

ANALIZA TRŽIŠTA MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ S POSEBNIM OSVRTOM NA LOGOR JASENOVAC

Mikić, Jelena

Undergraduate thesis / Završni 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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:144587>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-03**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Preddiplomski stručni studij: Poslovna ekonomija
Smjer: Turističko poslovanje

**ANALIZA TRŽIŠTA MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ S POSEBNIM
OSVRTOM NA LOGOR JASENOVAC**

ZAVRŠNI RAD

Student: Jelena Mikić

JMBAG studenta: 0067560160

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

Zagreb, rujan 2021. godina

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. PREDMET I CILJ RADA.....	1
1.2. IZVORI PODATAKA I METODE PRIKUPLJANJA	1
1.3. STRUKTURA RADA.....	1
2. POJMOVNO ODREĐENJE I KARAKTERISTIKE SPECIFIČNIH OBLIKA TURIZMA	3
2.1. DEFINIRANJE SPECIFIČNIH OBLIKA TURIZMA	3
2.2. KARAKTERISTIKE SPECIFIČNIH OBLIKA TURIZMA	4
2.3. MOTIVACIJA U SPECIFIČNOM TURIZMU	5
2.4. TURISTIČKI DOŽIVLJAJ U SPECIFIČNOM TURIZMU.....	6
3. POJAM, KONCEPTI I POTRAŽNJA U MRAČNOM TURIZMU	8
3.1. POJMOVNO ODREĐENJE MRAČNOG TURIZMA.....	8
3.2. RAZLIČITI KONCEPTI MRAČNOG TURIZMA	9
3.3. MOTIVACIJA U MRAČNOM TURIZMU.....	10
3.4. TIPOLOGIJA MRAČNOG TURIZMA.....	11
3.5. INTERPRETACIJA MRAČNOG TURIZMA.....	13
4. MRAČNI TURIZAM U HRVATSKOJ.....	14
4.1. OBILJEŽJA TRŽIŠTA MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ.....	14
4.2. LOKALITETI MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ.....	15
4.2.1. VUKOVAR	15
4.2.2. GOLI OTOK	18
4.2.3. VIS.....	20
5. KRITIČKA ANALIZA PONUDE MRAČNOG TURIZMA U JASENOVCU	22
5.1. LOKACIJA I OBILJEŽJA TURISTIČKE DESTINACIJE JASENOVAC	22
5.2. LOGOR JASENOVAC	23
5.3. OBNOVA SPOMEN PODRUČJA JASENOVAC	24
5.4. MOTIVI POSJETE DANAŠNJEM SPOMEN PODRUČJU JASENOVAC	25
5.5. ČIME KONCENTRACIJSKI LOGOR JASENOVAC PRIVLAČI LJUDE	26
5.6. MOGUĆNOST DALJNJEG RAZVOJA MRAČNOG TURIZMA U JASENOVCU	27
6. ZAKLJUČAK	29
LITERATURA.....	30
POPIS SLIKA	33

1. UVOD

1.1. PREDMET I CILJ RADA

Samom pojavom slobodnog vremena, viškom novčanih sredstava i sve ubrzanijim tempom života pojavila se potreba za turizmom. Od samog početka turizma, sve do danas, pojavljivali su se razni oblici turizma. Neki poznatiji oblici su: ekoturizam, kulturni turizam, sportski turizam, manifestacijski turizam, agroturizam, mračni turizam. Ovaj rad za cilj ima predstaviti jedan relativno novi oblik turizma, a to je „mračni turizam“. Sama definicija „mračnog turizma“ kao takvog je novost koja se prvi put spominje krajem 20., odnosno početkom 21. stoljeća, slabo je poznato da početci ovog oblika turizma datiraju još iz srednjeg vijeka. Predmet rada je mračni turizam. Cilj rada je prikazati i potpuno normalan život u današnje vrijeme u toj malenoj općini nedaleko zloglasnog logora, te također turističku valorizaciju samog mjesta ali i muzeja u Jasenovcu.

1.2. IZVORI PODATAKA I METODE PRIKUPLJANJA

U ovom radu su korišteni relevantni znanstveni i stručni izvori podataka, većina je u elektroničkom obliku, te neki pisani podatci iz knjiga povijesnog sadržaja. Korišteni susekundarni izvori, a metode koje su korištene prilikom izrade rada su metoda analize i metoda sinteze.

1.3. STRUKTURA RADA

Rad je podijeljen na 5 glavnih dijelova. U prvom dijelu cilj je upoznati se sa povijesnim razvojem turizma i njegovim nastankom, zatim definirati pojam turizma i objasniti sve motive koji su vezani za druge dijelove. U drugoj cjelini su definirani specifični oblici turizma kao temelj za pojam mračni turizam. Objašnjena je povezanost suvremenog i masovnog turizma te njihova infrastruktura. Treća cjelina je mračni turizam i kao glavni pojam ovog rada je

rašćlanjen u nekoliko potpoglavlja u kojima je objašnjen sam pojam mračnog turizma, koncepti mračnog turizma, motivacija, tipologija i interpretacija mračnog turizma. Zatim slijedi četvrta cjelina koja se odnosi na mračni turizam u Hrvatskoj i njegov potencijal. Obuhvaćena su neka obilježja mračnog turizma u Hrvatskoj te također i nekoliko lokaliteta. Zadnja cjelina je mračni turizam u Jasenovcu gdje se na primjeru samog logora kroz povijest može pokazati kako nekad omraženo mjesto na zemlji može privući ljude, mase ljudi, što je prije 50-ak godina bilo nezamislivo. Također se predstavlja turistička valorizacija Jasenovca te mogućnosti daljnjeg razvoja Logora Jasenovac i pripadajućeg Memorijalnog muzeja.

2. POJMOVNO ODREĐENJE I KARAKTERISTIKE SPECIFIČNIH OBLIKA TURIZMA

U teoriji i praksi koriste se različiti termini za ovu vrstu turizma: specifični oblici turizma, selektivni oblici turizma, turizam posebnih interesa, tematski turizam, turizam niša, čak i alternativni turizam. Iako većina ovih pojmova predstavlja suprotnost masovnom turizmu, nijedan se takav termin ne može promatrati kao sinonim za odgovorni i održivi turizam. Aktivnosti turista, čak i kada su „posebne“, ne moraju u praksi biti ni odgovorne ni održive, štoviše, neke su već poprimile masovnu pojavnu formu, kao što je slučaj sa urbanim ili kulturnim turizmom. (Rabotić, B., 2013: 17)

Za razliku od masovnog turizma, kojeg odlikuju anonimnost i standardizirane usluge i doživljaji, specifični oblici turizma su puno fleksibilniji i nude cijeli spektar doživljaja kod kojih osobne preferencije turista dolaze do izražaja. Turisti sa specifičnim interesima su po pravilu obrazovaniji, iskusniji i odgovorniji nego „obični“ turisti. Najčešće su srednje životne dobi i putuju bez djece. Često se radi o pojedincima koji putuju sami jer tako žele ili teško nalaze partnera koji ima iste interese, ali im se pruža mogućnost da na destinaciji pronađu osobu sa istim afinitetima. Također na destinacije specifičnih oblika turizma dolaze u većini slučajeva osobe veće platežne moći. (Rabotić, B., 2013: 22)

2.1. DEFINIRANJE SPECIFIČNIH OBLIKA TURIZMA

Specifični turizam predstavlja odgovor na probleme suvremenog turizma koji su uzrokovani masovnim turizmom i njegovom infrastrukturom. Iz tog razloga suvremeni teoretičari turizma nalaze odgovor upravo u razvoju alternativnih i specifičnih oblika turizma, odnosno putovanja koja nisu masovna, bezlična i shematska. Tako navedeni oblici turizma nazivaju se još i odgovornim turizmom, individualnim turizmom, turizmom specifičnih interesa, alternativnim turizmom i sl. Oni kao takvi predstavljaju suprotnost negativnostima što ih donosi masovni turizam, a cilj im je potpunije zadovoljenje posebnih želja i potreba koje imaju suvremeni turisti. (Jaman, L., 2020: 5)

Specifične oblike turizma je moguće definirati kao posebnu skupinu turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivom koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača.

