesta koja jednostavno izostavljaju informacije. Primjerice, američki zatvor Alcatraz gdje je obilazak usredotočen na sigurnost zatvora, a ne na same zatvorenike. Kako bi se lokacija učinila privlačnijom, razvodnjava se ili zataškava dio povijesti, najčešće onaj loš dio. Tako ratna mjesta imaju tendenciju da se više usredotoče na odavanje počasti vojnicima. A u nekim slučajevima radi se upravo suprotno gdje turističke organizacije ili vodiči mogu preuveličati činjenice za dramatičan učinak. (wheretheroadforks.com, 2021.)

Ad 3. Često se mjesta na kojima se nedavno dogodila tragedija ili katastrofa smatraju kontraverznijima od drevnih mjesta. Primjerice nitko ne smatra da je odnos prema Pompejima ne etički jer se erupcija vulkana dogodila prije gotovo 2000 godina, a u isto vrijeme mnogi bi smatrali da je posjet New Orleansu nedugo nakon uragana ne etički jer su ljudi patili i puno njih je izgubilo svoje domove. Zato neki tvrde da je jedino etično posjetiti mračnu turističku destinaciju nakon što su svi koji su bili uključeni preminuli, a drugi ne vide problem u posjetu odmah nakon ili čak tijekom mračnog događaja. Na primjer, nakon potresa u Indijskom oceanu i tsunamiju 2004. godine, pogođene zemlje su iznenađujuće prihvatljivo dočekale turiste ubrzo nakon toga. (wheretheroadforks.com, 2021.) Prema istraživanju Simone – Charteris i suradnika (2018.) se može iščitati kako ljudi koji su osobno doživjeli ili vidjeli traumatične događaje imaju više negativnih stavova prema razvoju mračne povijesti Sjeverne Irske iz razdoblja od 1960 – ih do 1998. godine u turističke svrhe. Za starije generacije nije prošlo dovoljno vremena kako bi prihvatili turističku valorizaciju povijesti koja još uvijek utječe na njihove živote, dok mlađe generacije smatraju da nije prerano jer poticanje mračnog turizma može biti korisno cijeloj zemlji.

Ad 4. Veliku ulogu u problematici igra samo ponašanje turista prilikom posjete mjestima stradanja, hoće li ono biti primjereno ili ipak neće. Sva prepoznata ponašanja koja mogu biti uvredljiva ili neprikladna su fotografiranje ljudi dok tuguju, smijanje onima koji proživljavaju teške trenutke, iznošenje neprimjerenih primjedbi, glasno pričanje, nošenje neprikladne odjeće, putovanja u mjesta stradanja samo zbog osobne koristi kao što je poboljšanje životopisa te ostali oblici nepoštivanja. (Stainton, 2020.) Iz tih razloga mnoge mračne lokacije imaju vidljive znakove ili pisana pravila koja zahtijevaju da se posjetitelji ponašaju s poštovanjem kako ne bih došlo do neugodnosti.

Ad 5. U određenim mračnim destinacijama može doći do pitanja vlastitog zdravlja i sigurnosti. Lokacije gdje se aktivno vode ratovi su možda najopasnija područja koja netko može posjetiti. Nekoliko primjera gdje se trenutno odvijaju građanski ratovi su Jemen, Sirija, Somalija i Etiopija. Osim toga, u Černobilu i Fukušimi u kojima su se dogodile nuklearne katastrofe, još uvijek postoje povišene razine zračenja koje mogu uzrokovati velike zdravstvene probleme. (Rhodes, 2018.) Za takva mjesta je od iznimne važnosti pravilno planiranje programa, dobra priprema te lokalni vodič ili privatno osiguranje što uvelike smanjuje rizike. No, većina mračnih destinacija je u potpunosti sigurna sa muzejima i spomenicima koji su namijenjeni turizmu. (wheretheroadforks.com, 2021.)

Naposljetku, nema crnog niti bijelog odgovora o etičnosti mračnog turizma jer to smatra li ga netko etičkim ili ne, ovisi o više čimbenika kao što su kultura pojedinca, moral, prijašnja iskustva, odgoj i slično. Dok neki smatraju da je mračni turizam bez poštovanja, neprimjeren i iskorištavajući, drugi uopće ne vide problem s tim ili ih jednostavno ne zanima. Ali jedna stvar koja se treba naglasiti je da je posjet mjestima gdje je došlo do smrti ili patnje popularan otkad turizam postoji te da je prirodno da ljudi budu zainteresirani za posjet mračnim lokacijama. Nema ništa loše u zadovoljavanju znatiželje sve dok to radimo na uljudan način bez nepotrebne štete, a u isto vrijeme možemo naučiti o povijesti, kulturi i sebi. (wheretheroadforks.com, 2021.)

Iz navedenog se iščitava kako će pozitivni i negativni učinci uvijek postojati. Također bez obzira na negativne učinke najpoznatije svjetske mračne destinacije će i dalje nastaviti privlačiti velik broj posjetitelja s najvažnijim ciljem naučiti i ne zaboraviti. Važno je istaknuti kako je najbitnije upravljati i posjećivati mjesta s poštovanjem kako bi se donekle smanjili etički izazovi.

3. KRITIČKA ANALIZA PONUDE MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ

Asocijacija na Rumunjsku u smislu mračnosti i turizma ljude odmah navodi na vampira Drakulu i njegov dvorac Bran, no cjelokupna stvarnost nije kakvom je svijet percipira. Između ostalog, osim priče o vampiru, zemlja ima za ponuditi puno više u sklopu mračnog turizma.

3.1. ULOGA MRAČNOG TURIZMA U TURIZMU RUMUNJSKE

Rumunjska je zemlja istočne Europe na koju je komunistički režim najviše utjecao, međutim unatoč svim tragedijama i problemima iz tog razdoblja, ono je ostavilo iznimnu kulturnu i povijesnu baštinu. Od rušenja komunizma Rumunjska teže podržava da se taj dio povijesti iskorištava u turističke svrhe te je napravila iznimno malo u smislu turističkog poticanja radi privlačenja turista što dokazuje njihov nacionalni strateški plan gdje nema razvoja i promocije mračnog turizma. (Schneider, 2021.) Međutim, ljudi su željni putovati na mjesta kako bi vidjeli i informirali se o utjecaju komunizma na zemlju. Takav znatan interes se ukazao upravo nakon revolucije kada je zemlja zabilježila povećanje turizma za čak 67%. U Rumunjskoj je od tada nastao sukob između želje za zaboravljanjem prošlosti i želje da se povećaju gospodarske prednosti turizma. (Yuill, 2003.) No, sličan i čak problematičniji sukob imaju kad je u pitanju grof Drakula i Drakulin turizam.

Popularnost o vampiru Drakuli započinje knjigom iz 1897. godine irskog književnika Brama Stokera. Pisac je pronašao inspiraciju za mističnu tematiku iz više knjiga koje su povezane sa Rumunjskom. Svidio mu se opis mračnog izgleda regije Transilvanije, pa je nju odabrao kao idealan dom grofa Drakule, iako je činjenica da on nikada nije posjetio Transilvaniju već samo u knjigama. U prvih 30 godina prošlog stoljeća knjiga nije bila poznata svijetu no predstavljena mu je filmom iz 1931. godine u Hollywoodu koji se temeljio na Stoker – ovoj knjizi. I od tada priča o Drakuli je sve rasprostranjenija i aktualna. Snimljeno je više od 350 filmova u kojima se pojavljuje baš grof Drakula i još nekoliko stotina koji imaju vampire kao temu, isto tako je o Drakuli ili vampirima napisano više od 1000 romana zajedno s mnoštvom crtića, stripova i televizijskih programa. Mnogo više se ljudi susrelo sa vampirom kroz filmove, a ne toliko putem knjiga pa se privlačnost prema Drakuli također smatra i ranim primjerom filmskog turizma. (Light, 2007.)

Prošla su još barem tri desetljeća dok nisu konačno povezali Drakulu sa rumunjskim vladarom Vladom Tepešom koji je vladao u 15. stoljeću (slučajno poznat i kao Drakula). Vlad je okarakteriziran kao najokrutnija povijesna osoba svih vremena zbog čega je Stoker i bio inspiriran da u njegovom liku stvori krvoločnog vampira. Međutim takvo povezivanje stvarne povijesne ličnosti sa izmišljenim likom je odbijano od strane stanovnika Rumunjske godinama. Rumunji smatraju vladara važnom osobom svoje povijesti, skoro pa herojem uz svu svoju okrutnost, koji se borio za neovisnost svojeg pravog rumunjskog doma Wallachia-e koja se nalazi ispod regije Transilvanije. Dakle, takav spoj je izazivao i još uvijek izaziva negativan stav stanovništva koji ne žele da se Vlada gleda kao vampira. Drugi razlog negativnih emocija je činjenica da u narodnoj kulturi odnosno narodnim pričama vampiri ne postoje te to što je on zapravo protekao iz zapadne kulture, a ne iz istočne. (Cosma, 2007.)

Posjećenost inspirirana Drakulom je iznenadila stanovništvo i vladu kada su uočili 60 – godina prošlog stoljeća, taman kada se zemlja počela otvarati prema međunarodnom turizmu, kako dolaze turisti iz raznih zemalja u potrazi za likom pod imenom grof Drakula, a oni nisu tada znali o čemu se zapravo radi niti kako da odgovore na takvu vrstu potražnje sve dok se 1990. godine nije pojavila prva prevedena knjiga Brama Stokera na rumunjskom jeziku pa su objavili kako je to nepoštovanje prema rumunjskoj kulturi. (Parra, 2021.) Pošto im je 70 – ih godina gospodarstvo dosta stagniralo, a inozemni dug im se naglo povećavao pa su znajući da Drakula ima znatan potencijal za njihovu zemlju počeli, na zahtjev SAD-a, nevoljko tolerirali Drakulin turizam, a da pritom nisu ništa napravili kako bi ga potaknuli te takav način toleriranja primjenjuju i danas. A nakon raspada komunističkog režima država se s malo entuzijazma u potpunosti odvojila od svakog pokušaja cenzuriranja Drakule, što je značilo da je vampir zapadne kulture s utjecajem kulturne globalizacije polako prodro u Rumunjsku. Objavljen je prvi prijevod, prvi film Drakula je prikazan 1993. godine te su mnoge novoosnovane tvrtke iz privatnog sektora usvojile ime vampira kao zaštitni znak pa su razvili uspješno tržište suvenira s vampirskim i horor temama. (Light, 2007.) S druge strane, vlada Rumunjske se fokusira na druge oblike turizma kao što su ekoturizam, kulturni turizam i kulinarski turizam u Transilvaniji iako je regija gotovo postala sinonim za vampire pa se iz tog razloga turisti koji žele vidjeti Drakulu moraju zadovoljiti dojmljivim krajolikom ili napraviti vlastita iskustva koristeći svoju maštu. (Light, 2017.)

U Rumunjskoj smatraju kako je najvažnija prepreka koju trebaju savladati odvajanje izmišljenog od stvarnog kada je u pitanju prezentiranje brenda zemlje kao turističke destinacije. Iako je zapravo grof Drakula međunarodni brend, a ne rumunjski, Rumunjska je ipak jedina

zemlja u svijetu koja može iskoristiti mit o Drakuli kao njegov dom i na takav način ostvariti komparativnu prednost u odnosu na ostale turističke destinacije. (Cosma, 2007.)

Drakulin turizam u Rumunjskoj podrazumijeva jedinstven spoj povijesti, tradicije i fikcije. Ovaj oblik turizma se može promatrati kao kulturni turizam, književni turizam, filmski turizam te mračni turizam. S kulturnim turizmom je povezan jer turisti osim što posjećuju lokalitete vezane uz Vlada Tepeša i izmišljenog vampira također posjećuju i mnoge kulturne i povijesno važne lokalitete. Dok se s mračnim turizmom spaja jer uključuje elemente užasa i smrti te je okarakteriziran kao oblik najsvjetlijeg mračnog turizma. Postoje mnoge strane i čak domaće turističke agencije koje nude različite vrste tematskih tura po zemlji. Turisti mogu sami posjetiti mračne lokacije, ali većina zapravo ide na Drakula ture koje organiziraju turističke agencije. Takav turizam se uglavnom odnosi na Rumunjsku, ali postoji do određene mjere i Drakulin turizam u Velikoj Britaniji koji je povezan isključivo samo s izmišljenim Drakulom. (Hovi, 2014.)

Drakula turisti nisu homogena skupina ljudi nego umjesto toga Drakulin turizam obuhvaća niz motiva i interesa, od kojih je svaki povezan sa različitim stupnjevima zanimanja za nešto mračno, a ponekad i bez interesa. Jedan od najstarijih motiva je potraga za književnim korijenima Drakule Brama Stokera. Ostali motivi su traženje inspiracije za vlastito pisanje od strane književnika, želja za povezivanjem s nečim mračnim, susret s nadnaravnim tijekom posjeta, neki turisti konkretno grofa Drakulu u nekom obliku te jednostavno želja da se posjeti Transilvanija jer je to prilika kako bi se povezali s maštovitim svijetom filma. (Light, 2017.)

Glavna atrakcija unutar Transilvanije je dvorac Bran kojeg turisti najviše posjećuju slušajući priče o vladaru Vladu. Pojedine turističke agencije nude ture sa tematikom Drakule, međutim nedovoljno su promovirane. Također postojao je prvi vladin projekt pod nazivom Dracula Park, zabavni park inspiriran pričom Stokera, ali nikad nije zaživio pošto je projekt odbačen 2005. godine. (Patrichi, 2013.) Park je trebao sadržavati opsežan raspon atrakcija, uključujući dvorac, labirint, institut za vampirologiju, konvencionalni zabavni park, izložbu rumunjske povijesti zajedno s trgovinama, restoranima i smještajem. Trebao je biti smješten u rodnom mjestu Vlada Tepeša te je imao za cilj ponovno pokretanje turizma Rumunjske. Projekt je također trebao pokazati kako se zemlja pomirila s mitom o zapadnom Drakuli te da je bila dovoljno samouvjerena da je iskoristi na svoj način, pod svojim uvjetima. No, bilo je jako puno problema, na kraju park nije bio financiran kako je bilo planirano od strane ulagača koji nisu bili voljni kupiti dionice te je generirao snažnu kampanju oporbe koja je bila zabrinuta za utjecaj na međunarodni imidž tvrdeći kako će zemlja postati sinonim za užas. Drugi pojedinci su se pak

usprotivili izboru lokacije da ne bi dovelo do zbrke između grofa Drakule i Vlada Tepeša čemu se protive već godinama, neki zbog lokacije parka na području jako stare hrastove šume koja je pod zakonskom zaštitom, kao i blizine srednjovjekovnoj tvrđavi Sighisoara koja je pod UNESCO-vom zaštitom. Različite međunarodne organizacije također su se usprotivile, pa je do 2002. godine park postao jedna velika sramota i ideja koja je naštetila imidžu zemlje. Smatra se kako je projekt pokazao kako vlada ne poštuje zaštitu svojih prirodnih ljepota i povijesne kulture te da je bila spremna ignorirati vlastite zakone i svoje obveze iz međunarodnih ugovora. Tako je prvi ozbiljan pokušaj iskorištavanja fenomena o Drakuli za turizam prezentirao poruku o Rumunjskoj koja je bila suprotna od onoga što je bilo predviđeno. (Light, 2007.)

Merry groblje je jedno od najljepših groblja u Europi te je uvršten u vrhunska jedinstvena groblja u svijetu. Nalazi se blizu grada Sighetu Marmatiei u Transilvaniji gdje se nalazi zatvor Sighet. Njegov prijevod je veselo groblje jer je mjesto neočekivano ispunjeno radošću. Nekima se može činiti čudnim ali ondje nije tiho niti svečano već mjesto koje slavi život, stavljajući osmijehe na lica posjetitelja. Stan Ioan Patras isklesao je prvi hrastov križ davne 1930. godine iz ljubavi prema ljudima i životu. Naslikao ih je u posebnoj nijansi plave boje koja je danas poznata kao Sapanta Blue. Svaki križ oslikan je tom nijansom plave, ukrašen tradicionalnim uzorcima i slikom koja, uz duhovitu pjesmu ili epitaf, donosi malo svjetla u prošli život mrtvih. Neki od njih mogu izgledati bezosjećajno, ali njihova je svrha pokazati život onakav kakav jest, s dobrim i lošim, s grijesima ili tragičnim nesrećama, sa smiješnim pričama i sretnim trenutcima. Mogu se vidjeti ljudi prikazani kako piju, kuhaju ili rade na polju. Danas postoji više od 800 ručno izrađenih križeva i njihov broj i dalje raste kako tradicija još uvijek opstaje. (Balaceanu, 2021.) „Najposjećeniji su „Crucea cu Soacra“ i „Mort de Moarte Fortata“ što doslovno znači „Majčin pravni križ“ i „Umro sam jer me smrt prisilila“." (Unusalplaces.org, 2021.)

Slika 2. Merry groblje u Rumunjskoj

Izvor: https://unusualplaces.org/the-merry-cemetery-of-sapanta-another-kind-of-cemetery/

3.2. ANALIZA ODABRANIH DESTINACIJA MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ

U Rumunjskoj mračni turizam se iskazuje na nekoliko destinacija koje ujedno imaju kulturno – povijesnu vrijednost. Od glavnog grada koji sadrži veći broj različitih mračnih lokaliteta do manjih gradića gdje se nalaze zatvor Sighet iz razdoblja komunizma i dvorac Bran koji je najvažnija atrakcija vezana uz Drakulin turizam.

3.2.1. BUKUREŠT

Glavni i ujedno najveći grad Rumunjske je Bukurešt te se smjestio se na jugoistočnom dijelu države. Prema podacima nacionalnog statističkog instituta grad je 2018. godine ostvario 2.08 milijuna posjetitelja i jedini je veliki grad u zemlji koji privlači više stranih turista nego domaćih. (Romania-insider.com, 2019.) Kao turistička destinacija, Bukurešt je često opisan kao grub, hladan i neprijateljski grad. Međutim grad ima svoj šarm i to osobito iz perspektive kulturnog i mračnog turizma. Ta njegova tamna strana je povezana uz razdoblje komunizma pod vlašću Nicolaea Ceausescua te rumunjsku revoluciju 1989. godine kao posljedicu njegova vladanja. (Hohenhaus, dark-tourism.com) No također postoji mali židovski muzej, groblje sa dirljivim pričama i pokoja turistička odredišta vezana uz Drakulin turizam.

