

Mračni turizam na primjeru Alcatraza

Jaman, Luka

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:645697>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-29**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

LUKA JAMAN
MRAČNI TURIZAM NA PRIMJERU ALCATRAZA

Diplomski rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

LUKA JAMAN

MRAČNI TURIZAM NA PRIMJERU ALCATRAZA

Diplomski rad

JMBAG: 030304309, redoviti student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Turizam događaja

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: sociologija

Znanstvena grana: sociologija turizma

Mentor: dr.sc. Mauro Dujmović

Pula, srpanj 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom _____

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA.....	2
2.1. Definicija selektivnog turizma	4
2.2. Karakteristike selektivnog turizma	7
2.3. Klasifikacija selektivnog oblika turizma	10
2.4. Motivacija u selektivnom turizmu	17
2.5. Turistički doživljaj u selektivnom turizmu.	20
3. POJMOVNO ODREĐENJE MRAČNOG TURIZMA.....	23
3.1. Definicija mračnog turizma	24
3.2. Osnovni motivi mračnog turizma	28
3.3. Atraktivnost mračnog turizma	31
3.4. Mračni turizam u praksi i njegova interpretacija.....	34
3.5. Odredišta mračnog turizma u svijetu.	37
4. MRAČNI TURIZAM U DESTINACIJI ALCATRAZ.....	46
4.1. Povijest i nastanak turističke destinacije Alcatraz.....	46
4.2. Glavna obilježja turističke destinacije Alcatraz	47
5. TURIZAM U ALCATRAZU	51
5.1. Turistička valorizacija i posjećenost Alcatraza.....	51
5.2. Mogućnosti daljnjeg razvoja turizma u Alcatrazu.....	57
6. ZAKLJUČAK	59
LITERATURA	61
POPIS TABLICA.....	63
POPIS SLIKA	63
SAŽETAK	64
SUMMARY	65

1. UVOD

Pojam mračni turizam jedan je od mnogih oblika turizma koje danas poznajemo. Mračni turizam je specifična manifestacija koja obuhvaća „mrak“, tugu i turizam istovremeno te je usmjeren na specifične interesne skupine koje su fascinirane tragedijama i smrću u prošlosti. On kao takav, obuhvaća putovanja i posjetu turističkim lokalitetima koji su kroz povijest obilježeni tragedijama, ratovima, ljudskim stradavanjem i patnjom.

Cilj rada je definirati što je zapravo mračni turizam te definirati njegove karakteristike. Osvrnuti se na destinacije mračnog turizma u svijetu, te u konačnici prikazati i objasniti mračni turizam na primjeru otoka Alcatraza i zatvora koji se tamo nalazi.

Diplomski rad je razrađen u 6 poglavlja i potpoglavlja uključujući i zaključak. U drugom poglavlju rada objašnjen je pojam selektivnog turizma te njegove karakteristike kao i motivacija i doživljaji posjetitelja u selektivnom turizmu. U trećem poglavlju objašnjen je pojam mračnog turizma, njegove karakteristike, motivi koji potiču posjetitelja da putuje u mjesta mračnog turizma, kao i najpoznatija mjesta mračnoga turizma u svijetu. Tema četvrtog i petog poglavlja je turistička destinacija Alcatraz, njegova povijest te obilježja. Opisana je turistička valorizacija Alcatraza, motivi koji potiču posjetitelje da posjete zatvor te smjernice i mogućnosti daljnjeg razvoja turizma u Alcatrazu.

Pri pisanju ovog diplomskog rada od znanstvenih metoda korištene su: metoda komparacije i klasifikacije, metoda sinteze i analize te induktivna metoda.

2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

Sasvim je logična i povijesno verificirana evolucija koja se veže za razvitak bilo koje od društvenih ili gospodarskih pojava pa tako i turizma i to kroz različite oblike i forme, stasanja, ekspanzije te diferencijacije koja navješćuje razvoj novih oblika turizma s obzirom na kulturološke trendove u sferi turističke ponude i potražnje.

Povijest turizma ukazuje nam na slijed od sporadičnih putovanja do masovnih migracija uz diversifikaciju na posebne i specifične oblike, vrste i podvrste turizma od kojih svaka razvitkom specifičnih ljudskih potreba može imati identičan slijed. To je rezultat intenzivnih promjena u tehnološkom, gospodarskom i društvenom okruženju koja izazivaju potpuno novu situaciju na međunarodnom turističkom tržištu.¹ Na turističkom tržištu mnogo je promjena s pojavom kompleksnijih paketa motiva za putovanje. Uz glavne motive kao što su sunce, more, kupanje i odmor javljaju se novi paketi motiva za odlazak na putovanje u koji spadaju kultura, sport, ekologija, uživanje u prirodi, naglašava se potreba za specifičnim doživljajima i emocijama, rekreacija te zdravlje. Turisti žele doživjeti nova iskustva te različitost u odnosu na svakodnevno okruženje i uobičajene životne okolnosti. Sve veća očekivanja turista potpomognuta su medijima i naprednim tehnologijama, većom obrazovanošću i prethodnim osobnim iskustvom i znanjem. Isti faktori utječu i na brže prenošenje informacija i sve veći utjecaj promocije od usta do usta. Inovativne ponude, koje pored osnovnih standarda omogućavaju i neobična iskustva i poticaje sve su prisutnija u turizmu. Turisti tako dobivaju posebnu atmosferu ili emotivnu dodanu vrijednost. Internet revolucija koja je zahvatila i turizam kroz trendove individualnih putovanja te proširenje ponude također pridonosi kreaciji novih sadržaja i oblika provođenja odmora proširujući turističku sezonu na duže vremensko razdoblje, a ne samo na ljeto ili zimu.² Današnji turisti tragaju za što kvalitetnijim odmorom, rekreacijom, zabavom i zdravljem, sve više sami istražuju i osmišljavaju putovanja i kombiniraju ih s različitim aranžmanima specijaliziranih organizacija. Turisti sve češće tragaju za nezagađenom atraktivnom prirodom koja pruža relaksaciju, zadovoljstvo, rekreaciju, brigu o zdravlju i tradiciju, kroz bijeg od zamorne svakodnevice ili pak putuju zbog različitih iracionalnih razloga.

¹ S.Geić, *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilište u Splitu, 2011., str. 210.

² ibidem, str. 211.

S obzirom na to da je turizam neizostavan dio nacionalne ekonomije i društva, potrebno je istraživati i govoriti o negativnim stranama koje turizam kao takav izaziva. Mjesta od kulturne važnosti oduvijek su privlačila turiste. Iako se kultura danas, u turističkom poslovanju često smatra usputnom, u posljednje je vrijeme u mnogim lokalitetima uz prirodnu preuzela ulogu temeljne ponude te na taj način postala imidž koji prodaje cijelu destinaciju. Slična situacija je i s prirodnim turističkim resursima, odnosno atraktivnostima koje iz nekadašnjih prevladavajućih oblika turističke valorizacije kroz masovni kupališni turizam doživljavaju prekretnicu kroz neslućene oblike novih i sve brojnijih reaktivnih aktivnosti u prirodi i okruženju. Sve češće se u suvremenoj turističkoj teoriji aktivnosti vezane za turizam javljaju pod terminima selektivni, posebni, specifični ili alternativni oblici turizma koji zahtijevaju poseban oblik vođenja s obzirom na brojnost i složenost sadržaja koju sofisticirana potražnja traži u sferi ponude te njihov mogući negativni utjecaj na vrlo osjetljive prostorne resurse. Ovakve tendencije javljaju se iz razloga sve intenzivnijeg rasta i razvitka turizma te stalnih promjena njegova sadržaja koja svoj vrhunac dostižu sedamdesetih godina 20. stoljeća kada u svom razvojnog putu turizam ulazi u svoju zrelu fazu poprimajući obilježja izuzetne masovnosti i heterogenosti. Najnegativnije obilježje masovnog turizma je njegov razarajući utjecaj na prostorne i socijalne resurse, izraziti sezonski karakter, pretjerana prostorna koncentracija prema priobalnim područjima uz neravnomjernu prostornu i vremensku distribuciju te neadekvatnu strukturu turističke ponude.

Početakom 70-tih godina 20. stoljeća pojavio se pojam selektivni turizam kao sinonim koji je podrazumijevao održivi ili odgovorni turizam. Termin selektivni turizam prihvaćen je od brojnih autora, a još uvijek se koristi u hrvatskom jeziku te određuje putovanja gdje je pažnja usmjerena na pojedine aktivnosti koje u pravilu privlače manji broj turista. U literaturi, za ovakvu vrstu turizma koriste se i drugi termini: specifični oblici turizma, selektivni oblici turizma, turizam posebnog interesa, tematski turizam te alternativni turizam.³ Ovi pojmovi služe kao generički naziv za vrstu turizma koja predstavlja suprotnost masovnom turizmu, no niti jedan od ovih pojmova kojima se obilježavaju specifične turističke aktivnosti ne može biti sinonim za odgovorni turizam,

³ B. Rabotić, *Selektivni oblici turizma*, Beograd, Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013., str. 17.

etički turizam pa ni održivi turizam jer aktivnosti turista, čak i kada su posebne ne moraju u praksi biti ni odgovorne ni održive.

2.1. Definicija selektivnog turizma

Razne su definicije selektivnog turizma pojedinih autora, pa se tako o turizmu specifičnih interesa može govoriti onda kada su motivacija putnika i njegov izbor primarno determinirani određenim specifičnim interesima s pažnjom usmjerenom prema određenim aktivnostima, destinacijama i okolnostima. Neki od autora smatraju da je specifični oblik turizma motiviran željom za realizacijom postojećeg interesa ili razvijanjem nekog novog oblika u novom ili poznatom okruženju, pri čemu se razlikuje turizam specifičnih interesa od aktivnog turizma. Ipak, većina autora mišljenja je da oblici turizma koji uključuju tjelesno iscrpljivanje kao što su sportski turizam, avanturistički turizam ili biciklistički turizam, predstavljaju odraz turista koji gaji specifične interese u zadovoljavanju istih. Jedan od pojmova koji vežemo uz turizam posebnih interesa je i tematski turizam. Ovdje je naglasak na posebnoj temi koja obuhvaća turistički proizvod – način putovanja, smještaj, vrstu atrakcije, aktivnosti i sl. Neki autori ističu da se taj pojam odnosi samo na dio specifičnih interesa turista, te takva putovanja organiziraju manji turoperatori koji mogu biti specijalizirani za pojedine vrste takvih aranžmana.⁴ U pojedinoj literaturi koristi se i pojam turizam niša koji je preuzet iz terminologije marketinga koji se često i naizmjenično koristi s turizmom posebnog interesa. Tu govorimo o konceptu koji podrazumijeva sofisticirane postupke za diferenciranje turista iz perspektive ponude što je danas od izuzetne važnosti u globalnom svijetu, a igra na račun pogrešne konotacije koja je pratila evoluciju masovnog turizma i njegovog negativnog utjecaja u vezi degradacije životne sredine i socio-kulturnih poremećaja. Turizam niša pojedinim destinacijama pruža veće mogućnosti za razvoj turizma koji je održiv i manje štetan te omogućava dolazak potrošača veće platežne moći kojima se nude doživljaji prilagođeni njihovim individualnim potrebama, željama i preferencijama. Također, turizam niša uključuje čitav niz komponenti koje je u okviru pojedinih niša moguće izdvojiti na nekoliko mikro niša te tako dolazimo do konstatacije da je turizam specifičnog interesa samo jedna

⁴ ibidem, str. 18.

od niša, a podrazumijeva oblik turizma koji obuhvaća korisnike čije je putovanje inspirirano specifičnim i posebnim motivima. Pod pojmom selektivnog oblika turizma podrazumijevaju se putovanja koja za glavni, odnosno primarni cilj imaju ostvarenje nekog posebnog ili specifičnog interesa turista i uživanja u njemu, a to mogu biti različiti hobiji, fizičke aktivnosti, određene teme ili vrste destinacija, odnosno različite atrakcije. Selektivni 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 (selektivnih) 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.⁵

Takav oblik turizma predstavlja povratak korijenima iz predturističke i turističke ere koji se očituje kroz:

- zdravstvena obilježja (toplice – terme iz rimskog razdoblja, lječilišna društva na Mediteranu i sl.)
- kulturološka obilježja (putopisci, povjesničari, geografi starog vijeka i sl.)
- nautička obilježja (prekooceanska putovanja)
- odmor u prirodi i ruralnim prostorima
- sportsko poslovna obilježja (olimpijske igre, let balonom, osvajanje svjetskih vrhova...)

Zato s razlogom Jadrešić zaključuje kako je selektivni turizam sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu i obilježje suvremenog i budućeg turizma koja se prvenstveno temelji na razumnoj selekciji programa, na odgovornom i podnošljivom ponašanju svih sudionika, na ekološko, sociokulturološkom i ekonomskom principu uravnoteženog razvoja, na kvalitetnoj razini usluge, na izvornom identitetu i humanitetu turističke usluge, a sve to uz poželjni te uravnoteženi odnos broja turista i broja lokalnih žitelja na određenom području.⁶

⁵ Stanko Geić, op. cit., str. 222.

⁶ V. Jadrešić, *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni - zbornik istraživanja*, Zagreb, Školska knjiga, 2001., str. 140.

Slijedom razvoja tehnologije i prometnih sustava pa sve do turističkog organizacijskog sustava ova obilježja poprimaju sve intenzivnije oblike i organizirane forme te na takav način svoju tržišnu dimenziju pretvaraju u opće prihvatljive selektivne oblike turizma (paintball, opasni sportski avanturizam i sl.). Selektivni turizam je generički pojam deriviran iz klasičnog masovnog turizma, odnosno njegovih segmenata i oblika kao što su primjerice kamping, nudizam ili izletništvo. Selektivni turizam možemo razumjeti kao generički pojam koji obuhvaća sve oblike turizma koji se u novije vrijeme sve više razvijaju te sve jasnije pokazuju obilježja po kojima se razlikuju od masovnog turizma. Važno obilježje selektivnih turističkih vrsta je disperzija, odnosno diversifikacija ponude i turističkih proizvoda. Većina turističkih proizvoda prilagođena je manjim skupinama potrošača odnosno turista.⁷ Životni vijek proizvoda je relativno kratak te je njihova karakteristika iz tog razloga ciljno postavljena. U tom procesu realizira se zadovoljenje potreba turista, poticanje na razvoj novih potreba iz čega proizlazi i razvoj novih proizvoda. Strateški razvoj proizvoda u ponudi selektivnih turističkih vrsta odvija se dinamički i primjer je korištenja strategije diversifikacije kao dominantne strategije. Selektivne turističke vrste potiču regionalni razvoj turizma koji zamjenjuje koncept planskog makro upravljanja turizmom. Po tom konceptu ponuda neke selektivne turističke vrste razvija se koristeći komparativne prednosti resursa receptivne destinacije. Država sve dinamičnije prihvaća svoju novu ulogu u globalnom razvoju tako da postaje servis razvoja, partner, kontrolor i koordinator, ali prije svega ima za zadatak postaviti razvojnu logistiku i razvoj poduprijeti adekvatnom infrastrukturom. Iz toga svega proizlazi činjenica da se važna karakteristika selektivnih turističkih vrsta očituje u poticanju gospodarskog razvoja destinacije, a posebno malog gospodarstva. Iako neke forme masovnog turizma uključuju aktivnosti koje su odraz specifičnih interesa pojedinaca, samo putovanja primarno motivirana takvim interesom treba tretirati kao selektivne oblike turizma.⁸ Iz te činjenice proizlazi i konstatacija kako se kod takvih oblika turizma radi o potrošačima koji su orijentirani na različite lokalitete, aktivnosti, proizvode i usluge. Razvoj selektivnih oblika turizma zasniva se na segmentaciji potražnje i većoj fleksibilnosti subjekata ponude. Iz tog razloga pružatelji usluga moraju dovoljno dobro poznavati tržišne niše kako bi mogli identificirati potrebe i karakteristike određenih grupa potrošača te tako kreirali odgovarajuću ponudu s efikasnim kanalima komunikacije i plasmana. Prilagođavanje novim zahtjevima

⁷ Stanko Geić, op. cit., str. 223.

⁸ Branislav Rabotić, op.cit., str. 19.

potražnje podrazumijeva i fleksibilnost u pogledu organiziranosti, postupka kreiranja, ali i distribucije turističkog proizvoda. Ponuda namijenjena pojedinim tržišnim nišama dio je šireg procesa koji obuhvaća diverzifikaciju proizvoda ili usluga koji na takav način pokušavaju osvojiti nova i profitabilnija tržišta. Taj proces je započeo i prije nego se pažnja usmjerila na selektivne oblike turizma. Naime, 70-tih godina prošloga stoljeća neki od turoperatora lansirali su turističke aranžmane koji su bili prilagođeni specifičnim segmentima potrošača.

Turizam se danas zasniva na specifičnim potrebama i preferencijama turista, a on kao takav ne predstavlja novi fenomen. Putovanja koja se danas kategoriziraju kao selektivni oblik turizma postojala su i u prošlosti puno prije nego što se pojavio suvremeni turizam kao oblik, a primjer tome seže i u antičko doba gdje su ljudi putovali motivirani razlogom kao što su posao, sport, religija, zdravlje i sl.

2.2. Karakteristike selektivnog 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 selektivni 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 selektivni 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.