Specifične oblike turizma se može razvrstati u dvije osnovne skupine, ovisno o tome temelje li se sadržaji ponude pretežno na prirodnim ili društvenim resursima:

- **Specifični oblici turizma zasnovani na prirodnim resursima**- su zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, ekoturizam, seoski turizam, lovni i ribolovni turizam, naturizam, robinzonski turizam i dr.
- **Specifični oblici turizma zasnovani na društvenim resursima**- su kongresni turizam (M.I.C.E.-Meetings, Incentives, Conventions, Events), kulturni turizam, gastronomski i enofilski turizam, turizam događaja (event tourism), vjerski turizam, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama, casino turizam i dr. (Ur. Vuk, B. i Matulić, I., 2011: 40)

2.2. KARAKTERISTIKE SPECIFIČNIH OBLIKA TURIZMA

S obzirom na to da turizam ima tendenciju stalnog i ekspanzivnog rasta povećava se briga o zaštiti životne sredine domicilnog stanovništva. Razlog tome su očuvanje zdravog načina življenja, ublažavanje stresa uzrokovanog velikim gužvama za vrijeme turističke sezone, nametanje drugačijeg stila života, poskupljenje osnovnih životnih namirnica u supermarketima i sl. Mediji sve više o tome izvještavaju, dok nekontrolirani masovni turizam gubi na svojoj privlačnosti i sve češće postaje predmet kritike. Iz ovakve perspektive društva specifični oblici turizma vide se kao poželjan odgovor na masovni turizam, čak i kao njegova alternativa, a prvenstveno zbog načina izvođenja takvih turističkih kretanja, ali i karakteristika i aktivnosti koje takav oblik turizma pruža turistima sa specifičnim interesima. Prevladava mišljenje kako su specifični oblici turizma ne samo održiviji već i etičniji u odnosu na masovni turizam zato što su ovakva putovanja pretežno individualna i izvode se u manjim grupama ljudi. (Weber, S., Mikačić, V., 2004: 13)

Čini se kao da nekim svojim karakteristikama specifični oblici turizma vraćaju putovanju nekadašnju svrhovitost i uzbudljivost. Naime, sve što je karakteriziralo putovanja u prošlosti

karakterizira ga i danas, a to su: turistička znatiželja, spremnost na fizički i intelektualni napor, prihvaćanje izazova, privrženost lokalnoj zajednici. (Rabotić, B., 2013: 22)

Postoje oblici turizma čije odvijanje zahtjeva minimalni nivo infrastrukture i usluga, dok se drugi oblici turizma ostvaraju u već poznatim i potpuno opremljenim destinacijama. Pojedina putovanja prodiru u udaljena i netaknuta područja, pri čemu aktivnosti turista mogu predstavljati manji ili veći rizik za turizam i njegovo okruženje. Iz tog razloga su potrebni dobra organizacija i potpuna informiranost turista, a nerijetko i osiguranje posebnih uvjeta. (Rabotić, B., 2013: 22)

Dakle, specifični oblici turizma u fokus svoje turističke infrastrukture stavljaju potencijalne potrošače, prema čijim interesima oblikuju konkretnu turističku ponudu. Oni svoj uspjeh temelje na razvijanju osobnog odnosa, usmjerenog ka pojedincu čije potrebe moraju zadovoljiti. Ali, samo identificiranje potreba nije dovoljno, važno je prepoznati motiv koji je doveo do njihovog razvoja.

2.3. MOTIVACIJA U SPECIFIČNOM TURIZMU

„Motivacija je psihološki proces koji potiče čovjeka da realizira svoje potrebe, tj. riječ je o ponašanju usmjerenom prema nekom cilju.“ Na turističku motivaciju utječu potrebe koje djeluju iznutra, kao i utjecaji koji djeluju izvana (turistička destinacija, atrakcija, usluga). (Čančar, A., 2020., prema Rabotić, B., 2013: 24)

Turist se, u procesu odlučivanja za putovanje, može zapitati:

- „Kuda bih želio putovati?“ (turizam općih interesa)
- „Kuda želim putovati i koje su aktivnosti tamo dostupne?“ (turizam mješovitih interesa)
- „Koje ću interese/aktivnosti zadovoljiti i gdje to mogu ostvariti?“ (turizam posebnih interesa)

Motivacija je vrlo bitan čimbenik turizma posebnih interesa jer ona potiče turista na upuštanje u putovanje čiji je cilj ostvarenje očekivanoga turističkoga doživljaja. (Rabotić, B., 2013: 26)

Većina turista izjavljuje da putuju zbog odmora i rekreacije, no detaljnom analizom otkriva se drugi nivo njihove motivacije. Istraživanje motivacije nije jednostavno jer iza određenog ponašanja turista stoje i različiti motivi koji mogu izazvati i različito ponašanje pojedinca. Potreba predstavlja niz dinamičnih snaga koje određuju ponašanje ljudi i najčešće se javlja kao neugodnost zbog nečega, nedostajanje ili kao želja za nečim uz poticaj i težnju da se takvo stanje ukloni.

Motivacija je nerijetko i spoznaja da su turistička putovanja svojevrsna investicija u osobnost pojedinca. Putovanje u nepoznate krajeve ima sve elemente novoga (nov je do tada nedoživljeni svaki pogled, zvuk, miris, okus). Sve to ostaje u ljudima i obogaćuje ih. Pridodaju li se tome zdravstveni, rekreacijski i kulturni aspekti, očigledno je da je turizam mnogostrana i složena pojava čije izučavanje traži multidisciplinarni pristup. (Brunsko, Z., 2002: 70-75)

Turistička motivacija nastaje djelovanjem potreba koje djeluju iznutra te prostornih poticaja koji djeluju izvana. Različiti su motivi koji utječu na pojedince da se odluče za neko turističko putovanje. Motivi se oslanjaju na psihološke momente i ovise od subjektivnih faktora, objektivnih mogućnosti, socijalne sredine, društvenog položaja, političke situacije, raspoloživog slobodnog vremena i slobodnih sredstava potrebnih za osobnu i turističku potrošnju. (Jaman, L., 2020: 18)

2.4. TURISTIČKI DOŽIVLJAJ U SPECIFIČNOM TURIZMU

Putovanje je samo po sebi uzbudljivo, s obzirom da predstavlja novinu u odnosu na svakodnevnu čovjekovu rutinu. Cilj svakoga putovanja je ostvariti očekivani i željeni doživljaj koji se može definirati kao „unutrašnje stanje pojedinca izazvano nečim što je on osobno susreo, pretrpio ili proživio.“ U situaciji u kojoj je turist, kao potrošač, zadovoljan pojedinačnim uslugama poput prijevoza ili smještaja, njegov će ukupni doživljaj biti narušen ukoliko nije ostvario cilj zbog kojega je krenuo na put, odnosno očekivani doživljaj.

Kada se radi o vanjskim faktorima koji utječu na turistički doživljaj, možemo izdvojiti tri osnovne kategorije:

- **Fizički segmenti** - se odnose na prostor u kojem se koriste usluge, odnosno ostvaruje doživljaj. Taj uslužni ugođaj se u literaturi još naziva i *servicescape*-

izgled prostora i funkcionalnost, ambijentalni uvjeti (temperatura, kvaliteta zraka, buka itd.), stil itd.

- **Socijalni segmenti**- također su važni je kvaliteta doživljaja ne utječe samo na ono za što su turisti platili nego i interakcija sa rezidentima u destinaciji, osjećaj da su dobrodošli i da se nalaze u prijateljskom okruženju.
- **Utjecaj proizvoda i usluga** – se reflektira kroz kvalitetu ponude za koju su se turisti odlučili i platili traženu cijenu. (Rabotić, B., 2013: 31)

Specifični oblici turizma su u potpunosti usmjereni pojedincu, njegovim potrebama, motivaciji, interesima i doživljajima, koji je u samom fokusu njihove turističke ponude koja je krajnji cilj njihovog turističkog proizvoda.

3. POJAM, KONCEPTI I POTRAŽNJA U MRAČNOM TURIZMU

Mračni turizam temelji se na prošlim događajima koji podrazumijevaju stalnu raspravu i promjenu, a s protokom vremena se javljaju novi dionici s drugačijim interesima koji opstruiraju dosadašnje upravljanje mračnim turizmom. (Dolenec, S., Vodeb, K. 2020: 34)

3.1. POJMOVNO ODREĐENJE MRAČNOG TURIZMA

Sam turizam definiramo kao skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodatska djelatnost, a turista kao dobrovoljnog, privremenog putnika koji putuje u očekivanju ispunjenja zadovoljstva koje mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i učestalom kružnom putovanju, mračni turizam je nešto sasvim suprotno i neočekivano. (Bažulić, M., 2015: 3)

Mračni turizam kao turistički proizvod počeo je zadobivati pažnju istraživača početkom 90-ih godina. Pojam "mračni turizam" prvi su upotrijebili Foley i Lennon (1996), koji je kasnije postao naslov knjige Mračni turizam: Atrakcija smrti i katastrofa (Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster), koja danas predstavlja najcjelovitije proučavanje tog fenomena. (Lennon, J., Foley, M. 2020.) Uzevši potonuće čuvenog broda Titanic, 1912. godine kao polaznu točku, autori iskazuju uvjerenje da je „mračni turizam“ proizvod postmoderne kulture, sa globalnim mrežama komunikacija i naglaskom na komodifikaciju. (Rabotić, B. 2013: 224) Prvi koji je u literaturu uveo pojam mračnih atrakcija bio je autor Rojek, čiji se koncept „crnih točaka“ odnosi na komercijalni razvoj grobnih lokaliteta i mjesta gdje su pojedini čuveni ljudi ili mase ljudi doživjeli iznenadnu i nasilnu smrt. Ova vrsta turizma ne predstavlja novi fenomen, zanimanje za ovakvu vrstu atrakcije datira još iz Srednjega vijeka, kada se prisustvovalo hodočašćima, rimskih gladijatorskim igrama ili pak javnim smrtnim kaznama.