Trg revolucije je trg u središtu Bukurešta, a ujedno je i mjesto gdje su snimljene najpoznatije snimke rumunjske revolucije, od kojih su najistaknutiji posljednja dva govora diktatora

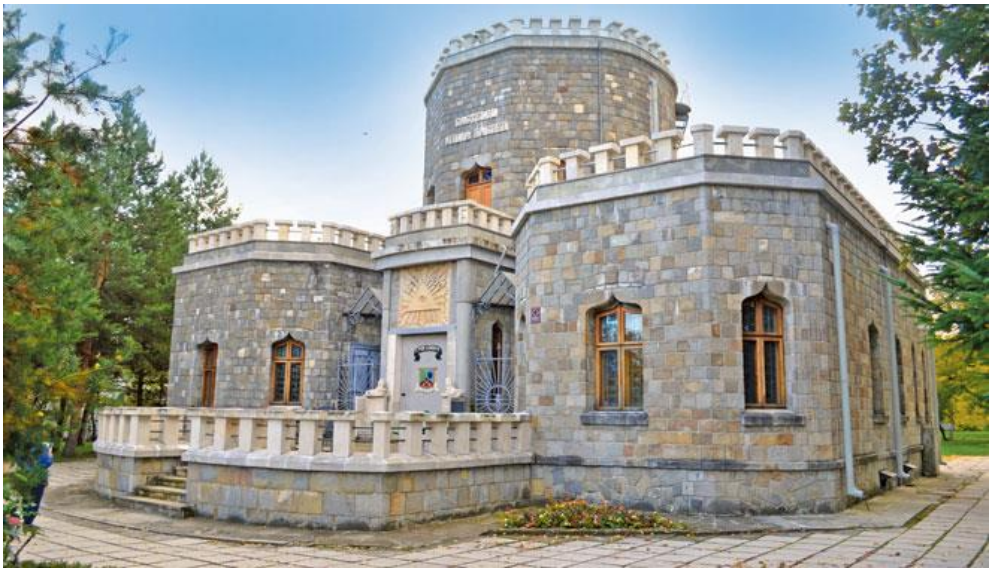
Ceausescua na kojima je bio izviždan te njegovog kasnije bijega helikopterom. Na trgu su izbile borbe između prosvjednika i vojske te se još uvijek mogu vidjeti oznake od metaka na nekim zidovima zgrada. U sjećanje na revolucionare podignut je spomenik koji se uglavnom sastoji od niske bijele mramorne piramide čiji vrh čak ukazuje na balkon na kojima se diktator bio obratio narodu. Glavno žarište u središtu trga je kontroverzni „Memorijal Preporoda“ podignut kao spomen na revoluciju i početak postkomunističkog doba, uglavnom je diskutabilan zbog svojeg dizajna, a ne toliko što on sam predstavlja. Doista je neobičnog izgleda jer se radi o tankoj piramidi - igli od bijelog mramora koja kao da probija zaobljeni brončani predmet prema vrhu, no i njegova točna simbolika je poprilično nejasna. U podnožju spomenika se nalazi skupina brončanih figura i dva zaobljena dijela betonskih zidova s imenima žrtava upisanih u bronci. Iza spomenika stoji zgrada koja je danas Ministarstvo unutarnjih poslova, ali je do 1989. godine u njoj bio smješten središnji odbor komunističke partije, a upravo su na tom prednjem balkonu bila održana dva spomenuta javna obraćanja. U blizini trga ističe se vrlo upečatljiva građevina koja je uništena u revoluciji, ljuska uništene zgrade iz koje se uzdiže vrlo moderno izdanje od stakla i čelika. Danas se u podrumu zgrade nalazi kafić u kojem se mogu vidjeti crno – bijele fotografije snimljene tijekom tih znamenitih dana revolucije. (Hohenhaus, dark-tourism.com)

Muzej židovske povijesti u centru glavnog grada u kojemu su samo neki dijelovi njegova sadržaja mračni, ali cijeli je muzej prilično vrijedan posjete. Zgrada je nekoć bila sinagoga, a od 1978. godine djeluje kao muzej koji pruža rijedak uvid u rumunjsku židovsku povijest. U velikoj mjeri je djelo glavnog rabina Mosesa Rosena čija je misija bila borba protiv potpunog nestanka židovske ostavštine jer se u to vrijeme židovska zajednica smanjivala, a njihov identitet je bio u opasnosti da bude zaboravljen, dakle njegova inicijativa se također može promatrati kao otpor protiv Ceausescuovog režima. Muzejska zbirka se uglavnom sastoji od dokumentacije o postojanju Židova u Rumunjskoj i njihovog doprinosa umjetnosti, znanosti i židovskom društvu. Ali za mračnog turista glavna atrakcija mora biti spomen soba pod nazivom „Sjećanje – mučeništvo Židova iz Rumunjske 1940-1944“. Posjetiteljima se priča o deportaciji rumunjskih Židova u Moldaviju, holokaustu te svim manje poznatim događajima. Eksponenti u toj maloj tamnoj sobi su kip bez lica, redovi fotografija deportacija, progona i masakra popraćeni s nekoliko tekstualnih panela te kronološka karta svih antisemitskih mjera tog vremena. (Hohenhaus, dark-tourism.com)

Bellu groblje ili „Belluov vrt duša“ je najveće groblje u Bukureštu i jedno od najpoznatijih u cijeloj Rumunjskoj. Posjed na kojem se danas nalazi groblje je u 19. stoljeću darovao barun

Barbu Bellu zbog ograničenosti prostora oko vjerskih institucija gdje su se do tada ljudi pokopavali. Na groblju ima toliko realističnih kipova i kripta da je lako osjećati kao da su pokojnici još uvijek među živima, a tek nakon saznanja koliko izvanrednih i tragičnih priča iz prošlosti su ponijeli sa sobom. Više kapelica i pogrebnih skulptura počiva skriveno u gustoj mreži uličica i malih staza. Predstavlja impresivnu galeriju rumunjskih povijesnih ličnosti gdje su sahranjeni poznati pjesnici, glumci, arhitekti, pjevači, ministri itd. Pisci imaju čak svoju posebnu uličicu gdje počivaju jer njihovi doprinosi odražavaju divljenje rumunjskog naroda prema čovjeku koji je postao besmrtan zahvaljujući svojim djelima. Dok se prolazi kroz grobnice, primjetne su dama s kišobranom, nasmijana glava rumunjskog glumca koji je poginuo tijekom razornog potresa 1977. godine, otac koji oplakuje gubitak kćeri pored kreveta te mauzolej Iulie Hasdeu koja je bila čudo od djeteta i umrla je u dobi od samo 19 godina. Njezin otac nikada se nije mogao nositi s njezinom smrću pa je pokušavao pronaći načine da komunicira s njom te mu je navodno rekla kako bi trebao izgledati njezin nadgrobni spomenik. (Condrea, 2019.)

Slika 3. Mauzolej Iulie Hasdeu



Izvor: https://locuridinromania.ro/judetul-prahova/orasul-campina/castelul-iulia-hasdeu.html

Među najpoznatijim skulpturama su djelo Rafaella Romanellija koji predstavlja par Poroineanu, navodno muž i žena koji su počinili samoubojstvo nakon što su saznali da su brat i sestra te kip Kataline Boschott, istaknutiji kao dama s kišobranom, a bila je učiteljica koja je umrla nakon neuspješne operacije te pokopana i oplakivana od strane svog tajnog ljubavnika. Ovaj umjetnički muzej na otvorenom 2010. godine je uvršten na popis Udruženja značajnih groblja u Europi. (Condrea, 2021.)

U Bukureštu je 1997. otvoren jedinstveni restoran i klub Grof Drakula gdje imaju par večeri u tjednu nastupe uživo gdje glumac koji je prerušen u Drakulu vodi interakciju s publikom. U restoran dolaze uglavnom strani turisti dok ga Rumunji posjećuju samo ukoliko su u društvu prijatelja iz drugih zemalja ili poslovnih partnera. (Cosma, 2007.)

U blizini glavnog grada je još jedna lokacija koja se uklapa u Drakulin turizam. Za srednjovjekovni samostan Snagov na malenom otoku istog imena kažu da je posljednje počivalište Vlada Tepeša. Kao i kod mnogih aspekata priče o Drakuli, mnogo se raspravlja o tome pripada li tijelo zakopano ovdje zapravo Tepešu. Kako se navodi, nakon što je ubijen tijekom borbe s Turcima 1476. godine, njegovo tijelo su redovnici donijeli u samostan i htjeli ga pokopati kako bi se njegova duša mogla odmoriti. Priča se kako za to nitko nije znao osim redovnika. Danas se slike Vlada Tepeša nalaze unutar samostana pored srednjovjekovnog murala. (Poteaca, 2018.) No bez obzira je li Vlad stvarno pokopan u samostanu ili ne, očito je imao jaku povezanost s otokom jer je ondje izgradio utvrde oko samostana, most od jezera do kopna, zvonik, tunel za bijeg i zatvor čiji ostaci se još uvijek mogu vidjeti. Važno je spomenuti kako je samostan jedan od najvažnijih vjerskih spomenika u Rumunjskoj. (Lonelyplanet.com, 2021.)

Vidljivo je kako je glavni grad Bukurešt fokusiran na memorijalni turizam komunizma. Boljom marketinškom strategijom i orijentacijom na dva prikazana groblja puna umjetnosti fokus turista ne bih bio toliko dominantan na povijest komunističkog režima. Osim toga, turističkim stručnjacima je u vidu mračnog turizma u Rumunjskoj najbitniji Drakulin turizam zbog svoje autentičnosti i zanimljivost koju zemlja još nažalost ne prepoznaje.

3.2.2. ZATVOR SIGHET

Nalazi se na sjeveru Rumunjske u gradu Sighet Marmatiei. Puno ime mu je Memorijal žrtvama komunizma i otpora te je dio većeg projekta i suradnik Međunarodnog centra za proučavanje komunizma u Bukureštu. Izgrađen je još u 19. stoljeću pod Austro – Ugarskom monarhijom te je bio zatvor za uobičajene kriminalce. U razdoblju nakon Drugog svjetskog rata, krajem 40 - ih godina korišten je od strane komunističkog režima koji je zatvarao političku i vojnu elitu točnije sve one koji su se protivili takvoj vrsti režima. Od ekonomista, političara, svećenika pa sve do pisaca, umjetnika i učenika. Zatvorenici su bili mučeni na razne načine i živjeli u ne ljudskim uvjetima, primjerice nije im bilo dopušteno pogledati kroz prozor niti leći u krevet po danu, slabo su ih hranili, boravili su u hladnim ćelijama bez svijetla. Također su im služili kao radna snaga za određene poslove. Nakon Ženevske konvencije opet postaje običan zatvor za kriminalce do 1977. godine. Prije nego što je objekt u potpunosti napušten netko vrijeme se

koristio i kao tvornica pa skladište. (Memorialsighet.ro, 2021.) Na kraju postaje Sighet muzej koji je nakon godina rekonstrukcije i obnove napokon otvoren 2000. godine kao dio spomenika sjećanja na žrtve komunizma ali i u svrhu edukacije posjetitelja pogotovo mladih osoba, koji nisu proživjele to teško razdoblje povijesti, o stradanjima i patnji koje je uzrokovao komunistički režim. Većinu materijalnih predmeta muzeja donirali su bivši politički zatvorenici i njihove obitelji. Svaka tadašnja zatvorska ćelija je sada uređena muzejska soba sa fotografijama i dokumentima iz tog perioda. Dakle, muzej se sastoji od 50 tematski i kronološki uređenih prostorija te dva dvorišta gdje prvo uključuje kapelicu zajedno s molitvenim prostorom, a u drugom dvorištu koje je prostranije dominira skupina kipova pod nazivom „Procesija mučenika“. Također izložbeni predmeti daju opći pregled stanja u zemljama srednje i istočne Europe pod komunizmom, a ne samo Rumunjske. (Dobre, 2013.)

Slika 4. Brončana skulptura zatvorenika podignutih ruku koji čekaju smrt

Izvor:https://www.uncover-romania.com/attractions/history-culture/museums/sighet-memorial/

Danas je muzej jedan od najpoznatijih atrakcija Rumunjske. Usprkos tome brojke posjetitelja, iako nisu službeno objavljene, su itekako male. Najviše posjetitelja su uglavnom domaći turisti i to njih 96%. (Light, 2021.) Većinu domaćih posjetitelja čine studenti i učenici čije posjete organiziraju lokalne škole. Strani turisti ga slabo posjećuju zbog pomanjkanja pravilne promocije prema inozemnim zemljama pa nisu ili dovoljno zainteresirani ga posjetiti ili ih nitko nije upoznao s informacijom o postojanju takve mračne i poučne atrakcije. Inače ljudi nakon što posjete zatvor i saznaju priče o teroru koji su zatvorenici doživjeli kažu da ih je to iskustvo obilježilo za cijeli život. (Patrichi, 2013.)

3.2.3. DVORAC BRAN

Dvorac je izgrađen u 14. stoljeću te je prvenstveno konstruiran kao zaštitnička utvrda. Kada više nije bio potreban u svrhu zaštite od vanjskih neprijatelja, dvorac se 1920. godine darovao kraljici Mariji te postaje ljetna rezidencija rumunjske kraljevske obitelji. (Muresan, 1998.) Poznat je svijetu kao Drakulin dvorac koji svojim izgledom i položajem odiše zrakom misterije, pa ne čudi što ga turisti povezuju s opisanim dvorcem u knjizi irskog pisca. No Bran osim vizualnog dojma nema drugih poveznica sa imaginarnim dvorcem Drakula, smješten je 240 kilometara južno od područja gdje je pisac smjestio dvorac kao i to što nije uopće zastupljen u filmovima. Općenito se smatra da je Stoker iskoristio prikaz dvorca Bran prema knjizi Charlesa Bonera Transylvania: Its products and its people kako bi opisao svoj imaginarni dvorac vampira, iako ga nikad nije spomenuo u knjizi. (Bran Castle, 2013.)

U stvarnosti Vlad Tepeš nikada nije boravio u tom dvorcu kao vladar, međutim neki tvrde kako je bio zatvorenik mađara dva mjeseca prije nego što su ga premjestili u drugu utvrdu. (Bran Castle, 2013.) Njegov dom je bio dvorac Poienari koji je danas ruševina na visokom brdu pa ga posjećuju samo znatiželjni turisti puni adrenalina i snage za uspinjanjem.

„Upravitelji dvorca nisu nikada napravili nešto kako bi se potaknula povezanost sa Drakulom. Doista, od otvaranja dvorca kao atrakcija posjetiteljima 1957. predstavljen je kao muzej srednjovjekovne umjetnosti, a u novije vrijeme kao kraljevska kuća za odmor, iako se izvan dvorca razvila uspješna trgovina suvenira povezanih s hororima i privatni poduzetnik je otvorio Dvorac Horora, malu unutarnju atrakciju koja nudi kratki doživljaj ukletog dvorca.„(Light, 2017., str. 5) U dvorcu je izložena kolekcija umjetnosti i namještaja koje je prikupila kraljica Marie. Uska stubišta vode kroz 60 prostorija gdje su mnoge povezane podzemnim hodnicima, a u kojima se nalaze zbirke oružja, oklopa i namještaja iz razdoblja od 14. do 19. stoljeća. Dvorac gleda na bajkovito selo Bran sa starim lokalnim kućama što zajedno s nošnjama, kućanskim predmetima i namještajem čini etnografski muzej. (Romania Natural and Cultural, 2021.) Dvorac Bran usprkos povijesnim činjenicama ostat će stranim turistima zauvijek obilježen kao dvorac grofa Drakule, fascinantnog lika iz knjiga i filmova o vampirima.

Muresan (1998.) je iz svojih intervjua sa posjetiteljima dvorca Bran zabilježio kako postoje različita očekivanja među turistima o vezi između dvorca i Drakule. Oni koju su znali da ne postoji povezanost prije dolaska u Bran, ali su svejedno rado posjetili dvorac, zatim turisti koji su znali da ne postoji veza između mita i dvorca, ali su očekivali da će pronaći informacije koje sugeriraju legendu na licu mjesta te posjetitelji koji su očekivali da će ih u dvorcu dočekati Drakulin izgled te iskazali kako je iznenađujuće doživjeti suprotno. Dakle, većina turista je bila

svjesna da je Drakula legenda bez čvrstih veza s dvorcem, ali su bili podijeljenih mišljenja oko toga treba li dvorac iskoristiti priču o Drakuli ili ne. Također su izrazili da ako dvorac i razvije tematiku to treba učiniti pravilno, da nije neumjesno te kako dvorac ne bi trebao iskriviti svoj imidž.

Slika 5. Dvorac Bran

Izvor: http://www.bran-castle.com/

3.3. MOGUĆNOSTI I OGRANIČENJA DALJNJEG RAZVOJA MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ

Unatoč izuzetnom potencijalu za razvoj mračnog turizma Rumunjske zbog razdoblja komunizma, najveća pozornost u medijima i istraživanjima se daje upravo Drakulinom turizmu kojeg Rumunjska u određenoj mjeri dopušta, ali ne podržava. Po određenim aktivnostima same zemlje primjećuje se da je radije orijentirana na povijest komunizma na što ukazuje glavni grad Bukurešt. Iz tog razloga bilo bi potrebno više se fokusirati i promovirati ostale postojane i moguće mračne atrakcije. Primjerice, malo poznata špilja Zamolxes za koju legenda kaže da su na tom mističnom mjestu dacianski svećenici izvodili mnoge rituale ili dvorac Banffy u Transilvaniji uz kojeg se vežu priče o duhovima zatvorenika koje su mučili i ubili njemački vojnici te se također smatra kako je tamo fotografirano neko čudno biće. Smatra se kako je potrebno u svrhu proširenja vanjskog tržišta prilagoditi turističke proizvode zahtjevima sadašnjih turista, isto tako vjeruje se da se mračni turizam još ne može razviti kao neovisan oblik putovanja, eventualno kod određenih situacija gdje su organizirane tematske ture. (Rabontu, 2014.) Naposljetku, usprkos velikom otporu vlade i stanovništva, mračni turizam će

potaknuti i interesne skupine takvog oblika turizma da posjete druge lokalitete i destinacije zemlje unatoč svojoj primarnoj motivaciji putovanja, bilo to Drakula ili samo povijest. U nastavku su predstavljene prednosti i nedostaci njegova razvoja kao i što bi se moglo napraviti kako bi maksimizirao svoj potencijal.

Prednosti Drakulinog turizma Rumunjske:

1. Na temelju knjiga koje su stvorile priču, koja je tako oformila mit o Drakuli, postoji, knjiga Brama Stokera te sve ostale povezane knjige mogle bi se koristiti barem kao inspiracija za književne ture
2. Rumunjska već ima niz poznatih lokacija koje su povezane s Drakulom, a to su dvorac Bran, Sighisoara, tvrđava Poeinari i samostan Snagov, a ujedno pripadaju kulturnom i povijesnom turizmu
3. Drakula je kako je već spomenuto međunarodni brand i ima važnu reputaciju koja je stečena u zadnjih 70 godina pa se tako niti jedan sličan ili isti novi brand može s time konkurirati
4. Troškovi promocije turističkog proizvoda koji uključuje drakulino ime na međunarodnoj razini, izrazito su niski. A takva situacija je posljedica popularnosti brenda Drakula te činjenica da bez potrošnje novaca na promoviranje Rumunjska i Drakula se ionako spominju u zapadnim medijima svake godine kada se bliži Noć vještica

Nedostaci Drakulinog turizma Rumunjske:

1. Odbijanje i suzdržanost koje narod Rumunjske izražava prema vampiru Drakuli, a takav stav je kreiran kao kombinacija povijesnih i kulturnih elemenata zemlje. Kao posljedica toga, Drakula se percipira na negativan način, a ne kao fikcijska osoba kao što bi i trebalo biti
2. Postoji problem autorskih prava na Drakulino ime koji bi se trebao itekako riješiti pošto bi mogao biti dosta kompliciran proces reguliranja vlasništva. Ukoliko se zanemari, zakonske radnje bi odgodile plasiranje turističkih proizvoda
3. Ideje koje se provode u praksi kako bi se iskoristio brand imaju malo udjela i poznate su samo ograničenom broju zainteresiranih turista
4. Nedostatak vizije rumunjske vlasti zadužene za razvoj turizma dalje od početne faze. Do 2006. godine moglo se opravdati na manjak strategije za razvoj turizma, međutim od iste godine strategija postoji, no ime Drakula se nigdje ne spominje, niti

se uzima u obzir kao mogući dio turističkog proizvoda i promocije. Uz nedostatak vizije tu je također i nedostatak sredstava barem za studije o razvoju turističkih proizvoda, uključujući Drakulin turizam. (Cosma, 2007.)