Disperziranost većeg broja turista unutar turističke destinacije smanjuje pritisak posjetitelja (turista) na pojedine lokalitete ili atrakcije te tako manje ugrožava svakodnevni život rezidenata u turističkoj destinaciji. Za razliku od masovnog turizma kojeg karakteriziraju anonimnost i standardizirane turističke ponude i doživljaji, selektivni oblici turizma su puno fleksibilniji i nude spektar doživljaja kod kojih

individualnost i osobne preferencije turista dolaze do izražaja. Turisti koji imaju specifične interese u pravilu su obrazovaniji, iskusniji i odgovorniji. Najčešće su to turisti srednje životne dobi (kod sportskih i avanturističkih putovanja najviše je mladih), putuju bez djece jer imaju takvu želju ili teško nalaze suputnike koji dijele isto mišljenje kao i oni, na putovanjima susreću osobe koje dijele iste ili slične afinitete. Ovakav tip turista pripada kategoriji novih turista ili turista istraživača. Njihova putovanja usmjerena su na nestandardne destinacije, aktivnosti i doživljaje. Trude se da u svojoj turističkoj ulozi budu što aktivniji i pronicljiviji, ali i diskretni te tako postanu putnicima, a ne tipičnim turistima. Svaki turist je putnik, ali svaki putnik nije turist. Turist je osoba koja putuje u mjesto izvan svog prebivališta u kojemu ostvaruje najmanje jedno noćenje u svrhu odmora, rekreacije, zdravstvenih, obiteljskih i drugih razloga bez obavljanja bilo kakvih profesionalnih aktivnosti, dok je putnik svaka osoba koja putuje izvan mjesta stalnog prebivališta, ali u destinaciji ne ostvaruje noćenje te može obavljati bilo koju gospodarsku djelatnost.⁹ Čini se kao da nekim svojim karakteristikama selektivni 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. Povratak putovanju kakvo je ono nekad bilo nije moguć u današnjim uvjetima, a međunarodni turizam je i dalje sve masovniji. Iz tog razloga javljaju se mnoga mišljenja kako selektivni turizam samo odvraća pozornost od stvarnih problema koji se javljaju u današnjem turizmu, a prije svega tu govorimo o njegovom održivom razvoju.

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. S druge strane, sportski i avanturistički turizam u pravilu podrazumijeva adekvatnu infrastrukturu, objekte i opremu.¹⁰ Atrakcije selektivnog turizma su različite. Osim prirodnih i kulturnih znamenitosti to mogu biti razne aktivnosti što uključuje sportski turizam, lovni i avanturistički turizam, agroturizam i sl. Također,

⁹ S. Weber, V. Mikačić, *Osnove turizma*, Zagreb, Školska knjiga, 2004., str. 13.

¹⁰ Branislav Rabić, op.cit., str. 22

to mogu biti i neki suvremeni proizvodi (gastronomski i vinski turizam), posebna atmosfera, ljudi, biljni i životinjski svijet (ekoturizam, volonterski turizam), povijesni događaji pa čak i nesreće kada govorimo o mračnom turizmu. Za potencijalnog turista koji putovanjem želi zadovoljiti svoje specifične potrebe i interese od izuzetne je važnosti da informaciju o konkretnoj atrakciji dobije prije polaska na putovanje, pogotovo ako ju percipira kao atrakciju koja će zadovoljiti njegove posebne potrebe i interese. Kada govorimo o posebnim oblicima turizma sudjelovanje turista te njegova uključenost u doživljaj i iskustvo mogu biti pasivni (odlazak na predstavu ili sportski događaj), aktivni (sport, biciklizam), pustolovni (putovanje kroz džunglu), iskustveni, relaksirajući (wellness), intelektualani (učenje lokalnog jezika), kreativani i sl. Pri tome postoji manji ili veći kontrast u odnosu na svakodnevna iskustva jer neke aktivnosti turisti zadovoljavaju i upražnjavaju kod kuće, primjerice hobi ili sport, dok druge aktivnosti mogu zadovoljiti jedino na putovanju.

Grupna putovanja, odnosno tematske aranžmane (kulturne ture, avanturističke, safari ture i sl.) organiziraju najčešće manji turoperator. Uvjet za uspješan turistički proizvod u ovakvom načinu organiziranja putovanja je poznavanje potreba, želja i preferencija potencijalnih turista i njihovog zanimanja za određenu aktivnost. Derrett (2001.) smatra da to uključuje sljedeće:

- pružatelj usluge prepoznaje potrošača kao pojedinca i razumije njegove individualne potrebe
- pružatelj usluge mora biti stručan i spreman da svoja znanja podijeli sa potrošačem/turistom
- mora biti pouzdan i iskren
- potrošač/turist ne smije biti ignoriran ili zanemaren od strane pružatelja usluge, već mora biti u njegovom fokusu
- razvoj prije svega osobnog odnosa, a ne komercijalnog koji mora biti opušten i iskren.¹¹

Najteže je procijeniti zastupljenost selektivnih oblika turizma u praksi. U tom razmatranju, pojedini autori iznose vrlo optimistične brojke, a slično je i s vodećim publikacijama u svijetu. No, bez obzira koliko je stvarni obujam selektivnih turističkih

¹¹ loc.cit.

putovanja u svijetu, govorimo o važnom segmentu suvremenog turizma koji je za pojedine destinacije i jedina dostupna opcija.

2.3. Klasifikacija selektivnog oblika turizma

S obzirom na postojanje nesuglasja glede definiranja pojedinih oblika turizma, pojedinačno se javljaju novi nazivi užih elemenata turističkih kretanja slijedom posebnih motiva, potreba i ciljeva što dodatno otežava kategorizaciju i klasifikaciju selektivnih oblika turizma. U tom smislu vrijedno je istaknuti klasifikaciju oblika turizma C. Kaspara (1975.) koji je turizam među prvima podijelio na više različitih osnova te na mnoge oblike unutar dvije osnovne podjele prema motivaciji te vanjskim učincima.¹²

Podjela prema motivaciji:

- rekreativni turizam (rekreativni turizam u bližim ili daljim destinacijama, zdravstveni turizam)
- kulturni turizam (svjetovni i religijski turizam)
- socijalni turizam (roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza)
- sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam)
- komercijalni turizam (poslovni i kongresni, turizam sajmova i izložbi)
- politički turizam (diplomatski turizam)

Podjela prema uzrocima i vanjskim učincima prema:

- podrijetlu (nacionalni i međunarodni turizam)
- trajanju boravka (turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg trajanja boravka, turizam godišnjih odmora)
- sezonama (ljetni i zimski turizam)
- broju sudionika (individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupine ili društva, klupski turizam, masovni turizam, obiteljski turizam)
- dobi sudionika (turizam mladih, turizam treće dobi)

¹² Stanko Geić, op.cit., str.225.

- vrstama prijevoza (željeznički turizam, automobilski, avionski turizam, riječni i jezerski turizam)
- vrsti smještaja (hotelski turizam, para-hotelski turizam, „chalet“ turizam, turizam sekundarnog domicila, kamping turizam)
- učincima na platnu bilancu (aktivni turizam-receptivni turizam, pasivni turizam-emitivni turizam)
- načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam štednje i kredita)
- sociološkim kategorijama (ekskluzivni i luksuzni turizam, tradicionalni turizam, turizam mladih, socijalni turizam).

S obzirom na to da se alternativni turizam smatra turizmom malih brojeva, prisutne su pojave koje nose izvjesne klasne predrasude. Naime, ovakvi oblici turizma obično preferiraju participaciju manjih skupina i bogatijih pojedinaca koji posjeduju široku izobrazbu, a odlikuje ih kvaliteta kontroliranog ponašanja koje je usklađeno s društvenim normama domicilnog područja. Vrlo je bitno razlikovati one oblike turizma koji se razvijaju u područjima zemalja što spadaju u kategoriju razvijenih zemalja od onih koji se razvijaju u zemljama u razvoju. Očigledno je da je turizam u svojim velikim razmjerima i klasičnim oblicima ušao u krizu što sve češće postaje predmetom razmatranja na multidisciplinarnoj razini brojnih suvremenih znanstvenih disciplina od ekonomije, sociologije, antropologije, ekologije, geografije i sl. Problemi nastali razvitkom masovnog turizma i njemu potrebne infrastrukture i suprastrukture potiču istraživače na sve učestaliju kritiku klasičnih metoda usmjeravanja turističkog razvitka nudeći upravo alternativni odnosno selektivni turizam. Takav turizam je osamdesetih godina smatran simbolom turizma budućnosti kroz poimanje putovanja koja su izvan tematskih, bezličnih i ustaljenih modela te obrazaca uz pokušaj uvođenja termina odgovorni turizam.¹³

Sukladno svemu do sada izrečenome traže se novi putevi i rješenja koja V. Jadrešić (2001.) vidi kroz:

- razvoj i oslobođenje osobnog potencijala što se skriva u čovjeku te njegova usmjerenja u pravcu humanijeg turizma
- oplemenjivanju i redizajniranju postojećeg masovnog turizma
- odlučnoj orijentaciji ka novom selektivnom održivom turizmu

¹³ ibidem, str. 226

- smanjenje štetnih utjecaja na okoliš
- valorizacija posebnosti i komparativnih prednosti prostora određene regije i sl.¹⁴

Proizlazeći iz toga očigledno je da se radi o dugotrajnom procesu prijelaza turizma na viši stupanj razvitka s naglaskom na diverzifikaciju ponude i potražnje te izraženiju kvalitetu. Logično je da iz toga proizlazi razvoj i revitalizacija postojećih kapaciteta turističke suprastrukture te razvoj novih selektivnih turističkih oblika koji će obogatiti turističku ponudu u skladu sa zahtjevima potražnje. Perspektiva turizma budućnosti je uvažavanje želja i potreba suvremenog turista tako da doživi potrebe za druženjem, za sadržajnim i raznolikim odmorom ako je moguće u više destinacija godišnje. Traži se sve veći broj izazova, uzbuđenja te pozornosti na koje će se turist usmjeriti. To turizmu vraća njegovu nekadašnju dimenziju gostoprimstva i važnog fenomena u psihofizičkoj rekreaciji i zaštiti zdravlja kroz prevenciju i rehabilitaciju u obliku zdravstveno rekreativnog turizma kao jednog od važnijih vidova selektivnih oblika turizma. Svaka pojedina vrsta selektivnog turizma ima svoju osnovnu motivaciju koja se razlikuje od drugih vrsta i koja usmjerava potražnju prema takvoj selektivnoj ponudi. S obzirom na to da su suvremeni turisti visokog životnog standarda i stupnja općeg znanja i interesa oni se ne uključuju u turistička kretanja samo zbog jedne motivacije već zbog više njih.

Jedan od važnijih ciljeva turističkog gospodarstva koji se može izdvojiti je povećanje tzv. izvanpansionske potrošnje kao mogućnosti poboljšanja ekonomskih rezultata poslovanja što se može postići kroz rast i razvoj selektivnih oblika turizma. U tom smislu V. Jadrešić (2001.) ističe da je zajedničko svim selektivnim vrstama turizma to da su one posebno orijentirane na zadovoljenje tzv. drugog i trećeg paketa usluga, odnosno usluga vezanih za izvanpansionsku potrošnju unutar kojih posebno naglašava one pakete koji su vezani za zabavu, sportsko-rekreacijske i kulturne usluge te sadržaje u području turističkih atrakcija, manifestacija, festivala i sl.¹⁵ Turistička znanost još uvijek se nije usuglasila oko podjele vrsta i oblika turizma, no uzimajući turizam u obzir kao dinamičnu pojavu koja je u konstantnom kretanju i mijenjanju to je izuzetno teško i očekivati. Iz tog razloga, sistematiziranje selektivnih vrsta turizma može biti u okviru pokušaja koji tek u dugom roku trebaju dobiti konačnu verifikaciju u teoriji, ali i praksi. V. Jadrešić. (2001.) podijelio je selektivne vrste turizma kroz 6

¹⁴ Vlatko Jadrešić, op.cit., str. 140.

¹⁵ Ibidem, str. 141.

osnovnih grupa: ekološki turizam, alternativni turizam, edukativno-komunikacijski turizam, ekskluzivni, zabavno rekreativni te ostale vrste selektivnog turizma.¹⁶ S obzirom na to da se ove grupe turizma u određenim segmentima preklapaju te obuhvaćaju i oblike klasičnih turističkih formi ova specifikacija može se sagledavati u okviru analize turističkih sadržaja i organizacijskih oblika. Opća je karakteristika svih vizija budućeg turizma da su nastale kao reakcija na određenu, uglavnom ekološku, a ne kao plod znanstvene metode i sustavnih istraživanja čovjekovih potreba, slobodnog vremena i turizma kao relativno nove i značajne komponente životnog obrasca suvremenog čovjeka.¹⁷

U ekološke vrste turizma ubrajaju se ambijentalni turizam, naturizam, obiteljski turizam, eko-edukativni, robinzonski, zdravstveni ili lječilišni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, konjički, pješački te planinski turizam. U alternativne vrste turizma ubrajaju se tzv. alternativni vidovi i turističke projekte te programe među kojima se ističu razni specifični sportsko-rekreacijski programi, zabavni i edukativni programi, pješački i cikloturizam, avanturistički, polinezijski, safari turizam, vinske i gastronomske ture, istraživačka putovanja turista pojedinaca, putovanja u ekološki nedirnutu prirodu i autohtone ljudske aglomeracije, putovanja u neotkrivena mjesta te pojedini specifični izvansezonski oblici turizma, jezerski, riječni, kontinentalni, shopping turizam, umirovljenički turizam, etnički turizam i sl. Kulturno-edukativne i komunikacijske vrste turizma razvijaju čovjekov kulturni i znanstveno-stručni dignitet. U ovu vrstu turizma ubrajaju se: dječji turizam, đачki, studentski, omladinski, edukativni turizam, ekumenski, religijski, ferijalni i esperanto turizam, hobi programi, kongresni, kulturni i kulturno-umjetnički turizam, manifestacijski turizam, memorijalni, patriotski, politički poslovni turizam, turizam susreta, turizam doživljaja i druženja i sl. U ekskluzivne vrste turizma ubrajamo avanturistički turizam, elitni turizam, gastronomski, hedonistički, jahting turizam, karnevalski, klupski, konjički turizam, hazardni turizam, kulturni i kulturno-umjetnički turizam, lovni turizam, mondenski, nautički, robinzonski turizam, safari turizam, seks turizam i sl. Zdravstveno-rekreativne i zabavne vrste turizma podrazumijevaju se hedonistički turizam, hobi programi, klimatski turizam, konjički turizam, lječilišno-klimatski, izletnički i pješački turizam, rekreacijski, seksualni, športski, športsko rekreacijski turizam te velike sportske priredbe. Također tu ubrajamo

¹⁶ Ibidem, str. 128.

¹⁷ A. Dulčić, L. Petrić, *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb, MATE, 2001., str. 29.

i termalni turizam, zabavni, zdravstveni i zdravstveno-rekreacijski turizam i sl. Ostale vrste turizma podijeljene su u dvije podgrupe nastale kao rezultat organizacijskog te vremenskog i prostornog obuhvata koji se mogu pronaći u praktičnoj terminologiji. U prvu grupu ubrajamo gradski ili urbani turizam, incentive i inclusive programe, grupni, individualni, jezerski, riječni, kolonijalni, komercijalni, komplementarni, nautički i mješoviti turizam, turizam u kućnoj radinosti, turizam srednjeg sloja, radnički turizam, umirovljenički turizam te zdravstveni turizam. Druga grupa podrazumijeva aktivni i receptivni turizam, domaći, inozemni te međunarodni turizam, interkontinentalni turizam, interregionalni turizam, otočni, obalni, zagorski, ljetni, zimski, proljetni te jesenski turizam, narodni ili nacionalni turizam, posezonski turizam, predsezonski, regionalni, lokalni, sezonski, izvansezonski turizam i slične oblike turizma. U kontekstu obuhvata selektivnih oblika turizma ili turizma specifičnih interesa N. Douglas (2001.) nalazi sljedeće oblike i forme turizma u okviru tzv. regionalnog turizma koji se odvija u koncentriranim turističkim zonama priobalja, zaleđa ili gradova te drugih urbanih i ruralnih prostora. Oni obuhvaćaju oblike kao što su kulturni turizam, obrazovni turizam, eno gastronomski, ekološki, ruralni, industrijski pustolovni te turizam prirodnih atrakcija i sl.¹⁸

SIT turizam, odnosno turizam specijalnih interesa za razliku od konvencionalnog obuhvaća vidove kao što su:

- okolišni turizam (eko turizam, turizam prirode i divljine)
- kulturni turizam (gradski, gastro, baštinski, religijski)
- događajni turizam (festivali, karnevali, sportovi)
- ostali oblici turizma (pustolovni, kružni, obrazovni turizam, zdravstveni i ruralni turizam).

Autori S. Marković (1987.) i A. Kobašić (1993.) izražavaju određenu skeptičnost prema nazivu selektivni turizam te za ovakve vrste turizma u centar stavljaju motivacijske elemente ili pak načelo tržišnosti, odnosno mogućnost njihova samostalnog funkcioniranja na turističkom tržištu.¹⁹ Suradnici Zagrebačkog instituta za turizam Čorak. S. (2006.) izbjegavajući striktno termin selektivni, ove vidove turizma obrađuju slijedom konstatacije I. Antunca (1991.) „svaka selektivna vrsta turizma ima jednu

¹⁸ Stanko Geić, op.cit., str. 229.

¹⁹ loc.cit.

svoju osnovnu motivaciju koja je razlikuje od drugih vrsta i koja usmjerava potražnju upravo prema toj selektivnoj ponudi“. U tom smislu oni u radu *Hrvatski turizam-plavo bijelo zeleno* analiziraju 12 oblika turizma koji pokrivaju sve najznačajnije turističke aktivnosti u Hrvatskoj od čak 160 različitih oblika, vrsta i podvrsta koje spominje svjetska literatura. Tu se ubrajaju ljetni odmorišni turizam, nautički turizam, kamping turizam, tranzitni turizam, kulturni turizam, ekoturizam, ruralni turizam, lovni turizam, zdravstveni turizam, planinski turizam, omladinski te vjerski turizam.²⁰ Ekonomski fakultet u Splitu iznosi zanimljivu klasifikaciju i izvedbeni program kolegija „Posebni oblici turizma“ koji ove vrste obrađuje kroz tri komponente:

- prema sadržaju boravka odnosno aktivnostima (nautički, sportsko rekreacijski, avanturistički, zdravstveni, wellness, kongresni i poslovni turizam, kulturni turizam sa svojim podvrstama)
- prema prostornim obilježjima (urbani, ruralni i ekoturizam, turizam umjetničkih atrakcija i sl.)
- ostali noviji oblici turizma (dark turizam, seks turizam, astro turizam).