Turistički proizvodi mračnoga turizma nastaju suvremenom interpretacijom baštine nekadašnjih bojnih polja i stratišta na kojima je poginulo mnoštvo ljudi, groblja i grobnica, mjesta na kojima su umrle slavne osobe ili mjesta poznata po nekoj prirodnoj katastrofi, bivših zloglasnih zatvora i tamnica sa spravama za mučenje kao i spomenika posvećenih ovim temama. Turisti ih posjećuju motivirani učenjem o prošlosti, kulturi i smrti, povezivanjem s

osobnom i obiteljskom baštinom, uvjerenjem da se zbilja nešto dogodilo, prisjećanjem, izvršavanjem moralne dužnosti, potvrđivanjem religioznog ili sekularnog identiteta i drugim interesima. (Dolenec, S., Vodeb, K. 2020: 26)

Mračni turizam specifičan je fenomen koji tijekom posljednjeg desetljeća izaziva sve veću pažnju medija, ali i akademske zajednice koja je prihvatila ovaj novi i intrigantni predmet istraživanja. Međutim, kao i s turizmom općenito, i u ovom slučaju praksa napreduje brže od teorije te usprkos relativno brojnim radovima i istraživanjima, konceptualni okvir mračnog turizma još uvijek nije određen, čak niti oko njegovog naziva. Tako ostaje otvoreno pitanje je li mračni turizam tek „mala prljava tajna turističke industrije“, ili je važan kanal za oživljavanje uspomena na nekadašnje žrtve.

3.2. RAZLIČITI KONCEPTI MRAČNOG TURIZMA

Kada želimo definirati „mračni turizam“ u teoriji imamo tri različita pristupa mračnom turizmu:

1. Na bazi analize ponude- ova je teorija najviše zastupljena. „Mračni turizam“ se gleda kao posjeta mjestima koja asociraju na nesreću i smrt, ali se nedovoljno u obzir uzima raznolikost motiva turista i njihovih doživljaja. Autori se, pretežno, bave popisom atrakcija morbidnog turizma, a one mogu nuditi različit nivo „mračnog“. U grupi „svijetlijih“ atrakcija su zabavni i tematski parkovi (tzv. Drakulin turizam u Rumunjskoj ili londonske ture tragovima zloglasnog Jacka Trbosjeka), dok „najmračnije“ imaju izrazit politički i ideološki značaj i nude posjetiocu ozbiljno edukativno iskustvo (nekadašnji koncentracijski logori).
2. Na bazi analize potražnje odnosno motivacije turista- definira se kao putovanje koje je „u cjelini ili djelommično motivirano željom za stvarnim ili simboličkim susretom sa smrću, naročito sa (ali ne i isključivo) nasilnom smrću, što u različitom stupnju može biti aktivirano specifičnim osobnim obilježjima onih čija je smrt žarišni objekt“. Ovaj pristup se zasniva više na motivima posjetioca nego na specifičnim karakteristikama atrakcija. To bi značilo da svi koji, primjerice, posjete bivši zloglasni zatvor ili koncentracijski logor pripadaju kategoriji „najmračnijih“ turista, čime se izostavlja činjenica da ima i onih čiji dolazak nije motiviran isključivo smrću.
3. Integralni pristup iz perspektive ponude i potražnje- ovaj pristup sjedinjuje perspektive oba tržišna modela te pokušava objasniti vezu između atributa atrakcije i turističkih

doživljaja u obliku tzv. „kontinuirane svrhe“ s četiri „nijanse“ mračnog turizma. (Rabotić, B., 2012.)

Četiri „nijanse“ mračnog turizma su:

1. Crni turizam- čisti oblik morbidnog turizma; na fascinaciju pojedina smrću i katastrofama reagira ponuda, ciljno kreirana kako bi zadovoljila takvu potrebu i na njoj zaradila.
2. Blijedi turizam- podrazumijeva turiste s minimalnim zanimanjem za tematiku smrti; oni posjećuju „slučajna“ mjesta mračnog turizma (nisu ciljno kreirana kao profitne atrakcije, na primjer: grobovi slavnih)
3. Siva turistička potražnja- čine ju turisti koje fascinira tema smrti, a posjećuju „slučajna“ mjesta mračnog turizma
4. Siva turistička ponuda- čine ju atrakcije koje su nastale s ciljem eksploatiranja teme smrti (pojedini muzeji ili spomenici), ali privlače turiste s malim zanimanjem za to. (Sharpley, R. & Stone, P.R., 2009.)

3.3. MOTIVACIJA U MRAČNOM TURIZMU

Kada pričamo o turizmu, motiv svakako ne može biti novac. Odmor i rekreacija, razgledavanje, kružno putovanje, nazočnost seminaru, konferencija, izložba, poslovni razlozi, posjet prijateljima i rođacima, religija, zdravlje, posjet kulturnim priredbama i manifestacijama, sport i slične aktivnosti, te kupnja, sve su to motivi koji potiču turiste na putovanje. Što se tiče „mračnog turizma“, motivi su malo drugačiji od ovih klasičnih turističkih motiva. Peter Tarlow istaknuo je da postoje četiri osnovne emocije koje su usko povezane s „mračnim turizmom“, a to su: nesigurnost, zahvalnost, poniznost i superiornost. Posjeta određene „mračne“ atrakcije može izazvati više osjećaja i doživjeti se na različite načine. (Tarlow, P., 2005.)

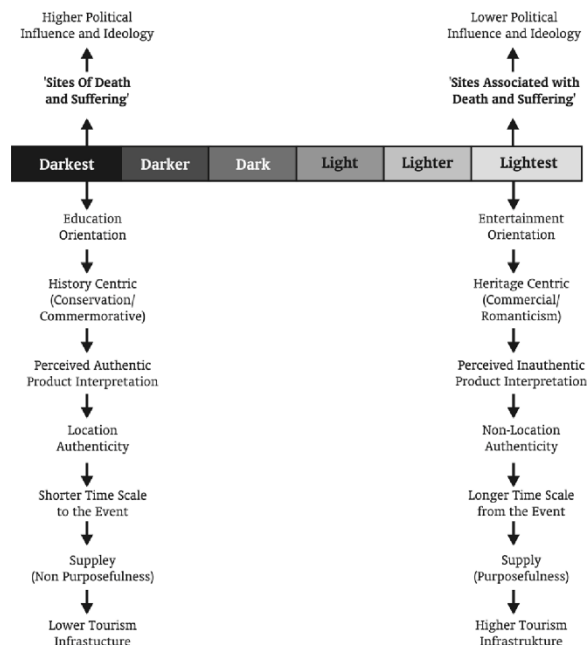
Od velike je važnosti razumjeti potrebe „mračnih“ turista, pogotovo zato što su neke od njihovih posjeta vrlo osjetljive naravi. Neki od mogućih motiva „mračnih“ turista su: osobni razlozi, buđenje uspomena na obitelj, prijatelje ili osobno iskustvo, edukacija o povijesnoj pozadini nekog događaja, iskazivanje nacionalnog ili kulturnog identiteta i nostalgija, morbidna

znatiželja ili čak zabava. Istraživanja pokazuju da izvjestan broj turista posjećuje spomenute atrakcije radi socijalno prihvatljivog iskazivanja zanimanja za smrt i nesreće.

3.4. TIPOLOGIJA MRAČNOG TURIZMA

Stone (2006) u svome spektru, prikazanome na slici 4., iznosi tipologiju mračnih atrakcija jer je po njegovom mišljenju većina proizvoda višeslojna i može biti različito percipirana u različitim dijelovima svijeta. Spektar se sastoji od različitih nijansi mračnoga turizma poredanih od najmračnijih do najsvjetlijih. Najmračniju stranu ovoga spektra predstavljaju mjesta smrti i patnje koja imaju visok politički utjecaj, edukativno su orijentirana i od velike su povijesne važnosti. To su atrakcije naglašene autentičnosti, bez namjerne ponude sa slabije razvijenom turističkom infrastrukturom. S druge strane, najsvjetliji spektar čine mjesta koja su povezana sa smrću i patnjom i imaju nizak politički i ideološki utjecaj. Ovdje je riječ o atrakcijama koje su zabavnog karaktera, s pomno razrađenom turističkom infrastrukturom kao i razvijenom, namjernom i privlačnom ponudom. Nenaglašene su autentičnosti, stoga naglasak nije na lokaciji već promociji i distribuciji.