Uzimajući u obzir argumente koji su za Drakulin turizam, ukazuje se na to da postoje svi potrebni aspekti kako bi se pravilno mogao iskoristiti takav turistički proizvod, no nedostatke za Drakulu treba shvatiti ozbiljno i pronaći načine njihovog rješavanja. Cosma i suradnici (2007.) smatraju da će određene kulturne barijere uvijek postojati, pa stoga izražavaju da u procesu stvaranja turističkog proizvoda Drakule treba postojati podjela na dva prepoznatljiva proizvoda. Prvi proizvod koji se odnosi na strane turiste koji dolaze prema interesu iz knjige Brama Stokera, no treba uzeti u obzir njihovu percepciju vampira i toga kakvu oni ponudu očekuju jer su do sada bili njome dosta razočarani. Također proizvod bi trebao sadržavati posebnu stavku, a to je Noć vještica što bi privuklo uglavnom zapadnu kulturu s naglaskom da se ne povezuje sa lokalnim tradicijama Rumunjske. Dok bi drugi proizvod bio fokusiran samo na domaće stanovništvo koji bi uključivao povijesne činjenice u vezi s Vladom Tepešom te kulturna obilježja u skladu sa lokalnim legendama i tradicijama. Usprkos izdvojenosti, ta dva proizvoda bi mogla imati i zajedničku točku, spoj fikcijskih elemenata sa povijesnim i kulturnim elementima Rumunjske. Takva zajednička zona omogućila bi prodaju proizvoda u cjelini ili po komponentama, ovisno o turističkoj potražnji. S tim na umu smatra se kako bi taj način spajanja mogao koristiti za promicanje drugog turističkog proizvoda, a to je kulturni turizam u Rumunjskoj. Koristeći povijesnu dimenziju Drakule kroz svoju povezanost s Tepešem, smatraju da bi se kulturni turizam mogao bolje i atraktivnije promovirati za strane posjetitelje, ali bi takva veza mogla i ublažiti negativni stav naroda Rumunjske. Kulturna dimenzija proizvoda Drakula mogla bi privući rumunjske turiste da ponovo otkriju svoju zemlju. Što se tiče ostalih nedostataka, najopasniji je nedostatak vizije jer bi mogao generirati stvaranje proizvoda koji nije u skladu s željama turista. Potrebno je prevladati prepreke mašte i provedbe. Još jedna velika prepreka predstavljena je potrebnim financijskim sredstvima, a problem bi se mogao riješiti uz dobru i kreativnu ideju za turistički proizvod upotpunjenu adekvatnim izborom partnera. Ali prvi i najbitniji korak je da istraživanje tržišta treba napraviti pravilno. (Cosma, 2007.)

Rumunjska mora prepoznati važnost svojih spomenutih mračnih lokacija, a i onih koji mogu biti kategorizirani pod takvu tematiku. Kada bi se istraživanje provelo vidjelo bi se koliko bi Drakulin turizam zapravo bio profitabilan za Rumunjsku pa bi vlada možda promijenila svoje

mišljenje. Osim toga, vidljivo je da postoje mnoge već pružene mogućnosti njegova razvoja samo treba uspješno odabrati te promovirati.

4.KRITIČKA ANALIZA PONUDE MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Najpoznatije lokacije mračnog turizma u Hrvatskoj su grad Vukovar, Goli otok i Jasenovac. U nastavku će se analizirati što sve nude spomenute destinacije u sklopu turizma na temelju povijesnih događaja. Osim toga, Kringa u Istri je prezentirana kao mjesto specifične mračne tematike.

4.1. ANALIZA ODABRANIH DESTINACIJA MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Mračni turizam u Hrvatskoj poznatiji je pod imenom memorijalni ili ratni turizam, što zapravo i je dominantan segment mračnog turizma. U Hrvatskoj se dakle takav oblik turizma usko veže uz Drugi svjetski rat te ponajviše uz Domovinski rat. Faktor uspjeha mu je upravo u tom povijesnom kontekstu, autentičnosti područja te realnosti vizualizacije tih povijesnih trenutaka. Posjetitelji su najčešće osobe koje su bile direktno ili indirektno povezane sa sličnim ili istim događajima, ali i osobe koje iz posjete takvim mjestima se žele educirati o uzrocima i posljedicama ratova kao i suosjećati s patnjama stradalih. (Institut za turizam, 2015.) No mračni turizam također podrazumijeva uglavnom izmišljene i mistične priče o nadnaravnim stvorenjima, kao što su primjerice vampiri, koji su danas zastupljeni među legendama, knjigama te se sve više popularizira među filmovima.

Memorijalni turizam se može podijeliti na dvije komponente, ona koja je rezultat ljudske patnje kao posljedica društvenih sukoba te ona koja je povezana s patnjom kao posljedica prirodne ili namjerne katastrofe. Za razliku od mračnog turizma koji uključuje širi opseg područja iste tematike, memorijalni turizam ne podrazumijeva lokacije kao što su mjesta stradanja pojedinaca, primjerice slavnih osoba te mjesta za mračne rituale i misteriozne događaje koji se koriste u zabavne svrhe itd. (Kesar, 2014.)

4.1.1. VUKOVAR

Grad Vukovar je smješten na istoku Hrvatske te leži na ušću rijeke Vuke koja se ulijeva u Dunav, a on čini granični prijelaz s državom Srbijom. Odluka da se Hrvatska razdvoji 1991. od Republike Jugoslavije rezultirala je agresijom Srbije na Hrvatsku, ali ponajviše na Vukovar. Počinje rat kojeg nazivamo Domovinskim ratom za nezavisnost. Iako se hrvatska vojska hrabro borila i pružala otpor, nakon skoro 90 dana rata grad pada. (Blažuc, 2018.) Posljedice su bile strašne, veliki broj žrtava i razrušenih objekata. Nakon pada grad je bio pod opsadom Srbije. Tijekom 1998. godine Vukovar je mirno vraćen na područje države i od tada stoji kao simbol

hrvatske slobode. U zadnjih 20 godina dosta se napravilo kako bi se grad ponovo izgradio te zaživio populacijom. (Madarac, 2020.) Međutim cjelokupni oporavak još i danas traje, a s time ostaje i gorko sjećanje na taj crni period hrvatske povijesti.

Postoji nekoliko lokaliteta za sjećanje na žrtve rata i sam rat koje posjećuju turisti te učenici osnovnih i srednjih škola kako bi se osvijestili i stekli znanje o Domovinskom ratu. Svi lokaliteti sjedinjeni su u jednu cjelinu pod nazivom Vukovarski nokturno koji posjetiteljima omogućuju cjelovito sagledavanje najmračnijeg povijesnog razdoblja. Sastoji se od sedam memorijalnih lokaliteta, a to su: Vukovarska bolnica, Vukovarski vodotoranj, grobnica i Spomen dom Ovčara, Memorijalno groblje, Memorijalni centar Domovinskog rata, Križ na ušću Vuke u Dunav te Spomen dom hrvatskih branitelja na Trpinjskoj cesti. (Blažuc, 2018.)

Vukovarska bolnica koja se još naziva mjesto sjećanja u kojoj se za vrijeme rata liječilo nekoliko stotina ljudi u neadekvatnim uvjetima i bez potrebne medicinske opreme. U znak sjećanja u podrumu bolnicu je dočaran i rekonstruiran život medicinskog osoblja i ranjenika tijekom opsadnog stanja uz multimedijalni prikaz ratnih zbivanja. Na vanjskom ulazu nalazi se križ na kojem su izbušene rupe kao znak na granate koje su padale na bolnicu. Vukovarski vodotoranj je visok 50 metara te je bio jedna od najčešćih meta ratnog suparnika koja mu je nanijela znatno mnogo oštećenja, međutim nije se srušio. Danas se označava kao simbol pobjede i zajedništva. (Blažuc, 2018.) Od 2020. godine vodotoranj stoji obnovljen za svrhe posjetitelja. Dok se vanjski izgled nije promijenio, unutrašnji prostor je pretvoren u muzej sa svim potrebnim pričama o ratu i napadu na toranj. Od muzejskog postava do vrha vodi memorijalna staza koja simbolizira težak uspon u borbi za slobodu i neovisnost, na samom vrhu se nalazi vidikovac s pogledom na Srijem, Dunav i na sam Vukovar. (Hrvatska turistička zajednica, 2021.)

Slika 6. Vukovarski vodotoranj

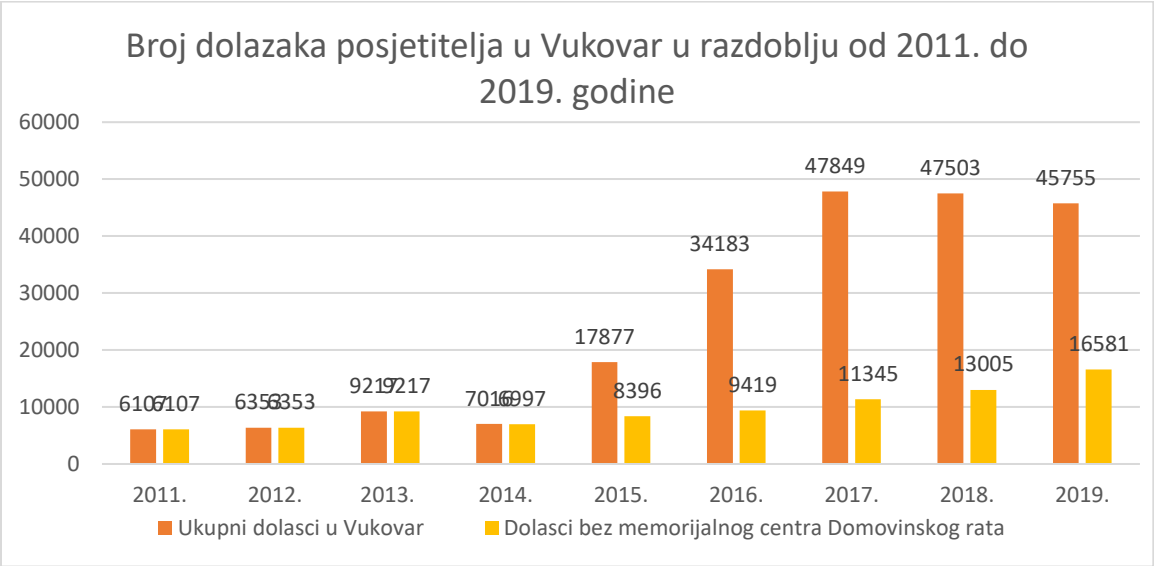
Izvor: https://slobodnadalmacija.hr/vijesti/hrvatska/zavrsena-obnova-vukovarskog-vodotornja-zbog-koronavirusa-vecerasnje-svecano-otvorenje-bez-prisutnosti-gradana-1054314

Spomen dom Ovčara mjesto je stradanja civila i ranjenika u ratu. Prostor je pretvoren u suvremeni memorijalni centar te je atmosfera osmišljena na način da što više nalikuje na onu iz 1991. godine kako bi ju svaki posjetitelj mogao osjetiti. Na zidovima su postavljene fotografije ubijenih i nestalih, a ispod slika se nalaze njihove osobne stvari koje su nađene u grobnicama. Na stropu se nalaze žaruljice koje simboliziraju zvijezde za svaku poginulu i nestalu osobu na Ovčari, dok je na podu u središtu centra instaliran zdenac života ili spirala smrti u kojem se elektronski rotiraju imena žrtava. Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata se nalazi na istočnom dijelu grada. (Turistička zajednica grada Vukovara, 2019.) Podrazumijeva najveću masovna grobnicu u Europi od Drugog svjetskog rata. Na groblju se nalazi 938 bijelih mramornih križeva, gdje svaki simbolizira jednu žrtvu. Na sredini groblja izgrađen je spomenik visok 4 metra koji čini obrise zračnog križa te ispod njega stoji vječni plamen. (Blažuc, 2018.)

Memorijalni centar Domovinskog rata je smješten u vojarni 204. brigade Hrvatske vojske. Posjetitelji se ovdje mogu upoznati sa svim objašnjenjima događaja iz Domovinskog rata u čitavoj Hrvatskoj koji su poredani kronološki. Cilj centra je briga o memorijalnim lokalitetima, edukacija učenika i turista o povijesnoj važnosti ratova te najvažnije očuvanje sjećanja na žrtve Domovinskog rata. Bijeli križ na ušću rijeke Vuke u Dunav koji je sagrađen u centru Vukovara predstavlja spomen obilježe za sve one koji su svoj život dali borbi za nezavisnost i slobodu. Na njemu su glagoljicom uklesani stihovi Frana Krste Frankopana: „Navik on živi ki zgine pošteno“. Spomen dom hrvatskih branitelja na Trpinjskoj cesti je zapravo bivša zgrada pošte koja je u vrijeme rata bila korištena kao zapovjedništvo obrane grada. Ispred doma se nalazi tenk kao simbol sile kojeg su oborili odvažni branitelji te bista generala Blage Zadre pod čijim

vodstvom je uništeno na desetke tenkova i oklopnih vozila upravo na tom području Vukovara. (Turistička zajednica grada Vukovara, 2019.)

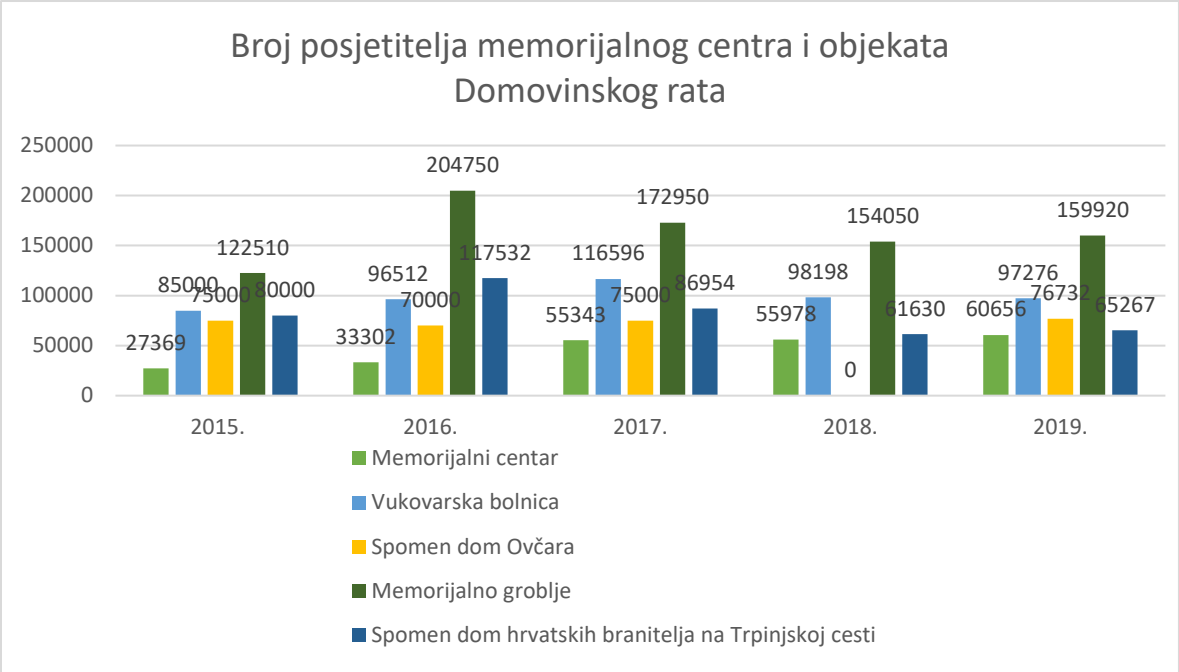
Grafikon 1. Broj dolazaka posjetitelja u Vukovar u razdoblju od 2011. do 2019. godine



Izvor: izrada autora na temelju prikupljenih podataka Turističke zajednice grada Vukovara

Na grafikonu je predstavljen turistički promet grada Vukovara usmjeren na ukupne dolaske i dolaske koji ne uključuju brojke memorijalnog centra Domovinskog rata. Uočavaju se isti podaci u razdoblju od 2011. do 2013. godine, a razlog leži u tome što je javna ustanova memorijalni centar Domovinskog rata osnovana upravo 2013. godine od strane Republike Hrvatske. Zatim se primjećuje polagan, a onda i znatan skok u posjećivanju memorijalnog centra. Najveći broj posjeta postignut je 2017. godine gdje je čak 36 504 osobe posjetilo centar, a najmanji broj je bio 2014. godine kad se centar još postavljao na noge od samo 19 posjeta. Mali pad prometa u 2019. godini se pripisuje promjeni programa boravka učenika koji Vukovar posjećuju u svrhu terenske nastave kojeg provodi sama ustanova. Oscilacije između ukupnih dolazaka i dolazaka samo u centar od 2016. godine su iznimno velike, u korist centra. Dolasci bez ustanove od 2011. jesu porasli, ali ne pretjerano do 2017. godine, najveći broj posjetitelja je postignut 2019. godine od 16 581 dolazaka, što je povećanje od čak 16% te je zabilježena kao rekordna godina grada Vukovara. Dok je najmanji promet postignut 2011. godine, rezultatom od 6 107 posjeta gradu.

Grafikon 2. Broj posjetitelja memorijalnog centra i objekata Domovinskog rata



Izvor: izrada autora na temelju prikupljenih podataka Turističke zajednice grada Vukovara

Grafikon pruža prikaz broja dolazaka posjetitelja u pet različitih memorijalnih objekata Domovinskog rata u Vukovaru tijekom razdoblja od 2015. do 2019. godine. Važno je napomenuti kako iz nekog razloga Turistička zajednica grada Vukovara nema evidentiran broj posjeta za Spomen dom Ovčara u 2018. godini, ali se može pretpostaviti kako brojka nije previše oscilirala u odnosu na ostale promatrane godine. Spomen dom Ovčara je u cijelom analiziranom razdoblju zabilježio u prosjeku oko 70 000 do 76 700 posjeta godišnje, pritom je najveća brojka ostvarena u 2019. godini. U usporedbi s ostalim objektima memorijalni centar koji je zadnji otvoren javnosti ostvaruje najmanje rezultate, ali je 2019. postigao čak 60 656 dolazaka posjetitelja što je najveći promet realiziran od otvaranja. Memorijalno groblje je područje koje ljudi najviše posjećuju za razliku od ostalih mjesta sjećanja na Domovinski rat. Vrhunac posjete je dostignut 2016. godine kada je groblje posjetilo 204 750 osoba, a od tada promet je podosta pao, pa je 2019. utvrđeno 159 920 dolazaka što je čak i solidan rezultat. Promet Vukovarske bolnice je rezultirao sa 116 596 posjeta u 2017. godini, što je najveći postignut uspjeh, ali kao i za groblje, broj posjetitelja je pao u 2018. godini na 98 200, a godinu dana kasnije za dodatnih 1000 posjetitelja. Također za Spomen dom hrvatskih branitelja na Trpinjskoj cesti vrijedi slična situacija gdje je najveća brojka ostvarena 2016. godine od 117 532 dolazaka, a zatim pada na 61 630 posjetitelja u 2018. godini što je najmanje postignut promet u cijelom promatranom razdoblju dolazaka na spomenuti objekt. U 2019. godini brojka je pomalo porasla za otprilike 4 000 posjetitelja memorijalnog turizma.

4.1.2. GOLI OTOK

Goli otok je hrvatski otok na sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora u blizini otoka Raba. Nekima je poznat i pod nazivom hrvatski Alcatraz, po američkom zatvoru iz povijesti koji slovi kao jedan od najpoznatijih objekata mračnog turizma. Otok je zbog nenaseljenosti, ogoljenosti te izoliranog položaja, pa je gotovo nemoguće pobjeći, izabran kao politički logor 40-ih godina prošlog stoljeća u vrijeme postojanja Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije pod vodstvom Josipa Broza Tita. Predstavlja povijesno mjesto represije prema neistomišljenicima od strane komunističkog režima.

Nakon Drugog svjetskog rata došlo je do sukoba između Sovjetskog saveza i Jugoslavije jer se Sovjeti nisu slagali s njezinim samostalnim akcijama u određenim zemljama. Posljedično tome Sovjeti su u Bukureštu 1948. godine usvojili rezoluciju „O stanju u komunističkoj partiji Jugoslavije“ poznatiju kao Rezolucija Informbiroa te izolirali Jugoslaviju ekonomski i politički stopostotno ili su odnosi svedeni na najmanju moguću mjeru. S obzirom da se znalo da može samo doći do goreg pogoršanja odnosa, jugoslavenski komunisti su se pripremili na zatvaranje stvarnih i navodnih ibeovaca tj. pristalica Sovjetskog saveza u logore. (Goli.hr) Da bi se nekoga zatvorilo bila je dovoljna samo sumnja političkog člana partije ili običnog građana. Smatra se kako je oko 16 000 ljudi bilo zatvoreno i osuđeno, od čega najviše muškaraca te da su kažnjenici bili pripadnici svih nacionalnih skupina i porijeklom iz svih Republika. (Čvek, 2018.)