Zbog problema uslijed predimenzioniranog masovnog i nediferenciranog turističkog proizvoda u suvremenom turizmu sve se više traži individualna turistička ponuda koja bi zadovoljila posebne potrebe, preferencije i želje pojedinca. S obzirom na društveno-ekonomske i tehničko-tehnološke promjene u društvu, turizam se postupno transformira iz masovnog „hard“ turizma u održivi oblik tzv. „soft“ turizam koji je humaniji, okrenut pojedincu, a manifestira se kroz niz specijaliziranih oblika turizma kao što su seoski turizam, eko turizam, nautički turizam, kongresni, inventivni turizam i sl.) Transformacija turizma iz „hard“ u „soft“ oblik turizma manifestira se kroz sljedeće promjene na strani turističke ponude i potražnje:

- povećanje slobodnog vremena utjecalo je na porast intenziteta putovanja tijekom godine te ja kao posljedica mogućnosti korištenja nekoliko odmora tijekom godine došlo do produženja turističke sezone.
- dolazi do povećanja broja, vrsta i važnosti različitih aktivnosti turista i to ne samo ne samo u području koji se odnosi na zabavu i odmor već i na ostalim područjima kao što su kultura, umjetnost, sport i sl.
- potražnja postaje zahtjevnija, sofisticiranija i selektivnija

²⁰ S. Čorak, V. Mikačić, *Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno*, Zagreb, Institut za turizam, 2006., str. 18.

- povećanje udjela novih segmenata u potražnji. Doprinos umirovljenika razvitku turizma najviše se ogleda u činjenici da su oni skloni turističkim putovanjima upravo u razdoblju van sezone što je od velikog gospodarskog značaja.
- suvremenu turističku ponudu sve više karakteriziraju mali i srednje veliki objekti obiteljskog tipa
- posebna pažnja se usmjeruje prema zaštiti okoline te su u prednosti ekološki objekti te relativno intaktne destinacije.
- zbog problema na koje u posljednje vrijeme mediji upozoravaju, a odnose se na opasnost od sunčanja zbog tzv. ozonskih rupa kao i sve prisutniji problem zagađenja mora, sve su traženiji veliki gradovi te turističke destinacije izuzetno bogatih prirodnih i antropogenih sadržaja.

Iz masovnog oblika turizma proizlaze brojni problem kao što su loša organizacija, zakrčenje puteva, prevelika koncentracija turista u jednom prostoru, gomilanje građevinskih objekata, isključivo sezonski turizam, zagađenje, buka, gužva, visoke cijene usluga, degradacija kulturne i nacionalne baštine i sl. S obzirom na sve navedeno u razvojnoj politici turizma poznati su sljedeći scenariji razvoja:

- Scenarij potpuno slobodnog razvoja koji je kao takav neprihvatljiv jer podrazumijeva nekontrolirani razvoj u svim njegovim aspektima.
- Scenarij intenzivnog razvoja razvojna je opcija kojoj je osnovni cilj postizanje većih profita u što kraćem vremenu uz minimalnu kontrolu od strane turističke zajednice.
- Scenarij alternativnog turističkog razvoja naglašava ekološke i sociokulturne sfere u odnosu na ekonomsko-političke aspekte te je zbog te činjenice često izložen kritikama. U praksi bi trebalo naći sredinu za ovakav razvojni scenarij, odnosno ponuditi razvojnu opciju u zonama koje su proglašene visoko zaštićenim te koje su sačuvale originalni identitet lokalnog stanovništva, a gdje se uz mjere kontrole prakticira vođenje turista.
- Scenarij održivog razvoja turizma u principu zauzima mjesto između donje i gornje granice nosivosti kapaciteta, tj između scenarija alternativnog i intenzivnog turizma. Njegova je svrha uravnoteženje lokalne situacije i interesa sa širim regionalnim i nacionalnim interesima te planiranje razvoja turizma u skladu s prirodnim, društvenim i ostalim aspektima okruženja.

Utvrđivanjem nosivih privatnih kapaciteta područja moguće je stvoriti podlogu za kreiranje određenog razvojnog scenarija. Izbor razvojnog scenarija u tom smislu se može podijeliti na četiri osnovna tipa što uključuje: potpuno slobodan razvoj bez zabrana i ograničenja, intenzivan turistički razvoj s elementima kontrole, ograničeni razvoj odnosno alternativni turizam te uravnoteženi i održivi turistički razvoj. Unatoč brojnim određenjima i klasifikacijama selektivnog turizma u turističkoj literaturi slijedom sve sofisticiranije turističke potražnje i diferencirane turističke ponude čine se još uvijek vrlo aktualna određenja i analize koje je publicirao D.Alfier (1977.).²¹ Po njemu selektivne vrste turizma su one koje svojim sadržajem, mjestom i vremenom odvijanja mogu najbolje zadovoljiti dominantne motive potražnje kroz želju povratka izvornoj prirodi. Ovome treba pridodati i konstataciju da selektivne vrste turizma moraju biti kompatibilne kako s prirodnim tako i s kulturološkim obilježjima prostora u kojemu se odvijaju te su one na takav način i ekološke vrste turizma. One kao takve pridonose ekološkoj sanaciji postojećih elemenata ponude te kompletiranju novih sadržaja ponude uniformiranih vrsta i oblika suvremenog masovnog turizma. Pri tome se najznačajniji oblici ogledaju kroz: zdravstveni turizam što uključuje talasoterapiju, balneoterapiju, sportski i rekreacijski turizam na moru, vodama i planinama sa specifičnim vidovima kao što su pješački itinerari, konjički, kružni turizam za opušteni odmor u prirodnom okruženju i sl., ruralni ili seoski turizam u manjim mirnim primorskim i kontinentalnim naseljima te kulturni turizam s različitim sadržajima i oblicima.

2.4. Motivacija u selektivnom turizmu

Često se postavlja pitanje zbog čega ljudi donose odluke da privremeno napuste svoje životno okruženje i upute se na neko turističko putovanje te zašto pri tom putovanju biraju jednu turističku destinaciju, a ne neku drugu te zbog kojih razloga sudjeluju u određenim turističkim aktivnostima? Odgovor na ovo pitanje zahtjeva da se uzme u obzir proces motivacije turista i način na koji se potencijalni turisti bili oni pojedinci ili grupe opredjeljuju za kupovinu određenog turističkog proizvoda. Identifikacija motiva i preferencija potencijalnih turista omogućava pružatelju usluge da im ponudi ono što im najbolje odgovara ovisno o njihovim željama, preferencijama i mogućnostima. Mnoge

²¹ Stanko Geić, op.cit., str. 232.

studije o turističkoj motivaciji u suštini su se bavile popisivanjem razloga koje navode sami turisti, no takvi razlozi mogu biti različiti od stvarnih razloga koji su ih potaknuli na putovanje. Stoga, takvi razlozi ne otkrivaju stvarni motiv koji je potencijalne turiste potaknuo na putovanje u određenu turističku destinaciju. 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. Po svom karakteru potreba je objektivna i njena je pojava nezavisna od svijesti pojedinca, njegovih misli i ideja. Ljudske potrebe su dinamična kategorija i nastaju u društvu i svoje specifične oblike iskazuju u konkretnim socijalnim uvjetima te se stoga i mijenjaju s promjenom tih uvjeta.²² Motiv predstavlja poticajni razlog, odnosno pobudu za određeno djelovanje. Motiv je poticaj da se postigne neki cilj te oni potiču čovjeka na različite aktivnosti, usmjeravaju ga prema određenim ciljevima i omogućuju mu ostvarenje tih ciljeva. Motivaciju možemo definirati kao psihološki proces koji potiče pojedinca da realizira svoje potrebe, odnosno da svoje ponašanje usmjeri ka ostvarenju vlastitog cilja. 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. S obzirom na navedeno možemo govoriti o motivima kao što su: bijeg od svakodnevice, odmor, razonoda, zabava, upoznavanje prirodnih ljepota i kulturno povijesnih znamenitosti, religijski motivi i sl. Uz spomenute motive kasnije su se razvili i drugi motivi kao poticajni faktor u turizmu a to su: moda, prestiž, snobizam, individualna ostvarenja i sl. Potrebno je naglasiti da turističko putovanje nije vezano samo uz jedan motiv ili jednu želju već se motivi međusobno isprepleću i nadopunjavaju. U pravilu, osnovni motiv je prevladavajući činitelj da se pojedinac odluči za turističko putovanje. Jedan od glavnih motiva koji pokreće pojedinca da se odluči na putovanje je bijeg od

²² Branislav Rabić, op. cit., str.24.

svakodnevnog života i odmor u destinaciji koja se doživljava različito od sredine u kojoj pojedinac živi i radi.

Jednu od najpoznatijih teorija motivacije dao je američki psiholog Maslow 1954. godine. On pri tome nije imao u vidu turistička putovanja, niti spominje turizam. Identificirao je i hijerarhijski predstavio pet kategorija, odnosno razina ljudskih potreba: fiziološke potrebe, potreba za sigurnošću, potreba za ljubavlju, pripadanjem i privrženošću, potreba za uvažavanjem i potreba za samoostvarenjem. Kasnije, Maslow je modificirao ovaj model tako što je u odnosu na samoostvarenje izdvojio osobni razvoj u vidu dvije dodatne niže razine. Leiper (1990.) je mišljenja da za diskusiju o turističkom ponašanju potrebe nisu dovoljno specifične. Po njemu, nije glavna potreba, već želja koju ona potiče kod pojedinca.²³ Primjerice, tri osobe mogu imati potrebu za rekreacijom i tražiti njeno zadovoljenje putovanjem, a da imaju različito ponašanje. Jedna od njih može boraviti na moru uz nekakve dobre knjige, druga osoba može pješaćiti kroz nacionalni park dok treća osoba može uživati u krstarenju i obilasku egzotičnih destinacija. Turističke motive možemo definirati kao unutarnji poticaj čovjeka na turističko kretanje. Međutim, pojam motiva u domeni turizma najčešće se interpretira u okviru društvenih motiva. Turistički motivi posljedica su određenog stupnja društvenog razvoja i imaju naglašeni agregatni karakter. U turističkim literaturama mogu se pronaći različiti vidovi turističke motivacije različitih autora. Tako razlikujemo „push“ i „pull“ koncept turističke motivacije. U prvom slučaju riječ je o faktorima koji turista potiču na putovanje, odnosno guraju ga da putuje dok ga „pull“ faktori vuku prema određenoj destinaciji. Također, možemo pronaći i ideju gdje se na turističku motivaciju gleda kao dvije osnovne dimenzije. U toj ideji se smatra da se turisti razlikuju prema svojim potrebama za bijegom od svakodnevnog načina života i potragom za novim iskustvima i doživljajima. Pa tako, s jedne strane turističke aktivnosti donose nešto novo u odnosu na svakodnevni životni ritam bježeći iz uobičajenog okruženja u neko novo okruženje gdje će zadovoljiti svoje specifične potrebe, dok s druge strane pojedinac očekuje kako će na putovanju steći duhovnu obnovu i doživjeti potpunu relaksaciju. Maslowljevu hijerarhiju potreba koristi i Pearce (2005.) koji tvrdi da se motivi turista mijenjaju ne samo tijekom vremena već i pod utjecajem prethodnog turističkog iskustva.²⁴ Život svakog pojedinca sastoji se od

²³ ibidem, str. 25.

²⁴ ibidem, str 26.

nekoliko etapa kao i vrijednosti kojih se osoba drži u pojedinom vremenskom razdoblju svoga života. Pearcov koncept sastoji se od stava da se ljudi u pojedinim fazama života opredjeljuju za turističko putovanje iz različitih razloga te ističe tri razine motivacije. Jezgru čine osnovni i najvažniji motivi što uključuje: težnju za nečim novim, bijeg od svakodnevnog života, relaksacija i želja za jačom povezanošću. Sloj oko jezgre motivacije čine umjereno važni motivi kao što su primjerice samoaktualizacija, dok zadnji sloj motivacije čine ne toliko bitni motivi kao što su nostalgija ili želja za izolacijom i sl. Na turističku motivaciju veliki utjecaj mogu imati osobni interesi ili hobi pojedinca. Također, uz ostale motive o kojima smo već govorili oni dodatno potiču pojedinca da putuje u određenu turističku destinaciju te ostvari svoje specifične interese i preferencije. 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.²⁵

2.5. Turistički doživljaj u selektivnom turizmu.

Putovanje predstavlja jedinstveni i zanimljivi događaj u životu pojedinca jer za razliku od svakodnevnog rutine predstavlja novu, drugačiju, a time i uzbudljivu situaciju u kojoj se pojedinac nalazi. Svakom pojedincu koji sudjeluje u određenom putovanju cilj je ostvariti željeni i očekivani doživljaj. Doživljaj definiramo kao unutarnje stanje pojedinca koje je izazvano nečim što je pojedinac doživio, pretrpio ili ono s čime se osobno susreo. Turistički doživljaj je stanje potaknuto tijekom putovanja, razgledavanja ili godišnjeg odmora. Osnovni socio-psihološki problem proučavanja turističkih doživljaja je njihova razlika u kvaliteti i relaciji u odnosu na svakodnevnicu. Vječno je pitanje da li doživljaj predstavlja samo zbir pozitivnih i negativnih emocija koje su kod turista izazvali pojedini događaji tijekom putovanja ili se radi o novoj kvaliteti zadovoljstva ili osjećaju koje pojedinac ostvaruje tijekom putovanja u fizičkom ili duhovnom aspektu. Kada govorimo o turističkim doživljajima ističemo dva pristupa, društveni i ekonomski

²⁵ Naše more, znanstveni časopis za more i pomorstvo, dostupno online: <https://hrcak.srce.hr/209280> (pristupljeno: 05.02.2020.)

pristup. Kod društvenog pristupa pažnja je usmjerena na tzv. vrhunski doživljaj koji se ponaša kao kontrast u odnosu na svakodnevna iskustva. Ekonomski pristup turističkim doživljajima pažnju usmjerava na tzv. epizodni potrošački doživljaj koji se može istražiti kroz percepciju turista o kvaliteti usluga prije i poslije turističkog putovanja. Ta dva pristupa, iako različita, čine strukturu doživljaja utječući jedan na drugi te kao takvi predstavljaju jedinstvenu cjelinu doživljaja. Cutler i Carmichael (2010.) su koncipirali model turističkog doživljaja koji se sastoji od pet faza, a obuhvaćaju događaje prije putovanja, tijekom putovanja, za vrijeme boravka pojedinca u turističkoj destinaciji, tijekom povratka pojedinca s putovanja i po završetku putovanja.²⁶ Model kao takav predstavlja različite utjecaje na doživljaje kao i njegove efekte. Konceptualni model turističkih doživljaja obuhvaća: anticipaciju, putovanje do turističke destinacije, aktivnosti u turističkoj destinaciji, povratak s putovanja i sjećanje. Anticipacija, odnosno očekivanje pojedinca od turističkog putovanja podrazumijeva planiranje putovanja (istraživanje, uspoređivanje različitih turističkih ponuda, pretraga na Internetu i sl.) što pojedine osobe čini i više zadovoljnima od samog doživljaja u turističkoj destinaciji. Putovanje do turističke destinacije, odnosno mjesta gdje pojedinac ostvaruje svoje doživljaje može biti kraćeg ili dužeg trajanja što ovisi o načinu i vrsti prijevoza, pri čemu neki od turista posebno uživaju u realizaciji ove faze putovanja. Aktivnostima u turističkoj destinaciji turist stvara svoje jedinstvene doživljaje koji su od velikog značaja te predstavljaju aktivnosti kojima se turist tijekom boravka u određenoj turističkoj destinaciji bavio. Povratak kući izražen je doživljajima koji se nose iz destinacije. Iz tog razloga se turistima koji su zadovoljni boravkom u određenoj turističkoj destinaciji povratak kući čini znatno bržim nego odlazak u samu destinaciju pa čak i onda kada se povratak odvija istim prijevoznim sredstvom te istim pravcem. Sjećanje se odnosi na prisjećanje, većinom pozitivnih iskustava i doživljaja koje su turisti doživjeli u određenoj turističkoj destinaciji. Mnogi od njih i godinama kasnije se prisjećaju doživljaja i iskustava s određenih putovanja te ih opisuju drugima. Kada govorimo o spolnim faktorima koji utječu na turistički doživljaj, tu podrazumijevamo tri osnovne kategorije: fizički aspekti, socijalni aspekti te utjecaj proizvoda. Fizički aspekti se odnose na ambijent u kome se koriste usluge, odnosno ostvaruju doživljaji. Uslužni ambijent u kojemu se koriste usluge podrazumijeva izgled i funkcionalnost prostora, signalizacija, dekoracija, stil i sl. Socijalni aspekti su vrlo bitni jer na kvalitetu samog

²⁶ Branislav Rabotić, op. cit., str.29.

doživljaja turista utječe ne samo ono što su turisti platili već i interakcija s lokalnim stanovništvom, osjećaj dobrodošlice i da borave u prijateljskom okruženju. Iz toga razloga poznato je i da neki mali događaj kao primjerice usputno poznanstvo, ali i susret s nepoštenim trgovcem može imati značajan doživljaj na turista.

Nezadovoljstvo određenim doživljajem ovisi o pojedincu, njegovom znanju, percepciji i stavovima, osjećaju identiteta i očekivanja. To su sve elementi s kojima pojedinac kreće na put. Kada govorimo o emocijama, one i na putovanju kao i u svakodnevnom životu imaju oscilacije tijekom vremena, ovisno o aktivnostima i situaciji u kojoj se pojedinac nalazi.