Slika 1: Spektar mračnog turizma



Izvor: preuzeto u cijelosti (Stone, 2006: 151, navedeno u Rabotić, 2013:230)

Na temelju prikazanoga spektra, Stone predlaže tipologiju sedam izvora ponude mračnih atrakcija od tematskih parkova kao najsvjetlijeg do koncentracijskih logora kao najmračnijeg oblika:

- **Tematski parkovi mračnog turizma-** podrazumijevaju producerske kuće koje na zabavan način utjelovljuju mistične i jezovite priče iz većih gradova. U spektru mračnog turizma takve atrakcije se nalaze na svjetlijoj strani, a primjeri takvih atrakcija su Londonska kula, kuća strave na slapovima Niagare, „Ghost Walk“ ture i slično
- **Mračne izložbe-** nude tematiku prikazivanja tragedije ili smrti na konkretan i specifičan način, često izvan autentičnog mjesta na kojemu se tragedija ili stradanje dogodilo. Također, izložbe mračne tematike nude turističke proizvode na temu smrti s ciljem komemoracije i edukacije. U spektru mračnog turizma zauzimaju mračniju stranu, a kao primjere ovakvih izložbi mogu se navesti: Muzej terora u Budimpešti, „Body Worlds“ – neobična izložba ljudskih leševa koja se koristi u svrhu zdravstvene edukacije i sl.
- **Tamnice i zatvori-** podrazumijevaju jezovita mjesta iz prošlosti u kojima se posjetitelji na neposredan način mogu upoznati s načinima procesuiranja i egzekucije političkih i drugih prijestupnika. Tamnice i zatvori predstavljaju nekadašnje načine kažnjavanja kriminalaca, a posjetiteljima nude kombinaciju zabavnog sadržaja i edukacije. Karakterizira ih visoki nivo komercijalizacije i turističke infrastrukture, a u okviru spektra mračnog turizma zauzimaju središnji položaj sa svijetlim, ali i tamnim elementima.
- **Groblja-** su mjesta koja zahtijevaju poštovanje prema mrtvima, a posjetitelje privlače svojom poviješću, znamenitošću, arhitekturom i hortikulturom.
- **„Svetilišta“-** su posebno izgrađeni lokaliteti i objekti vjerskog i sekularnog odnosa prema mrtvima. Takvi lokaliteti često nastaju spontano kada primjerice obitelji ili štovatelji preminule osobe pale svijeće i ostavljaju cvijeće na mjestu gdje je osoba preminula. Takva atrakcija je uglavnom privremenog karaktera, nema turističku infrastrukturu te se pozicionira u tamnijem dijelu spektra mračnog turizma.
- **Mjesta ratnih sukoba-** su lokaliteti koji su obilježeni ratnim stradanjima i na kojima su izgrađeni memorijalni i drugi objekti za prihvatanje velikog broja posjetitelja. Iz perspektive mračnog turizma to nisu namjerno izazvane atrakcije, već imaju komemoracijski, obrazovni, ali i zabavni karakter.
- **Mjesta genocida-** su povijesna mjesta i objekti ciljano izgrađeni u svrhu masovnih ubijanja ljudi (koncentracijski logori), a kao takvi podrazumijevaju razne oblike

eksplicitne interpretacije smrti kroz interaktivne izložbe i muzejske prezentacije (Auschwitz – simbol holokausta, predstavlja najmračniji dio spektra). (Stone, Philip R., 2010: 88-89)

3.5. INTERPRETACIJA MRAČNOG TURIZMA

Priroda mračnog turizma je vrlo osjetljiva pa se uočavaju različiti stavovi i neslaganja u pogledu tretiranja, razvoja i menadžmenta mračnih atrakcija. Ključno pitanje odnosi se na etičnost korištenja nečije nesreće sa svrhom ostvarivanja profita, kao i na obujam i način turističkog opremanja atrakcije. Upravljanje mračnim atrakcijama mora biti balansirano između edukativnog i zabavnog u doživljaju koji se nudi posjetiteljima.

Posebna pažnja posvećena je načinu interpretiranja i prezentiranja mjesta mračnog turizma, jer oni imaju vrlo važnu ulogu „filtera“, pošto neke atrakcija (pogotovo one na „mračnijoj“ strani spektra) izazivaju emocionalne reakcije posjetitelja. Razumijevanju predstavljenog događaja može pomoći adekvatna interpretacija, te također osnažiti doživljaj posjetitelja. Međutim, ako ta ista interpretacija posjetitelja dovodi u zabludu, onda postaje prepreka koja ga sprječava da doživi potpunu duhovnost koristi samog posjeta.

Bez obzira koliko je osjetlji, mračni turizam ima rastući trend, kako u Hrvatskoj tako i u svijetu. U idućem poglavlju se navode neka od najpoznatijih odredišta mračnog turizma u Hrvatskoj kako bi se moglo analizirati postojeće stanje, ali i da bi se utvrdile mogućnosti za njegov daljnji razvoj.

4. MRAČNI TURIZAM U HRVATSKOJ

Mračni turizam je kao poseban oblik turizma još uvijek u razvoju, kako u Hrvatskoj tako i u svijetu. Unatoč velikom razvojnom potencijalu ovoga oblika turizma u Hrvatskoj, on je vrlo slabo prepoznat i iskorišten, a veći utjecaj na posjećenost lokaliteta vidljiv je kod svjetskih destinacija. Ovaj rad naglašava kako Hrvatska ima veliki razvojni potencijal što se ovoga oblika turizma tiče, čije bi pravilno iskorištavanje donijelo velike doprinose turizmu, razvoju vlastitog identiteta te povećanoj posjećenosti samih destinacija.

Povijest Hrvatske duboko je prožeta brojnim političkim i društvenim previranjima koja su nerijetko prerasla u ratne sukobe i progonstva. Zbog brojnih vojnih i civilnih žrtava koje su svoje živote položili za slobodu (u bilo kojem smislu), u Hrvatskoj se danas nalaze brojni memorijalni lokaliteti na kojima se iskazuje individualna i kolektivna empatija te oplakuju stradali (Kesar, O., Tomas, P., 2014: 69) Jasenovac, Goli otok i Vukovar imaju velik potencijal za daljnji razvoj mračnog turizma u Hrvatskoj prema kategorijama velike povijesne važnosti, međutim kao svjetliji mračni turizam u Hrvatskoj može se spomenuti općina Tinjan koja bi pripadala kategoriji Mračne zabave. (Kesar, O., Tomas, P., 2014.)

4.1. OBILJEŽJA TRŽIŠTA MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Hrvatska, kao jedna od prepoznatljivih mediteranskih zemalja, vrlo je ovisna o turizmu, gdje je jedan od najvažnijih problema što kontinentalna Hrvatska (s izuzetkom Grada Zagreba) nije toliko prepoznatljiva po turističkoj ponudi. Tijekom rata 1990-ih uništen je velik broj stambenih jedinica, objekata kulturne baštine, bolnica, prometnih infrastruktura, nakon čega je kontinentalna Hrvatska ostala bogata ratnim ostacima, spomenicima, grobljima, zatvorima i drugim objektima koji u kombinaciji s potresnim i tragičnim pričama pogođenih ljudi čine vrlo privlačne atrakcije ove vrste turizma. (Šuligoj, M., 2016: 260)

Unatoč bogatom kulturno-povijesnom nasljeđu, mračni turizma u Hrvatskoj je vrlo slabo razvijen i privlači mali broj posjetitelja. Iako raspolaže svim potrebnim kulturnim resursima i ima dobre uvjete za razvoj, može se reći da takva vrsta turizma u Hrvatskoj gotovo da i ne postoji. Što se tiče društvenih uvjeta, on se nalazi u vrlo nepovoljnom položaju jer ne

postoje ekonomski poticaji i osnovni infrastrukturni preduvjeti za njegov razvoj, najviše zbog pretjerane orijentacije na pomorski turizam koji osigurava vrlo visoke profite i privlači kako turiste, tako i investitore. Razvojni potencijal mračnog turizma još uvijek nije prepoznat među turističkim stručnjacima, pri čemu on ostaje zanemaren i neiskorišten. Iskorištavanje ovoga potencijala bi hrvatsku turističku ponudu uzdiglo na novu lokalnu, regionalnu i državnu razinu. (Šerić, N., 2017: 15)

4.2. LOKALITETI MRAČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Kako bi prikazali utjecaj mračnog turizma na posjećenost destinacija u Hrvatskoj, iz skupine lokacija novije hrvatske povijesti možemo izdvojiti:

- Grad Vukovar s pripadajućim memorijalnim objektima i lokalitetima na području grada u spomen na masovne žrtve iz Domovinskog rata.
- Goli Otok u spomen na žrtve progona političkih neistomišljenika nakon Drugog svjetskog rata.
- Vis

Navedeni lokaliteti privlače najveći broj kako stranih tako i domaćih turista. Zbog svog celikog potencijala i pripadajućih resursa ističu se kao temelji za daljnji razvoj ove vrste turizma u Hrvatskoj. (Čančar, A., 2020: 22)

4.2.1. VUKOVAR

Područje grada Vukovara jedno je od najpoznatijih lokaliteta ove vrste turizma u Hrvatskoj. Grad Vukovar je zbog događanja u Domovinskom ratu zauvijek obilježen jer je rat izazvao veliku štetu nanesenu stanovništvu i gospodarstvu. Brojni ožiljci kojima je to područje ostalo obilježeno, povezani u cjelinu, nazvani su „Vukovarski nokturno“, a sastoji se od sedam lokaliteta koji posjetiteljima omogućavaju da upoznaju najmračniju stranu ljudske prirode, te povijest ratnih događanja. Prvi među lokalitetima je Vukovarski Vodotoranj ne čijem je vrhu sve do početka rata bio restoran s vidikovcem na Vukovar, rijeku Dunav i srijemske vinograde. Vodotoranj je bio nekadašnja omiljena meta neprijatelja, a danas je simbol borbe i slobode, otpora i života. Sagrađen je na istočnom ulazu u gradski perivoj.