U razdoblju od 1949. do 1956. godine osim glavnog logora postojalo je više manjih logora na otoku, tri za muškarce i dva za žene. Logoraši su živjeli u iznimno teškim uvjetima, spavali su na daskama pokriveni potrganim dekama, zastrašivani, pretučeni i ne tako rijetko vezani lancima, morali su raditi u kamenolomima i proizvodnim pogonima bez alata ili s jako malo alata koji su bili teški i komplicirani za rad te su također bili natjerani da oni sami psihički i fizički muče druge logoraše. (Čvek, 2018.) Kada su zarobljenici odslužili kaznu i napokon pušteni na slobodu morali su potpisati zavjet šutnje odnosno bilo im je zabranjeno pričati o događajima i iskustvima na otoku ili bi ih vratili u logor. Tako je Goli otok dugo vremena bio javna tajna. (Goli.hr)

Nakon što je prestao sukob sa Savezom, na Golom otoku više nisu postojali logori već su pretvoreni u zatvore za kriminalce, delikvente i političke zatvorenike gdje su uvjeti kažnjavanja bili znatno podnošljiviji. Neki od prijašnjih zatvorenika logora bili su osuđeni na dodatne kazne pa su vraćeni na otok. Također su tamo kaznu služili protivnici tadašnjeg režima, čiji točan broj dan danas nije poznat. Kazneni objekt je zatvoren i u potpunosti razrušen 1988. godine. (Goli.hr)

Slika 7. Prikaz današnjeg stanja Golog otoka

Izvor:https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/zdtube/donosimo-detaljan-prikaz-kako-goli-otok-i-nekadasnji-zloglasni-zatvor-izgledaju-danas-600082

Danas se na otoku mogu vidjeti devastirane zgrade koje dodatno propadaju i prepuštene su zaboravu. Posjetitelji mogu uočiti samo spomen ploču sjećanja na žrtve, kratki film od 10-ak minuta te pokoji ugostiteljski objekt. Međutim unatoč nedostatku turističkih i memorijalnih sadržaja, znatiželja za posjetom je mala ali polako raste pa su poduzetnici okolnih naselja uložili u poneku turističku infrastrukturu. Tako se otok koristi za promoviranje izleta i izradu suvenira te se posjetitelji mogu provozati otokom u prikolici koju vuče traktor s natpisom „Goli Express“. (Šerić, 2017.) No zbog neugodne klime i nedostatka brige vlasnika samog otoka, on postaje sve opasnije mjesto za posjetitelje, do sada je zabilježeno čak nekoliko prijeloma što dovodi do pitanja koliko je zapravo sigurno posjetiti takvo područje. (Brajčić, 2012.)

Što se tiče samog statističkog praćenja broja posjetitelja, njega nažalost nema. Međutim od ribara i organizatora koji prevoze svojim brodovima znatiželjnike se može saznati neslužben broj posjeta otoku. Danas ga posjeti na dnevnoj bazi oko 1200 turista koji stižu ili u vlastitom aranžmanom ili preko organizirane grupe, najčešće iz Lopara. Najviše posjetitelja dolazi iz Slovenije jer ipak s njima dijelimo taj dio zloglasne povijesti te također podosta Nijemaca. Svi strani i domaći posjetitelji šokirani su devastacijom otoka, strahuju za svoju sigurnost prilikom posjete i nije im jasno zašto se ništa ne poduzima po tom pitanju. (Brajčić, 2012.) Ali do izgradnje muzeja s različitim edukacijskim programima i velikog, a i sigurnog turističkog naselja te promocije Golog otoka kao kulturne važnosti Hrvatske dug je put koji zahtjeva

pozamašna ulaganja te izrazito veliku motivaciju državnih političkih aktera da ovakvo mjesto zaživi kao simbol sjećanja i privlačna turistička destinacija.

4.1.3. JASENOVAC

Jasenovac je općina u središnjem dijelu Hrvatske točnije u sisačko – moslavačkoj županiji. Tijekom Drugog svjetskog rata na tom području je osnovan najzloglasniji i najveći koncentracijski logor naše prošlosti koji je vođen pod upravom pronacističke ustaške vlasti tadašnje države NDH (Nezavisna država Hrvatska). (Blažuc, 2018.) Djelovao je u razdoblju od osnivanja države 1941. do njezinog raspada 1945. godine te je dobio potpunu podršku za djelovanje od strane njemačkog vođe i saveznika u ratu Hitlera.

Koncentracijski logori su oblik zatvora gdje je držano civilno stanovništvo i vojnici suprotne strane u Drugom svjetskom ratu. U Jasenovcu logori su se dijelili na radne i sabirne logore te logore smrti u kojima su ljudi ubijani na najgore moguće načine. Postojala su 5 logora: Krapje, Broćice, Ciglana, Kožara te Stara Gradiška. Cilj logora je bilo potpuno istrebljenje pojedinih naroda, vjerskih skupina i onih koji nisu podržavali ustaške politike. Zatočeni u logorima su najviše bili židovi, srbi, romi, hrvati, slovenci, česi kao i manji broj ukrajinaca, rusa, talijana i poljaka. Nakon sloma NDH dio ustaškog pokreta je pobjegao izvan granica Europe, neki su uhvaćeni i osuđeni za zločine u ratu, dok je dio stradao prilikom povlačenja prema Bleiburgu u Austriji. Drugi logori diljem svijeta većinom su ostali sačuvani u izvornom obliku ili su naknadno obnovljeni, dok je koncentracijski logor Jasenovac spaljen i uništen nakon 1945. godine. (jusp-jasenovac.hr)

Tijekom vremena pojedina mjesta gdje su bili smješteni logori i stratišta su prigodno uređena i obilježena. Kako bi se očuvalo sjećanje na žrtve stradale u tim logorima izgrađen je Spomen područje Jasenovac zajedno sa Memorijalnim muzejom. Smješten je na prostoru nekadašnjeg logora Ciglana. Svrha mu je osim odavanja počasti i čuvanje uspomena, prikupljanje podataka o logorima te prezentiranje istih, održavanje lokaliteta kao i educiranje brojnih posjetitelja područja. Muzejski postav sastoji se od izložbe osobnih predmeta poput pisama i lista popisanih logoraša, zatim se na zidovima nalaze slike iz tog vremena te oružja kojim su pogubljeni zarobljenici. Od otvaranja novog muzejskog postava 2006. godine, uočen je povećan broj posjetitelja, pogotovo organiziranih grupa od kojih su od izrazite važnosti grupe učenika osnovnih i srednjih škola. On pokazuje posjetiteljima ispovijesti preživjelih u obliku videozapisa. (jusp-jasenovac.hr)

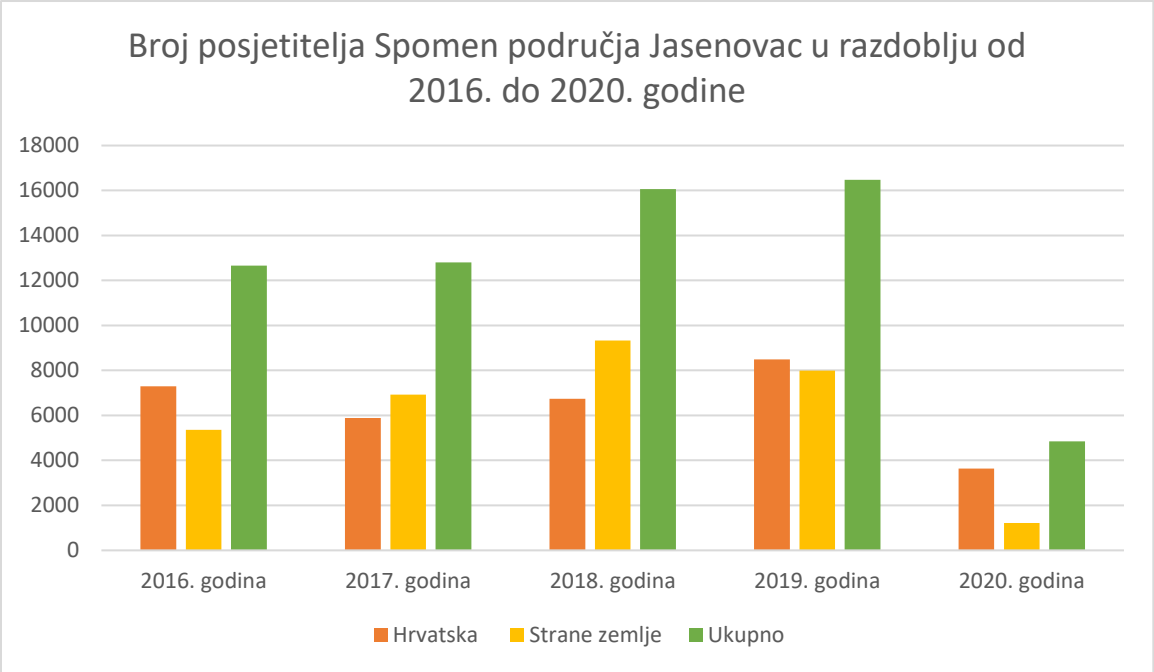
Osim muzeja također je osnovan i Obrazovni centar Jasenovac koji obuhvaća provođenje obrazovnog programa na način da učenici podijeljeni u malim grupama rješavaju radne zadatke i vode rasprave. Na temelju toga usvajaju znanja o Drugom svjetskom ratu i ljudskim stradanjima te vrijednosti o toleranciji, demokraciji i mirnom rješavanju sukoba. Na kraju nakon stečenog znanja i iskustva napišu svoju poruku mira koju ostavljaju slijedećoj školskoj grupi. Uz spomenute objekte Spomen područje također skrbi o sačuvanom logorskom objektu Kula, groblju u Staroj Gradišci, romskom groblju u Uštici te masovnim grobnicama u Jablancu, Mlaci i Krapju. (jusp-jasenovac.hr)

Od iznimne važnosti je spomenuti i dva posvećena spomenika. Prvi spomenik je Cvijet u Jasenovcu kao znak vječitog obnavljanja od strane arhitekta Bogdana Bogdanovića. Put do spomenika popločen je pružnim pragovima koji simboliziraju nastavak sačuvane pruge kojom su zatočenici vlakom dovedeni u logor. Tadašnji vlak su Jasenovcu poklonile jugoslavenske željeznice, prvenstveno se koristio za prijevoz stoke, no u ratu za transport žrtava od i do logora. Na lokalitetu Cvijet je postavljena brončana ploča u kojoj su upisani stihovi iz pjesme Jama pisca Ivana Gorana Kovačića. Drugi spomen obilježja Jasenovac je spomenik Mrtvi živima oči otvaraju te se sastoji od dva dijela, skulpture majke s djetetom i velike ploče s podacima o stradanju mještana. (jusp-jasenovac.hr)

Slika 8. Spomenik Cvijet u Jasenovcu okružen hortikulturno uređenim okolišem

Izvor: http://www.jusp-jasenovac.hr/Default.aspx?sid=5904

Grafikon 3. Broj posjetitelja Spomen područja Jasenovac u razdoblju od 2016. do 2020. godine

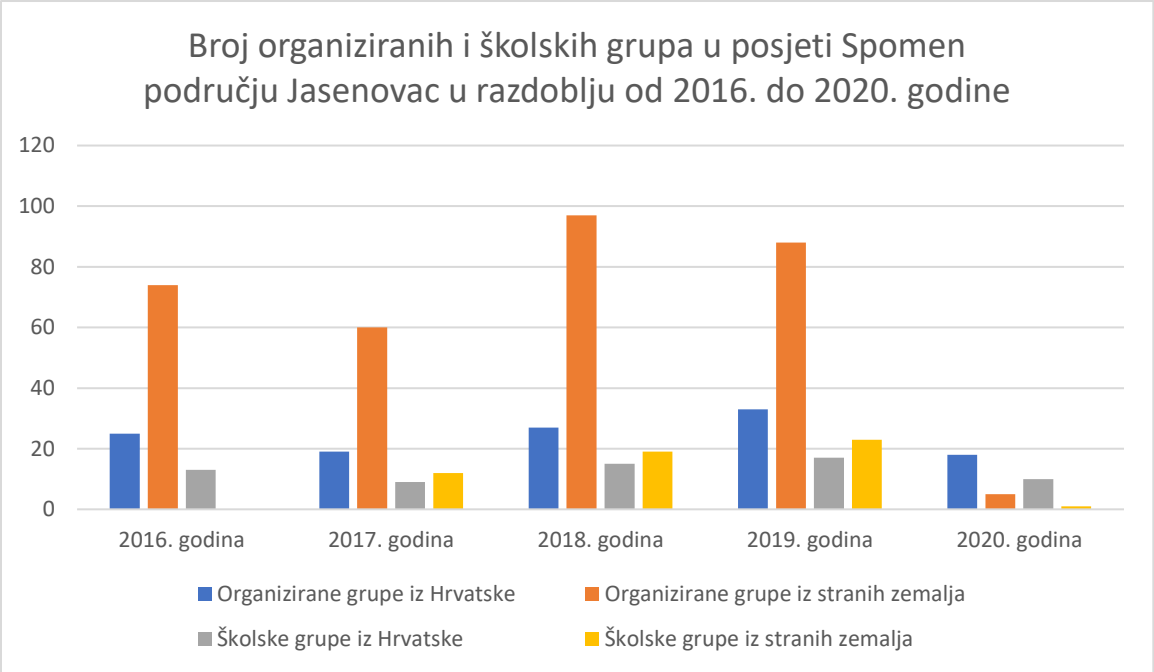


Izvor: izrada autora na temelju prikupljenih podataka sa web stranice http://jusp-jasenovac.hr/Default.aspx?sid=5019

Na grafikonu se može primijetiti broj posjetitelja područja Jasenovac u razdoblju od 2016. do 2020. godine jer su to zasada godine za koje su postojali dostupni podaci. Osim varijable godina, imamo i varijable za samo Hrvatsku, strane zemlje te ukupnu brojku posjetitelja ostvarenu u svakoj godini. Na prvi pogled se zamjećuje da je drastično pao broj dolazaka u 2020. godini uslijed pandemije korona virusa. Korona kriza je itekako utjecala na pad domaćih i međunarodnih putovanja svih vrsta turizma te godine ili putovanja iz određenih zemalja uopće nije niti bilo.

Spomen područje Jasenovac 2016. te 2017. godine je ostvarilo približno jednak ukupan broj posjetitelja. Međutim 2016. godine bio je veći broj posjeta iz Hrvatske, njih 7 297 nego iz stranih zemalja, dok za 2017. godinu vrijedi obrnuta situacija, gdje je područje posjetilo 6 922 strana posjetitelja. Slijedeće dvije godine ukupan broj raste u odnosu na prošle dvije godine. Ukupan promet 2019. godine od 16476 turista bio je najveći broj ostvarenih dolazaka u odnosu na ostale promatrane godine te također postiže najviše posjeta od strane hrvatskih državljana. U 2018. godini je dostignuta najviša razina dolazaka iz stranih zemalja, njih 9 326 posjetitelja.

Grafikon 4. Broj organiziranih i školskih grupa u posjeti Spomen području Jasenovac u razdoblju od 2016. do 2020. godine



Izvor: izrada autora na temelju prikupljenih podataka sa web stranice http://jusp-jasenovac.hr/Default.aspx?sid=5019

Grafikon iznad prikazuje broj organiziranih i školskih grupa koje su u razdoblju od 2016. do 2020. godine turistički posjetile Jasenovac. Varijable su za svaku godinu razdijeljene na organizirane i školske grupe iz Hrvatske te iz stranih zemalja. Najveći broj organiziranih grupa postignut je iz stranih zemalja 2018. godine, njih 97 grupa. Inozemne zemlje iz kojih se dolazi u posjetu su Slovenija, Italija, Sjedinjene Američke Države, Srbija te ponešto iz Bosne i Hercegovine te Njemačke. (jusp-jasenovac.hr) Brojke posjetitelja iz Hrvatske su izrazito manje od ostvarenih brojki dolazaka stranih turista, u promatranom razdoblju variraju od 18 do 33 organizirane grupe, s tim da je najveća brojka ostvarena 2019. godine, a najmanja 2020. godine.

Također se može primijetiti izniman pad svih posjeta grupa u 2020. godini zbog pojave korona krize, od čega je važno istaknuti kako je područje posjetila samo jedna školska grupa iz Italije. No što se tiče školskih grupa, realiziraju se općenito u puno manjem broju u odnosu na organizirana putovanja u grupama. Takve grupe se odnose na učenike osnovnih i srednjih škola. Dok 2016. godine nije ostvaren niti jedan dolazak učenika iz stranih zemalja, bitno je naglasiti kako u razdoblju od 2017. do 2019. godine je ostvareno više dolazaka školskih grupa iz stranih zemalja nego iz škola Hrvatske, a brojke variraju od 12 do 23 grupe. 2019. godine Spomen područje Jasenovac je posjetilo 17 školskih grupa iz Hrvatske, što čini najveću ostvarenu brojku u cijelom sagledanom razdoblju.

4.1.4. KRINGA

Istre je regija koja ima visoko razvijen turizam u klasičnom smislu riječi ali ima i ogroman potencijal za razvoj turizma od specifičnog interesa posebno na temelju elemenata nematerijalne kulturne baštine. S vremenom su istarske priče o nadnaravnim stvorenjima postale bogat dio usmene narodne literature, a zatim su pronašli novi život u suvremenoj umjetnosti, kada su razni pisci i slikari rekonstruirali te priče pokazujući time da se mogu koristiti za zadovoljavanje znatiželje i potrebe za zabavom. Dosadašnje iskustvo s prezentacijom tematike do sada je bilo skromno u Istri, a i cijeloj Hrvatskoj. To je potencijal koji se tek otkriva i počinje koristiti kako bi se usvojila nova iskustva. (Krajnović, 2008.)

Kada se osvrnemo na Hrvatsku i vampire tada je najpoznatija legenda o Juri Grando, istarskom vampiru iz 17. stoljeća koji je živio u malom mjestu Kringa te kojega je u svojem književnom djelu pod nazivom „Slava vojvodine Kranjske“ zabilježio slovenski pisac Johann Weichard Valvasor. (Barešin, 2016.) Priča iz tog djela uključena je u mnoge druge zbornike zastrašujućih priča te postoje saznanja da je Jure Grando bio inspiracija za prvu vampirsku prozu u svjetskoj književnosti pa je tako vampir iz Kringe neposredno nadahnuo čitav jedan književni žanr. (Središnja Istra, 2021.) Definiran je kao nemirni noćnik koji je ustajao iz groba te kucanjem na vrata obilježavao kuće u kojima će se dogoditi smrt. (Barešin, 2016.) Cijelo stanovništvo je živjelo u strahu, no ponajviše njegova udovica Ivana koja je o tome obavijestila mjesnog župana Mihu. Mještanima je trebalo 16 godina da se ohrabre i nešto poduzmu kako ne bi više bili u strahu od zle napasti. Napokon kako bi spriječili daljnje smrti par najhrabrijih muškaraca uz župana je odlučilo otići na groblje i usmrtiti vampira, međutim prvi put su se prepali i pobjegli kad su otvorili grob te uvidjeli pokojnika rumenog lica kako im se smije, a zatim su se okupili drugi put te poslije ispijanja najboljeg crnog vina kako bi se još bolje odvažili konačno su uspjeli pogubiti vampira odrubivši mu glavu. Od tada mjesto Kringa živi bez terora i u miru. (Krajnović, 2008.)

