

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**VPLIV TEMAČNEGA TURIZMA OBDOBJA PRVE IN DRUGE  
SVETOVNE VOJNE NA ALPSKO REGIJO**

Ljubljana, 28. avgust 2018

MAJA LENDERO

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Maja Lendero, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Vpliv temačnega turizma prve in druge svetovne vojne na alpsko regijo, pripravljenege v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Ljubico Knežević Cvelbar,

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 28. 8. 2018

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

# KAZALO

UVOD .....	1
1 TEORETIČNI KONCEPT TEMAČNEGA TURIZMA.....	2
1.1 Tanaturizem .....	3
1.2 Črne lise .....	4
1.3 Zgodovina in dediščina .....	5
2 ODTENKI TEMAČNEGA TURIZMA .....	6
3 TIPOLOGIJA TEMAČNEGA TURIZMA .....	11
3.1 Pokopališki turizem .....	12
3.2 Vojni turizem.....	13
3.3 Turizem genocidov.....	13
3.4 Holokavst turizem.....	13
3.5 Zaporniški turizem .....	14
3.6 Komunistični turizem .....	15
3.7 Turizem hladne vojne in železne zavese .....	16
3.8 Turizem katastrof .....	17
3.9 Nuklearni turizem.....	17
3.10 Turizem množičnih morilcev .....	18
3.11 Slumovski turizem .....	19
3.12 Turizem terorističnih prizorišč.....	20
3.13 Paranormalni turizem .....	21
3.14 Čarovniški turizem .....	21
3.15 Medicinski morbidni turizem .....	22
4 MOTIVACIJSKI DEJAVNIKI TEMAČNEGA TURIZMA .....	23
5 VPLIVI TURIZMA.....	27
5.1 Ekonomski vplivi.....	28
5.2 Družbeni vplivi.....	29
5.3 Okoljski vplivi .....	31
6 EMPIRIČNA RAZISKAVA MED PONUDNIKI.....	33
6.1 Osrednji namen, cilji in metodologija empirične raziskave .....	33
6.2 Geografska opredelitev območja raziskave.....	34

<b>6.3</b>	<b>Časovna opredelitev območja raziskave.....</b>	<b>35</b>
<b>6.4</b>	<b>Preučevane enote .....</b>	<b>39</b>
6.4.1	Koroški pokrajinski muzej, gestapovski zapori Dravograd .....	40
6.4.2	Muzej 1. svetovne vojne Kobarid .....	43
6.4.3	Koncentracijsko taborišče Ljubelj jug, občina Tržič .....	48
6.4.4	Muzej Tomaža Godca, muzej 1. in 2. svetovne vojne, Bohinjska Bistrica... 52	
6.4.5	Gornjesavski muzej Jesenice, Kosova graščina – muzej 1. in 2. svetovne vojne .....	55
<b>7</b>	<b>ANALIZA VPLIVOV TEMAČNEGA TURIZMA.....</b>	<b>58</b>
	<b>SKLEP.....</b>	<b>65</b>
	<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>66</b>

## KAZALO TABEL

Tabela 1:	Seatonov model kontinuiranosti .....	4
Tabela 2:	Cromptonov prikaz dejavnikov, ki vplivajo na izbiro destinacije.....	24
Tabela 3:	Povezava med znamenitostmi in izkušnjami, ki jih turisti iščejo na krajih temačnega turizma.....	26
Tabela 4:	Razlogi za obisk krajev temačnega turizma .....	26
Tabela 5:	Pozitivni in negativni ekonomski vplivi turizma .....	29
Tabela 6:	Pozitivni in negativni družbeni vplivi turizma .....	30
Tabela 7:	Pozitivni in negativni vplivi turizma na okolje .....	32
Tabela 8:	Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Gestapovskih zaporov Dravograd .....	42
Tabela 9:	Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Kobariškega muzeja .....	47
Tabela 10:	Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Koncentracijskega taborišča Ljubelj jug .....	51
Tabela 11:	Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Muzeja Tomaža Godca, Bohinjska Bistrica .....	55
Tabela 12:	Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Kosove gračine, Muzeja 1. in 2. svetovne vojne Jesenice .....	57
Tabela 13:	Umestitev preučevanih enot glede na značilnosti temačnih znamenitosti, ki so po Stonovi klasifikaciji skupne vsem .....	59
Tabela 14:	Umestitev preučevanih enot glede na oddaljenost od dejanskega kraja smrti ali trpljenja.....	60
Tabela 15:	Umestitev preučevanih enot glede na število turistične infrastrukture .....	61
Tabela 16:	Pozitivni in negativni ekonomski vplivi vseh preučevanih enot.....	62