Slika 2: Vukovarski vodotoranj



Izvor: preuzeto u cijelosti (Grad Vukovar)

Drugi lokalitet je Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata, koje je najveća masovna grobnica u Hrvatskoj, ali i Europi nakon Drugog svjetskog rata. Sastoji se od 938 bijelih križeva od kojih svaki predstavlja jednu žrtvu.

Slika 3: Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata



Izvor: preuzeto u cijelosti (Visit Vukovar and Srijem)

Treći lokalitet je Spomen dom Ovčara koji je otvoren 2006. godine, u istom hangaru u kojemu su zatočenici proveli svoje posljednje trenutke. U blizini doma se nalazi crni obelisk s likom grlice kao simbol sjećanja i zahvalnosti sunarodnjaka. Ovčara je do početka agresije bila farma udaljena 5 kilometara od Vukovara, a danas je poznata po najvećem pokolju koji je počinjen u Domovinskom ratu.

Četvrti lokalitet je Mjesto sjećanja- Vukovarska bolnica. Bolnica koja je tijekom rata pretvorena u vojnu bolnicu te je svakodnevno bila bombardirana, ali po završetku rata je

obnovljena, a u podrumu je rekonstruirano stanje u kakvom su se nalazili ranjenici, liječnici i medicinske sestre.

Peti lokalitet je Memorijalni centar Domovinskog rata koji se nalazi u prostorima bivše vojarne, a usmjeren je na proučavanje kronologije Domovinskog rata.

Slika 4: Memorijalni centar Domovinskog rata



Izvor: preuzeto u cijelosti (Memorijalni centar Domovinskog rata)

Šesti je lokalitet Spomen dom hrvatskih branitelja u Borovu naselju koji se nalazi na mjestu bivše zgrade pošte koja je za vrijeme rata služila kao glavna zgrada zapovjedništva u obrani grada.

Slika 5: Spomen dom hrvatskih branitelja u Borovu naselju



Izvor: preuzeto u cijelosti (Memorijalni centar Domovinskog rata)

I posljednji lokalitet je spomenik posvećen svim stradalim žrtvama koje su dale život u borbi za neovisnost Republike Hrvatske, Križ na ušću Vuke u Dunav. (Kesar, O., Tomas, P., 2014: 24)

Slika 6: Križ na ušću Vuke u Dunav



Izvor: preuzeto u cijelosti (Memorijalni centar Domovinskog rata)

Vukovar neki nazivaju i Dubrovnikom na Dunavu. 2019. godine je u vukovarsku luku pristigao 231 kruzer te je također zabilježen i rekordan broj posjetitelja. Svake godine se traži i krevet više, što pokazuju i podaci od godine prije. Zabilježeno je bliže 32 tisuće putnika, od čega 70% čine državljani SAD-a, 15% državljani Njemačke, a ostalo iz cijelog svijeta. Zabilježeno je 47 503 dolazaka, što je 73 506 noćenja. Za 2020. godinu su imali najavu za 321 kruzer.

Memorijalna mjesta u Vukovaru posjeti oko 120 tisuća ljudi na godinu. Takozvani „ratni“ turizam u vukovaru ima i edukativnu vrijednost. Posebni naglasak se stavlja na autentičnost koju posjeduje muzejski prostor, isti takav prostor je bio 1991. godine. (Dnevnik.hr, 2019.)

4.2.2. GOLI OTOK

Kao reprezentativna destinacija hrvatskog mračnog turizma istaknuo se jedan od najzloglasnijih zatvora u Europi- Goli otok i s njime povezan otok sv. Grgur koji su smješteni u blizini otoka Raba, točnije u Kvarnerskom arhipelagu. Nalaze se na području intenzivnog razvoja turizma, za koji imaju vrlo povoljne preduvjete jer imaju razvijenu prometnu infrastrukturu te su zbog toga prometno pristupačni. Ovaj otok je u doba bivše države služio kao kazneno-popravna ustanova, mjesto „preodgoja“ političkih zatvorenika, a kasnije i za druge osuđenike, dok je Sv. Grgur funkcionirao kao popravni dom za žene. U tim kaznenim domovima je rijekom 40 godina mučeno više od 16.000 ljudi, od kojih je 6% bilo žena. (Kesar, O., Tomas, P., 2014: 72)

Cilj kaznionica je bio ubiti svaki trag humanosti u zatvorenicima kroz strašne oblike kažnjavanja, teški fizički rad i nehumane uvjete života. Tortura je započinjala stazom kojom se prilikom dolaska u zatvor moralo proći pokraj starijih zatvorenika koji bi ih udarali lancima, konopima i drugim predmetima kao iskaz njihove superiornosti. Takvo mučenje je bilo samo dio rituala koji se odvijao svaki put kada bi na otok stigla nova grupa zatvorenika. Osuđenici su umirali na različite načine, neki prilikom pokušaja bijega, neki su počinili samoubojstva, neki su pretučeni na smrt, dok su drugi umirali od gladi i iscrpljenosti. Prije njegove „prave“ funkcije, otok je bio nenaseljen i prazan, a izgradili su ga i pošumili upravo zatvorenici i od njega napravili prostor za život. Zbog njegovog vrlo povoljnog položaja kao kaznionice, bijeg s otoka bio je nemoguć, a otežavali su ga strogi nadzor, jake morske struje i udaljenost od obale. (Šerić, N., 2017: 18)

Slika 7: Goli otok



Izvor: preuzeto u cijelosti (poslovni.hr)

Goli otok kao “hrvatski Alcatraz” ima veliki potencijal za razvoj mračnog turizma zbog bogatog i neprocjenjivog kulturno-povijesnog nasljeđa. Problem je što je povijest o stradanju na Golom otoku nedovoljno poznata. Turizam na Golom otoku ne bi trebao biti masovnog karaktera, već mu treba pristupiti pažljivo, što znači da bi trebalo temeljiti na konceptu zaštite površina i građevina nekadašnjeg logora jer oni upućuju na povijesni kontekst ljudske patnje i stradanja. Obnovom povijesne baštine, te stavljanjem njenog korištenja u ekonomsku funkciju ostvario bi se niz pozitivnih učinaka, kao što su otvaranje novih radnih mjesta, generiranje prihoda, te brojne društvene koristi.

Prema Državnom zavodu za statistiku, u 2014. godini Općina Lopar je ostvarila gotovo 83 000 dolazaka i 634 000 noćenja turista, pri čemu je strana potražnja činila udio od 96%. Iz podataka DZS-a za proteklo desetogodišnje razdoblje je vidljivo da je riječ o velikoj potražnji od prosječnih 230 000 turističkih dolazaka među kojima uz postojeći broj posjetitelja koji nekontrolirano dolaze na Goli otok, pronašla i dodatna potražnja.

Nakon cjelovitog uređenja kompleksa i kaznionice na Golom otoku, te izgradnje dodatnih kulturno-obrazovnih i drugih turidtičkih sadržaja potražnja za Golim otokom bi mogla dostići i više od 100 000 posjetitelja godišnje, čime bi se postigla ekonomska baza za isplativost i održivost projekta turističke ravitalizacije lokaliteta. (Kesar, O., Tomas, P., 2014: 75)

4.2.3. VIS

Vis ima 38 vojnih objekata, a među najpoznatijima su zapovjedni centar Vela glava, zatim sto metara dug vojni potkop Jastog, vojarne Samogor i Rogači, raketna baza Stupišće, saveznički aerodrom u Pliskom polju kojeg su 1944. godine izgradili Amerikance, topnička baza Barjoška te „Carvene stine“ gdje je u drugom svjetskom ratu osnovana novinska agencija bivše države. (Perasović, 2019: 27-29)

1989. godine je postavljeno 80.000 betonskih stupova koji su međusobno povezani bodljikavom žicom, jer je stranim turistima dopušten dolazak na Vis. Nitko sa sigurnošću ne može točno reći koja je kvadratura svik potkopa, tunela i bunkera, jer je dokumentaciju odnijela bivša vojska.