Priča o tom nadnaravnom i misterioznom biću izrazito se popularizirala, pa se legenda ovjekovječila na više načina. Na ulazu u naselje se nalazi tabela koja ukazuje da je Kringa rodno mjesto Jure Granda te također isklesana ploča u spomen muškarcima koji su zaštitili mjesto od tajanstvenog vampira. Postoji kafić „Vampir“ koji nudi koktele koji su nazvani po Juri Grando. Nekoliko puta godišnje organizira se jednodnevni događaj Vampirska noć u Kringi točnije večer književnosti gdje hrvatski književnici horora prezentiraju svoje nove knjige. Književna manifestacija je također prilika lokalnim proizvođačima da ljubiteljima horor literature ponude svoje proizvode kao što su suveniri ili posebno pripremljena pića koja su inspirirana

vampirskim legendama. Također čak djeluje mali smještajni objekt „Grandova stancija“, na mjestu gdje je Jure Grando živio. (Krajnović, 2008.)

Slika 9. Spomen ploča u čast hrabrim mještanima Kringe

Izvor: https://www.central-istria.com/hr/kringa

Odbor za turizam općine Tinjan gdje se nalazi mjesto Kringa započeli su s projektom otvaranja i uređenja muzeja. Do sada posjetitelji su iznimno oduševljeni neuobičajenim muzejom. Ulazi se kroz zamračeni labirint i sluša se priča o Juri Grandu i njegovoj udovici, a zatim kad se uđe u središnji dio prostora, legende o vampirima Istre dočaravaju se mrtvačkim sanducima, kostimiranim lutkama, glogovim kolcima te umjetničkim slikama i skulpturama. (juregrando.com) U 6. mjesecu 2021. godine predstavljena je biciklistička staza koja nosi ime Jure Grando dužine 27 kilometara i povezuje se sa ostalim okolnim stazama. (Dagostin, 2021.) Na taj način se potiče cikloturizam na području Istre i općine Tinjan, a istovremeno povezuje se s legendom o vampiru što može dovesti do zainteresiranosti cikloturista za mračnim turizmom točnije posjeti rodnog mjesta natprirodnog stvorenja.

4.2. MOGUĆNOSTI I OGRANIČENJA DALJNJEG RAZVOJA MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Iako postoji kvalitetno i bogato kulturno – povijesno nasljeđe, mračni turizam u Hrvatskoj je slabo razvijen i privlači, za razliku od svjetskih mračnih destinacija, mali broj posjetitelja. Važno je napomenuti kako je sam pojam mračni turizam u Hrvatskoj u potpunosti nepoznat velikom dijelu stanovništva te posjetitelji memorijalnih područja nisu niti svjesni da pripadaju

kategorizaciji mračnih turista. S obzirom da još nema dovoljnih ekonomskih poticaja za razvoj turizma takve vrste društveni uvjeti razvoja su dosta nepovoljni. Međutim najveći problem je možda upravo taj što mračni turizam nema stvarnu podršku među turističkim stručnjacima, a niti među političarima, pa je njegov značaj ostao podcijenjen i nedovoljno neiskorišten mada bi njegov daljnji i bolji razvitak upotpunio cjelokupnu turističku ponudu na razini cijele države. (Šerić, 2017.) No, usprkos svemu tome, za očekivati je da će konkretno memorijalni turizam u Hrvatskoj uvijek imati svoju turističku potražnju i da će dalje barem pomalo rasti njegova cjelovita prepoznatljivost.

Iako je sve veća potražnja za jednodnevnim izletima Vukovaru te posjeti mjestima i objektima sjećanja na stradale, smatra se kako grad Vukovar još nije maksimalno iskoristio vlastiti turistički potencijal. Na to ukazuje nizak stupanj iskorištenosti smještajnih kapaciteta, ali i poprilično siromašna i neprofitna turistička ponuda. Mogućnosti koje treba iskoristit za grad Vukovar u kontekstu mračnog turizma su dugoročno stabilni trendovi na strani svjetske turističke potražnje, kao i različite mogućnosti korištenja financijskih sredstava Europske unije te raspoloživost poticajnih programa Ministarstva turizma. Potrebno je također nadodati pojačan interes za specifičnim oblicima turizma, za usvajanjem vještina, znanja i iskustava te za kratkim putovanjima. No svakako je važno spomenuti i podizanje svijesti stanovništva o gospodarskom potencijalu i perspektivama memorijalnog turizma te mogućnost povezivanja više specifičnih oblika interesa u jedan novi proizvod (primjerice ruralni turizam, kruzing turizam, kulturni turizam te cikloturizam) koji bi potaknuo rast potražnje. Još jedna od mogućnosti bi bila stvaranje turističkog proizvoda na bazi memorijalnog turizma više destinacija u Hrvatskoj točnije povezivanje Vukovara sa Golim otokom, Jasenovcem i Dubrovnikom. S druge strane, postoje i negativni aspekti odnosno prepreke u razvoju mračnog turizma Vukovara, a to su predrasude o ostvarivanju dobiti u mjestima memorijalnog turizma, nedostatak suradnje/umreženosti različitih dionika turističkog razvoja, nemogućnost dogovora oko ključnih razvojnih pitanja i prioriteta te sporo i nedovoljno ulaganje u infrastrukturu. (Institut za turizam, 2015.)

Jasenovac s obzirom na broj posjetitelja postiže manju prepoznatljivost i promet u odnosu na Vukovar, međutim postoje dobri uvjeti za njegov daljnji razvoj, kako bi brojke dolazaka došle na podjednaku razinu. Kako u svijetu raste svijest i potreba za edukacijom u pogledu međusobne tolerancije te uvažavanja različitosti tako stoji činjenica kako Jasenovac neće izgubiti na svojoj vrijednosti. Potrebna su uključivanja u međunarodne projekte vezane za mračni turizam, suradnja s ostalim europskim logorima iz Drugog svjetskog rata kao što su

Auscwitz i Dachau te pogotovo suradnja sa regionalnom i lokalnom vlasti, turističkim zajednicama i različitim pružateljima turističkih usluga, primjerice za potrebe smještaja, prijevoza te ugostiteljstva. (Kesar, 2014.)

Goli otok ima veliki potencijal za razvoj turizma zbog svojeg kulturno – povijesnog bogatstva. Izazove predstavlja upravljanje otokom, nedovoljno poznavanje povijesti stanovništva i neosviještenost njegova potencijala za turizam. Kada bi postojala spremnost i financijska osiguranost za razvoj turizma na otoku, tada bi bilo potrebno najprije obnoviti devastirane zgrade te razvojne planove temeljiti na zaštiti površina i građevina nekadašnjeg logora. Financijske resurse bi bilo neophodno osigurati ne samo od strane države, već i od strane općine Lopar, Primorsko – goranske županije te privatnih investitora. Prenamjenom povijesne baštine te njezinim stavljanjem u funkciju bi dovelo do raznih pozitivnih efekata kao što su nova radna mjesta, ostvarivanje prihoda te obrazovne i memorijalne koristi. Mogućnosti su brojne pa se tako mogu izgraditi dvorane za održavanje skupova i sastanaka koje bi služile povjesničarima, vojnicima, školarcima i svim grupama posjetitelja koji bi ih koristili u edukativne svrhe. Takvi sadržaji bi se mogli provoditi u izgrađenim i preuređenim nekadašnjim prostorijama kaznionica ili zgradi uprave. (Šerić, 2017.) Zatvorske ćelije bi se mogle, kao u zatvoru Sighet u Rumunjskoj, preurediti na način da sadrže sve potrebne informacije, osobne stvari i fotografije ukoliko one postoje. Također najbolja i prva mogućnost privlačenja znatiželjnika je izgradnja muzeja u spomen na žrtve koji priča o njihovoj mučnoj povijesti kao što to imaju Vukovar i Jasenovac. Goli otok bi se mogao promovirati na način da ga se poveže sa ostalim memorijalnim područjima u Hrvatskoj, a kako bi se privuklo strane turiste pomogla bi prisutnost na europskim turističkim sajmovima koji su inače važni za predstavljanje novih i nepoznatih turističkih odredišta.

Što se tiče Istre, iako je tematika o nadnaravnim bićima oduvijek postojala, radi se o resursu koje zahtjeva priznanje i malo truda da se ugradi u turističku ponudu jer potencijalna potražnja, pogotovo mladih ljudi koji su orijentirani na fikcijske filmove i serije današnjice, bi se definitivno pronašla. Međutim do sada se u tom pogledu učinilo vrlo malo. S obzirom da legende o čudnovatim bićima pripadaju domeni duhovnog, a ne materijalnog potrebno je potencijal iskoristiti na način da se treba osvrnuti na više od samog dovođenja turista da posjete rodno mjesto vampira, jer sam izgled lokacije ne može govoriti sam za sebe već samo priča kad je ispričana može obogatiti taj prostor. Ono što nedostaje za adekvatnu valorizaciju je isti problem koji imaju i ostala analizirana memorijalna područja, a to su upravo nedostatak podrške od strane države te potrebna infrastruktura. No prvo je nužno uspostaviti bolju vezu s turizmom,

upoznati se s iskustvom Rumunjske kako bi se mogao osmisliti vlastiti model te održavati kontinuiran kontakt s medijima koji uvelike pomažu da se potencijalni posjetitelji zainteresiraju za legendama i posjetom. Promocija je zapravo glavna stavka u širenju popularnosti izvan lokalnog kruga pa se tako promotivni materijali moraju temeljiti najviše na prijenosu legendi od strane lokalnih i aktivnih pripovjedača. (Krajnović, 2008.)

Iz svega navedenog je vidljivo kako Hrvatska ima mjesta prihvatiti i poticati mračni turizam zbog svojeg raznovrsnog potencijala. Kako bi se podigla na ljestvici svjetskih turističkih destinacija dijeli ju prepoznatljivost značaja vlastite povijesti i promotivne aktivnosti.

5. USPOREDBA MRAČNOG TURIZMA ANALIZIRANIH DESTINACIJA MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ I HRVATSKOJ

Nakon prikazane analize mračnog turizma Rumunjske i Hrvatske predstavljena je njihova iznimno važna usporedba. Obje zemlje se podudaraju u istim tematikama mračnog turizma, ali uz to postoje i mnoge razlike. Komparativna analiza vezana je uz ratove prošlog stoljeća, razdoblje komunizma, groblja, istaknute vampire te sam odnos zemalja prema ovom obliku turizma.

5.1. GLAVNE SLIČNOSTI MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ I HRVATSKOJ

U povijesnom kontekstu Hrvatska i Rumunjska su prošle kroz stradanja u Drugom svjetskom ratu te su bile pod komunističkim režimom kojeg su prihvatile nakon rata. U Rumunjskoj iz toga razdoblja je proizašao zatvor Sighet, a druge strane u Hrvatskoj logor i kasnije zatvor na Golom otoku. Oba objekta su se počela koristiti nedugo nakon Drugog svjetskog rata te su i jedan i drugi zatvarali ne samo kriminalce, nego i političare. Također, na obje lokacije zatvorenici su bili mučeni, živjeli u nehumanim uvjetima i bili prisiljeni na rad. Povijesti zemalja su još uvijek svježe u sjećanjima ljudi, pogotovo onih koji su sami doživjeli rat (Domovinski rat u Hrvatskoj) ili stradanja i poteškoće tijekom komunizma (obje zemlje) pa je teško krenuti naprijed dok se znatno dalje u vremenskom smislu ne odmaknu od tih događaja. Iz tog razloga mnogi smatraju kako je neprihvatljivo koristiti mjesta stradanja i patnje ljudi u turističke svrhe ne shvaćajući korisnosti edukacije i poticanja empatije.

Što se tiče teme vampira, u Rumunjskoj je izrazito popularan grof Drakula kojeg su povezali sa stvarnom povijesnom osobom koja je vladala jednim dijelom zemlje, Vladom Tepešom, a Hrvatska ima na temelju istarskih legendi vampira Jure Granda koji je kao i Vlad bio stvarna osoba. O grofu Drakuli i Jure Grandu priče i populariziranost su krenule zahvaljujući knjigama stranih pisaca koji nemaju povezanost s izvornom zemljom spomenutih vampira. Između ostalog, može se reći kako obje zemlje marketinški i financijski ne podupiru mračni turizam u pravom smislu riječi već naglašavaju druge specifične oblike turizma koje smatraju važnijima na što ukazuju njihove strategije razvoja turizma. Rumunjska i Hrvatska imaju mnogo mogućnosti za napredak mračnog turizma koji će samo pružiti dodatne koristi svakoj od njih.

5.2. GLAVNE RAZLIKE MRAČNOG TURIZMA U RUMUNJSKOJ I HRVATSKOJ

Za razliku od Hrvatske, Rumunjska nije prošla kroz Domovinski rat pa nije bilo potrebe za pretjeranom fizičkom obnovom i dugotrajnim oporavkom gospodarstva, ali nije niti imala koncentracijski logor kao u Jasenovcu koji svojim memorijalnim sadržajima se trudi očuvati

sjećanja na Drugi svjetski rat. S druge strane, u Hrvatskoj tijekom Drugog svjetskog rata nije ubijeno i potjerano iz zemlje niti približno toliko ljudi židovske vjeroispovijesti koliko u Rumunjskoj te iz tog razloga postoji muzej židovske povijesti u Bukureštu. Isto tako Hrvatska nije imala jako okrutan tretman diktatora za vrijeme komunizma koliko stanovništvo Rumunjske od strane Nicolaea Ceausescu – a pa se njihovo mračno vrijeme prikazuje popriličnim brojem memorijalnih objekata u glavnom gradu. Potom, zatvor Sighet je bio kroz cijelo svoje razdoblje djelovanja jedino zatvor, a mijenjala se samo kategorija zatočenika od običnih kriminalaca do političara i moćnika koji su se protivili komunističkom režimu. Međutim na Golom otoku je postojao sedam godina logor za posebnu kategoriju zatvorenika nazvanih ibeovci koji su podržavali Staljina, a nakon što je postao zatvor bili su zajedno političari i kriminalci. Sighet je uređen za turističke i edukacijske potrebe, a na otoku nažalost su objekti razrušeni, nije sigurno ga posjetiti te nitko ne vodi brigu o njemu zbog problematike vlasništva. Između ostalog, Rumunjska ima dva iznimno poznata groblja koja privlače turiste svojom jedinstvenošću, a Hrvatska isto ima dva groblja sa atraktivnom parkovnom arhitekturom, Mirogoj i Varaždinsko groblje koje pripada jednom od najljepših groblja u Europi, pa bi ona mogla na isti način privući znatiželjnike da se oni turistički valoriziraju.

Zadnja razlika se veže uz vampire jer je grof Drakula prikazan u velikom broju filmova, serija i crtića pa je prepoznatljiv u cijelom svijetu na što ukazuje činjenica da kada se ljude upita o Rumunjskoj svi se većinom odmah prisjete Transilvanije i vampira Drakule. No tako nešto se na Juru Grandu ne odnosi. On je, može se reći, prepoznatljiv cijeloj Istri kroz narodne legende, ali samo nekolicini pojedinaca u ostatku Hrvatske što ističe i samo provedeno istraživanje. Također Vlad Tepeš je bio vladar koji je ratovao protiv Turaka, a Jure Grando je bio običan građanin malog mjesta. Osim toga, za vladara je poznato kako je priča o vampiru u potpunosti izmišljena, ali legenda o vampiru Juri se ne može dokazati je li istinita ili nije. Nadalje, Drakulin turizam ipak ima neke organizirane turističke ture te obuhvaća bajkovit krajolik, dvorac, suvenirnice i klub, a što se tiče istarskog vampira zasada još ne postoje spomenute i ostale turističke aktivnosti kao niti objekti. Kringa je uspjela izgraditi muzej i mali hotel, međutim to je nedovoljno ako se vampira želi popularizirati do određenog stupnja prepoznatljivosti i profitabilnosti.

6. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE STAVOVA POTRAŽNJE O MRAČNOM TURIZMU U HRVATSKOJ

U svrhu boljeg razumijevanja mračnog turizma Hrvatske provedeno je primarno istraživanje pod nazivom „Stavovi potražnje o mračnom turizmu u Hrvatskoj“ sa svim potrebnim elementima i metodama istraživanja te naposljetku obrađenim podacima i donesenim rezultatima.

6.1. UZORAK I METODOLOGIJA

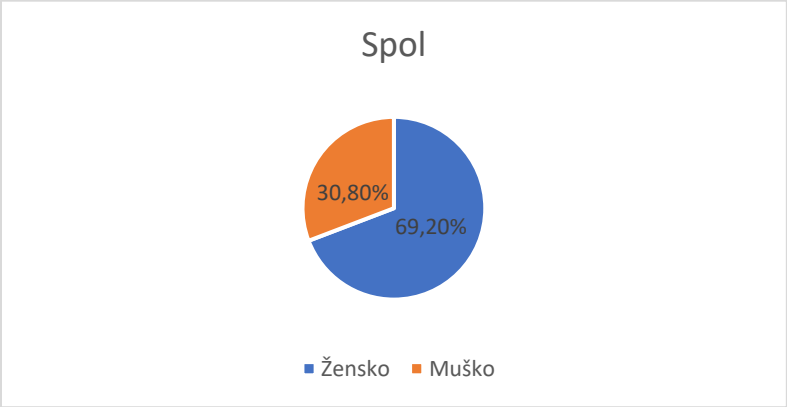
Istraživanje je napravljeno pomoću anketnog upitnika. Anketa se provodila od 28. kolovoza do 05. rujna te su podaci prikupljeni objavljivanjem anketnog upitnika na društvenim mrežama. Anketa je sadržavala 41 pitanje i bila je podijeljena u 5 dijelova. Prvi dio se fokusirao na demografske podatke o ispitanicima, zatim dio u kojem su bila postavljena pitanja koja su se odnosila na općeniti okvir mračnog turizma u Hrvatskoj, lokacije, njegov daljnji razvoj te kritike i prednosti, ali se također pitalo o poznavanju područja mračnog turizma izvan Hrvatske. Nadalje, treći dio je obuhvaćao pitanja o poznavanju i posjećenosti memorijalnih objekata Vukovara, kao i zadovoljstvo trenutnim stanjem, a četvrti odjeljak se orijentirao na Jasenovac i Goli otok gdje su postavljena isto pitanja poznavanja i posjećenosti. Naposljetku, zadnji dio je usredotočen na rodno mjesto hrvatskog vampira, Kringu te su pitanja kreirana kako bi se saznalo znaju li ispitanici ime i legendu vampira kao i njihovo mišljenje o obogaćenju ponude u svrhu populariziranosti. Istraživanje se provelo na uzorku od 52 ispitanika.

6.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Pitanja u anketnom upitniku uz njihovu analizu su slijedeća:

1. Spol

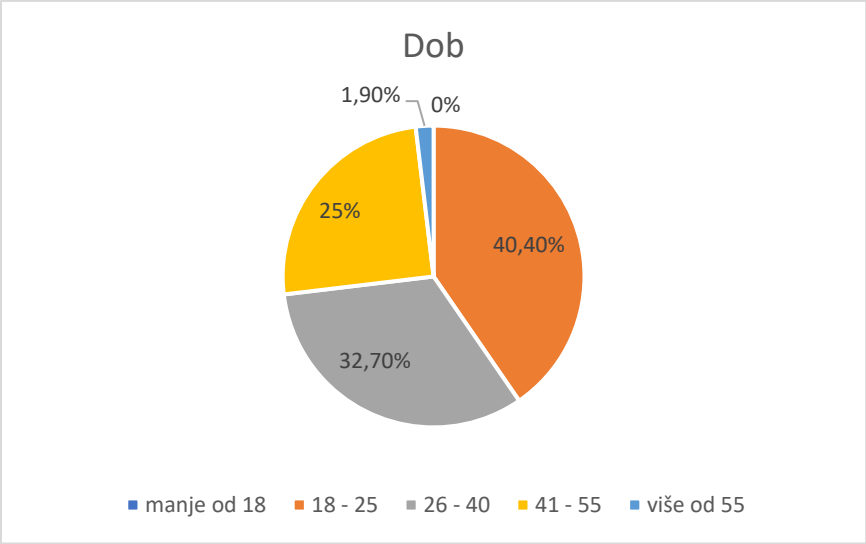
Grafikon 5. Struktura ispitanika prema spolu



Prema grafičkom prikazu uviđa se kako je u provedenom istraživanju sudjelovalo je više žena, njih 69.2% nego muškaraca (30.8%).