Turisti postmodernog doba koji putuju radi zadovoljenja specifičnih interesa i preferencija postaju sudionici, odnosno kreatori vlastitih doživljaja. Oni kupuju proizvod onakav kakav im je ponuđen te ga konzumiraju tako da u njega ugrađuju novo značenje koje odgovara njihovim potrebama. Bitno je naglasiti da bi ponuđači usluga trebali prepoznati stvarni doživljaj te da ne bi trebali biti fokusirani samo na fazu prije prodaje, već i na fazu poslije prodaje tijekom stvaranja doživljaja, ali i na fazu po njegovom završetku kako bi doživljaji kod turista ostali jače utisnuti u njegovo sjećanje.

3. POJMOVNO ODREĐENJE MRAČNOG TURIZMA

Čovjek je od početka svoga postojanja imao potrebu da putuje iz brojnih razloga u svrhu potrage za boljim uvjetima života, te u svrhu prehrane odnosno potrage za hranom i vodom pa se u teoriji smatra da je turizam star koliko i čovječanstvo. Ipak neki od teoretičara podržavaju tezu da je razvoj turizma započeo tek kada je čovjek počeo živjeti u organiziranim zajednicama, što se poklapa s pojavom novca i razvojem trgovine. U antičko doba javljaju se putovanja iz zadovoljstva motivirana događajima poput Olimpijskih igara dok su Rimljani organizirali putovanja u svrhu odmora, zabave i zdravlja.

Turizam je putovanje u svrhu rekreacije, ugone ili posla i najčešće je ograničenog trajanja. Najčešće se turizam povezuje s putovanjem izvan domicilne zemlje, ali se također može odnositi i na putovanje na druge lokacije u tuzemstvu izvan mjesta stanovanja. Svjetska turistička organizacija definira turiste kao: "ljude koji putuju i odsjedaju u mjestima izvan uobičajenog mjesta na razdoblje ne dulje od jedne godine u svrhu zabave, posla ili drugih razloga".²⁷ Turizam je danas popularna aktivnost većine ljudi u razvijenom svijetu, te može biti domaći ili međunarodni, a međunarodni turizam ima istovremeno implikacije i na gospodarstvo polazišne i odredišne zemlje. Danas je turizam jedan od glavnih izvora prihoda u mnogim državama, a u brojnim odredištima upravo je turizam najvažnija gospodarska grana. Individualni turizam ili turizam posebnih skupina započinje sredinom 19. stoljeća, preciznije s osnivanjem i radom prve posredničke organizacije, putničke agencije Thomas Cook and Son. Procesi industrijalizacije, urbanizacije i kontinentalizacije dali su novi neslućeni zamah i progres u društvu razvijenih europskih zemalja, a time i nove poticaje i sadržaje za nove mogućnosti sve većim socijalnim skupinama stanovništva.²⁸ Jačenjem standarda i povećanjem broja stvarnih i mogućih „suvremenih turista“, nastaju procesi sve većih materijalnih ulaganja u prihvatne kapacitete te u razne turističke organizacije, a potom i u sve druge izravne ili posredne društvene i poslovne segmente.

²⁷ UNWTO, službena stranica, dostupno online: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno: 07.03.2020.)

²⁸ V. Jadrešić, *Janusovo lice turizma - od masovnog do selektivno-održivog turizma*, Zagreb, Plejada, 2010., str. 136.

Suvremeni turizam obuhvaća razdoblje od sredine 19. stoljeća do početka pedesetih godina 20. stoljeća. Karakteristike tog razdoblja kao i razvoj suvremenog turizma obuhvaća procese kao što su: početak ekspanzije turizma, organiziraju se prva turistička putovanja, osnivaju se druge posredničke organizacije, pojava turističkih mjesta poput toplica, planinskih mjesta i ljetovališta, preobrazba smještajnih kapaciteta i usluga, industrijska revolucija dovela je proizvodnje automobila, a samim time i izgradnje cestovne infrastrukture, javlja se raskorak između malog broja turista i sve većih izborni-selekcioniranih događaja, turizam postaje lokaliziran te ima boravišno stacionirani karakter, uz primjetne manifestacije mobilnosti.²⁹ Iz tog razloga osamdesetih godina 20. stoljeća započinje razvoj alternativnih i održivih oblika turizma gdje su motivi turista u središtu zanimanja. Razvoj turizma u destinacijama od strategije masovnosti okreće se diferencijaciji ponude odnosno, razvoju selektivnih oblika turizma. Selektivni turizam je turizam s posebnim turističkim motivom koji posjetitelje privlači u točno određene destinacije gdje je turistička ponuda prilagođena turistu kako bi na specifičan način „osjetio“ destinaciju i ono što mu turistička destinacija kao takva pruža. Neki od selektivnih oblika turizma su: ruralni turizam, kulturni turizam, robinzonski turizam, pustolovni turizam te mračni turizam i mnogi drugi oblici turizma.

Pod pojmom mračni turizam podrazumijevamo putovanje ili privremeni boravak osoba u destinaciji ili na nekom lokalitetu koji su obilježeni ljudskim stradavanjima u povijesti, na kojima su se odvijali ratni sukobi, dogodile prirodne ili ljudskom greškom nastale katastrofe, odnosno na kojima su stradale poznate ličnosti.³⁰

3.1. Definicija mračnog turizma

Posljednjih godina sve se više spominje pojam „mračni turizam“ koji označava jedan od oblika turizma danas. Mračni turizam može se promatrati kao specifična manifestacija koja obuhvaća „mrak“, „tugu“ i turizam kao jedno te je usmjeren na specifične interesne skupine koje su fascinirane tragedijama i smrću u prošlosti.

²⁹ Ibidem, str. 138.

³⁰ E. Willis, *Theatricality, Dark Tourism and Ethical Spectatorship*, London, Palgrave Macmillan, 2014., str. 18.

Prezentacija mračne prošlosti i zanimanje za istu imaju dugu povijest, a posljednjih godina takav oblik turizma dobiva sve više na pažnji te poprima odlike komercijalizirane atrakcije. Mjesta koja se vežu uz smrt i nesreće često su uključena u međunarodne turističke tijekove. Međutim, turisti u te tijekove mogu biti uključeni, a da toga uopće nisu niti svjesni, ako primjerice, usput posjete nekadašnje bojno polje, nacistički koncentracijski logor ili katedralu s grobnicom važne povijesne ličnosti. Posjeta takvim mjestima prije svega ima informativni karakter te bi se teško mogla tumačiti nekim posebnim mračnim motivom. Iako se pojam mračni turizam pojavio tek posljednjih nekoliko godina, putovanja u mjesta povezana sa smrću, katastrofama i razaranjima odvijala su i davno prije od kada su ljudi počeli putovati. Drugim riječima, mračni turizam je oduvijek bio prepoznat kao oblik turizma, a kako je tijekom 20. stoljeća sudjelovanje ljudi u turizmu općenito raslo, povećavala se i potražnja za takvim oblicima turizma.³¹ Mračni turizam je specifičan fenomen koji tijekom posljednjih nekoliko godina izaziva sve veću pažnju medija, ali i akademske zajednice koja je prihvatila ovaj novi i specifični predmet istraživanja. Definicija prema autorima Foley i Lennon (1996.) ima u vidu, prije svega mjesta gdje se dogodila nekakva smrt ili nesreća koja još uvijek živi u sjećanju ljudi.³² Autori su uvjerenja da je mračni turizam proizvod postmoderne kulture, s globalnim mrežama komunikacija s naglaskom na komodifikaciju. Oni smatraju da nove komunikacijske tehnologije izuzetno utječu na zanimanje ljudi za mračni turizam te da mračne atrakcije izazivaju sumnju u projekt modernizma. Pristupi mračnom turizmu su različiti pa tako razlikujemo mračni turizam na bazi ponude, na bazi potražnje te integralni pristup iz perspektive i ponude i potražnje. Prvi pristup je najviše zastupljen. Mračni turizam se ogleda u posjeti mjestima koja asociraju na nesreću i smrt, ali se nedovoljno uzima u obzir raznolikost motiva turista i njihovih doživljaja. Tipologija atrakcija može nuditi različite razine mračnog turizma te ih je moguće rasporediti duž spektra ovisno o njihovim karakteristikama (neke su mračnije ili svjetlije u odnosu na druge i sl.) i percepcijama turista. U grupu svjetlijih karakteristika ubrajaju se one koje su namijenjene zabavi i rasonodi kao na primjer tematski parkovi, dok najmračnije karakteristike imaju izrazito politički i ideološki značaj te pružaju ozbiljno edukativno iskustvo.

³¹ P.R. Stone, *Death, Dying and Dark Tourism in Contemporary Society: A Theoretical and Empirical Analysis*, Preston, University of Central Lancashire, 2010., str. 55.

³² B. Rabotić, op. cit., str. 224.

Drugi pristup mračnom turizmu je iz perspektive potražnje, odnosno motivacije turista. Tu podrazumijevamo putovanje koje je u cjelini ili djelomično motivirano željom turista za stvarnim ili simboličnim susretom sa smrću, naročito nasilnom smrću. U ovom pristupu motivacija ima važnu ulogu te se iz tog razloga koncept ovog pristupa na tome i zasniva. Nedostatak ovog pristupa je taj što polazi od pretpostavke da prisustvo turista na konkretnom mjestu odbija njihove motive, što bi značilo da svi koji posjete primjerice koncentracijski logor pripadaju kategoriji mračnih turista, čime se previđa činjenica da ima i onih turista koji dolaze iz drugih razloga. Integralni pristup mračnom turizmu podrazumijeva vezu između atrakcije (ponude) i doživljaja, (potražnje). To se odvija u vidu neprekidnosti u kojemu ponuda varira od slučajne do ponude koja je namjerno kreirana, a čiji je cilj eksploatacija interesa na temu smrti.

Seaton (1996) smatra da mračni turizam ima dugu povijest koja seže u srednji vijek i da je dobio na snazi naročito tijekom vremena romantizma, krajem 18. i početkom 19. stoljeća.³³ Njegova tipologija uključuje pet kategorija:

- Putovanje s ciljem promatranja smrti podrazumijeva putovanja ljudi da bi prisustvovali javnoj manifestaciji smrti (gladijatorske borbe, vješanja i sl.). U međuvremenu, takvo ponašanje je postalo socijalno neprihvatljivo u većem dijelu svijeta, ali njegov današnji izraz predstavlja zanimanje s kojim se pojedinci, kada se zateknu na mjestu nesreće, znatiželjno gledaju tragične scene.
- Putovanja na mjesta na kojima se u prošlosti dogodila smrt je kategorija putovanja s ciljem posjete lokaliteta individualnog ili masovnog umiranja u prošlosti. (nacistički logor Auschwitz, „Polja smrti“ u Kambodži).
- Putovanja na memorijalna mjesta je kategorija koja obuhvaća posjetu mjestima sahrana i memorijalnim spomenicima mrtvih kao što su primjerice groblja, grobnice, katakombe, spomenici rata i sl. Ova kategorija se može smatrati paradigmom mračnog turizma.
- Putovanja radi promatranja povijesnih rekonstrukcija bitaka je kategorija u kojoj turisti putuju iz razloga da bi prisustvovali rekonstrukcijama značajnih bitaka iz prošlosti što je najviše popularno u SAD-u (građanski ratovi).

³³ ibidem, str. 226.

- Putovanja na mjesta gdje su sakupljeni izloženi dokazi o smrti podrazumijeva putovanja turista kako bi posjetili lokacije na kojima se dogodila smrt te kako bi vidjeli materijalne dokaze ili simboličnu prezentaciju smrti na tim lokalitetima
- (Muzej terora u Budimpešti, Holocaust Memorial muzej u Washingtonu i sl.).

Također, prema autoru Sharply (2009.) mračni turizam možemo podijeliti u sljedeće kategorije.

Tablica 1. Kategorizacija mračnog turizma.

Podjele mračnog turizma	Potpodjele
Opasna mjesta: opasne destinacije iz prošlosti ili sadašnjosti	- Gradovi strave - Opasne destinacije
Kuće strave: zgrade povezane sa smrću ili stravom, bilo stvarno ili izmišljenom	- Tamnice smrti - Zloglasni hoteli
Mjesta pogibija: mjesta koja obilježavaju strah, smrt ili ozloglašenost	- Bojna polja - Groblja poznatih osoba
Mjesta mučenja: ture ili posjeta atrakcijama koje se povezuju sa smrću, ubojstvima i zločinima	- Zločini i ubojstva - Zloglasnost
Tematizacija smrti: kolekcije ili muzeji čije su teme povezane s patnjom i smrću	- Morbidni muzeji - Spomenici

Izvor: Samostalna izrada autora prema: P. Stone, R. Sharply, *The Dark side of travel, The Theory and Practice of Dark Tourism*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 2009., str. 11.

3.2. Osnovni motivi mračnog turizma

Razumijevanje mračnog turizma usko je povezano sa s razumijevanjem motivacije ljudi da posjećuju mjesta obilježena ljudskim tragedijama širokih razmjera. Jedan od ključnih razloga istraživanja mračnog turizma odnosi se na analizu intenziteta i sadržaja motivacije ljudi koji posjećuju memorijalne lokalitete. Kao polazište za takvu analizu može se upotrijebiti tvrdnja u kojoj se ističe da su turisti za putovanja općenito motivirani stanjem u kojem se suvremeno društvo nalazi, i umjesto traženja nečeg nestvarnog, oni na svojim putovanjima traže doživljaje temeljene na realnosti i autentičnosti.³⁴ Upravo zbog takvog načina i osjetljivosti sadržaja i njegove prezentacije, odnosno interpretacije povijesnih činjenica koje čine atrakcijsku osnovu mračnog turističkog proizvoda, realnost i autentičnost postaju presudni elementi za uspješnost razvoja ovog oblika turizma.

Turistička motivacija može biti višedimenzionalna, a ona se kao takva ogleda u različitosti poimanja tragedije koja je povezana s ljudskom patnjom. Dok jedni tragediju doživljavaju kao situaciju koja se događa nekom drugom, drugi tragediju vide kao pouku iz koje treba nešto naučiti. Iz tog razloga proizlazi činjenica da je tragediju potrebno razumjeti kako bi se u društvu potaknule pozitivne promjene te je potrebno spoznati uzroke i posljedice tragedija kako bi se iste mogle izbjeći. Različitosti motivacije proizlazi iz različitih psiholoških stanja posjetitelja i njegovih unutarnjih poriva za posjetom mjesta na kojemu su se dogodile tragedije. Posjetitelji takvih mjesta čestu su osobe koje su na neki način povezane s tim mjestom, bilo da su i sami preživjeli stradavanje ili su pak u tim tragedijama stradali njihovi bližnji. Na temelju toga posjetitelji se žele duhovno povezati sa stradalima, ali i drugim posjetiteljima te tako izraziti i dati do znanja koliko je njihova osobna patnja povezana s tragedijom koja se dogodila u prošlosti. Različitost motivacije može proizlaziti i iz različitih stavova pojedinca o okolnostima u kojima je određena tragedija ili stradavanje nastalo, posebice kada govorimo o stradavanju ljudi koja su posljedica brojnih ratova, sukoba, progona, masovnih prosvjeda i sl. Različitost u intenzitetu i smjeru motivacije proizlazi iz sposobnosti pojedinca da tragediju promatra s različitih stajališta i s različitih razina uključenosti, pa tako dok jedni imaju sposobnost samokontrole i memorijalna mjesta

³⁴ Liburna, međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje, dostupno online: <https://hrcak.srce.hr/145027> (pristupljeno: 12.02.2020.)

posjećuju s emocionalnim suzdržavanjem, drugi takva mjesta posjećuju duboko potreseni što se može odraziti i na ostale posjetitelje. Realno je za očekivati da svi koji posjećuju atrakcije koje se vežu uz mračni turizam ne očekuju i „mračni“ doživljaj. Nekim posjetiteljima mogu biti nepoznate specifične karakteristike mračnih atrakcija ili jednostavno, na takvim mjestima ostvaruju drugu vrstu doživljaja. Iz tog razloga se može govoriti da percepcija posjetitelja o nekom mjestu kao mračnoj atrakciji određuje hoće li posjetitelj biti motiviran za posjetu nekom „mračnom“ mjestu ili atrakciji. Turisti koji posjećuju lokalitete na kojima su se dogodile tragedije, smrti i nesreće imaju različite motive, ali ih oni kao takvih često nisu svjesni ili ih ne žele javno priznati. Istraživanja su pokazala da velik broj takvih turista posjećuje takve atrakcije jer se radi o socijalno prihvatljivom iskazivanju za smrt i nesreće, dok jedan dio turista posjećuje takva mjesta iz razloga kako bi naučili nešto više o povijesti određenog mjesta ili događaja koji se tamo odvijao. Također, postoje i oni turisti koji takvim putovanjem i posjetom mračnih mjesta pobuđuju uspomena na obitelj, prijatelje ili osobno iskustvo. Većina posjetitelja kao jedan od razloga koji ih motivira na putovanje u mjesta tragedije i smrti navodi želju da se provedu ili nešto nauče. Međutim, postavlja se pitanje koliko su atrakcije mračnog turizma osim nekih izuzetaka kao primjerice tematskih parkova zapravo zabavne? Nije li neetički ljudsku patnju i nesreću koristiti kao zabavni sadržaj, predstavu i spektakl. Također, nameće se pitanje je li etično mjesta stradanja i tragedija razvijati i promovirati kao turistička mjesta i na temelju njih ostvarivati zaradu. Tarlow (2005) naglašava komercijalni aspekt mračnog turizma koji po njemu „užase iz prošlosti pretvara u biznis sadašnjosti“.³⁵ Svjedoci smo primjera da se na mjestima velikih stradanja otvaraju suvenirnice i restorani, a posjetitelji koji dolaze kako bi izrazili poštovanje prema žrtvama stječu ulogu potrošača. On smatra da se kod posjetitelja mračnog turizma javljaju četiri vrste emocija koje se međusobno isprepliću te da posjeta određenoj mračnoj atrakciji može izazvati više osjećaja te da posjetitelji mogu imati različite osjećaje. Primjerice, posjet nekadašnjem bojnopolju može izazvati romantične osjećaje jer osoba u mislima može doživjeti bitku iz prošlosti koja je vođena za neku pravednu stvar, dok primjerice, mjesta genocida često izazivaju osjećaje sažaljenja prema žrtvama i ogorčenosti prema izvršiteljima tih činova.