Topovi koji vire iz kamenih stijena su međusobno povezani tunelima i prostorijama, a u njima se mogu pronaći ostavi bivše vojske kao što su namještaj, dijelovi unifrome, opreme i sanduci, iako je većina toga ukradena.

Slika 8: Vis- vojarna



Izvor: preuzeto u cijelosti (Happy to visit)

U blizini samog grada Visa, nalazi se uvala Smokova u kojoj je jedno od impresivnijih skloništa za ratne brodove i podmornice. Prostor za ratne brodoce seže u dubinu do tristo metara, a u brdo je usječen cijeli kompleks. U unutrašnjosti brda se nalaze i prostorije za ratne

brodove, te razna naoružanja, teška i laka, a između svih runela i prostorija međusobno, nalaze se protuprovalna vrata koja i danas uredno funkcioniraju. Ulaz za rakete je bio nevidljiv iz zraka i mora, iako je viši od deset metara, jer je prekriven zaštitnom mrežom na koju je nalijepljena imitacija kamena od stiropora, a slično tome su prije izlazi bili kamuflirani u stare kamene kućice kako bi zavarali neprijatelja. Glavni tunel je dugačak oko petsto metara i izlazi na drugu stranu brda.

Vojni objekti na Visu privlače mnogo turista koji su zainteresirani za razgledavanje vojnih ostataka, te zbog toga postoji prilika za razvoj mračnog turizma. Vis u suradnji s turističkim agencijama može povećati svoje prihode organiziranim turama pomoću vodiča.

Iako je otok Vis bio izoliran i nije bilo razvoja u turističkom smislu, njegova je izoliranost postala prednost samim time jer je otok sačuvao svoju autentičnost, prirodne ljepote, ekologiju i pristupačnost. Otok Vis svake godine bilježi rekorde turističke posjećenosti i to većinom stranih gostiju. Najčešći posjetitelji su gosti iz Slovenije, Poljske, Ujedinjenog Kraljevstva, Njemačke, Italije i Češke. (Brezec, B., 2019:47)

5. KRITIČKA ANALIZA PONUDE MRAČNOG TURIZMA U JASENOVCU

Jasenovac, mjesto na Savi nedaleko grada Novske, jedan je od najzloglasnijih koncentracijskih logora iz Drugog svjetskog rata pod upravom pronacističke ustaške obrane. Prema podacima Javne uprave Spomen područja Jasenovac prikupljenih do ožujka 2013. godine, tijekom Drugog svjetskog rata na tom je području poginulo ukupno 83.145 žrtava, od čega muškarci čine udio od 48%, žene 28% i djeca do 14 godina starosti 24% (JUSP Jasenovac, 2013). Iako su to podaci Poimeničnog popisa žrtava za koje se može s potpunom sigurnošću utvrditi da su pogubljeni u Jasenovcu, ukupan broj žrtava i dalje ostaje nepoznat, a procjenjuje se na oko 100.000. Zbog razotkrivanja i prokazivanja nacističke ideologije i velikog broja poginulih tijekom Drugog svjetskog rata, u Jasenovcu je 1968. godine osnovano je Spomen područje s Memorijalnim muzejom koji je krajem 2006. godine dobio svoj današnji muzejski postav. Realizacijom projekta izrade novog muzejskog postava, Spomen područje dobiva na značaju te ga prati i izražen rast broja posjetitelja. (Kesar, O., Tomas, P., 2014: 70)

5.1. LOKACIJA I OBILJEŽJA TURISTIČKE DESTINACIJE JASENOVAC

Samo naselje Jasenovac udaljeno je samo 8 km od čvorišta Novska na 10. paneuropskom koridoru Posavske autoceste Ljubljana – Bregana – Zagreb - Lipovac – Beograd. Uz sjeveroistočni rub samog naselja Jasenovac smješteno je Spomen područje Jasenovac sa Memorijalnim muzejom i Obrazovnim centrom. Spomen područjem Jasenovac dominira „Kameni cvijet“ spomenik žrtvama fašizma iz drugog svjetskog rata. (Croatialink.com, 2015.)

Ustaški koncentracijski logor Jasenovac - sustav logora, logorskih ekonomija i stratišta protezao se od Krapja na zapadu, preko Jasenovca, Mlake i Jablanca na istoku te od rijeke Strug na sjeveru do prostora južno od rijeke Save, uključujući Donju Gradinu do linije koju zatvaraju sela Draksenić i Bistrica ispod obronaka Prosare u Bosni i Hercegovini. Obuhvaćao je prostoru od 210 km², s obje strane rijeka Save i Une. (Spomen područje Jasenovac: Memorial site, bez dat.)

Svake godine između 12 i 13 tisuća turista posjeti Jasenovac kako bi odali počast nevinim muškarcima, ženama i djeci koja su ubijena tamo. (Benčić, A., 2018: 37-63) Velika većina tih turista je u prolazu, jer se nedaleko od spomen područja nalazi granični prijelaz Jasenovac

(granica Republike Hrvatske sa Bosnom i Hercegovinom). Dakle, posjet Jasenovcu se velikom većinom odvija „usput“ ili za jedan dan jer destinacija nije namijenjena noćenju turista.

5.2. LOGOR JASENOVAC

Eugen Dido Kvaternik bio je na čelu Ustaške nadzorne službe, policije i tajnih službi NDH te je bio zapovjednik svih logora. U drugoj polovici 1941. je osobno pokrenuo planiranje i gradnju Koncentracijskog logora Jasenovac. Za zapovjednika logora je imenovao Maksa Luburića koje je bio glavni utemeljitelj i arhitekt logora a za tu je namjenu prethodno bio obučavan od strane nacista u Koncentracijskom logoru Sachsenhausen, gdje je proučavao strukturu logora i načine sistematskog ubijanja ruskih ratnih zarobljenika, te je taj model pokušao preslikati u Jasenovcu.

Slika 9: Slavko i Eugen Kvaternik sa Benitom Mussolinijem za vrijeme vojnih vježbi u Italiji, 17. veljače 1942.

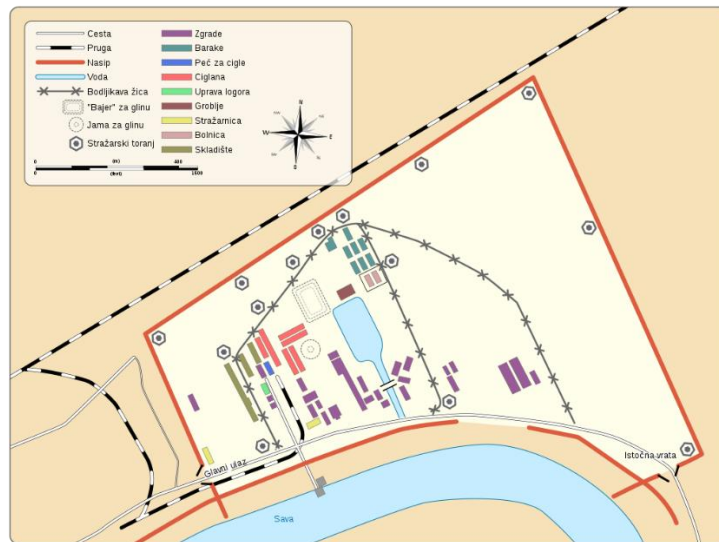


Izvor: preuzeto u cijelosti (Spomen područje Jasenovac: Memorial site)

Radovi za pripremu osnutka novog logora su započeli oko 24. srpnja 1941. godine na močvarnom području između rijeke Save i Une, u blizini sela Jasenovac, kada je Ravnateljstvo malioracionih i regulatornih radova naručilo drvo „za gradnju drvenih baraka u Jasenovcu“. Iako se logor naziva Jasenovac, prvi zatočenici su dopremani u Logor I, pokraj sela Krapje, i u Logor II, nedaleko sela Bročice. Međutim ta prva dva logora su ubrzo rasformirana zbog čestih poplava rijeke Veliki Strug koje su otežavale rad zatočenicima te i sam boravak u logorima. Zatočenici koji su preživjeli u kolovozu 1941. su preseljeni u novoosnovani Sabirni logor br. III, „Ciglana“, koji je bio smješten nedaleko od Jasenovcu, uz rijeku Savu, uz postojeće potrebne uvjete za prihvata većeg broja zatvorenika. Lokacija je odabrana jer se ondje već

nalazio industrijski kompleks unutar kojeg je lokalni srpski poduzetnik Lazar Bačić još prije rata podigao ciglanu, elektranu, pilanu, tvornicu lanaca i ljevaonicu zvona. Vlasti NDH su mu taj industrijski kompleks oduzele početkom 1941. godine. (Goldstein, S. Goldstein, I., 2016.)