2. Dob

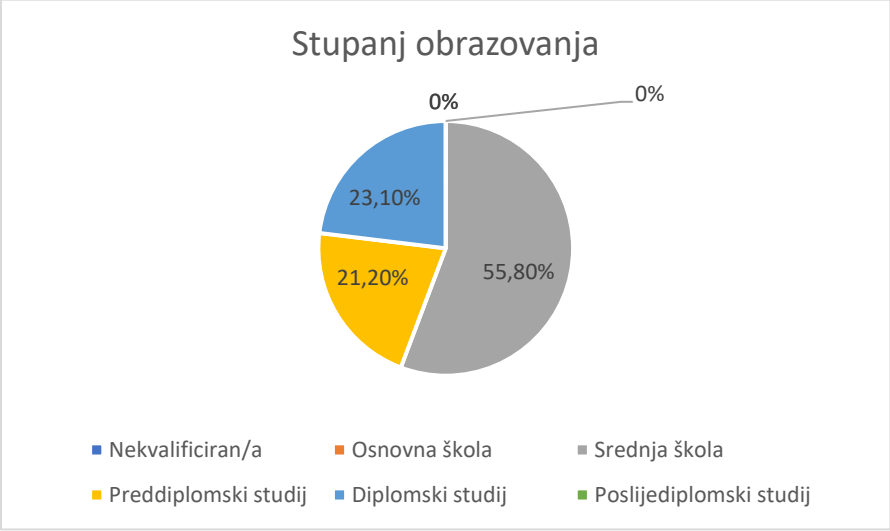
Grafikon 6. Dobna struktura ispitanika



Istraživanju je pristupilo najviše ispitanika u dobi od 18 – 25 godina, njih 40.4%, a zatim u dobi od 26 – 40 godina što je 32,7% ispitanika. U dobi od 41 – 55 sudjelovalo je 25% osoba i 1,9% ispitanika starije je od 55 godina.

3. Završeni stupanj obrazovanja

Grafikon 7. Stupanj obrazovanja ispitanika

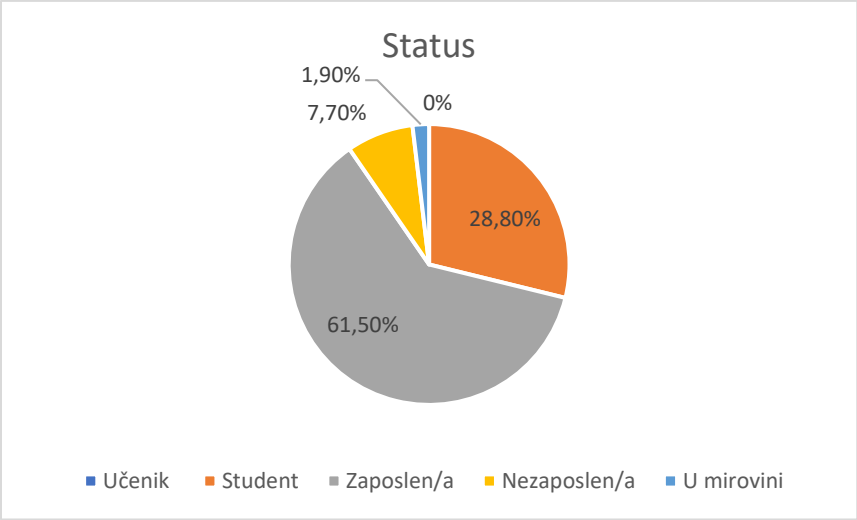


Na grafikonu iznad je prikazana struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja. Najveći broj ispitanika ima završenu srednju školu, čak njih 55,8%, dok 23,1% ispitanika ima završen

preddiplomski studij te diplomski studij ima 21,2% osoba. Ostale kategorije nisu zastupljene u ovom istraživanju.

4. Radni status

Grafikon 8. Radni status ispitanika



Podaci iz grafikona pokazuju da je u istraživanju prisustvovalo najviše zaposlenih osoba od 61,5%, nakon toga 28,8% ispitanika su trenutno studenti, 7,7% nezaposlenih osoba i najmanje ispitanika koji su u mirovini, njih 1,9%.

5. Na što Vas prvo asocira mračni turizam?

Ispitanici su na navedeno pitanje najviše istaknuli smrt, njih 17,3% i rat, njih 15,4%, s tim da pod rat je u par odgovora bio konkretiziran odgovor na Domovinski rat. Ostale asocijacije su se odnosile na ilegalni turizam, utaja poreza, neugodni turizam, negativna strana turizma, nešto loše, turizam po noći, mrak, visoke cijene i otkazivanja, ne prijavljivanje turista, povijest, logore, mučenje, groblja, stradanja, katastrofe, tuga, patnja, Černobil, Vukovar, špilje, avantura i samo jedna osoba je napisala vampiri.

6. Bili bi Vam takav oblik turizma bio primarna motivacija putovanja odnosno glavni razlog posjete području ili/i lokalitetu mračnog turizma?

U uzorku od 52 ispitanika, čak njima 71, 2% lokacije mračnog turizma ne bih bile glavni razlog posjete određenoj zemlji, dok s druge strane 28,8% anketiranih je odgovorilo kako bi im to bila primarna motivacija putovanja.

7. Koje turistička područja mračnog turizma poznajete izvan Hrvatske te jeste li ih imali priliku posjetiti?

Spomenuto pitanje je bilo postavljeno da se uvidi koliko ispitanici shvaćaju mračni turizam i koliko poznaju destinacije izvan Hrvatske. Od 52 odgovora 30,8% ispitanika ne zna za niti jedno turističko područje mračnog turizma u svijetu. Najpoznatiji koncentracijski logor iz povijesti, Auschwitz, poznaje 34,6% odnosno 18 osoba koje su odgovorile na anketu, dok je 9,6% osoba napisalo općenito koncentracijski logori. Do 10 osoba je upoznato sa mračnim područjima Černobil i Hirošima. Za Drakulin dvorac u Transilvaniji zna 9,6% ispitanika. Po dva odgovora su za Nagasaki, zatvor Alcatraz, 9.11, Sarajevo, Srebrenicu, Bleiburg i Kolumbiju te su još spomenuti logor Dachau, Zid plača, Kineski zid, židovska četvrt u Krakowu te katakombe u Poljskoj, Venecija, Pariz, Bosna i Hercegovina, Srbija, Albanija, Bled i Postojna. Samo dvije osobe su posjetile Sarajevo točnije Tunel spasa, dok ostali nisu posjetili niti jednu turističku destinaciju mračnog turizma.

8. Koja područja u Hrvatskoj poznajete ili ste čak posjetili, a da su usko vezana uz mračni turizam?

Područja u Hrvatskoj koja su usko vezana uz mračni turizam 6 osoba točnije 11,5% ne poznaje, dok je čak gotovo 70% ispitanika napisalo Vukovar. Jasenovac je upisalo 12 osoba što je 23%, a Goli otok tek njih 9,6%. Treba uzeti u obzir da su ljudi odgovarali sa više primjera. Također su zapisani i slijedeći primjeri: Titovi bunkeri i vojarna na Visu, muzej ratne povijesti u Pakracu, Varaždinsko groblje, Mirogoj, Škabrnja, Knin, Stubica, Lika, Split i Petrova gora.

9. Postoji li destinacija ili objekt u Hrvatskoj koji bi se mogao valorizirati kao turistička atrakcija mračnog turizma, a nije te koja/koji bi to bio/la?

Polovica ispitanika ne zna ili smatra kako ne postoji mračni lokalitet koji bi se mogao iskoristiti u turističke svrhe. Dok s druge strane, 17,3% osoba je napisalo Goli otok te njih 9,6% koji su napisali Vukovar ili konkretnije Vodotoranj. Veliki tabor gdje je navodno zazidana Veronika Desinić su upisala 2 ispitanika što je 3.8%. Ostali odgovori se odnose na općenito Hrvatske dvorce, Mirogoj, Saborsko, Dubrovnik, Petrinju, Popovaču, drevne ruševine i Titovu vilu na Plitvicama.

10. Smatrate li da postojeći mračni turizam u Hrvatskoj ima potencijala za daljnji razvoj?

Na postavljeno pitanje 69,2% ispitanika je izjavilo kako mračni turizam u Hrvatskoj ima potencijala za daljnji razvoj, a ostalih 30,8% smatra kako ipak nema potencijala.

11. Što smatrate kao nedostatak mračnog turizma u kontekstu toga da se područja pogođena ratom i smrću koriste u turističke svrhe?

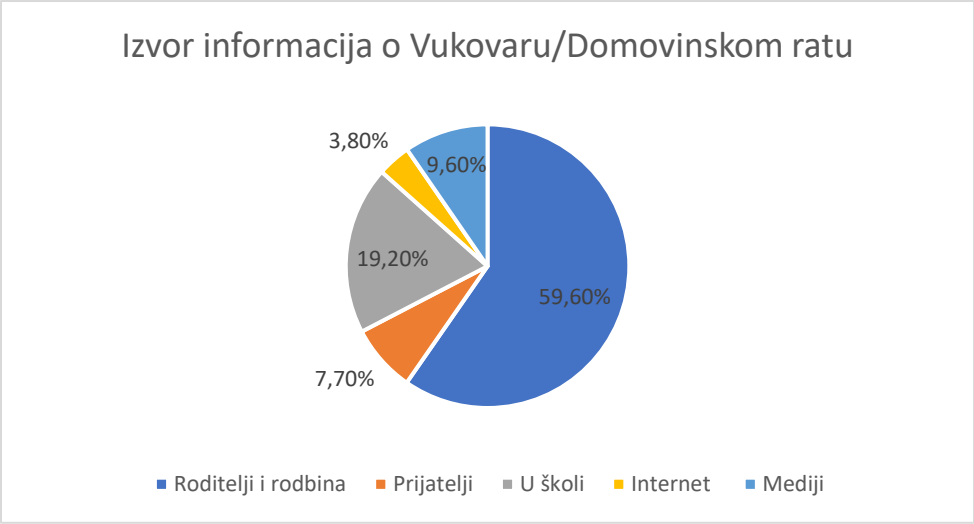
Dio ispitanika točnije njih 28,8% smatra kako je nedostatak mračnog turizma upravo ne etičnost, a neki od odgovora su slijedeći: „upitnost morala i etike samih turista te turističkih djelatnika koji stavljaju cijenu na svjedočenje o nečijoj patnji i smrti“, „iskreno volim putovati ali mi takva mjesta nisu privlačna kada znam da su ljudi tamo teško stradali“, „na nesreći se ne zarađuje“, „turisti koji dolaze zbog takvih stvari su potencijalno opasni, njih zanima gdje i kako su ljudi stradavali?“, „pojedine tragedije su se dogodile relativno nedavno te su osobe pogođene tragedijama ili članovi uže obitelji još uvijek živi pa gradnja turizma na takvim lokacijama može biti ne obzirna“. Ostali odgovori se odnose više na općenite nedostatke mračnog turizma pa su to nacionalizam, politika, život u prošlosti, depresivnost, širenje pesimizma i negativnih emocija zatim preslabi marketing, ograničena potražnja, manjak povijesnog konteksta, nedostatak renovacije i obnove te ne razvijenost kopnenog turizma. 25% ispitanika nije znalo što bih odgovorilo, a samo 7,7% ispitanika smatra kako nema nedostataka u takvom obliku turizma.

12. Što smatrate kao prednost mračnog turizma u cjelokupnom razvoju turizma, a i gospodarstva Hrvatske?

Prednosti koje je većina ispitanika navela su da mračni turizam može biti koristan u edukativne svrhe, može pomoći ljudima da se povežu sa tragedijama ili žrtvama, mogućnost da će dodirnuti osjećaje ljudi i smanjiti agresivnost, pouka mlađim generacijama, očuvanje tradicije i kulture kroz edukaciju stanovništva, prikaz povijesti zemlje, povećanje svijesti o takvim događajima u širem povijesnom smislu, širenje turističke ponude, razvitak i posjećivanje ostataka države, a ne samo obale; privlačenje određenih interesnih skupina, veća prepoznatljivost u svijetu, a s time i više posjetitelja, veća potrošnja, dodatna zarada, nova radna mjesta, ekonomski razvoj siromašnih područja Hrvatske, nešto novo i drugačije. Pritom, 9,6% osoba smatra kako mračni turizam nema prednosti, a 17,3% ispitanika nije znalo odgovoriti na ovo pitanje.

13. Koji Vam je bio prvi izvor informacija o gradu Vukovaru/Domovinskom ratu?

Grafikon 9. Izvor informacija o gradu Vukovaru/Domovinskom ratu



Na grafičkom prikazu se može uočiti kako su se ispitanici najviše educirali o Vukovaru putem svojih roditelja i rodbine, njih gotovo 60% te u školi u postotku od 19,2%. Ostatak ispitanika su prikupili informacije kroz medije (9,6%), s tim da je važno napomenuti kako se radi o dijelu anketiranih osoba koje su to pratile u stvarnom vremenu događaja, zatim je 7,7% ispitanika saznalo o ratu i gradu od svojih prijatelja i nekolicina se educirala putem interneta, njih tek 3,8%.

14. Koje memorijalne lokalitete Vukovara poznajete?

Anketa je pokazala kako polovica ispitanika najviše poznaje Vodotoranj bez obzira jesu li posjetili Vukovar ili nisu, a drugi najpoznatiji memorijalni lokalitet nakon njega je Ovčara. Memorijalni centar, Memorijalna bolnica i Memorijalno groblje su spomenuti 10-13 puta, što ukazuje na neku srednju prepoznatljivost, dok su najmanje poznati i upisani Spomen dom hrvatskih branitelja na Trpinjskoj cesti(9,6%) te križ na Dunavu(3,8%). Osim toga, 9,6% točnije 5 ispitanika ne poznaje ili se ne sjeća niti jednog objekta Vukovarskog nokturna.

15. Jeste li posjetili Vukovar?

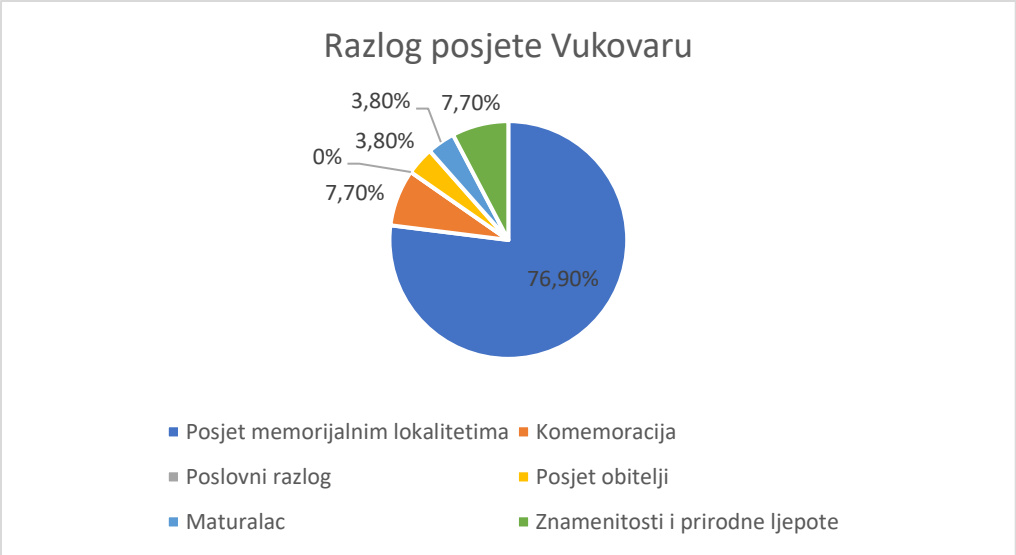
Vukovar je posjetilo 50% ispitanih osoba, a ostalih 50% nije nikada bilo u posjeti gradu.

16. Ako niste, imate li želju posjetiti?

Od ispitanika koji nisu posjetili memorijalne objekte Vukovara, njih 73,1% ima želju za posjetom, a 26,9% osoba tu želju nema.

17. Ako ste posjetili Vukovar, koji je bio razlog posjete?

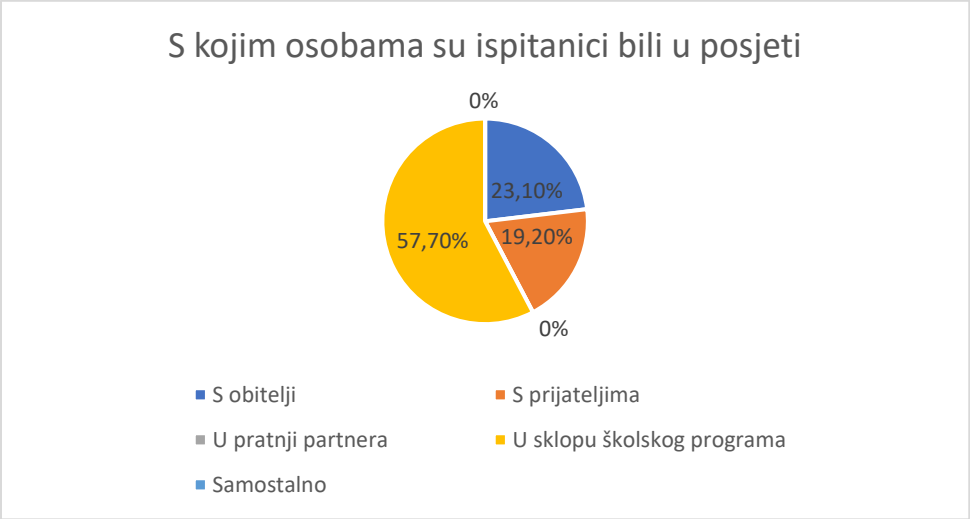
Grafikon 10. Razlog posjete gradu Vukovaru



Najčešći razlog zbog kojeg ispitanici otputuju u Vukovar je upravo posjet memorijalnim lokalitetima u postotku od 76,9%. Ostali razlozi nisu tako česti, a to su zbog komemoracije i prirodnih ljepota po 7,7% te maturalac i posjet obitelji po jedna osoba.

18. S kim ste posjetili Vukovar

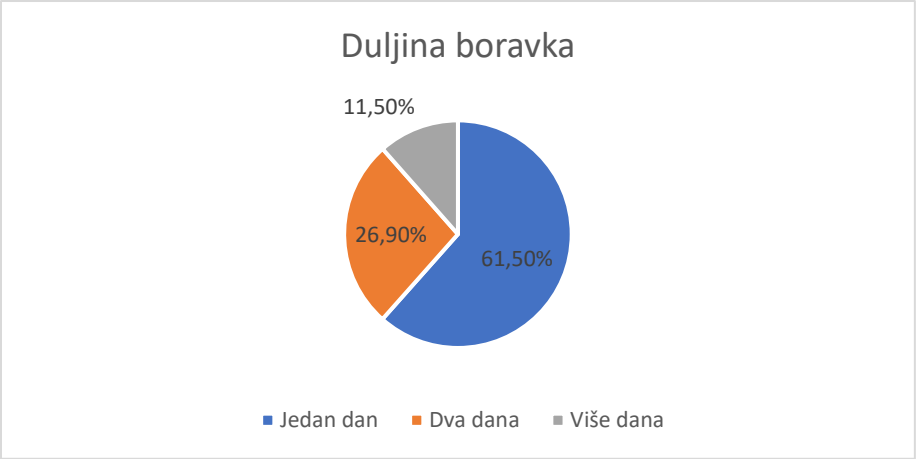
Grafikon 11. Analiza s kojim osobama su ispitanici bili u posjeti Vukovaru



Na prikazanom grafikonu uočava se kako su ispitanici najviše posjetili Vukovar u sklopu školskog programa i to njih 57,70%. Pritom je ostatak otputovalo sa svojom obitelji (23,10%) i prijateljima (119,2%).