Tabela 17: Pozitivni in negativni družbeni vplivi vseh preučevanih enot.....	63
Tabela 18: Pozitivni in negativni okoljski vplivi vseh preučevanih enot.....	65

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Stonov model spektra odtenkov temačnega turizma.....	8
Slika 2: Zanimanje za temačni turizem se odraža tudi prek naraščajočega števila objavljenih del na omenjenem področju. Slika prikazuje dela, objavljena v angleškem jeziku med letoma 1996 in 2006, v revijah, ki vsebujejo znanstvene članke na temo turizma. ....	23
Slika 3: Kulturne turistične znamenitosti, ki se lahko uporabljajo kot turistični produkti..	29
Slika 4: Povezanost naravnih okolij po Swarbrooku.....	32
Slika 5: Razdelitev Slovenije po makro regijah, kakor jo predvideva Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021.....	35
Slika 6: Zemljevid držav, ki so sodelovale v prvi svetovni vojni.....	35
Slika 7: Državne meje v času 1. svetovne vojne .....	36
Slika 8: Po Rapalski pogodbi je bilo Kraljevini Italiji dodeljeno še slovensko ozemlje.....	37
Slika 9: Okupacijska razdelitev slovenskega ozemlja.....	38
Slika 10: Prva osvobojena ozemlja na Slovenskem .....	39
Slika 11: Preučevane enote, umeščene med Stonove odtenke temačnega turizma.....	61

## **SEZNAM KRATIC**

ang. – angleško

**MTG** – Muzej Tomaža Godca



## UVOD

Temačni turizem (angl. *dark tourism*) v Sloveniji obstaja, vendar se temu poimenovanju oblikovalci turistične ponudbe izogibajo. Navedeni tezi v prid govori dejstvo, da v tujini za takšno vrsto turizma obstaja ustrezen termin, v Sloveniji pa se prevodu še vedno izogibamo, po mnenju mnogih strokovnjakov zaradi negativne konotacije, ki jo predstavlja levi prilastek besedne zveze. Da bi se izognili napačni interpretaciji, se v literaturi večkrat pojavlja termin »zgodovinski turizem« (Gosar, 2015). Izraz temačni turizem ustreza definicijam, ki se pojavljajo v tuji literaturi pod izrazom »dark tourism« in je splošno uveljavljen pojem za obliko turizma, ki izvira iz zgodovinskih dogodkov, povezanih z vojnami, smrtjo ali trpljenjem (Stone, 2006). Seaton (2009) ga definira kot predstavitev določenega kraja oz. območja smrti ali tragedije, s terminom temačni turizem pa Miles (2002) povezuje kraje, ki so utrpeli tragedijo ali so povezani z zgodovinsko pomembnimi smrtmi ljudi, ki so znatno vplivali na percepcijo današnjega sveta.

Razširjenost temačnega turizma se kaže v različnih oblikah turizma in njegovih skrajnostih: od tematskih parkov do prizorišč množičnih pobojev (Alderman, 2002). Kljub dolgoletni zgodovini in naraščajočemu trendu obiska krajev, povezanih s smrtjo, trpljenjem ali katastrofami, pa je tematika akademsko pozornost pritegnila šele pred nekaj desetletji. Čeprav se rabi imena temačni turizem stroka v Sloveniji izogiba, to ne pomeni, da ne obstaja, prav nasprotno, mnogo krajev že trži turistične produkte, ki ustrezajo njegovi definiciji.