Slika 10: Nacrt logora Jasenovac



Izvor: Preuzeto u cijelosti, (Koncentracijski logor Jasenovac)

5.3. OBNOVA SPOMEN PODRUČJA JASENOVAC

Nakon oslobođenja ovoga područja, u svibnju 1995. godine, posebna komisija Ministarstva kulture za popis i procjenu ratnih šteta na spomenicima kulture, utvrdila je činjenično stanje.

Utvrđeno je da je iz Memorijalnog muzeja Spomen područja Jasenovac nestalo ili uništeno 7705 muzejskih predmeta i oko 2500 naslova u biblioteci, a ratna šteta na materijalnim sredstvima procijenjena je na 690 570 njemačkih maraka.

Na osnovi mikrofilmiranih knjiga inventara i u suradnji s Ministarstvom kulture RH pripremljena je cjelovita stručna dokumentacija kao podloga za pokretanje zahtjeva za povrat otuđene muzejske, arhivske i dokumentacijske građe Memorijalnog muzeja u Jasenovcu.

Na osnovi Projekta i plana sanacije Spomen područja Jasenovac započelo se s cjelovitim uređenjem i revitalizacijom područja, razminiranjem i hortikulturnim uređenjem okoliša,

obnovom zgrade Muzeja i radnih prostorija, istražnim radovima za sanaciju spomenika Cvijet Bogdana Bogdanovića, kao i restauracijom i konzervacijom logorskog spomen vlaka. U suradnji s Hrvatskim željeznicama 1999. obnovljen je prilaz spomeniku, tzv. pasarela, a stručnjaci iz tvornice “Janko Gredelj” obavili su restauraciju i zaštitu spomen vlaka. (Spomen područje Jasenovac: Memorial site, bez dat.)

Slika 11: Obnova pasarele



Izvor: preuzeto u cijelosti (Spomen područje Jasenovac: Memorial site)

Slika 12: Obnova spomenika



Izvor: preuzeto u cijelosti (Spomen područje Jasenovac: Memorial site)

5.4. MOTIVI POSJETE DANAŠNJEM SPOMEN PODRUČJU JASENOVAC

Jasenovac je mjesto na kojem posjetitelji stječu spoznaje o iznimnim patnjama i hrabrosti jasenovačkih stradalnika, ali i mjesto na kojemu se može učiti o nevjerovatnoj snazi i nadi u život, vjeri u čovjeka, što su posebno naglašavali preživjeli zatočnici i zatočnice.

Zbog svih jasenovačkih stradalnika, Jasenovac je danas mjesto koje potiče na razmišljanja, učenja, istraživanja, mjesto izgrađivanja osobnog stava i aktivnog otpora prema zlu i zločinu, ali i mjesto prihvaćanja vrijednosti ljudskog života i moralnih načela svojstvenih čovječnosti. Jasenovac je mjesto s kojeg bi svatko od nas trebao otići noseći u sebi čvrstu poruku da se

zločini logora Jasenovac više nigdje i nikada ne smiju ponoviti. Razlike među ljudima, kulturama, nacionalnostima trebaju se poštivati, komunicirati i učiti, a nikako dozvoliti da one izazivaju zločine nad čovjekom. (Spomen područje Jasenovac: Memorial site, bez dat.)

Od otvorenja novog stalnog muzejskog postava evidentiran je povećan broj posjetitelja, osobito organiziranih grupa, od kojih su od posebne važnosti grupe učenika osnovnih i srednjih škola. Učenici i studenti dolaze sa svih strana: iz Hrvatske, Italije, Slovenije, SAD-a, Austrije, Švicarske, Ujedinjenog Kraljevstva, Srbije...

5.5. ČIME KONCENTRACIJSKI LOGOR JASENOVAC PRIVLAČI LJUDE

Postoji mnogo razloga zbog kojih Jasenovac privlači poklonike mračnog turizma. Najveći od njih je svakako fascinacija činjenicom da posjetitelj može stajati na mjestu na kojemu su se prije malo više od pola stoljeća događale strašne stvari te je iz tog razloga fascinacija smrću, ljudska patnja te osjećaj jezivosti snažan motiv za posjetu Jasenovcu. Zbog svoje mističnosti i sablasnosti, Jasenovac danas privlači posjetitelje iz cijele Hrvatske ali i šire te je upravo iz tih razloga postao popularan među poklonicima mračnog turizma. Samim time, filmska industrija kao i brojne knjige napisane o Logoru Jasenovac su ostavile velik utjecaj na posjetitelje koji se žele uvjeriti na realnost i autentičnost prikazanog putem knjige i filma.

Motivi posjete Jasenovcu su razni, a neki od njih su kulturno-povijesni, ambijentalni, obrazovni i sl. Razlog zbog kojeg Logor Jasenovac privlači ljubitelje mračnog turizma jesu osobni i obiteljski motivi. Članovi obitelji bivših zatvorenika i čuvara dolaze posjetiti Logor Jasenovac kako bi na neki način doživjeli ono što su možda doživjeli članovi njihovih obitelji, a samim time su uključeni u razne prezentacije putem kojih prezentiraju događaje i priče iz vremena kada je logor djelovao. Kao motiv posjete ističe se realni doživljaj posjetitelja da iskusi Logor Jasenovac i njegov ambijent na način na koji je prikazan kroz brojne knjige, ali i radoznalost turista da posjete i vide jedinstveni tip logora koji je u svoje vrijeme glasio kao „logor smrti“ u kojemu su bili smješteni jasenovački stradalnici.

Spomen područje Jasenovac izgrađeno je uz uže područje bivšeg koncentracijskog logora III Ciglana Jasenovac. Na spomeničkom prostoru zemljanim humcima i udubljenjima označena su mjesta autentičnih logorskih objekata i stratišta unutar samog logora. Autor spomenika

Cvijet je Bogdan Bogdanović. Spomenik je izgrađen 1966. godine. Konstrukcija je izvedena od armiranog betona, sastoji se od temeljnog dijela sa šest niša razdijeljenih betonskim zidovima, u dnu kojih su oblikovani bazeni za vodu, središnjeg srupa koji se nastavlja u razvijeni plašt cvijeta te od šest trapezastih ploča koje se nastavljaju na stropni dio niša. Put do spomenika Cvijet popločan je pružnim pragovima. Oni simbolično označavaju dio sačuvane pruge kojom su transporti zatočenika stizali u logor. Na sjevernoj strani spomenika nalazi se brončana ploča u kojoj su reljefno upisani stihovi iz poeme Jama, Ivana Gorana Kovačića.

Slika 13: Spomenik Cvijet u Jasenovcu, Bogdan Bogdanović, 1966.



Izvor: preuzeto u cijelosti (Spomen područje Jasenovac: Memorial site)

Uz spomenički prostor u Jasenovcu, Spomen područje Jasenovac brine o sačuvanom autentičnom logorskom objektu Kula i logorskom groblju u Staroj Gradišci, o romskom groblju u Uštici te o masovnim grobnicama u Krapju, Mlaci i Jablancu.

5.6. MOGUĆNOST DALJNJEG RAZVOJA MRAČNOG TURIZMA U JASENOVCU

Za razvoj mračnog turizma potrebno je razumijevanje konfliktne baštine, identifikacije njezinih dionika te istraživanje njihovih interesa (Yankholmes i McKercher, 2015.; McKinnon, 2015: 233-247).

U slučajevima u kojima je rat okončan nedavno ili je još uvijek u tijeku, razvoj mračnog turizma ovisi o sigurnosti i fizičkoj pristupačnosti područja, blizini sukoba i suradnji privatnoga sektora (Mansfeld i Korman, 2015.). Izazovno je odrediti koje je vrijeme potrebno od okončanja sukoba, u kojem bi bilo prikladno ponuditi simbole stradanja kroz turizam. Ponekad baština tragičnih događaja podsjeća na otvorene rane, a njezini baštinici nisu imali dovoljno vremena da one zacijele (Kužnik i Veble, 2018.). (Dolenec, S., Vodeb, K., 2020: 33)

Mračni turizam je uvelike utjecao na posjećenost ove destinacije, ali prostora za razvoj uvijek ima. Tehnološke i informatičke inovacije preuzimaju vodstvo u svemu, pa tako i u ovome te bi se, stoga, moglo uključiti više interaktivnog sadržaja koji bi osnažio doživljaj samih posjetitelja. Što se tiče samog objekta, moglo bi se uložiti u postojeću infrastrukturu koja je izložena vremenskim uvjetima.