Kada se u problematiku istraživanja motivacije za mračni turizam uvede element turističke potrošnje odnosno potrošačkog ponašanja dolazi do vrijednih spoznaja o

³⁵ B. Rabotić, op. cit., str. 228.

različitosti učinka koji se generiraju posjetom mračnih lokaliteta. Sharpley (2009) u svome radu ističe da motivacija posjetitelja može imati različite „nijanse tame“ s obzirom na njihovo potrošačko ponašanje na lokalitetima koje posjećuju.³⁶ Tako primjerice turist koji posjećuje groblje Mirogoj u Zagrebu ne mora biti nužno motiviran smrću ljudi koji su tamo sahranjeni već je možda ljubitelj arhitekture i kipova koji su tamo. Iz takvih primjera se može razumjeti prisutnost raznih motiva kao što su obiteljski, kulturno-umjetnički, obrazovni, ambijentalni ili jednostavno oni turistički motivi koji uvelike oblikuju i usmjeravaju ponašanje posjetitelja tijekom njegova boravka u određenoj destinaciji. On je istražujući spektar motivacije koja potiče ljude na posjetu mjestima stradanja, ljudskom smrću i tragedijama definirao četiri skupine tipičnog turističkog ponašanja kada su u pitanju mračne turističke atrakcije. Te skupine međusobno čine matricu koja se sastoji od četiri nijanse tame koje su determinirane različitom svrhom i sadržajem posjete, a koje se u više segmenata isprepliću s obuhvatom mračnog turizma. Matrica uključuje:

- Crni turizam koji je čisti oblik mračnog turizma s ponudom koja je kreirana da bi zadovoljila posjetiteljevu fasciniranost sa smrću te na tome ostvarila profit.
- Blijedi turizam podrazumijeva turiste s minimalnim zanimanjem za mračni turizam te oni slučajno posjećuju lokalitete mračnog turizma kao što su primjerice grobovi slavnih osoba.
- Sivu turističku potražnju čine turisti koji su fascinirani smrću, a posjećuju slučajno mjesta mračnog turizma.
- Sivu turističku ponudu čine atrakcije koje su nastale s ciljem eksploatacije smrti te privlače posjetitelje niskog zanimanja za mračni turizam.

Mračni turizam kao takav nije samo turizam povijesnih događaja koji se vežu uz uzroke i posljedice takvih događaja, već je riječ o turizmu u okviru kojeg se povijesna događanja nastoje prilagoditi suvremenom trenutku u smislu njegove prezentacije i interpretacije. Važnost turizma ne temelji se na zasnivanju veze između sadašnjeg trenutka s tragičnom prošlošću i rekonstrukciji tragičnih zbivanja na nekom lokalitetu, već na konceptu turizma kao važnog činitelja u stvaranju veza među ljudima. Iz tog razloga, možemo zaključiti da temelj turističke motivacije počiva na kulturi sjećanja na žrtve raznih tragedija koje su se događale u bližoj ili daljoj povijesti, kao i na popratnim

³⁶ Liburna, međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje, dostupno online: <https://hrcak.srce.hr/145027> (pristupljeno: 12.02.2020.)

elementima poput psihološkog stanja pojedinca, njegove osobne uključenosti u proces mračnog turizma, percepciji uzroka i posljedica tragedije i sl.

3.3. Atraktivnost mračnog turizma

Mračni turizam podrazumijeva spektar intenziteta te on kao takav kod posjetitelja može pobuditi interes za smrt konkretne osobe, ali i za smrt općenito. Na stupanj zainteresiranosti pojedinca ne utječe samo jedan motiv, već više njih što u suštini ovisi o pojedincu i razmjerima tragedije lokaliteta kojeg posjećuje.

Kako bi se mogla napraviti razlika pojedinih lokaliteta mračnog turizma i pripadajućih segmenata posjetitelja, a uzimajući u obzir gradaciju mračne strane ljudskog ponašanja i s njime povezanih zločina, nužno je razlikovati mjesta mračnog turizma koji zahtijevaju ozbiljnost u shvaćanju i razumijevanju tragedija koje su se u povijesti dogodile na tom lokalitetu, od onih lokaliteta koji su obilježeni ljudskim stradanjem i nesrećama, ali su s vremenom poprimili zabavni karakter. Kao primjer tome mogu se navesti bivše kaznionice Alcatraz koja se nalazi u SAD-u i Robben Island koja se nalazi u Južnoafričkoj Republici. Obje kaznionice su bile filmski i medijski popraćene. Međutim suvremena interpretacija Alcatraza danas poprima više zabavni i komercijalizirani karakter gdje posjetitelji nemaju previše empatije prema ondašnjim zarobljenicima, dok je Robben Island mnogo tamniji primjer mračnog lokaliteta jer je služio kao kaznionica za političke neistomišljenike prema kojima i danas vlada velika empatija od strane posjetitelja. Autentičnost mjesta i vrijeme jedni su od važnijih karakteristika atraktivnosti mračnog turizma te se prema njima kao takvima mogu nijansirati lokaliteti mračnog turizma. Potrebno je razlikovati lokalitete koji su stvarna mjesta smrti i patnje od lokaliteta koji su samo na tematski način povezani s mjestima stradanja i tragedija. Tako je primjerice, bivši nacistički logor Auschwitz-Birkenau u Poljskoj daleko mračnija destinacija od američkog Memorijalnog muzeja Holokausta u Washingtonu. Iz tog razloga, turistički proizvod je bljeđi što se prostorno i vremenski odmiče od samog povijesnog događanja kojeg predstavlja jer će posjetitelji steći puno intenzivnije iskustvo ako se nalaze na autentičnoj lokaciji tragedije i mjestu stradanja. Zbog različitosti uzroka tragičnih događanja, težini tragičnih događanja, odnosno broju žrtava kao stupnju utjecaja tih tragičnih događanja na međunarodnu

zajednicu, memorijalni lokalitet i njihovi turistički proizvodi imat će međusobno drugačiji tematski okvir i dizajn. Iz tog razloga Stone (2009) ističe prikaz koji potencijalni spektar ponude mračnog turizma sažima na temelju tamnije i svjetlije nijanse turističkog proizvoda.³⁷

Slika 1. Spektar nijansi mračnog turističkog proizvoda

Velik politički utjecaj i ideologija	Mali politički utjecaj i ideologija
Lokaliteti na kojima se dogodila smrt i patnja	Lokaliteti koji se povezuju sa smrću i patnjom
Najtamnije	Svijetlo
Tamnije	Svjetlije
Tamno	Najsvjetlije
Orijentacija na obrazovanje	Orijentacija na zabavu
Usmjerenost na povijest (konzervacija)	Usmjerenost na ostavštinu (komercijalizacija)
Očekivana autentična interpretacija proizvoda	Očekivana patvorena interpretacija proizvoda
Autentičan lokalitet	Patvoren lokalitet
Kraći protek vremena od tragičnog događanja	Dugi protek vremena od tragičnog događanja
Ostala ponuda bez konkretne namjene	Ostala ponuda s konkretnom namjenom
Slabije razvijena turistička infrastruktura	Snažnije razvijena turistička infrastruktura)

Izvor: P. Stone, R. Sharply, *The Dark side of travel, The Theory and Practice of Dark Tourism*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 2009., str. 21.

³⁷ P. Stone, R. Sharply, *The Dark side of travel, The Theory and Practice of Dark Tourism*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 2009., str. 21.

Autor prema takvom nijansiranju turističkih proizvoda oblikuje sedam izvora ponude mračnih turističkih atrakcija, od onih najsvjetlijih pa do onih najtamnijih, a u njih ubraja:

- Mračni tematski parkovi podrazumijevaju producentske 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 sl.
- Izložbe mračne tematike 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 kaznionice 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 kaznionice 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.
- Posvećena mjesta 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 velikih 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.

- Koncentracijski logori su povijesna mjesta i objekti ciljno izgrađeni u svrhu masovnih ubijanja ljudi (genocida), a kao takvi podrazumijevaju razne oblike eksplicitne interpretacije smrti kroz interaktivne izložbe i muzejske prezentacije (Auschwitz – simbol holokausta, predstavlja najmračniji dio spektra).

Sve predložene nijanse i izvori ponude, osim onih najsvjetlijih u cilju zabave mogu činiti atrakcijsku osnovu memorijalnog turizma te ih je kao takve moguće primijeniti u razvojnim konceptima destinacija koje su se opredijelile za ovakav oblik turizma.

3.4. Mračni turizam u praksi i njegova interpretacija

Mračni turizam nije nova pojava jer su ljudi oduvijek bili zadivljeni smrću i stradanjima drugih ljudi. Najbolji primjer tome su gladijatorske borbe koje su se održavale u starome Rimu gdje su Koloseum ispunjavali znatiželjni gledatelji i navijači te se on kao takav može smatrati i najstarijom atrakcijom mračnog turizma. Europa se zbog brojnih krvavih ratova koji su se odvijali u prošlosti te slavljenja mrtvih u katedralama smatra modelom mračnog turizma. Tarlow (2005) ističe da smrt dominira Europskim turizmom, od posjeta grobova pjesnika i kraljeva do masovnih grobova vojnika koji su stradali u brojnim ratovima.³⁸ Tako primjerice, među turistima koji žele posjetiti lokalitete na kojima su se dogodili veliki zločini, najtraženije destinacije su Ruanda (masovne grobnice), Kambodža (polja smrti) te nacistički logor Auschwitz u Poljskoj koji prema nekim autorima predstavlja vrhunac mračnog turizma u Europi. Auschwitz je bio u svoje vrijeme najveći nacistički logor gdje je u plinskim komorama, od bolesti ili gladi stradalo preko milijun ljudi, većinom Židova. Zbog svoje zloglasne prošlosti danas je jedna od najposjećenijih destinacija mračnog turizma, a 2005. godine je Auschwitz posjetilo gotovo milijun turista. Među turistima vrlo je popularan i grobni turizam, a među tri najpopularnija i najposjećenija grobna mjesta u svijetu su ona gdje je sahranjen pjevač Elvis Presley, princeza Diana te pjevačica Marilyn Monroe. Grob Michaela Jacksona u Kaliforniji je zatvoren za posjetitelje od straha zbog vandalizma i pritiska ogromne mase posjetitelja. Ipak, najpopularnija atrakcija ove vrste je pariško groblje Pere Lachaise koje je osnovao Napoleon Bonaparte. Na tom groblju su sahranjene mnoge poznate ličnosti kao što je slikar Modigliani, glazbenik Jim Morrison

³⁸ B. Rabotić, op. cit., str. 233.

te mnogi drugi. U Mađarskoj, u Budimpešti postoji „muzej terora“ osnovan 2002. godine koji je posvećen komunističkom nasljeđu. U njemu su izloženi razni eksponati koji ilustriraju život u gulagu, socijalističku propagandu, mračne podrumne u kojima su mučeni sudionici mađarske revolucije iz 1956. godine i tzv. „dvoranu suza“ koja prezentira uspomenu na 2500 žrtava revolucije. Posjetitelji u muzeju mogu pogledati i video snimak na kojemu stražar objašnjava proces sudske kazne, ali mogu i posjetiti posljednje dvije dvorane koje prikazuju odlazak sovjetske vojske što donekle može ublažiti osjećaj gorčine koje posjetitelj doživi tijekom posjeta muzeju. Bojna polja, vojni grobovi, spomen obilježja i druga mjesta povezana s ratom već više od tisuću godina privlače posjetitelje na lokalitete mračnoga turizma. Razvojem turizma općenito razvio se i ratni turizam, a najveći razvitak bilježimo iza prvog svjetskog rata. Od tada se ratni turizam drastično proširio te kao takav predstavlja jednu od najvećih pojedinačnih kategorija turističkih atrakcija u svijetu.³⁹ Takve atrakcije ne uključuju samo bojna polja i s njima povezane spomenike i groblja već muzeje, spomenike i druge građevine koje na jedinstven način obilježavaju ratove koji su se odvijali kroz povijest te događaje koji su vezani uz njih. Ratni turizam nije nova pojava, a on kao takav razlikuje tri skupine turista: oni koji su bili svjedoci stvarnih bitaka ili vremena kada je bitka vođena, oni koji su posjetili mjesto bitke neposredno nakon njena završetka (novinari, rodbina poginulih i ozlijeđenih...) te znatiželjni turisti kojima je taj lokalitet usputna destinacija. Memorijalni muzej Holokausta u Washingtonu od kada je otvoren 1993. godine posjetilo je čak dva milijuna posjetitelja. Od njegovog otvorenja, posjetilo ga je 30-tak milijuna ljudi, a posjetilo ga je i više od 3500 vladajućih ljudi pojedinih država. Posjetitelji dolaze iz cijelog svijeta, a zanimljiva je činjenica da među svim posjetiteljima 90% njih nisu židovi. Zbog svega toga Memorijalni muzej holokausta smatra se nacionalnim muzejom s najvećom posjetom u povijesti. Danas među najposjećenijim atrakcijama mračnog turizma su nekadašnji zatvori i kaznionice. 1950. godine, Alcatraz, poznatiji kao „Rock“ osnovan je kao federalni zatvor u Kaliforniji i kao takav je postojao do 1963. godine kada je službeno i zatvoren. Alcatraz je služio kao zatvor za zarobljenike iz Američko-španjolskog rata te svjedoči i o sudbini zatvorenih američkih Indijanaca ali i najpoznatijih zločinaca kao što je bio Al Capone. Danas turisti potaknuti filmovima i knjigama hrle posjetiti Alcatraz koji glasi za jedan od najpoznatijih zatvora na svijetu. Turističke ture po Alcatrazu su besplatne, a one uključuju posjet

³⁹P. Stone, R. Sharply, op. cit., str. 186.

muzeju, knjižari te šetnju po samom zatvoru. Muzej sadrži kolekciju umjetničkih slika koje su izrađivali zatvorenici, fotografije i ostale zatvorske dokumente. Kada govorimo o mračnom turizmu u praksi, u Hrvatskoj, onda možemo spomenuti lokalitete kao što su Goli otok i Vukovar. Goli otok je mali kameniti dalmatinski otok koji je u svoje vrijeme služio kao logor za političke zatvorenike, protivnike režima Josipa Broza Tita i sljedbenike staljinizma. Zatvorenici su bili izloženi fizičkom i psihičkom mučenju te prisiljavanju na težak fizički rad u kamenolomu i raznim pogonima. Zatvorenici su za vrijeme svoga boravka na otoku izgradili zgrade, a kasnije su na otoku kaznu izdržavali kriminalci i mladi delinkventi. Zatvor kao takav prestao je s radom 1988. godine, a otok danas mogu posjetiti turisti i razgledati ga. Ratovi tijekom 90-tih godina na prostoru bivše Jugoslavije doprinijeli su nastanku atrakcija mračnog turizma. Tu prvenstveno mislimo na Vukovar, Sarajevo i Srebrenicu u kojoj se dogodio genocid nad Bošnjacima, odnosno muslimanima. Vukovar kao takav je također obilježen stradanjima hrvatskog stanovništva za vrijeme Domovinskog rata te čini lokalitet mračnog turizma na kojemu su se dogodila velika stradanja ljudi i zvjerstva nad civilnim stanovništvom. Priroda mračnog turizma je osjetljiva i može biti politizirana. Među interesnim skupinama u pogledu tretiranja mračnog turizma i njegova razvoja postoje različiti stavovi i neslaganja. Ključno pitanje se odnosi na korištenje nečije nesreće i smrti u svrhu ostvarivanja profita (ulaznice, suveniri), kao i na obujam i način turističkog opremanja atrakcije. Komercijalizacija u mračnom turizmu ima tri dimenzije. Prva dimenzija se odnosi na to treba li dozvoliti bilo kakve financijske transakcije ili takva mjesta moraju ostati nekomercijalizirana. Druga dimenzija postavlja pitanje tko bi zapravo trebao steći korist ako je određen stupanj komercijalizacije dozvoljen, dok treća dimenzija postavlja pitanje na koji način se mogu postići određeni profiti, a da se pritom ne narušava dignitet svega što takva mjesta predstavljaju. Upravljanje atrakcijama u mračnom turizmu mora biti pomno osmišljeno i pažljivo, zasnovano na balansiranom pogledu na prošlost. Jedan od bitnih aspekta ravnoteže upravljanja atrakcijama mračnog turizma je odnos između edukativnog i zabavnog sadržaja te doživljaja koji se posjetiteljima pruža. Iz toga možemo zaključiti da to predstavlja problem s kojim se suočavaju atrakcije kulturnog karaktera, a on je kod mračnih atrakcija posebno izražen. Neke od mračnih atrakcija su zaista zabavnog karaktera, dok su neke vrlo ozbiljne ili svečane te je iz tog razloga nužno izbjeći bilo kakav zabavni karakter. S obzirom na to da se radi o mjestima patnje, nesreće i smrti, senzibilnost se mora iskazati i prema stradalim osobama te prema njihovim obiteljima koji očekuju da takvi lokaliteti na

kojima su se dogodile tragedije budu tretirani na odgovoran i jedinstven način. U literaturi je posebna pažnja usmjerena na način prezentacije i interpretacije na mjestima mračnog turizma. Ako imamo u vidu da neke mračne atrakcije izazivaju emocionalnu reakciju kod posjetitelja onda interpretacija ima važnu ulogu prezentiranju tog lokaliteta. Ako je interpretacija adekvatna može pomoći u razumijevanju prezentiranog događaja te ojačati doživljaj posjetitelja. Ako interpretacija dovodi u zabludu ili obmanjuje, tada ona postaje prepreka koja na neki način štiti posjetitelja od istine koju krije određeni lokalitet. Da bi se zadovoljile emocionalne potrebe posjetitelja i omogućilo suočavanje sa smrću i tragedijom, nužno je da interpretacija prepozna emocionalni element. Interpretacija mračnog turizma vrlo je osjetljiva pa čak i kontroverzna, pogotovo kada je ona obilježena genocidom ili etničkim čišćenjem. Mračni turizam je vrlo kompleksan, emocionalan, višedimenzionalan, politički senzitivn, moralno i etički izazovan fenomen. Korist od njegova istraživanja leži u onome što on kao takav otkriva ili može otkriti, o odnosu života i smrti te odnosu živih i mrtvih.