Razširjenost različnih vrst turizma za sabo prinese tudi vplive na okolje. Turizem prepozna tri takšne vrste vplivov: ekonomske, družbene in okoljske, vendar niso nujno vsi pozitivni. Ravno nasprotno, s porastom turizma destinacije beležijo vse več negativnih vplivov, zaradi katerih je pod vprašajem trajnostni razvoj turizma (Page, 2003). Ti vplivi so vidni predvsem na destinacijah, kjer prihaja do interakcije med turisti in lokalnim okoljem, ekonomijo, kulturo in družbo. Panoga turizma je opazno začela rasti v 60. in 70. letih prejšnjega stoletja, kmalu pa je bilo spoznano, da ne brez stroškov. Posledično so ekonomski, družbeni in okoljski vplivi postali predmet resne akademske obravnave (Boorstin, 1992).

Vplivi turizma na okolje so že raziskana tema na področju turizma, dosti manj pa na področju temačnega turizma. Namen naloge je prepoznati vplive, ki jih ima temačni turizem na okolje. Geografsko se naloga osredotoča na alpsko regijo, časovno pa na znamenitosti, katerih izvor beležimo v obdobju med 1. in 2. svetovno vojno, saj je iz tega časa zabeleženih in urejenih tudi največ znamenitosti temačnega turizma. Omenjena regija je bila skozi zgodovino stičišče različnih kultur, dogodkov, prometnih poti in nekatere izmed njih so jo izoblikovale v prostor, kakršen je danes. Žal so ji določena obdobja prizadejala dejanja, za katera bi lahko marsikdo sklepal, da njihova vključitev v turistično ponudbo deluje morbidno (Mahrouse, 2016), vendar je ravno nasprotno, saj predstavlja ponudba globoko spoštovanje, opomin in potrebo, da bi bilo takšnih obeležij v prihodnosti čim manj.

Da bi prepoznali pozitivne in negativne vplive temačnega turizma na okolje, je v magistrskem delu najprej predstavljena analiza literature, ki preučuje temačni turizem in vplive turizma na okolje. V prvem poglavju sem se posvetila teoretičnemu konceptu temačnega turizma, ki zajema še tanaturizem, turizem črnih lis ter zgodovino in dediščino. Naloga se osredotoča na prepoznanje znamenitosti, ki ustrezajo definiciji temačnega turizma, pri katerih je treba ustrezno kategorizirati in prepoznati njihov odtenek temačnega turizma. Vse dogodke namreč ne gre enačiti, najskrajnejše uvrščamo k temačnejšim odtenkom, medtem ko manj skrajne oblike prepoznamo v rahlo svetlejših (Stone, 2006).

V drugem poglavju sem obrazložila in povzela pomembnost prepoznanja odtenkov temačnega turizma, v tretjem pa njegovo tipologijo. Ker bi lahko bila vsaka vrsta turizma prepoznana kot temačni turizem, je pomembno poznati motivacijske dejavnike, ki ženejo turiste k obisku temačnih znamenitosti, zato je temu namenjeno četrto poglavje.

Teoretični koncept vplivov na turizem je obrazložen v petem poglavju, deli pa se na ekonomske, družbene in okoljske. Teoretičnemu delu sledi interpretacija metodologije in metodološkega okvirja, s katerima sem si pomagala prepoznati ekonomske, družbene in ekonomske vplive temačnega turizma v alpski regiji. V zadnjem delu je predstavljena umestitev preučevanih enot v metodološki okvir in analiza s povzetkom odgovorov na raziskovalna vprašanja. Ključne ugotovitve, omejitve in priporočila se nahajajo v zadnjem delu zadnjega poglavja, kjer tudi zaključim z interpretacijo empirične raziskave.