19. Koliko dugo ste boravili u Vukovaru?

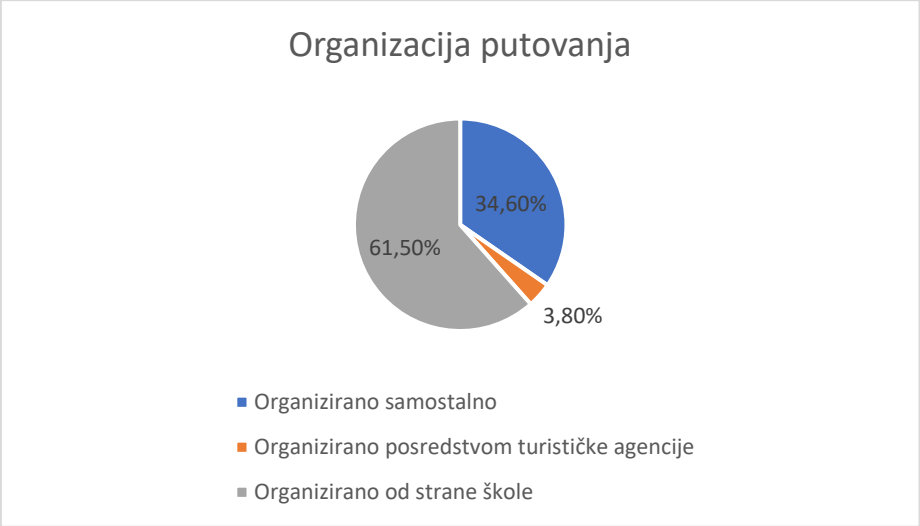
Grafikon 12. Duljina boravka u Vukovaru



Na grafikonu je predočeno kako je većina ispitanika bila u gradu samo jedan dan u postotku od 61,5%, ostalih 26,9% dva dana i 11,5% osoba više dana.

20. Na koji način ste organizirali putovanje?

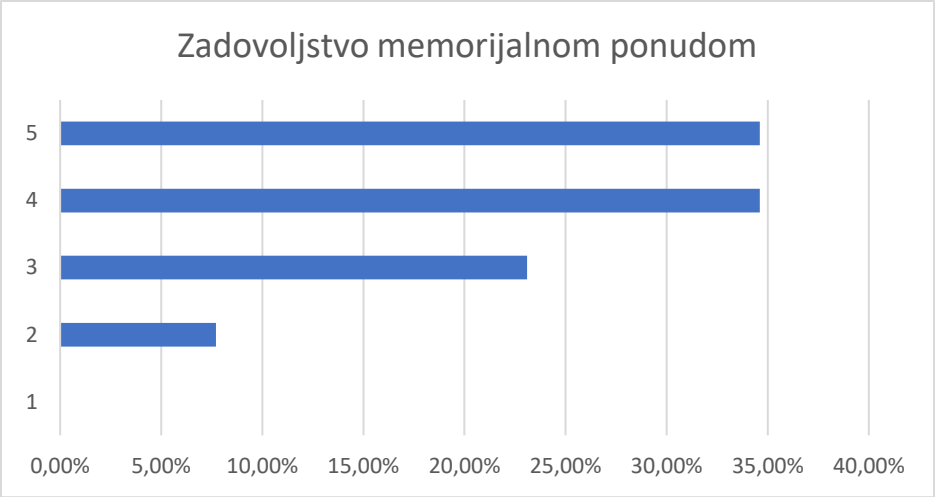
Grafikon 13. Organizacija putovanja u Vukovar



Što je tiče načina organizacije putovanja do Vukovara, najviše ispitanika ga je posjetilo kroz organizaciju od strane škole, njih 61,50%, zatim je 34,6% osoba doputovalo samostalno te na kraju putem turističke agencije se organiziralo 3,8% osoba.

21. Koliko ste zadovoljni memorijalnom ponudom grada Vukovara?

Grafikon 14. Zadovoljstvo ispitanika memorijalnom ponudom Vukovara



Na grafičkom prikazu nalazi se koliko su 26 ispitanika koji su posjetili Vukovar zadovoljni trenutnom memorijalnom ponudom grada Vukovara. Ispitanici su trebali na ljestvici označiti ocjenom od 1 do 5 svoje zadovoljstvo, gdje ocjena jedan predstavlja da osoba nije nimalo zadovoljna ponudom, dok ocjena pet označuje iznimno zadovoljstvo. 7,7% osoba je malo zadovoljno memorijalnom ponudom, zatim njih 23,1% je označilo ocjenu 3 što ukazuje na srednje zadovoljstvo. U postotku od 34,6% ispitanika je konstatiralo kako je zadovoljno i iznimno zadovoljno memorijalnom ponudom.

22. Sa čime ste najviše zadovoljni?

Ispitanici su izrazili čime su ostali najviše zadovoljni nakon posjete Vukovaru, a istaknuti odgovori su sljedeći: „Najviše me dojmio spomen dom Ovčara jer su stvarno predivno prikazali sjećanje na stradale i samo područje te kreativno uredili unutrašnjost“, „Predan je veliki trud u izgradnji/organizaciji memorijalnih lokaliteta te je svaki lokalitet organiziran s obzirnošću u počast žrtvama i svima pogođenima. Isto tako, može se jako puno naučiti o Domovinskom ratu prilikom posjete memorijalnim lokalitetima.“, „Priče su ispričane na način koji je prihvatljiv (nisu izmišljene i ne šire mržnju)“. Ostatak je pojedinačno napisalo kako su zadovoljni vodotornjem, muzejom, stručnim vodstvom, vjernim prikazom i detaljima, bogatom ponudom, a neki općenito pristupačnošću ljudi, s Dunavom, dvorcima, hranom i pićem.

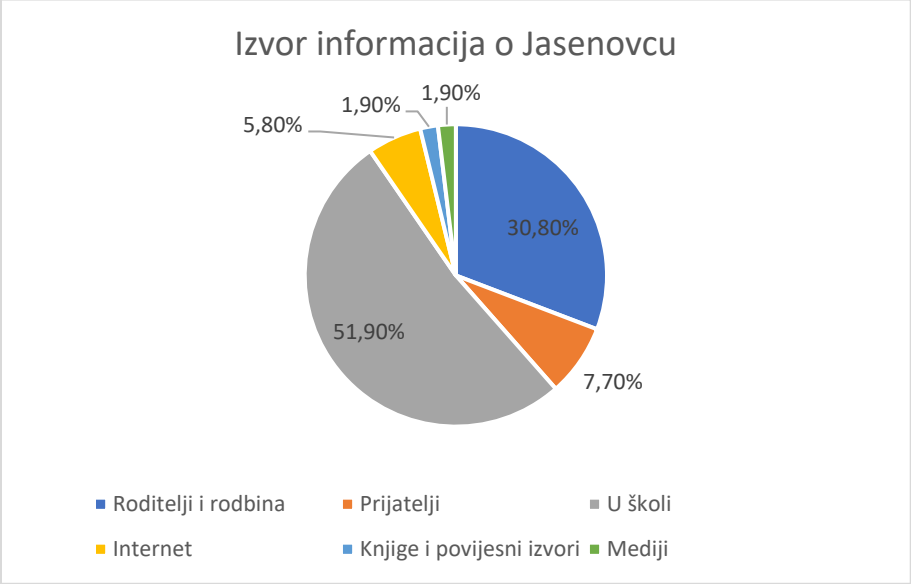
23. Sa čime ste najmanje zadovoljni i kako bi ste to poboljšali?

Nekolicina ispitanika je iskazala da su najmanje zadovoljni jako malom posjećenosti u odnosu na ostale svjetske mračne destinacije, pogotovo one koje su također vezane uz rat; s prošlošću i nemogućnosti odmaka od nje već da se ljudi usmjere na zacjeljivanje rana, toleranciju i solidarnost, s povezanosti točaka turizma koje su slabo napravljene ili ih nema, cijenama, nacionalizmom i promocijom Jedna osoba je nezadovoljna ne vezano uz memorijalne objekte

sa gastronomskom ponudom Vukovara. Načini na koji bi ispitanici poboljšali ponudu su bolja promocija izvan Hrvatske te da fokusiranost nije samo na mračnom turizmu. 5,8% ispitanika nije znalo odgovoriti na pitanje te isto toliko ispitanika je zadovoljno sa cijelom memorijalnom ponudom Vukovara.

24. Koji je bio prvi izvor informacija o povijesti Jasenovca i njegovoj ponudi da očuva sjećanje na tragediju tog područja?

Grafikon 15. Izvor informacija o povijesti Jasenovca



Grafički je prikazano kako su se ispitanici na prvu informirali o povijesti Jasenovca, tako je 51,9% osoba naučilo o tome u školi, 30,8% ih se educiralo od strane roditelja i rodbine. Potom samo 7,7% osoba je o događajima čulo od svojih prijatelja te njih troje putem istraživanja na internetu. Jedna osoba je iskazala kako je saznala putem medija i jedna kroz knjige i povijesne izvore.

25. Koje memorijalne objekte Jasenovca poznajete?

Odgovor na navedeno pitanje nije znalo 34,6% ispitanika, a da pritom 32,7% njih poznaje Kameni cvijet, iako mu neki ne znaju naziv pa su samo napisali spomenik. Vlak i obrazovni centar su navele pojedinačno samo po jedna osoba, groblje dvije osobe mada na području nekadašnjeg logora Ciglana ga nema, ali postoje u blizini te memorijalni muzej poznaje 15,4% ispitanika. Također je 11,5% odnosno 6 ispitanika odgovorilo logor što je netočna informacija s obzirom da su nakon rata logor spalili i srušili do temelja te je danas velika uređena livada sa spomenutim memorijalnim objektima.

26. Jeste li posjetili Jasenovac?

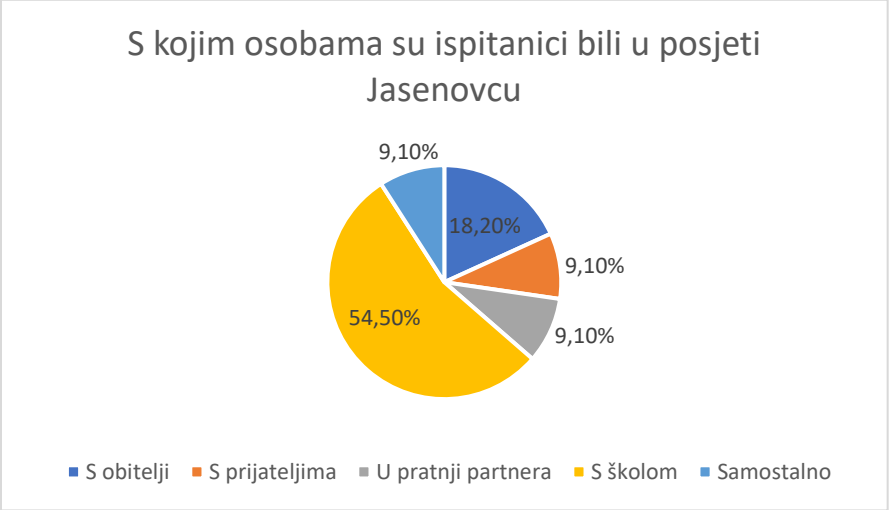
Spomen dom Jasenovac i njegove memorijalne objekte je posjetilo 21,2% odnosno 11 ispitanika pa ostalih 78,8% nije bilo u posjeti nekadašnjem koncentracijskom logoru.

27. Ako niste posjetili, imate li želju?

Od 41 osobe koja nije posjetila Jasenovac, njih čak 53,7% nema nikakvu želju za posjetom, a ostalih 46,3% ispitanika tu želju ima.

28. Ako ste posjetili Jasenovac, s kim ste ga posjetili?

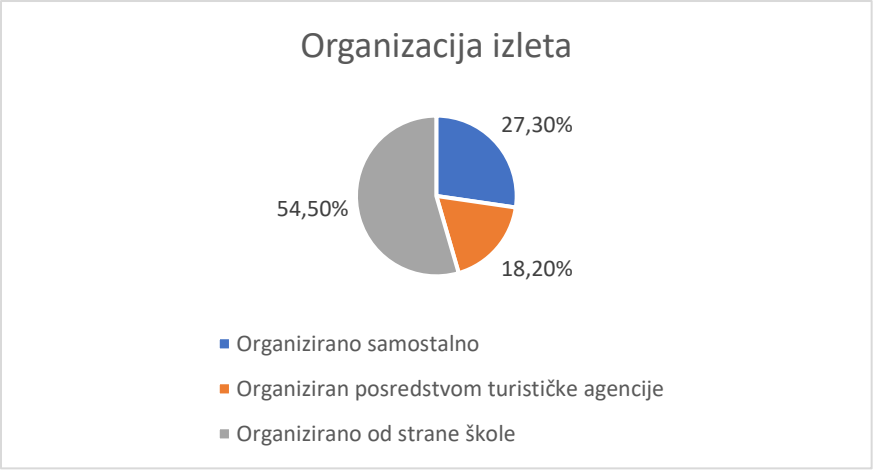
Grafikon 16. Analiza s kojim osobama su ispitanici bili u posjeti Jasenovcu



54,5% što je najveći dio ispitanika koji su posjetili Jasenovac s školom, zatim njih 18,2% bilo je u posjeti sa svojom obitelji, a s prijateljima, samostalno i u pratnji partnera istaknula je po jedna osoba.

29. Na koji način je organiziran izlet u Jasenovac?

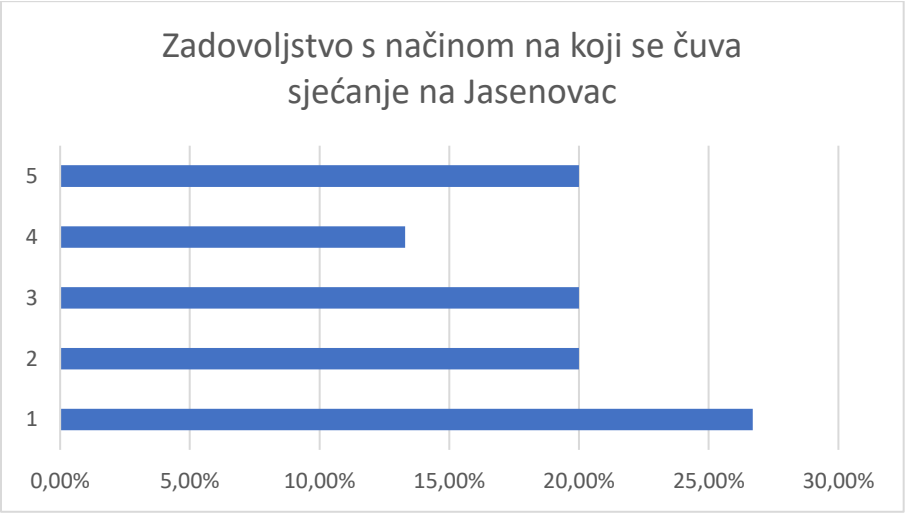
Grafikon 17. Organizacija izleta u Jasenovac



Na grafikonu iznad izraženi su rezultati načina organizacije izleta u Jasenovac. Sa školom se mjesto posjetilo 54,5% ispitanika što je u uzorku od 11 osoba njih 6, a posjetu su samostalno organizirali njih 27,3% te 18,2% osoba putem turističke agencije.

30. Koliko ste zadovoljni s načinom na koji se čuva sjećanje na žrtve koncentracijskog logora Jasenovac?

Grafikon 18. Zadovoljstvo ispitanika s načinom na koji se čuva sjećanje na Jasenovac



Iako je 11 ispitanika posjetilo Jasenovac, na navedeno pitanje je odgovorilo još 4 osobe koje nisu posjetile mjesto ali su na temelju viđenog po medijima odredile svoje zadovoljstvo memorijalnom ponudom. Pa je tako čak 26, 7% ispitanika iznimno nezadovoljno načinom na koje se čuva sjećanje na tragičnu povijest. 20% njih je pak malo zadovoljno i srednje zadovoljno, dok s druge strane 13,3% anketiranih osoba je zadovoljno te njih 20% iznimno zadovoljno ponudom koju nudi Jasenovac.

31. Jeste li upoznati s poviješću Golog otoka tj. za što je on služio?

S poviješću Golog otoka je upoznato čak 88,5% ispitanika, a s druge strane 11,5% nema informaciju za što je otok služio.

32. Jeste li posjetili Goli otok?

Goli otok nije posjetilo 96,2% anketiranih osoba te dvije osobe jesu.

33. Ako niste, imate li želju?

Od 50 ispitanika koji nisu posjetili Goli otok, 60% ih ima želju za posjetom međutim ostalih 40% nema tu želju.

34. Ako jeste, na koji način je organizirana posjeta otoku?

S obzirom da su samo dva ispitanika posjetila Goli otok, rezultati ukazuju da je jedna osoba organizirala posjetu samostalno, a druga putem turističke agencije.

35. Smatrate li da bi bilo potrebno Goli otok obnoviti i rekonstruirati u sigurno turističko naselje s potrebnim memorijalnim sadržajima obzirom na to da su danas to samo devastirane zgrade nekadašnjeg logora i zatvora ili da on i povijest koju nosi sa sobom odu u zaborav?

Čak 65,4% ispitanika smatra kako bi se Goli otok trebao obnoviti u svrhu turizma, a 19,2% anketiranih je izjavilo kako povijest koju on nosi treba pustiti u zaborav. Dvije osobe nisu znale odgovor na pitanje, a jedan ispitanik je konstatirao kako nema mišljenje. Između ostalog, tri osobe smatraju kako Goli otok se treba obnoviti ali na način da se vrati u prijašnju funkciju.

36. Kako bi otok zaživio posjetiteljima, na koji način bi to napravili?

Ispitanici su dali razne ideje kako bi Goli otok zaživio i privukao posjetitelje. Prijedlozi su bolja prometna povezanost, izrada vrhunske web stranice, izgradnja hotela, kafića, muzeja i edukativnog centra, rekonstrukcija određenih ćelija u kojima su osuđenici živjeli kako bi se bolje dočaralo kroz što su prolazili, uvrstiti ga u promotivne materijale te oglašavati na društvenim mrežama, napraviti dobru priču koja će biti primamljiva turistima iz cijelog svijeta, ponuditi određene edukacijske i memorijalne sadržaje, jeftin prijevoz do otoka, organiziranjem izleta i provođenjem turističkih tura, turistički vodiči koji bi govorili o povijesti otoka, pametno projektiranje razgledavanja novim tehnologijama, izleti za učenike srednjih škola ili još bolje posebne ljetne škole za djecu o povijesti, povezivanje sa nautičkim turizmom, spajanje s ostalim

memorijalnim područjima Hrvatske te ih zajedno promovirati. U ovom pitanju je 7 osoba odnosno 13,5% ukazalo kako bi Goli otok obnovili u zatvor, a čak 21,6% anketiranih nije znalo odgovor na postavljeno pitanje te 5,7% ih nije znalo što bi učinili kako bi otok bio uvelike posjećen.

37. Znate li kako se zove naš hrvatski vampir?

Jure Grando je poznat samo 15,4% ljudi odnosno 8 ispitanika, dok ostalih 84,6% nikada nije čulo za hrvatskog vampira.

38. Znate li legendu o našem istarskom vampiru?

Legendu o vampiru ne zna 82,7%, u čemu vidimo oscilaciju u odnosu na prošlo pitanje gdje veći postotak ljudi ne poznaje ili se ne sjeća naziva istarskog vampira. Dok s druge strane, 17,3% točnije 9 ispitanika zna priču.

39. Jeste li posjetili Kringu?

Njegovo rodno mjesto Kringu je posjetilo samo 5,8% odnosno 3 osobe, a ostalih 94,2% nije.

40. Ako niste posjetili, biste li htjeli vidjeti rodno mjesto vampira i posjetili njemu posvećene turističke objekte?

Na postavljeno pitanje nije odgovorilo 6 osoba, pa je uzorak od 46 ispitanika. Kringu u Istri zbog vampira bi voljelo posjetiti 71,7% ispitanika, dok 28,3% osoba nema tu želju jer jednostavno nemaju interes za takvu tematiku.