3.5. Odredišta mračnog turizma u svijetu

Mračni turizam poznat i pod nazivima dark turizam, black turizam, tamni turizam fenomen je u kojemu turisti posjećuju različite lokalitete neke destinacije koje su kroz prošlost obilježene ljudskim stradavanjima i tragedijama. Ovaj oblik turizma obuhvaća posjete mjestima i lokalitetima koji su na neki način povezani sa smrću i ljudskom patnjom ili su poprišta velikih bitaka i ljudskih žrtava. To su i ratne zone te nekadašnji zloglasni zatvori i kaznionice, ali i katastrofe izazvane od ruke čovjeka. Odredišta mračnog turizma mogu biti muzeji, groblja, koncentracijski logori, spomenici smrti, ratne zone te ostala mjesta na kojima se dogodila tragedija. Neki od najposjećenijih turističkih lokaliteta mračnog turizma na svijetu su:

- Koncentracijski logor Auschwitz Birkenau:

Koncentracijski logor Auschwitz Birkenau najveći je koncentracijski logor nacističke Njemačke koji se nalazio u Poljskoj, u neposrednoj blizini grada Oswiecima. Širom svijeta Auschwitz je postao simbol holokausta, terora i genocida i sustavnog istrebljenja Židova od strane Nijemaca. Osnovali su ga Nijemci 1940. godine, u

predgrađu Oswiecima, poljskog grada, koji su nacisti pripojili Trećem Reichu. Između lipnja 1941. i siječnja 1945. godine u Auschwitzu je stradalo milijun muškaraca, žena i djece. Auschwitz je sadržavao tri koncentracijska logora. Auschwitz I je bio administrativni centar u kojem se kretalo između 15.000 i 20.000 zatvorenika. Auschwitz II (Birkenau) je bio kamp za istrebljenje u kojemu se nalazilo 90.000 zatvorenika.⁴⁰ To je bio najveći dio kompleksa u Auschwitzu izgrađen 1941. godine u kojemu je ubijena većina zatvorenika. Treći kompleks Auschwitza bio je radnički kamp Monowitz. Koncentracijski logori su pretvoreni u Memorijalni centar i muzej u znak sjećanja na masovne žrtve holokausta. Auschwitz godišnje posjeti oko 1.400.000 posjetitelja. Posjetitelji mogu vidjeti kako je izgledao dan zatvorenika, njihovo mučenje i zlostavljanje. Moguće je i posjetiti izložbu umjetnosti, poezije i drame koju su zatvorenici radili za svoje obitelji.

Slika 2. Koncentracijski logor Auschwitz



Izvor: Auschwitz, službena stranica, dostupno online: <http://auschwitz.org/en/> (19.03.2020.)

⁴⁰ Auschwitz, službena stranica, dostupno online: <http://auschwitz.org/en/history/kl-auschwitz-birkenau/> (pristupljeno: 19.03.2020.)

- Černobil, Pripjat

Nedaleko od Kijeva, točnije 104 km udaljeno nalazi se Černobil koji je služio kao mjesto izgradnje nuklearne elektrane koja je grad Kijev opskrbljivala električnom energijom. Do 26. travnja 1986 bio potpuno nepoznat u svjetskim okvirima, a nakon tog datuma postao sinonim katastrofe radi eksplozije unutar nuklearnog reaktora koja je prouzročila najveću nuklearnu katastrofu u povijesti. Sama nuklearna elektrana nije bila smještena u samom gradu Černobilu već 18 km sjeverozapadno od gradića Černobila, a sastojala se od četiri reaktora tipa RBMK-1000, od kojih je prvi stavljen u pogon 1977. godine, a kobni četvrti reaktor 1983. godine.⁴¹ Eksplozija je globalno odjeknula u svim svjetskim medijima i pojavio se velik strah u sigurnost sovjetskih nuklearnih postrojenja te je i sama sovjetska vlada pod pritiskom svjetske javnosti morala maknuti veo tajnosti sa svojih nuklearnih projekata, budući da su daljnje eksplozije uzrokovane eksplozijom unutar nuklearnog reaktora 4 proširile radioaktivni oblak izvan granica tadašnjeg sovjetskog saveza u istočnu, zapadnu i sjevernu Europu pa čak i u neke istočne dijelove sjeverne Amerike. Iz tog razloga se Černobil danas smatra najvećom nuklearnom katastrofom u svijetu uzrokovanu ljudskom pogreškom. Područje grada koje je zagađeno radijacijom je službeno nazvano „Zona isključenja“. Zona uključuje turistički najposjećenije gradove Černobil i Pripjat te oko 180 evakuiranih sela. Černobil godišnje posjeti oko 10.000 turista, a taj broj se povećao između 30% i 40% s pojavom HBO serije Chernobyl.

⁴¹ Černobil, službena stranica, dostupno online: <https://www.chernobylwel.com/chernobyl-history> (pristupljeno: 19.03.2020.)

Slika 3. Grad Pripjat



Izvor: Černobil, službena stranica, dostupno online: <https://www.chernobylwel.com/> (19.03.2020.)

- Hiroshima i Nagasaki

Hiroshima i Nagasaki japanski su gradovi koji su za vrijeme 2. svjetskog rata pretrpjeli veliko atomsko razaranje. 06. kolovoza 1945. godine Sjedinjene Američke Države su na Hirošimu bacile prvu atomsku bombu nazvanu nadimkom „Little Boy“ uzrokujući udarni val razaranja i požare u samome gradu. 09. kolovoza 1945. godine atomska bomba pod nadimkom „Fat Man“ bačena je i na grad Nagasaki.⁴² U atomskom bombardiranju Japana procjenjuje se da je samom eksplozijom bombe, živote izgubilo oko 105.000 ljudi, a oko 90.000 njih je oboljelo od različitih bolesti koje je izazvala velika radijacija uranija. U Japanu se od 1954. godine pa do danas obilježava sjećanje na stradavanje u 2. svjetskom ratu, a 2015. godine je Hiroshima zabilježila 1,5 milijuna posjetitelja od čega je bilo 300.000 stranaca.

⁴² Atomic Heritage Foundation, službena stranica, dostupno online: <https://www.atomicheritage.org/history/survivors-hiroshima-and-nagasaki> (pristupljeno: 20.03.2020.)

Slika 4. Hiroshima nakon nuklearnog napada



Izvor: The Guardian, dostupno online: <https://www.theguardian.com/> (20.03.2020.)

- Ground Zero, Manhattan

U terorističkom napadu 11. rujna 2001. godine, dva oteta aviona od strane terorističke organizacije Al Qaeda zabila su se u nebodere blizance Svjetskog trgovačkog centra. Pri tom napadu zgrade su se urušile, a poginulo je oko 3.000 ljudi. Danas veliki broj turista posjećuje memorijalni centar Ground Zero na Manhattanu, a u samom središtu se nalazi spomenik žrtvama 11. rujna 2001. Posjetitelji mogu posjetiti i muzej posvećen terorističkom napadu u kojemu su izloženi savijeni čelični nosači nebodera, a imena svih poginulih žrtava ispisani su na brončanoj ploči koja je smještena u središtu muzeja.⁴³

⁴³ Ground Zero – Manhattan, službena stranica, dostupno online: <https://www.911memorial.org/visit> (pristupljeno 24.03.2020.)

Slika 5. Ploča s imenima žrtava terorističkog napada



Izvor: Ground Zero – Manhattan, službena stranica, dostupno online: <https://www.911memorial.org/> (24.03.2020.)

- Oradour-sur-glane

Oradour-sur-glane je selo u Francuskoj u kojemu se tijekom 2. svjetskog rata dogodio pokolj stanovništva od strane nacista. Naime, 10. lipnja 1944. godine, njemački su vojnici, pripadnici 2. Waffen tenkove SS divizije zauzeli selo. Muškarce su odvojili u garaže gdje su ih i ubili, a žene i djecu su zatvorili u crkvu koja ja pritom zapaljena. U tom pokolju stradalo je ukupno 642 osobe od kojih je 247 bilo djece.⁴⁴ Selo nikada nije obnovljeno već služi kao muzej i mjesto sjećanja na stradavanje francuskog stanovništva u 2. svjetskom ratu. Posjetitelji imaju priliku vidjeti rastopljena metalna zvona crkve u kojoj su zidovi puni rupa od metaka. Također, posjetitelji imaju mogućnost poslušati svjedočanstva preživjelih, ali i priznanja pojedinih nacista koji su sudjelovali u pokolju.

⁴⁴ Poltourisme.fr, službena stranica, dostupno online: <https://www.poltourisme.fr/es/node/10> (pristupljeno 24.03.2020.)

Slika 6. Oradour-sur-glane



Izvor: Poltourisme.fr, službena stranica, dostupno online: <https://www.poltourisme.fr/> (24.03.2020.)

- Kambodža – masovne grobnice

U vremenskom razdoblju od 1975. do 1979. godine počinjen je genocid od strane „Crvenih Kmera“ u Kambodži. Oni su pod vodstvom tadašnjeg premijera Pol Pota ubijali i mučili neistomišljenike tadašnjeg komunističkog režima. Odnosno, neprijatelje tog režima smatrali su sve manjinske etničke skupine poput Kineza, Tajlandana i Vijetnamaca kao i sve obrazovane osobe i intelektualce. Danas se u glavnom gradu Kambodže Pnom Penu nalazi muzej genocida Tuol Sleng koji je za vrijeme vladavine Crvenih Kmera služio kao zatvor. ⁴⁵

⁴⁵ Tuolsleng.gov.kh, službena stranica, dostupno online: <https://tuolsleng.gov.kh/en/museum/building/> (pristupljeno: 26.03.2020.)

Slika 7. Muzej genocida Tuol Sleng u Kambodži



Izvor: Vilandtravel.com, službena stranica, dostupno online: <https://vilandtravel.com/tuol-sleng-genocide-museum> (26.03.2020.)

Destinacija mračnog turizma u svijetu je mnogo, a u njih još ubrajamo i bojišna polja na kojima su se dogodile značajne bitke u ljudskoj povijesti kao što su Waterloo, Hastings, Gettysburg, Bosworth te mnoga druga. Također, neke od destinacija mračnog turizma koje su izrazito popularne su i dvorac Bran u Rumunjskoj za kojeg se veže priča o Vladu Drakuli, Pompeji u Italiji koji su stradali pod erupcijom vulkana Vezuva te mnogi zatvori koji su obilježeni mračnom poviješću. Kada govorimo o lokalitetima mračnog turizma u Republici Hrvatskoj tada možemo izdvojiti Jasenovac, Goli otok te Vukovar u kojemu su za vrijeme Domovinskog rata 1991. godine počinjeni veliki zločini nad hrvatskim stanovništvom od strane pripadnika JNA i četnika.

Slika 8. Grad Vukovar nakon pada

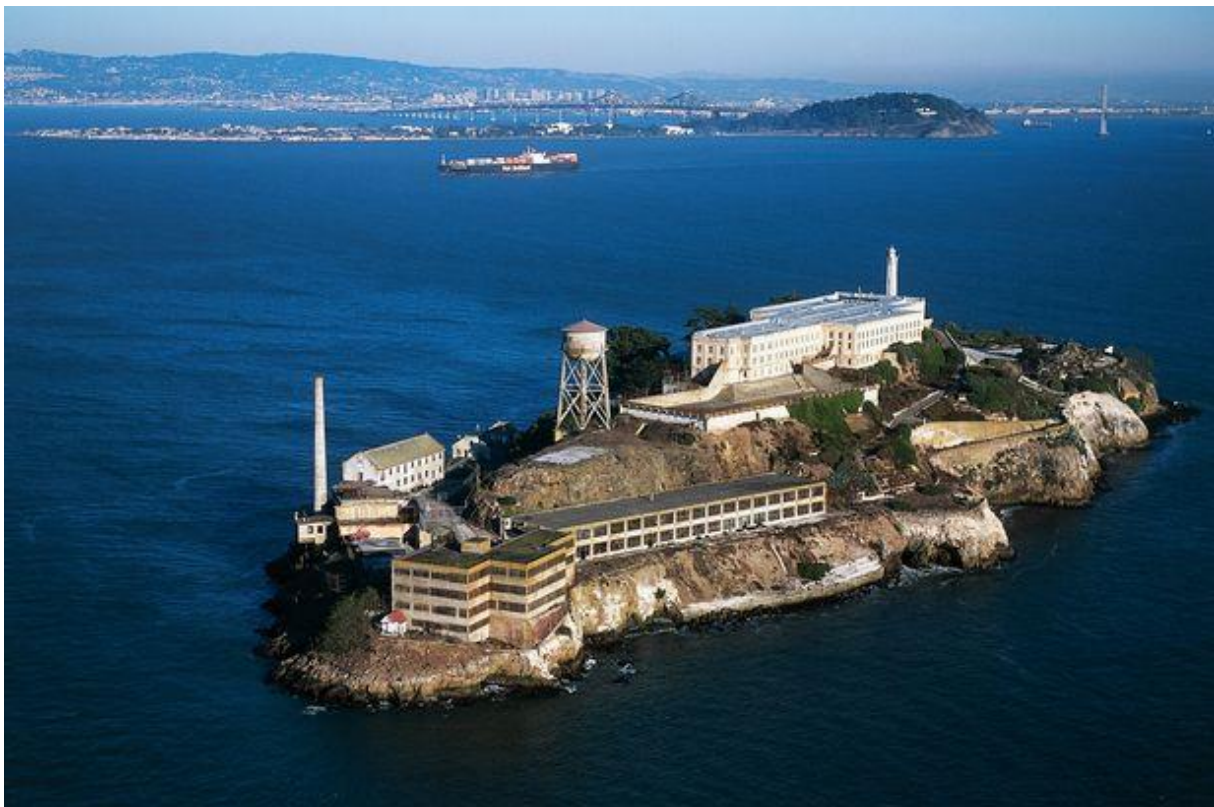


Izvor: Telegram.hr, dostupno online: <https://www.telegram.hr/price/kratka-prica-drage-hedla-o-proljecu-1996-godine-kada-je-s-malom-medunarodnom-ekipom-ponovno-usao-u-vukovar/> (28.03.2020.)

4. MRAČNI TURIZAM U DESTINACIJI ALCATRAZ

Otok Alcatraz nalazi se u zaljevu San Francisca u Sjedinjenim Američkim Državama koji je u svoje vrijeme bio dom mnogih kriminalaca koji su ga zvali „The Rock“. U razdoblju od 1934. do 1963. godine Alcatraz je bio vodeći američki zatvor maksimalne sigurnosti u kojem su bili smješteni najozloglašeni američki zatvorenici. Alcatraz je danas jedno od najposjećenijih turističkih mjesta u SAD-u koji odiše tmurnom prošlošću te je kao takav jedan od najistaknutijih znamenitosti i turističkih atrakcija San Francisca.

Slika 9. Otok Alcatraz



Izvor: Mirror.co.uk, dostupno online: <https://www.mirror.co.uk/science/archaeologists-find-19th-century-military-14071772> (02.04.2020.)

4.1. Povijest i nastanak turističke destinacije Alcatraz

Španjolski istraživač Juan Manuel de Ayala je 1775. godine otok Alcatraz nazvao otokom pelikana zbog velike populacije morskih ptica koja je obitavala na njemu.

Sedamdeset i pet godina kasnije, odnosno 1850. godine, tadašnji američki predsjednik Millard Fillmore je izdao naredbu da se otok namijeni za vojnu upotrebu. Tijekom 1850-ih godina na otoku je izgrađena tvrđava, a oko otoka postavljeno je oko 100 topova za zaštitu zaljeva San Francisca od zlatne groznice koja je tada vladala te građanskog rata.⁴⁶ Krajem 1850. godine američka je vojska na Alcatraz dovodila prve vojne zarobljenike. Zbog svoje izoliranosti od kopna i okruženosti hladnim morem i opasnim morskim strujama te nemogućnošću bijega otok se smatrao idealnim mjestom za zatvor. Pretpostavljalo se da niti jedan zatvorenik Alcatraza u slučaju da pobjegne ne bi mogao preživjeti. Tijekom djelovanja vojnog zatvora Alcatraz u njega su bili smješteni simpatizeri Konfederacije Američkih Država i građani koji su optuženi za izdaju tijekom američkog građanskog rata koji je trajao od 1861. do 1865. godine. Također, u Alcatrazu su bili zatvoreni i američki Indijanci iz Arizone koji su 1895. godine poslani u zatvor zbog neslaganja s federalnom vladom. Populacija zatvorenika u Alcatrazu nastavila se povećavati i tijekom španjolsko-američkog rata 1898. godine. Tijekom ranog 20. stoljeća zatvorenici Alcatraza izgradili su novu kulu koja je sadržavala 600 ćelija zajedno s bolnicom i ostalim zgradama zatvora. Prema službenim podacima Nacionalnog parka kada je kompleks zatvora Alcatraz završen 1912. godine, to je bila najveća izgrađena svjetska građevina od armiranog betona.