6. ZAKLJUČAK

Od same pojave, pa sve do danas, mračni turizam sa svojom turističkom ponudom i potražnjom jasno predstavlja dominantan segment u turizmu. Postao je široko rasprostranjena i tražena vrsta turizma, te se može očekivati da će u idućim godinama još više rasti na popularnosti. Razlog toga je to što su turisti sve više željni takvog tipa turizma jer traže emocionalne podražaje kroz svoja putovanja. Današnji turisti su obrazovani i dobro informirani, žele aktivno participirati u posjetu i priželjkuju autentično turističko iskustvo. U Hrvatskoj ovaj oblik turizma, iako nije poznat kao u svijetu, posjeduje ogroman potencijal. Tako su Vukovar, Goli otok, Vis i Jasenovac jedni od najpoznatijih lokaliteta koji posjeduju ogromnu mogućnost za razvoj mračnog turizma u Hrvatskoj. Ovi lokaliteti su temelj za daljnji razvoj mračnog oblika turizma u Hrvatskoj zbog velikog broja ljudskih žrtava, te brojnim povijesnim ostacima pobuđuju najviše interesa domaće i međunarodne javnosti.

Spomen područje Jasenovac se prvenstveno bavi edukativnom, muzejskom, izdavačkom te komemorativnom djelatnošću. Ono što se može primjetiti je da tokom ljeta dolazi više stranih posjetitelja, ali se trenutno još ne može znati njihova motivacija dolaska u Spomen područje Jasenovac. Odnosno, trenutno se još ne zna postoji li neki drugi vid motivacije, osim onog osnovnog, a to je da posjete Memorijalni muzej i Spomen područje kako bi saznali nešto više o povijesti logora te da se prisjete žrtava stradalih za vrijeme Drugog svjetskog rata. S obzirom da se Spomen područje nalazi relativno daleko od nekih većih gradova i s obzirom da je povezanost s javnim prijevozom loša, može se zaključiti da posjetitelji u Spomen područje Jasenovac dolaze uglavnom ciljano.

Spomen područje Jasenovac je prvenstveno okrenuto prema povećanju broja školskih grupa koje posjećuju Jasenovac. Primarna im je edukativna djelatnost ustanove. Ono što bi moglo u budućnosti dovesti do povećanja broja školskih grupa koje posjećuju Spomen područje Jasenovac je gradnja nove zgrade Memorijalnog muzeja, s obzirom da je današnja sagrađena 1968. i ukupne je površine 330m². U takvoj novoj zgradi bi se moglo izložiti više predmeta, informacija i fotografija, vezano za povijest logora. Također, moglo bi se nastaviti s razvojem inovativnih i modernih pristupa poučavanja, kao što je na primjer projekt 3D rekonstrukcije logora.

LITERATURA

1. Bažulić, M. (2015). *Mračni turizam na primjeru Auschwitza* (Završni rad), Karlovac. Veleučilište u Karlovcu; Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:128:540922>
2. Benčić, A. (2018). *Koncentracijski logor Jasenovac: Konfliktno ratno nasljeđe i osporavani muzejski postav*; *Polemos* 21, 1: 37-63 str.
3. Brezec, B. (2019). *Zemljopisno podrijetlo posjetitelja i segmentiranje tržišta za otočne destinacije: Slučaj otoka Visa* (Diplomski rad), Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:340299>
4. Brunsko, Z. (2002). Turistička motivacija. *Naše more*, 49 (1-2), 70-75. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/209280>
5. Croatialink.com (2015). Dostupno na: https://croatialink.com/vijesti/turisticke_zajednice/66408/tz_jasenovac_-_zasticena_priroda_i_bogata_povijest (pristup 13.09.2021.)
6. Čančar, A. (2020). *Utjecaj mračnog turizma na posjećenost destinacija u Hrvatskoj i svijetu* (Završni rad), Osijek. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku; Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:285270> (pristupljeno 13.09.2021.)
7. Čavlek, N., Matečić, I., Ferjanić Hodak, D. (2010). *Pokretači inovacija u turizmu: neki teoretski i praktični aspekti*. *Acta turistica*, 22 (2), 201-220. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/70626>
8. Dnevnik.hr., (2019). *Ratni turizam u Vukovaru obara rekorde: „Ljudi dolaze vidjeti gdje se i na koji način stvarala Hrvatska*, dostupno na: <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/ratni-turizam-u-vukovaru-obara-rekorde-posjetitelje-privlace-znamenitosti-dobra-hrana-ali-i-autenticne-ratne-lokacije---549279.html>
9. Dolenc, S., Vodeb, K. (2020). State of Art: *Održivo upravljanje mračnim turizmom prema teoriji dionika* // *Notitia* -časopis za ekonomske, poslovne i društvene teme, Vol. 6 No. 1, , str. 25-38. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/247233> (pristupljeno 13.09.2021.)
10. Goldstein, S., Goldstein, I. (2016). *Jasenovac : tragika, mitomanija, istina*. Zaprešić : Fraktura
11. Grad Vukovar. (bez dat.), dostupno na: <https://www.vukovar.hr/projekti/projekt-vodotoranj>

12. Gržinić, J. (2019). *UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523>
13. Jaman, L. (2020). *Mračni turizam na primjeru Alcatraza* (Diplomski rad). Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:645697>
14. Kesar, O., Tomas, P. (2014.): “*Obilježja i dosezi razvoja memorijalnog turizma u Hrvatskoj*”, liburna, vol.3, no. 1, Zadar, str. 49-88
15. Kužnik, L., Veble, N. (2018) *Into the dark – dark stories in the cities of Brežice and Krško in Slovenia as a basis for the future dark tourism products*. International Journal of Tourism Cities, 4(1): 40-53.
16. Lennon, J., Foley, M. (2020). *Mračni turizam: Atrakcija smrti i katastrofa*, Continuum, London i New York.
17. Mansfeld, Y., Korman, T. (2015) *Between war and peace: Conflict heritage tourism along three Israeli border areas*. Tourism Geographies, 17(3): 437–460.
18. Memorijalni centar Domovinskog rata, (bez dat.), dostupno na: <https://www.mcdrvu.hr/>
19. Perasović, M. (2019). *Mračni turizam* (Završni rad), Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:095429> (pristupljeno 13.09.2021.)
20. Poslovni hr., (bez dat.), dostupno na: <https://www.poslovni.hr/lifestyle/turisti-na-golom-otoku-i-dalje-mogu-dobiti-samo-trulom-gredom-po-glavi-275235>
21. Rabotić, B. (2013). *Selektivni oblici turizma*. 2. prerađeno i dopunjeno izdanje, Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija
22. Rabotić, B., (2012.) „*Mračni turizam*“, nastavni tekst za predavanje na kolegiju Specifični oblici turizma na Veleučilištu u Karlovcu, Karlovac
23. Sharpley, R. & Stone, P.R. (2009). *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*. Aspects of Tourism Series, Channel View Publications, Bristol.
24. Spomen područje Jasenovac: Memorial site (bez dat.). Dostupno na: <http://www.jusp-jasenovac.hr/Default.aspx?sid=5028> (pristup 13.09.2021.)
25. Stone, Philip R. (2010) : *Death, Dying and Dark Tourism in Contemporary Society: A Theoretical and Empirical Analysis*
26. Šerić, N. (2017). *Usporedba stanja i mogućnosti mračnog turizma u hrvatskoj i svijetu*. (Završni rad), Split. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:978695> . (pristupljeno 13.09.2021.)
27. Šuligoj, M. (2016) : *Memories of war and warfare tourism in Croatia*, str. 260

28. Tarlow, P. (2005). *Tourism Borders and Tourism Security*, Texas.
29. Ur. Vuk, B. i Matulić, I. (2011). *Turizam : ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Školska knjiga, Zagreb.
30. Vidak, N., Sindik, J. (2015). *Pravci razvoja suvremenog turizma – pretpostavke za održivi turizam u Hrvatskoj*, Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru, sv. 9 str. 295-302
31. Visit Vukovar and Srijem., (bez dat.), dostupno na: <https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/sto-vidjeti-i-doživjeti/kulturni-i-povijesni-turizam/vukovarski-nokturno/memorijalno-groblje-zrtava-iz-domovinskog-rata,422.html>
32. Vukonić, B., Čavlek, N., (2001). *Riječnik turizma*, Masmedia, Zagreb, str. 391.
33. Weber, S., Mikačić, V., (2004). *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb, str. 13
34. Yankholmes, A., McKercher, B. (2015) *Rethinking slavery heritage tourism*. *Journal of Heritage Tourism*, 10(3): 233-247

POPIS SLIKA

Slika 1: Spektar mračnog turizma	11
Slika 2: Vukovarski vodotoranj.....	16
Slika 3: Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata	16
Slika 4: Memorijalni centar Domovinskog rata	17
Slika 5: Spomen dom hrvatskih branitelja u Borovu naselju	17
Slika 6: Križ na ušću Vuke u Dunav	18
Slika 7: Goli otok	19
Slika 8: Vis- vojarna.....	20
Slika 9: Slavko i Eugen Kvaternik sa Benitom Mussolinijem za vrijeme vojnih vježbi u Italiji, 17. veljače 1942.....	23
Slika 10: Nacrt logora Jasenovac	24
Slika 11: Obnova pasarele	25
Slika 12: Obnova spomenika.....	25
Slika 13: Spomenik Cvijet u Jasenovcu, Bogdan Bogdanović, 1966.....	27