41. Kako bi ste Vi obogatili ponudu Kringe te proširili priču o tim tajanstvenim bićima s ciljem veće popularnosti?

S ciljem veće popularnosti ispitanici su konstatirali kako je najvažnije promovirati priču i medijski ju popratiti s obzirom na činjenicu da je jako malo ljudi upoznato s vampirom i samim mjestom. Ostale zamisli anketiranih su organiziranje jednodnevnih izleta preko turističkih agencija i događaja povodom noći vještica, prikazivanje predstava, izrada i prikaz određenih multimedijalnih sadržaja, provođenje tematskih radionica kao i izgradnja tematskog hotela. U njemu bi se moglo spavati u ljesovima, gdje je hrana također tematska, primjerice crvena juha od cikle, obojeno pecivo za burgere te slastičarnica koja ima strašne slatkiše i kolače. Zatim izgraditi jezivi zabavni park s dijelovima samo za djecu i samo za odrasle te organizacija vrste igara koje su povezane s povijesti pogotovo za djecu, nalik na escape room ili treasure hunt.. 42,3% ispitanika nije znalo odgovoriti na ovo pitanje.

7. ZAKLJUČAK

Turizam je globalni fenomen koji konstantno prolazi kroz brojne promjene. Dolazi do pojava novih oblika, među kojima je i mračni turizam. S obzirom da potražnja i ponuda za ovaj oblik turizma značajno raste u cijelom svijetu, Rumunjska i Hrvatska bi također mogle postati dio mračnih destinacija koje privlače velik broj posjetitelja. No, obje zemlje u tom slučaju moraju uložiti velike napore i općenito biti motivirane za razvoj mračnog turizma. U slučaju Rumunjske, smatra se da Drakulin turizam nije nužno prijetnja njihovoj kulturi i povijesti, a opet može pomoći u poticanju i jednog i drugog. Drakula ima ogroman utjecaj na svjetski pogled Rumunjske te kao takav ukazuje da ponekad fikcija i povijest idu ruku pod ruku. Dobar primjer toga je britanska legenda o Robinu Hoodu. Hrvatska zapravo ne nudi memorijalni turizam u pravom smislu riječi jer je činjenica kako potražnja dolazi na takva mjesta zbog medija koji obilježavaju dane sjećanja na Vukovar, prikazuju komemoracije u Jasenovcu ili je posjeta dio školskog programa kako bi se učenici educirali o vlastitoj povijesti. Prepoznatljivost i privlačenje zainteresiranih leži u kreiranju pravilne marketinške strategije temeljene na iskustvu svjetskih destinacija prema domaćima ali i stranim turistima. Goli otok ovisi samo o spremnosti vladajućih Republike Hrvatske kako bi prvenstveno se inicijalno nešto izgradilo i uredilo, pa tek onda sve ostalo. Između ostalog, mračni turizam Hrvatske vezan uz vampire je slabašan, neprepoznatljiv i fokusiran samo na regiju Istre pa je potrebno priču proširiti gdje god je moguće jer su danas mračne priče o vampirima književno i filmski vrijedni aspekti turizma.

Rezultati provedenog istraživanja ukazuju kako ispitanici nisu upućeni u pojam mračnog turizma i teško ga razumiju, smatraju ga lošim i neugodnim što pokazuje da nisu svjesni njegova potencijala. Od svjetskih destinacija najveća je upućenost glede Auschwitza, dok za Hrvatsku najbolje poznaju i posjećuju Vukovar, a od njegovih memorijalnih lokaliteta Vodotoranj. U većini slučajeva u Vukovar i Jasenovac se putuje na jednodnevni izlet u sklopu školskog programa kako bi se učenici educirali o ratu te posjetili memorijalne lokalitete. Međutim, Jasenovac kao i Goli otok među ispitanicima nisu toliko zanimljivi, ali opet veći dio njih bi radije posjetio Goli otok iako nije turistički valoriziran nego Jasenovac. Na što također ukazuje i veliko nezadovoljstvo memorijalnom ponudom nekadašnjeg logora. Ispitanike je najviše zaintrigirao hrvatski vampir Jure Grando mada ga ne poznaje preko 80% osoba. Većinom se radi o mladim osobama koje su fascinirane legendom te bi rado posjetile Kringu, ali s puno više turističkih atrakcija.

LITERATURA

1. Anne Frank House. (2021). Dostupno na: https://www.annefrank.org/en/museum/ (25.09.2021.)
2. Balaceanu, A. (2021). The Merry Cemetery: Even Death Can Become Funny. Uncover Romania. Dostupno na: https://www.uncover-romania.com/attractions/history-culture/churches/merry-cemetery/
3. Barešin, S. (2016). 'Vampiri u popularnoj i pučkoj kulturi', Ethnologica Dalmatica, (23), str. 5-14. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/163440 (15.11.2020.)
4. Blažuc, V. (2018). 'Aspekti razvoja turističkog proizvoda memorijalnog turizma istočne Hrvatske', Specijalistički diplomski stručni, Međimursko veleučilište u Čakovcu. Preuzeto s: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:110:981991 (14.11.2020.)
5. Brajčić, S. (2012). Goli otok: Od pakla do opasnog turizma. Glas Slavonije. Dostupno na: http://www.glas-slavonije.hr/175908/11/Goli-otok-Od-pakla-do-opasnog-turizma (08.08.2021.)
6. Bran Castle. (2013). Count Dracula // The Myth. Dostupno na: http://www.bran-castle.com/dracula.html (17.08.2021.)
7. Condrea, D. (2021). Bellu Cemetery: History, Art and Drama in Bucharest. Uncover Romania. Dostupno na: https://www.uncover-romania.com/attractions/history-culture/museums/bellu-cemetery/ (25.08.2021.)
8. Condrea, I. (2019). Resting places with a story: Bellu Cemetery in Bucharest. Itinari. Dostupno na: https://www.itinari.com/resting-places-with-a-story-bellu-cemetery-in-bucharest-d42b (25.08.2021.)
9. Cosma, S., Pop, C., and Negrusa, A. (2007). 'Should Dracula Myth be a Brand to Promote Romania as a Tourist Destination?, ' Interdisciplinary Management Research, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics, Croatia, vol. 3, pp. 39-56. Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/repec/osi/journl/PDF/InterdisciplinaryManagementResearchIII/IMR3a2.pdf (15.11.2020.)
10. Čvek, I. (2018). 'Goli otok', Pleter: Časopis udruge studenata povijesti, 2.(2.), str. 175-190. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/247460 (10.08.2021.)

11. Daams, E. (2007). Dark Tourism: Bearing Witness or Crass Spectacle? Matador Network. Dostupno na: http://www.bravenewtraveler.com/2007/10/10/dark-tourism-more-than-a-spectacle/ (02.09.2021.)
12. Dagostin, A. (2021). Turistička zajednica središnje Istre predstavila novi itinerar JURE GRANDO – NOVA BICIKLISTIČKA STAZA NA PODRUČJU TINJANA. Glas Istre. Dostupno na: https://www.glasistre.hr/istra/turisticka-zajednica-sredisnje-istre-predstavila-novi-itinerar-jure-grando-nova-biciklisticka-staza-na-podrucju-tinjana-726851 (16.08.2021.)
13. Deutsch, B. (2014). 'Tourists motivations for engaging in Dark tourism'. Case study of Apartheid memorials in South Africa. Bachelor thesis, Modul University Vienna. Dostupno na: https://www.modul.ac.at/uploads/files/Theses/Bachelor/Thesis_final_Barbara_Deutsch.pdf (03.09.2021.)
14. Dobre, C. F. (2013). 'Teaching communism at the museum: A comparative study of museums dedicated to communism in Eastern and Central Europe'. EDUKACJA HUMANISTYCZNA nr 2 (29), pp. 95-106. Preuzeto s: https://depot.ceon.pl/handle/123456789/5147 (15.11.2020.)
15. Goli.hr. Virtualni vodič kroz povijest otoka. Dostupno na: https://goli.hr/ (09.08.2021.)
16. Hiroshima Peace Memorial Museum. Dostupno na: http://hpmmuseum.jp/modules/info/index.php?action=PageView&page_id=47 (26.09.2021.)
17. Hohenhaus, P. Romania. Dark-tourism.com. Dostupno na: https://www.dark-tourism.com/index.php/romania (25.08.2021.)
18. Hovi, T. (2014). 'The use of history in Dracula Tourism in Romania', Folklore: Electronic Journal of Folklore. 57:55-78 Preuzeto s: https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=257041 (29.08.2021.)
19. Hrvatska turistička zajednica. (2021). Otvoren obnovljeni vukovarski vodotoranj. Dostupno na: https://www.htz.hr/hr-HR/otvoren-obnovljeni-vukovarski-vodotoranj (21.08.2021.)
20. Institut za turizam. (2015). Grad Vukovar: Strateške smjernice razvoja turizma u vremenu od 2016. do 2020. godine. Zagreb. Vukovar.hr. Dostupno na: https://www.vukovar.hr/images/stories/files/pravo_na_pristup_info/UO_Kultura_i_turizam/Vukovar-finalni-radni-dokument.pdf

21. Jure Grando. (2021). Dostupno na: http://juregrando.com/ (14.08.2021.)

22. Kazalac, P. (2020). 'Crni turizam i percepcija posjeta', Diplomski rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Dostupno na: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:913741 (15.11.2020.)

23. Kesar, O., i Tomas, P. (2014). 'OBILJEŽJA I DOSEZI RAZVOJA MEMORIJALNOG TURIZMA U HRVATSKOJ', Liburna, 3(1), str. 49-88. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/145027 (15.11.2020.)

24. Krajnović, A., Mladen, R., i Šišović, D. (2008). 'Fantastic Creatures and Their Valorisation in Tourism : Example of Istria'. U: Galetić, L. & Čavlek, N. (ur.)4th International Conference "An Enterprise Odyssey : Tourism - Governance and Entrepreneurship" : Conference Proceedings. Dostupno na: https://www.bib.irb.hr/404620?rad=404620 (15.11.2020.)

25. Les catacombes de Paris. (2018). Dostupno na: https://www.catacombes.paris.fr/en/visit/individual-rates (26.09.2021.)

26. Light, D. (2007). 'Dracula tourism in Romania Cultural identity and the state'. Annals of Tourism Research, 34(3), pp. 746–765. Dostupno na: doi:10.1016/j.annals.2007.03.004 (15.11.2020.)

27. Light, D. (2017). 'The undead and dark tourism: Dracula tourism in Romania', in G. Hooper and J.J. Lennon (eds) Dark Tourism: Practice and Interpretation, Routledge, Abingdon, pp. 121-133. Dostupno na: http://eprints.bournemouth.ac.uk/24859/1/The%20undead%20and%20dark%20tourism.pdf (15.11.2020.)

28. Light, D., Cretan, R. and Dunca, A. M. (2021). 'Transitional justice and the political 'work' of domestic tourism'. Current Issues in Tourism, 24(6), pp. 742-754. Dostupno na: https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1763268 (20.08.2021.)

29. Lonely Planet. (2021). Snagov Monastery. Dostupno na: https://www.lonelyplanet.com/romania/bucharest/snagov-lake/attractions/snagov-monastery/a/poi-sig/1336718/1326065 (26.08.2021.)

30. Madarac, S.M. (2020). 'MEMORIAL TOURISM IN THE CITY OF VUKOVAR'. Economic and Social Development: Book of Proceedings, pp. 332-341. Dostupno na:

https://www.researchgate.net/profile/Venelin_Terziev/publication/339390267_Factors_influencing_education_system/links/5e4ee01c299bf1cdb93915e0/Factors-influencing-education-system.pdf#page=341 (14.11.2020.)

31. Memorial and museum Auschwitz – Birkenau. (2021). Dostupno na: http://auschwitz.org/en/ (25.09.2021.)

32. Memorialsighet.ro (2021). Short history of the building of Sighet prison. Dostupno na: https://www.memorialsighet.ro/short-history-of-the-building-of-sighet-prison/ (05.08.2021.)

33. Muresan, A., and Smith, K. A. (1998). 'Dracula's castle in Transylvania: Conflicting heritage marketing strategies'. International Journal of Heritage Studies, 4(2), pp. 73–85. Dostupno na: doi:10.1080/13527259808722223 (15.11.2020.)

34. Parra, R. and Ferraz, J. (2021). 'From a Communist Heritage to an Unwanted Past: The Case of Romania'. Science Insights, 38(1), pp. 298-304. Dostupno na: https://bonoi.org/index.php/si/article/view/467/328 (29.08.2021.)

35. Patrichi, I. C. (2013). 'DARK TOURISM-A NICHE SEGMENT FOR THE ROMANIAN TOURISM'. Romanian Economic and Business Review, pp.351-358. Dostupno na: http://www.rebe.rau.ro/REBE-WI13S.pdf#page=351 (15.11.2020.)

36. Poteaca, E. (2018). The sanctum of Snagov Monastery. Itinari. Dostupno na: https://www.itinari.com/the-sanctum-of-snagov-monastery-m0sn (26.08.2021.)

37. Rabontu, C. I. and Vasile M. C. (2014). 'Dark tourism – New form of tourism in Romania'. Annals of the „Constantin Brancusi" University of Targu Jiu, Economy Series, 6, pp. 269-273. Dostupno na: https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2014-06/52_Rabontu,Vasile.pdf (30.08.2021.)

38. Rhodes, E. (2018). Dark Tourism: Seeking out the dangerous and derelict. The Lores. Dostupno na: https://thelores.com/dark-tourism-seeking-out-the-dangerous-and-derelict/ (25.09.2021.)

39. Romania – Insider.com. (2019). Bucharest remains main Romania destination for foreign tourists. Dostupno na: https://www.romania-insider.com/foreign-tourists-bucharest-2018 (21.08.2021.)

40. Romania Natural and Cultural. (2021). Bran Castle. Romaniatourism.com. Dostupno na: http://romaniatourism.com/castles-fortresses-romania-bran-castle.html (25.08.2021.)
41. Schneider, A., Anghel-Vlad, S., Negrut, L., Goje, G. and Para, I. (2021). 'TOURISTS' MOTIVATIONS FOR VISITING DARK TOURISM SITES. CASE OF ROMANIA'. The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences, 30(1). Preuzeto s: https://www.researchgate.net/profile/Lucia-Negrut/publication/353514808_TOURISTS'_MOTIVATIONS_FOR_VISITING_DARK_TOURISM_SITES_CASE_OF_ROMANIA/links/6101436d169a1a0103c010f9/TOURISTS-MOTIVATIONS-FOR-VISITING-DARK-TOURISM-SITES-CASE-OF-ROMANIA.pdf (29.08.2021.)
42. Simone – Charteris, M.T., Kirkpatrick, J. and McLaughlin, C. (2018). ' An investigation of the differences that exist between generations in relation to supporting dark tourism in Northern Ireland'. DBS Business Review Journal, 2. Preuzeto s: https://esource.dbs.ie/handle/10788/3604 (25.09.2021.)
43. Spomen područje Jasenovac Memorial site. Dostupno na: http://www.jusp-jasenovac.hr/Default.aspx?sid=5019 (11.08.2021.)
44. Središnja Istra. (2021.) Jure Grando i devetorica hrabrih. Dostupno na: https://www.central-istria.com/hr/kringa (16.08.2021.)
45. Stainton, H. (2020). Dark tourism explained: What, why and where. Tourism Teacher. Dostupno na: https://tourismteacher.com/dark-tourism/ (25.09.2021.)
46. Statista.com. Global no. 1 business data platform. Dostupno na: https://www.statista.com/ (26.09.2021.)
47. Stone, P. R. (2006). 'A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions', Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 54(2), pp. 145-160. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/161464 (15.11.2020.)
48. Šerić, N. (2017). 'USPOREDBA STANJA I MOGUĆNOSTI MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ I SVIJETU : Završni rad', Završni rad, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. Preuzeto s: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:978695 (13.08.2021.)
49. The London Dungeon. (2021). Merlin Entertainments. Dostupno na: https://www.thedungeons.com/london/tickets-prices/ (26.09.2021.)

50. The Japan Times. (2020). Renovated Hiroshima A-bomb museum reeled in record 1.76 million visitors in 2019. Dostupno na: https://www.japantimes.co.jp/news/2020/04/12/national/renovated-hiroshima-bomb-museum-reeled-record-1-76-million-visitors-2019/ (25.09.2021.)
51. Turistička zajednica grada Vukovara. (2019). Memorijalni turizam – Vukovarski nokturno. Turizamvukovar.hr Dostupno na: https://turizamvukovar.hr/istrazite/vukovarski-nokturno/ (13.08.2021.)
52. Unusual places. (2021). The Merry Cemetery of Sapanta – Another Kind of Cemetery. Dostupno na: https://unusualplaces.org/the-merry-cemetery-of-sapanta-another-kind-of-cemetery/ (01.09.2021.)
53. Visit Pompeii. (2012). Dostupno na: http://www.visitpompeii.it/day-tours.html (26.09.2021.)
54. Where The Road Forks. (2021). Dark tourism ethics and criticisms. Dostupno na: https://wheretheroadforks.com/dark-tourism-ethics-and-criticisms/ (05.09.2021.)
55. Yuill, S. M. (2003). 'Dark tourism: understanding visitor motivation at sites of death and disaster'. Master's thesis, Texas A&M University. Texas A&M University. Preuzeto s: https://oaktrust.library.tamu.edu/handle/1969.1/89 (30.08.2021.)
56. 9/11 Memorial & Museum. (2021). Dostupno na: https://www.911memorial.org/ (25.09.2021.)

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj dolazaka posjetitelja u Vukovar u razdoblju od 2011. do 2019. godine..... 33
Grafikon 2. Broj posjetitelja memorijalnog centra i objekata Domovinskog rata 33
Grafikon 3. Broj posjetitelja Spomen područja Jasenovac u razdoblju od 2016. do 2020. godine 38
Grafikon 4. Broj organiziranih i školskih grupa u posjeti Spomen području Jasenovac u razdoblju od 2016. do 2020. godine 39
Grafikon 5. Struktura ispitanika prema spolu 48
Grafikon 6. Dobna struktura ispitanika 49
Grafikon 7. Stupanj obrazovanja ispitanika 49
Grafikon 8. Radni status ispitanika 50
Grafikon 9. Izvor informacija o gradu Vukovaru/Domovinskom ratu 52
Grafikon 10. Razlog posjete gradu Vukovaru 53
Grafikon 11. Analiza s kojim osobama su ispitanici bili u posjeti Vukovaru 54
Grafikon 12. Duljina boravka u Vukovaru 54
Grafikon 13. Organizacija putovanja u Vukovar 55
Grafikon 14. Zadovoljstvo ispitanika memorijalnom ponudom Vukovara 55
Grafikon 15. Izvor informacija o povijesti Jasenovca 57
Grafikon 16. Analiza s kojim osobama su ispitanici bili u posjeti Jasenovcu 58
Grafikon 17. Organizacija izleta u Jasenovac 58
Grafikon 18. Zadovoljstvo ispitanika s načinom na koji se čuva sjećanje na Jasenovac..... 59

POPIS TABLICA

Tablica 1. Prikaz ekonomskih učinaka određenih mračnih destinacija – fizički učinci..... 11
Tablica 2. Prikaz ekonomskih učinaka određenih mračnih destinacija – financijski učinci.... 12

POPIS SLIKA

Slika 1. Spektar mračnog turizma – značajke proizvoda mračnog turizma unutar „najtamnijeg – najsvjetlijeg“ okvira ponude 4
Slika 2. Merry groblje u Rumunjskoj 19
Slika 3. Mauzolej Iulie Hasdeu 22
Slika 4. Brončana skulptura zatvorenika podignutih ruku koji čekaju smrt 24
Slika 5. Dvorac Bran 26
Slika 6. Vukovarski vodotoranj 31
Slika 7. Prikaz današnjeg stanja Golog otoka 36
Slika 8. Spomenik Cvijet u Jasenovcu okružen hortikulturno uređenim okolišem 38
Slika 9. Spomen ploča u čast hrabrim mještanima Kringe 42