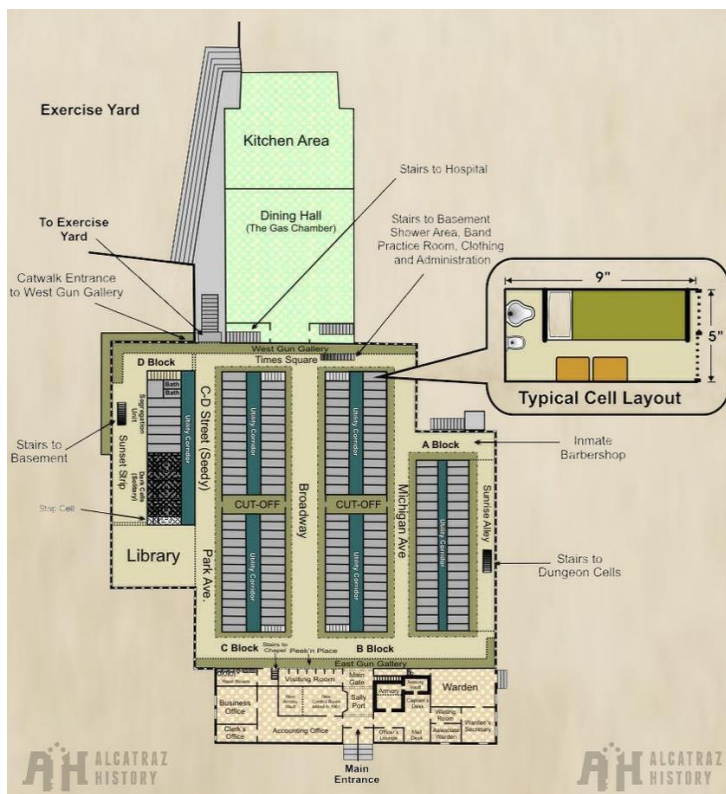
4.2. Glavna obilježja turističke destinacije Alcatraz

1933. godine vojska je prepustila Alcatraz američkom ministarstvu pravosuđa kako bi tamo mogli otvoriti savezni zatvor i smjestiti najozloglašenije američke zatvorenike. Nakon dodatne izgradnje i renovacije kako bi zatvorski kompleks bio još sigurniji, zatvor Alcatraz službeno je otvoren 1. srpnja 1934. godine. Prvi upravitelj zatvora bio je James A. Johnston koji je angažirao jednog čuvara na tri zatvorenika, a svaki od njih je imao svoju ćeliju. Alcatraz je bio zatvoreni tip zatvora u kojemu su zatvorenici imali jako malo privilegija kako bi naučili slijediti pravila koja im se nameću te u dogledno vrijeme, ako ih budu poštovali, prebacili u ostale savezne zatvore do izvršenja njihove kazne. Ako su zatvorenici poštivali pravila ponašanja unutar zatvora, privilegije u kojima su uživali bili su posjeta njihove obitelji, pristup zatvorskoj knjižnici, rekreativne

⁴⁶ History.com, služebena stranica, dostupno online: <https://www.history.com/topics/crime/alcatraz> (pristupljeno: 02.04.2020.)

aktivnosti te slikanje ili slušanje glazbe. Kompleks zatvora sastojao se od kuhinje, blagovaonice, prostorija za zaposlenike, bolnice, knjižnice te dvorišta koje je bilo namijenjeno za aktivnosti zatvorenika. Zatvorenici su se nalazili u A, B, C, i D blokovima, a oni su bili podijeljeni u tri razreda, ovisno o težini zločina koji su počinili. U trećem razredu bili su oni koji su počinili teške zločine. Blok A je većinom služio za skladištenje materijala te su tamo zatvorenici rijetko bili zatvoreni. B i C blok imali su ukupno 336 ćelija, a svaka ćelija bila je veličine oko 1,5m širine i 2,5m dužine. Blok D sastojao se od ukupno 36 ćelija, a one su imale mali sudoper s hladnom tekućom vodom, mali krevet za spavanje i wc školjku. Većina zatvorenika mogla bi ispružiti ruke i dodirnuti svaki zid unutar svoje ćelije. Ćelije u D bloku bile su prostranije jer su zatvorenici u njima boravili 24 sata dnevno, uz izuzetak jednog posjeta tjedno u dvorištu zatvora.⁴⁷

Slika 10. Tlocrt unutrašnjosti zatvora Alcatraz



Izvor: Alcatrazhistory.com, službena stranica, dostupno online:
<https://www.alcatrazhistory.com/interiorpage.htm> (04.04.2020.)

⁴⁷ Alcatrazhistory.com, službena stranica, dostupno online:
<https://www.alcatrazhistory.com/factsnfig.htm> (pristupljeno: 04.04.2020.)

U Alcatrazu je tijekom njegova djelovanja bilo smješteno oko 1576. zatvorenika. Najveći broj zatvorenika ikad zabilježen bio je 302 zatvorenika, a najmanji 222. Prosječni broj zatvorenika u Alcatrazu tijekom njegova djelovanja bio je oko 260 zatvorenika. Alcatraz kao takav nikada nije bio prenapučen, odnosno nikada nije bio punog kapaciteta zatvorenika s obzirom na broj ćelija. Tijekom 29 godina djelovanja Saveznog zatvora Alcatraz ukupno je zabilježeno 14 zasebnih pokušaja bijega u kojima je sudjelovalo ukupno 36 zatvorenika. 23 zatvorenika su uhvaćena dok je njih 6 tijekom bijega ubijeno. „Bitka za Alcatraz“ je simbolički naziv za događaj koji se odvijao od 2. do 4. svibnja 1946. godine kada je šest zatvorenika uspjelo svladati policajce te doći u posjed oružja te tako preuzeti kontrolnu stanicu. Njihov plan počeo se raspadati kada su shvatili da nemaju ključ od vrata rekreacijskog dvorišta. Umjesto da odustanu, zatvorenici predvođeni Bernardom Coyom odlučili su pobjeći pod svaku cijenu. Na kraju su se tri zatvorenika koji su prije toga uzeli jednog od policajaca za taoca predali i vratili u svoje ćelije. Jedan od policajaca umro je od posljedica zadobivenih rana, dok je časnik Harlod Stites ubijen kada je pokušao zaustaviti bijeg zatvorenika i uspostaviti kontrolu nad kontrolnom stanicom. Oko 18 čuvara je ozlijeđeno tijekom pokušaja bijega. Bernard Coy i još dva zatvorenika su poginuli u tom pokušaju bijega. Trojici zatvorenika sudilo se zbog smrti policajca i časnika, a dvojica od njih dobili su smrtnu kaznu te su pogubljeni u plinskoj komori u kalifornijskom zatvoru San Quentinu u prosincu 1948. godine.⁴⁸ Službeno nitko nikada nije uspio pobjeći iz Alcatraza iako se do danas pet zatvorenika smatra nestalima u pokušaju bijega. Najpoznatiji zatvorenici koji su izdržavali svoje kazne u Alcatrazu bili su svakako: George „Machine Gun“ Kelly, Robert Stroud poznat po nadimku The Birdman of Alcatraz prema kojemu je snimljen i film, Alvin Karpis te svakako najpoznatiji američki gangster Al Capone koji je u Alcatrazu proveo četiri i pol godine tijekom 1930-ih. Al Capone je prebačen iz zatvora u Atlanti jer mu je zatočenje u ondašnjem zatvoru omogućilo da bude u kontaktu s vanjskim svijetom te tako nastavi voditi svoje kriminalne operacije u Chicagu. Bio je poznat i po podmićivanju zatvorskih službenika. Zatvor Alcatraz zatvoren je službeno 21. ožujka 1963. godine jer su operativni troškovi samog zatvora bili jako veliki. Samim time, i neke od zgrada unutar kompleksa počele su se urušavati pa ih je bilo potrebno sanirati. Procjenjuje se da je od 3 do 5 milijuna

⁴⁸ Alcatrazhistory.com, službena stranica, dostupno online:
<https://www.alcatrazhistory.com/escapes2.htm> (pristupljeno: 04.04.2020.)

dolara bilo potrebno kako bi se zatvor obnovio i dalje mogao održavati. Kongres je 1972. godine otvorio Nacionalno rekreacijsko područje u sklopu Nacionalnog parka Golden Gate, a otok Alcatraz uključen je u sastav Nacionalnog parka. Otok je otvoren za javnost u jesen 1973. godine te je postao jedan od najpopularnijih atrakcija Nacionalnog parka kojeg godišnje posjeti više od milijun posjetitelja iz cijelog svijeta.

49

⁴⁹ Bop.gov, dostupno online: <https://www.bop.gov/about/history/alcatraz.jsp> (pristupljeno: 08.04.2020.)

5. TURIZAM U ALCATRAZU

Alcatraz danas slovi za jedan od najpoznatijih zatvora u svijetu uz kojeg se vežu zanimljive priče, kako o njemu, tako i o zatvorenicima koji su tamo boravili. Pored ćelija, dvorana, kula i svjetionika, a samim time i njegove povijesti vezane uz nastanak, turističku atrakciju također predstavljaju i impresivni vrtovi, koji su bili važan dio svakodnevice službenika, njihovih obitelji i zatvorenika, a koji su danas otvoreni za posjet javnosti. Otok Alcatraz kao i bivši zatvor danas su pod upravom Nacionalnog parka Golden Gate.

5.1. Turistička valorizacija i posjećenost Alcatraza

Malo je mjesta na svijetu s vrstom reputacije koju ima Alcatraz. Jedan od glavnih motiva posjete Alcatrazu leži u činjenici da su u Alcatrazu svoje kazne izdržavali Al Capone i R.F.Stroud. Razne misterije i priče koje se vežu uz sami zatvor Alcatraz također su ključni motivi zbog kojih posjetitelji svake godine dolaze na otok. Najpoznatija misterija koja se veže uz otok je bijeg braće Anglin i Franka Morrisa koji su pobjegli iz zatvora tako što su iz svojih ćelija, žlicama prokopali tunel te je po tome snimljen i film. Postoje razne teorije zavjere oko njihova bijega. Neki nagađaju da su se možda utopili, no njihova tijela nikada nisu pronađena.⁵⁰

Postoji mnogo razloga zbog kojih Alcatraz 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 pedeset godina događale strašne stvari te je iz tog razloga fascinacija smrću, ljudska patnja te osjećaj jezivosti snažan motiv za posjetu Alcatrazu. Zbog svoje zagonetnosti i mističnosti, ali i sablasnosti Alcatraz danas privlači posjetitelje iz cijelog svijeta te je upravo iz tih razloga postao toliko popularan među poklonicima mračnog turizma. Samim time, filmska industrija te brojne knjige napisane o Alcatrazu su ostavile velik utjecaj na posjetitelje koji se žele uvjeriti na

⁵⁰ Drivingmevirtual.com, dostupno online: <https://drivingmevirtual.com/travel-1/escape-to-alcatraz-5-reasons-to-visit-the-famous-prison> (pristupljeno: 10.04.2020.)

realnost i autentičnost prikazanoga putem filma i knjige.⁵¹ Stoga, određeni dio posjetitelja upravo iz tog razloga posjećuje Alcatraz, motivirani kulturnim filmovima Clinta Eastwooda uspoređujući ono što su vidjeli u filmu sa onim što dožive tijekom posjeta Alcatrazu. Motivi posjete Alcatrazu su razni, a neki od njih su kulturno-povijesni, ambijentalni, obrazovni, i sl. Razlog zbog kojeg Alcatraz privlači ljubitelje mračnog turizma jesu osobni i obiteljski motivi. Članovi obitelji bivših zatvorenika i čuvara dolaze posjetiti Alcatraz 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 zatvor djelovao. Kao motiv posjete ističe se realni doživljaj posjetitelja da iskusi Alcatraz i njegov ambijent na način na koji je prikazan kroz brojne knjige, ali i radoznalost turista da posjete i vide jedinstveni tip zatvora koji je u svoje vrijeme glasio kao najsigurniji zatvor u kojemu su bili smješteni najzloglašeniji američki kriminalci poput Al Caponea. Njegova ćelija kao i slike koje je naslikao jedan su od motiva koji privlači posjetitelje u Alcatraz jer se na taj način pokušavaju upoznati sa njegovim likom i djelom te načinom života koji ga je obilježio.

Slika 11. Ćelija u kojoj je kaznu izdržavao Al Capone



Izvor: Alcatrazhistory.com, službena stranica, dostupno online:

<https://www.alcatrazhistory.com/cap1.htm> (15.06.2020.)

Alcatraz privlači poklonike mračnog turizma zbog kulturnih i edukativnih razloga. Motivi posjete današnjem Alcatrazu vezani su uz povijest njegova nastanka, ali i ulogu koju

⁵¹ Quillen, J., *Alcatraz from inside*, San Francisco, Golden Gate National Parks Conservancy, 1991., str. 237.

je imao u vremenu svog djelovanja. Mnogima predstavlja kultno mjesto iz razloga što je Alcatraz usko vezan za kriminalni život koji je tada bio prisutan u SAD-u. Stoga je jedan od motiva posjetitelja vidjeti, pa čak osjetiti dodirom ili mirisom takvo mjesto kako bi se na što realniji način uvjerio da su se nam tom mjestu događale stvari sa kojima je već i prije bio upoznat. Amerikanci kao motiv posjete Alcatrazu ističu upoznavanje sa ondašnjim načinom funkcioniranja i djelovanja zatvorskog sustava.⁵² Također, postoji i onaj dio posjetitelja koji posjećuju Alcatraz motivirani političkim stanjem koje je bilo aktualno u vremenu kada je Alcatraz djelovao te načinom života u SAD-u. Bez obzira što Alcatraz predstavlja sinonim za oduzimanje slobode, ljudsku patnju i što je kroz povijest služio kao jedan od najstrožih i najsigurnijih zatvora, Alcatraz poprima i neke zabavne karakteristike zbog kojih su posjetitelji motivirani da posjete i vide Alcatraz. Alcatraz posjetiteljima nudi bogato i jedinstveno iskustvo. To je povijesna lokacija koja posjetiteljima omogućuje da iskuse i spoznaju bogatu povijest prije nego je zatvor izgrađen.⁵³ Posjetitelji imaju mogućnost putem audio tura slušati o povijesti otoka interpretiranu od strane stanovnika, zatvorskih službenika i zatvorenika koji prepričavaju njihova sjećanja na život na Alcatrazu. Motivi posjeta koji potiču posjetitelje da posjete Alcatraz vezani su uz interpretaciju koja uključuje priče zatvorenika u kojima oni prezentiraju svoj kriminalni život koji je vezan uz razbojništva i ubojstva. Potaknuti brojnim filmovima te knjigama koje govore o Alcatrazu, Alcatraz se danas suočava s velikim valom turista koji se iz godine u godinu povećava. Na otok je moguće doći isključivo brodom koji vozi u sklopu organiziranih tura koje su izrazito raznolike. Ture koje se nude posjetiteljima su: dnevna tura, noćna tura, „Alcatraz Behind The Scenes Tour“ te „Alcatraz and Angel Island Combo Tour“. Dnevna i noćna tura su uobičajene ture koje uključuju prijevoz trajektom do otoka te audio ture putem kojih se posjetitelj upoznaje sa samim zatvorom te zanimljivostima koje su vezane uz njega. Posjetiteljima su na raspolaganju fakultativni programi i izložbe, a jedan od najzanimljivijih je obilazak skrivenih mjesta koja su korištena za bijeg zatvorenika iz Alcatraza. „Alcatraz Behind The Scenes Tour“ je specijalizirana jedinstvena tura organizirana za maksimalno 30 posjetitelja. Uključuje vožnju trajektom do otoka Alcatraza te posebne programe, izlete i aktivnosti koje se ne nude tijekom dana kao što je primjerice posjet zatvorskoj bolnici. Posjetiteljima se preporučuje da obavezno

⁵² Ibidem, str. 184.

⁵³ Alcatrazhistory.com, službena stranica, dostupno online: <https://www.alcatrazhistory.com/info.htm> (pristupljeno: 10.04.2020.)

pogledaju eksponate tijekom posjeta otoku Alcatrazu. Posjetiteljima se također pruža mogućnost slušanja audio prezentacije „Doing Time: Alcatraz Cellhouse Tour“ i priče o bivšim zatvorenicima od strane službenika koji su živjeli i radili na otoku te da tako dožive intenzitet zatvora i njegova funkcioniranja.

Slika 12. Soba unutar bolnice u Alcatrazu



Izvor: Flickr.com, dostupno online: <https://www.flickr.com/photos/specialagent/8550830259> (22.06.2020.)

„Alcatraz and Angel Island Combo Tour“ je tura koja uključuje vožnju trajektom do otoka Alcatraza te s otoka Alcatraz na otok Angel. Posjetiteljima se pruža mogućnost brojnih fakultativnih programa te izložbi kao i audio ture. Također, u cijenu ove ture uključena je i jednosatna tramvajska karta koja pokriva turu na otoku Angel. Posjetitelji ove ture imaju mogućnost upoznati se s dva najpoznatija otoka zaljeva San Francisca, a audio tura je dostupna na 11 svjetskih jezika. Na otoku Angel posjetiteljima se pruža i mogućnost iznajmljivanja bicikala kako bi samostalno mogli istražiti otok.⁵⁴ Ova turistička tura uključuje većinom obitelji i parove koji osim što su motivirani mračnom stranom i jezivošću koju Alcatraz izaziva, motivirani su i zabavom jer tura uključuje i fakultativni izlet obilaska Alcatraza biciklom te upoznavanja prirode i životinja koje obitavaju na otoku.

⁵⁴ Alcatrazcruises.com, službena stranica, dostupno online: <https://www.alcatrazcruises.com/tour-options/alcatraz-angel-island-combo-tour/> (pristupljeno: 10.04.2020.)