## **1 TEORETIČNI KONCEPT TEMAČNEGA TURIZMA**

Pojem »dark tourism« ali po slovensko temačni turizem sta prva uporabila Foley in Lennon leta 1996, posledično pa se še danes v literaturi in raziskavah pojavljata kot največkrat citirana akademika s tega področja (Foley & Lennon, 2000). Zapisala sta, da je temačni turizem oblika turizma, ki se primarno nanaša na prezentacijo in potrošnjo resničnih in k trženju usmerjenih krajev smrti in grozot. Njuno delo ni bilo prvo, ki se je osredotočilo na iskanje povezav med turizmom in nasilno ali nenasilno smrtjo. Njun sodobnik Seaton (1996) trdi, da ima temačni turizem že zelo dolgo zgodovino, ki se dotika »tradicije razmišljanja o smrti« in sega že v srednji vek, še posebej se je okrepil v 18. in 19. stoletju, ko so ljudje množično začeli obiskovati prizorišče bitke pri Waterlooju. Teorijo je razvijal še dlje, razmišljanje o smrti je poimenoval »tanaturizem«, ki je v celoti ali zgolj delno motivirano z željo po dejanskem, simboličnem ali celo nasilnem srečanju s smrtjo.

Z grozodejstvi povezani kraji so bili sprva obravnavani znotraj širšega konteksta turizma in turistične dediščine, vendar so bili osvetljeni z interpretativne perspektive, njene akademske obravnave pa sta se v 90. letih prejšnjega stoletja lotila Tunbridge in Ashworth (1996). Že leta 1993 je Rojek (1993) kraje, ki jih danes označimo s pojmom temačni turizem, predstavil kot koncept temnih lis, s čimer je poimenoval komercialni in turistični razvoj pokopališč ter krajev, kjer so umrle znane osebe ali večje število ljudi. Pojasnjuje jih kot postmodernistično



obliko spektakla, ki skuša rekonstruirati tragične dogodke, pri čemer si pomaga z avdiovizualnimi mediji, kar še dviguje priljubljenost takšnih mest.

Blom (2000) razlikuje med dvema pojmom, povezanima s temačnim turizmom. Morbidni turizem na eni strani, osredotočen na nenadne smrti, ki hitro privabijo večje množice ljudi, in na drugi strani turizem, osredotočen na umetno ustvarjeno morbidnost in bolj fokusiran na destinacijo ter ne toliko na smrt.

Glede na porast težavnosti prepoznavanja temačnih krajev, atrakcij in izkušenj so se pri obravnavanju tematike pojavile težnje po identifikaciji različnih oblik intenzivnosti temačnega turizma. Miles (2002) predlaga, da se znotraj temačnega turizma loči intenzivnost med temnim in temnejšim turizmom, odvisno od lokacije kraja ali znamenitosti. Po njegovi teoriji je torej obisk koncentracijskega Auschwitz-Birkenau »temnejši« kakor obisk muzeja holokavsta v Washingtonu, saj se prvi nahaja na dejanskem mestu tragedij, drugi pa daleč stran od njega. V primerjavi z njegovo teorijo se teorija Lennona in Folleyja (1996) razlikuje v njunem argumentu kronološke distance, ki utemeljuje intenzivnost temačnosti glede na nedavnost dogodkov in glede na živi spomin obiskovalcev. Slednji je še globoko zakoreninjen v žrtvah tragedij, medtem ko so bolj oddaljeni dogodki v spomin obiskovalcev preneseni s pomočjo tehnologije ali drugih medijev, ki so v pomoč pri poustvarjanju dogodkov. Tudi Sharpley, Ryan, Page in Aitken (2005) predlagajo, da je treba za namene določanja povpraševanja in ponudbe prepoznati različne odtenke temačnega turizma. Odvisno od stopnje zainteresiranosti, oziroma fascinacije nad smrtjo in nadaljnje privlačnosti do znamenitosti, se določi, ali je določen kraj svetlejšega ali temnejšega odtenka temačnega turizma.

Kljub zbirki perspektiv, opisanih v obravnavani literaturi temačnega turizma, še vedno ni enoznačnega odgovora, zakaj turisti obiskujejo kraje temačnega turizma. Na splošno so obiskovalci motivirani glede na različno intenziteto fascinacije nad smrtjo. Obisk s prijatelji ali družino, ki obišejo kraje grozodejstev, se namreč še ne smatra kot temačni turizem. To so le obiski, ki se zgodijo po naključju, z namenom iskanja užitka in zabave ali zgolj zato, ker so obiskovalci ravno v bližini (Foley & Lennon, 2000). Opredelitev kaže pomembno vlogo motivacijskih dejavnikov, ko govorimo o temačnem turizmu. Da bi bolje razumeli namen naloge, je najprej treba ne le definirati koncept temačnega turizma, temveč tudi ostale pojme, povezane z njim.