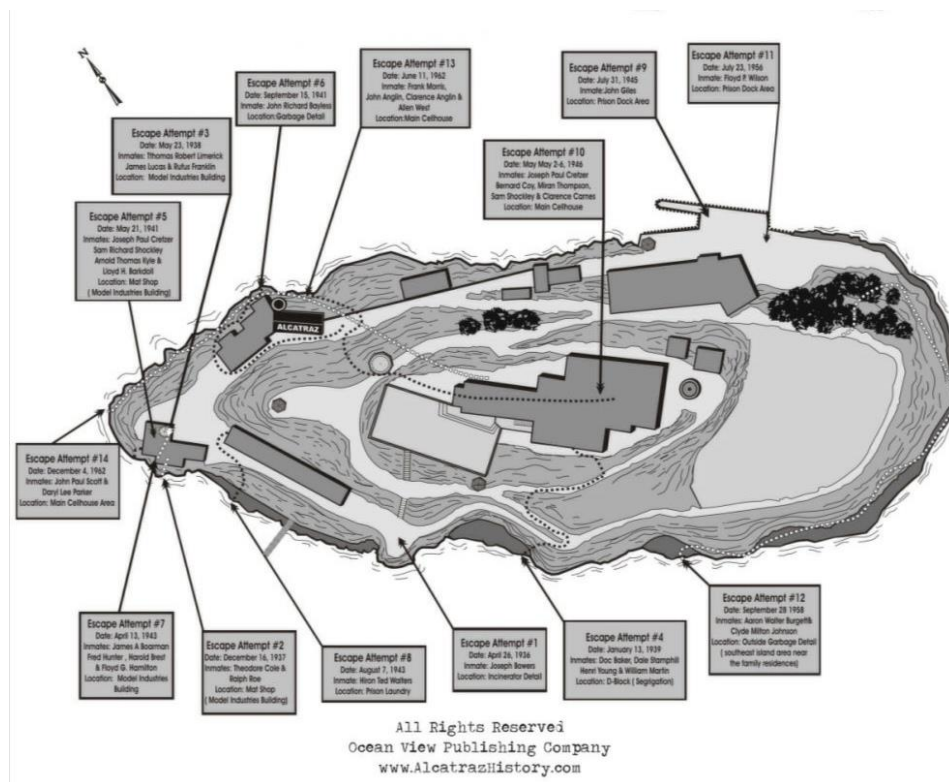
Slika 13. Bike tour - Alcatraz



Izvor: Parkwide.com, službena stranica, dostupno online: <https://parkwide.com/alcatraz-tours/> (22.06.2020.)

Turistička ponuda otoka je vrlo raznolika. Posjetitelji imaju priliku posjetiti muzej s eksponatima koje se koristili zatvorenici kao što su ključevi koji su korišteni u bijegu pod nazivom „Bitka za Alcatraz“ u kojemu su poginuli službenici zatvora, lisice kojima su zatvorenici bili vezani, okovi te ostali eksponati, ali i detaljno vidjeti rekonstrukciju svih 14 pokušaja bijega. Također, sve replike tih predmeta kao i ostale suvenire posjetitelji mogu kupiti osobno, ali i putem online trgovine u Alcatraz Gift Shopu.

Slika 14. Karta bijega - Alcatraz



Izvor: Alcatrazhistory.com, službena stranica, dostupno online:
<https://www.alcatrazhistory.com/escapemap.htm> (10.04.2020.)

Uprava Nacionalnog parka Golden Gate organizira specijalne događaje i programe koji posjetitelji mogu posjetiti. Neki od tih događaja koji privlače posjetitelje su svjedočanstva raznih istraživača i povjesničara, ali i djece službenih čuvara zatvora koji prepričavaju svoja iskustva odrastanja u obitelji čiji su roditelji bili zaposlenici zatvora. Na otoku Alcatraz posjetiteljima se pruža mogućnost organiziranja privatnih zabava kao što su rođendani i razna slavlja. Jedan od najpoznatijih događaja koji se organizira na otoku, a okuplja svake godine na stotine sportaša je triatlon pod nazivom „Escape from Alcatraz“. Triatlon se organizira u svrhu toga da se dokaže da je uz dobar trening i opremu moguće plivati s Alcatraza na kopno. Triatlon je prvi put održan 1980. godine, a uključuje plivanje s otoka do San Francisca što iznosi oko 2,5km, vožnju biciklom oko 29km te trčanje oko 12km.

Slika 15. Escape from Alcatraz - triatlon



Izvor: Sunbried.com, dostupno online: <https://www.sundried.com/blogs/events/escape-from-alcatraz-triathlon-2019> (17.06.2020.)

Iz godine u godinu zatvor Alcatraz bilježi sve veći broj turista što ga ubraja u najposjećenije atrakтивности Nacionalnog parka Golden Gate. Na službenim stranicama parka preporučuje se posjetiteljima da svoje karte rezerviraju i do 2 mjeseca unaprijed kako bi mogli posjetiti otok. Otok Alcatraz godišnje posjeti oko 1,5 milijuna posjetitelja.

5.2. Mogućnosti daljnjeg razvoja turizma u Alcatrazu

Zatvor Alcatraz iz godine u godinu bilježi sve veći broj posjetitelja koji je već i sada znatno velik. Posjet Alcatrazu je omogućen i osobama s invaliditetom pa tako informacije o Alcatrazu kao i sve zanimljivosti se mogu prenijeti slabovidnim i slijepim osobama putem Brailleovog pisma. Mogućnosti za daljnji razvoj uvijek ima. Alcatraz je dostupan posjetiteljima koji imaju poteškoća s kretanjem, ali još uvijek nedovoljno, stoga bi se trebalo razmisliti o izgradnji odgovarajuće infrastrukture, ako je to uopće moguće s obzirom na to da je otok vrlo stjenovit, kako bi i oni mogli u potpunosti doživjeti nekadašnji život u zatvoru. Također, potrebno je uložiti dodatne napore u marketing i promociju samog otoka te ostalih sadržaja koji se mogu posjetiti. Vrlo mali broj posjetitelja je upoznat sa činjenicom da se na otoku nalaze biljke koje uspijevaju jedino tamo te da je otok prirodno gnjezdilište mnogih ptica koje tamo obitavaju. Iz tog

razloga je potrebno uložiti više u marketing kako bi se ponuda diferencirala te privukla i one posjetitelje koji su motivirani prirodom, florom i faunom. Daljnjih mogućnosti za razvoj mračnog turizma u Alcatrazu zasigurno ima, a kao primjer tome mogu se istaknuti nasilnički obračuni gangstera u San Franciscu sredinom 20. stoljeća kako bi se posjetitelje putem raznih interpretacija upoznalo sa tim vremenom. S obzirom da nove tehnologije postaju sve pristupačnije i razvijaju se velikom brzinom, bilo bi potrebno ih pratiti, te uključiti još više interaktivnih sadržaja u obilasku samog kompleksa zatvora. Zbog posljedica vremena i morske soli koja uništava postojeću infrastrukturu, potrebno je istu obnoviti, nadograditi i zaštititi kako bi se osigurala dodatna sigurnost posjetitelja.

6. ZAKLJUČAK

Razvojem turizma dolazi i do razvoja specifičnih oblika turizma, odnosno selektivnih oblika turizma. Pod pojmom selektivnih oblika turizma podrazumijevamo putovanja koja za glavni, odnosno primarni cilj imaju ostvarenje nekog posebnog ili specifičnog interesa turista i uživanja u njemu, a to uključuje različite hobije, fizičke aktivnosti, određene teme ili vrste destinacija, odnosno različite atrakcije.

Turistička motivacija i turistički doživljaj dva su vrlo bitna segmenta kada govorimo o turizmu, poglavito, o selektivnim oblicima turizma. Motivacija je psihološki proces koji potiče pojedinca da realizira svoje potrebe, odnosno da svoje ponašanje usmjeri ka ostvarenju vlastitog cilja. Doživljaj predstavlja unutarnje stanje pojedinca koje je izazvano nečim što je pojedinac doživio ili ono s čime se osobno susreo. Turistički doživljaj je stanje potaknuto tijekom putovanja, razgledavanja turističkih destinacija ili godišnjeg odmora. Potaknuti pričama, doživljajima drugih te vlastitim motivima osobe se odlučuju na razna putovanja koja odgovaraju njihovim preferencijama i motivima koji mogu biti razni, kao primjerice motiv za putovanje u „mračne destinacije“, odnosno lokalitete koji su kroz bližu ili dalju povijest obilježeni nekim tragičnim događajem ili ljudskim stradanjem.

Razvoj turizma donosi i razvoj selektivnih oblika turizma, a jedan takav oblik je zasigurno mračni ili dark turizam. Pojam mračnog ili dark turizma podrazumijeva putovanje ili privremeni boravak turista u destinaciji ili na nekom lokalitetu koji su obilježeni ljudskim stradavanjima u povijesti, na kojima su se odvijali ratni sukobi, dogodile prirodne ili ljudskom greškom nastale katastrofe, odnosno lokalitete na kojima su stradale poznate ličnosti.

Jedan od takvih, mračnih lokaliteta je i otok Alcatraz na kojemu se nalazi i najpoznatiji zatvor na svijetu Alcatraz. Otok Alcatraz nalazi se u zaljevu San Francisca u SAD-u koji je u razdoblju od 1934. do 1963. godine bio vodeći američki zatvor maksimalne sigurnosti u kojemu su bili smješteni najozloglašeni američki zatvorenici. Zbog prevelikih troškova odražavanja Alcatraz je zatvoren 1963. godine, a od 1973. godine nalazi se pod upravom Nacionalnog parka Golden Gate te je otvoren za javnost.

Otok Alcatraz kao i zatvor Alcatraz godišnje posjećuje oko 1,5 milijuna posjetitelja, a ključni motivi posjete su misterije koje se vežu uz zatvor i njegove zatvorenike, ali i bogata flora i fauna. Turistička ponuda Alcatraza je iznimno bogata jer pruža velik broj mogućnosti i programa koju posjetitelji zatvora i otoka mogu doživjeti, a isto tako, sve informacije o turističkoj destinaciji Alcatraz dostupne su slabovidnim i slijepim osobama na Brailleovom pismu.

Zbog zagonetnosti, mističnosti i jezivih priča Alcatraz je danas jedan od najposjećenijih zatvora na svijetu. Alcatraz nije destinacija mračnog turizma kao primjerice Auschwitz koji je samo edukativnog karaktera bez zabavnih elemenata već je on destinacija mračnog turizma koji ima edukativni, ali i zabavni karakter. Posjetiteljima se pruža mnoštvo interaktivnih sadržaja te organiziranih programa svjedočanstva osoba iz tog vremena da se na što je bolji mogući način upoznaju sa zatvorom i dožive njegov karakter.

Potaknuti brojnim TV serijama i filmovima, ali i dostupnošću samih destinacija možemo zaključiti da je mračni turizam kao takav prepoznat od strane potencijalnih posjetitelja. Svakako u prilog tome ide i razvoj novih tehnologija koje zasigurno pridonose stvaranju specifičnih doživljaja kod turista. Atraktivnost koju svojim geografskim karakterom ima, ali i događajima koji se uz njega vežu, Alcatraz svrstavaju među najpoznatije destinacije mračnog turizma koji privlači velik broj posjetitelja iz godine u godinu. Treba istaknuti da su nove tehnologije, kao i infrastrukturna obnova ključne u njegovom napretku kao destinacije mračnog turizma, te se Alcatraz kao takav u tom smjeru treba i razvijati kako bi na što realniji, zanimljiviji i sigurniji način predstavio svoj značaj.

LITERATURA

Knjige:

1. Geić, S., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilište u Splitu, 2011.
2. Radošević, B., *Selektivni oblici turizma*, Beograd, Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013.
3. Stone, P.R., *Death, Dying and Dark Tourism in Contemporary Society: A Theoretical and Empirical Analysis*, Preston, University of Central Lancashire, 2010.
4. Stone, P. i R. Sharply, *The Dark side of travel, The Theory and Practice of Dark Tourism*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 2009.
5. Jadrešić, V., *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni - zbornik istraživanja*, Zagreb, Školska knjiga, 2001.
6. Jadrešić, V., *Janusovo lice turizma - od masovnog do selektivno-održivog turizma*, Zagreb, Plejada, 2010.
7. Weber, S., Mikačić V., *Osnove turizma*, Zagreb, Školska knjiga, 2004.
8. Čorak, S., Mikačić, V., *Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno*, Zagreb, Institut za turizam, 2006.
9. Willis, E., *Theatricality, Dark Tourism and Ethical Spectatorship*, London, Palgrave Macmillan, 2014.
10. Quillen, J., *Alcatraz from inside*, San Francisco, Golden Gate National Parks Conservancy, 1991.
11. Dulčić, A. Petrić, L., *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb, MATE, 2001.

Članci u časopisu – website:

1. Brunsko, Z., „Turistička motivacija“, *Naše more*, vol. 49, no. 1-2, 2002, str.75., <https://hrcak.srce.hr/209280> (pristupljeno: 05.02.2020.)
2. Kesar, O. i P Tomas, „Obilježja i dosezi memorijalnog turizma u Hrvatskoj“, *Liburna*, vol.3, no.1, 2014, str. 58., <https://hrcak.srce.hr/145027> (pristupljeno: 12.02.2020.)

Internetski izvori:

1. Auschwitz, službena stranica, <http://auschwitz.org/en/history/kl-auschwitz-birkenau/> (pristupljeno: 19.03.2020.)
2. Černobil, službena stranica, <https://www.chernobylwel.com/chernobyl-history> (pristupljeno: 19.03.2020.)
3. Atomic Heritage Foundation, <https://www.atomicheritage.org/history/survivors-hiroshima-and-nagasaki> (pristupljeno: 20.03.2020.)
4. Ground Zero – Manhattan, službena stranica, <https://www.911memorial.org/visit> (pristupljeno: 24.03.2020.)
5. Poltourisme.fr, službena stranica, <https://www.poltourisme.fr/es/node/10> (pristupljeno: 24.03.2020.)
6. Tuolsleng.gov.kh, službena stranica <https://tuolsleng.gov.kh/en/museum/building/> (pristupljeno: 26.03.2020.)
7. History.com, službena stranica, <https://www.history.com/topics/crime/alcatraz> (pristupljeno: 02.04.2020.)
8. Alcatrazhistory.com, službena stranica, <https://www.alcatrazhistory.com/factsnfig.htm> (pristupljeno: 04.04.2020.)
9. Bop.gov, službena stranica, <https://www.bop.gov/about/history/alcatraz.jsp> (pristupljeno: 08.04.2020.)
10. Drivingmevirtual.com, <https://drivingmevirtual.com/travel-1/escape-to-alcatraz-5-reasons-to-visit-the-famous-prison> (pristupljeno: 10.04.2020.)
11. Alcatrazcruises.com, službena stranica, <https://www.alcatrazcruises.com/tour-options/alcatraz-angel-island-combo-tour/> (pristupljeno: 10.04.2020.)
12. UNWTO.org, službena stranica, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno: 07.03.2020.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Kategorizacija mračnog turizma

POPIS SLIKA

Slika 1. Spektar nijansi mračnog turističkog proizvoda

Slika 2. Koncentracijski logor Auschwitz

Slika 3. Grad Pripjat

Slika 4. Hiroshima nakon nuklearnog napada

Slika 5. Ploča s imenima žrtava terorističkog napada

Slika 6. Oradour-sur-glane

Slika 7. Muzej genocida Tuol Sleng u Kambodži

Slika 8. Grad Vukovar nakon pada

Slika 9. Otok Alcatraz

Slika 10. Tlocrt unutrašnjosti zatvora Alcatraz

Slika 12. Soba unutar bolnice u Alcatrazu

Slika 11. Ćelija u kojoj je kaznu izdržavao Al Capone

Slika 13. Bike tour - Alcatraz

Slika 14. Karta bijega – Alcatraz

Slika 15. Escape from Alcatraz - triatlon

SAŽETAK

Selektivni turizam je turizam posebnih i specifičnih turističkih motiva koji privlači posjetitelje u točno određene destinacije gdje je turistička ponuda prilagođena turistu kako bi na specifičan način iskusio destinaciju i ono što mu turistička destinacija kao takva može pružiti.

Mračni turizam je selektivni oblik turizma koji podrazumijeva putovanje ili privremeni boravak turista u turističkoj destinaciji ili lokalitetu koji su obilježeni ljudskim stradavanjima kroz povijesti, na kojima su se odvijali ratni sukobi, dogodile prirodne ili ljudskom greškom nastale katastrofe, odnosno lokalitete na kojima su stradale poznate ličnosti.

Jedan od takvih, mračnih lokaliteta je i otok Alcatraz na kojemu se nalazi i najpoznatiji zatvor na svijetu Alcatraz. Zatvor je u razdoblju od 1934. do 1963. godine bio vodeći američki zatvor maksimalne sigurnosti u kojemu su bili smješteni najozloglašeniji američki zatvorenici. Zbog prevelikih troškova odražavanja Alcatraz je zatvoren 1963. godine, a od 1973. godine nalazi se pod upravom Nacionalnog parka Golden Gate te ga tijekom godine posjeti više od milijun posjetitelja.

Ključne riječi: turizam, selektivni turizam, mračni turizam, turistički doživljaj, motivacija, zatvor Alcatraz.

SUMMARY

Selective tourism is the tourism of specific tourist motifs that attracts visitors to specific destinations where the tourist offer is tailored to the tourist in order to specifically experience the destination and what the tourist destination as such can provide.

Dark tourism is a selective form of tourism that involves the travel or temporary stay of tourists in a tourist destination or locality marked by human suffering throughout history, in which wars have occurred, natural or disasters occur, or localities suffered by celebrities.

One such, dark locality is the island of Alcatraz, which houses the most famous prison in the world. The prison, from 1934. to 1963. was the leading United States maximum security prison housing the most notorious American prisoners. Due to the high cost of reflection, Alcatraz closed in 1963. and has been under the management of Golden Gate National Park since 1973. and has been visited by more than one million visitors during the year.

Keywords: tourism, selective tourism, dark tourism, tourist experience, motivation, Alcatraz prison.