## **1.1 Tanaturizem**

Po Seatonovem (1996, str. 237–240) razumevanju je tanaturizem vsako potovanje, katerega motivacija delno ali v celoti izhaja iz želje po srečanju s smrtjo, morda celo nasilno. Čeprav obiskovalcu okoliščine smrti zbujejo empatijo, je smrt še vedno primarni razlog obiska. V svoji teoriji kot prvo opozarja na pomen obnašanja potrošnikov, saj se, raje kakor na značilnosti destinacije, osredotoči na obiskovalčeve motive obiska. Izpostavlja, da tanaturizem ne deluje absolutno, ampak je intenzivnost odvisna od prostorsko-časovnega

kontinuum, ki temelji na dveh elementih, prikazanih v tabeli 1. V svojem modelu raziskuje, ali je zainteresiranost za smrt osredotočena na osebo, ki je umrla, ali na način njene smrti.

*Tabela 1: Seatonov model kontinuiranosti*

Šibkejši element tanaturizma	Močnejši element tanaturizma
Zanimanje za smrt je osredotočeno na žrtev in soobstaja z drugimi motivacijskimi faktorji.	Zanimanje za smrt je generalna in obstaja kot edini motivacijski faktor.
Žrtve ali umrli so obiskovalcu znani in cenjeni.	Fascinacija nad smrtjo obstaja neodvisno od nepoznavanja žrtve.
Obisk vojnih spomenikov, kjer se obiskovalec spominja bližnjih.	Obisk pokopališč, katakomb, krajev nesreč.

*Vir: Povzeto po Light (2017).*

Seaton (1996, str. 241) je razvil pet kategorij dejavnosti, povezanih s temačnim turizmom, ki temeljijo na motivaciji:

- potovanje z namenom opazovanja smrti v teku, npr. obešanje ali usmrtitve;
- potovanje do znamenitosti, ko se je smrt že pripetila, npr. Auschwitz;
- potovanje in obisk krajev spominjanja, npr. pokopališča in spomeniki;
- obisk poustvarjanja bitk, npr. državljanska vojna;
- obisk krajev ali ustanov, ki zbirajo dokaze o smrti, npr. muzeji.

Tunbridge in Ashton (1996) se dotakneta grozot, ki se lahko smatrajo kot turistična atrakcija. Prepoznala sta šest karakteristik grozodejstev tanaturizma, ki dajejo uporabnost in temelj izgradnji turistične atrakcije:

- narava krutosti, ki daje kraju značilnost nenavadnega ali spektakularnega;
- narava žrtev, ki so kategorizirane kot nedolžne, ranljive in ubite brez utemeljenega razloga;
- število žrtev, ki mora biti absolutno naravno število, po možnosti čim večje, saj ima človeška domišljija težave z empatijo do manjših skupin;
- identiteta storilcev grozot naj bo nepristransko identificirana in naj se razlikuje od žrtev;
- visok profil vidnosti izvirnega dogodka;
- preživetje dokazov (dokumenti, zapisi, dnevniki, razbitine ...).

## 1.2 Črne lise

Rojek (1991, str. 136) opredeli črne lise kot kraje, povezane s konceptom temačnega turizma, ali z drugimi besedami »tržno usmerjen razvoj pokopališč ali krajev smrti, kjer so se z nasilno smrtjo srečale slavne in pomembne osebe ali pa večje skupine ljudi«. Razlika med tanaturizmom in turizmom črnih lis je, da se slednji nanaša izključno na kraje, kjer se je smrt

pripetila, tanaturizem pa komercializira kraje, ki niso nujno na isti lokaciji kot lokacija nasilne smrti. Takšni kraji so na primer muzeji potopljenih ladij ali podmornic, katerih ostanke je nemogoče opazovati na njihovi izvorni lokaciji tragedije (Rojek, 1993).

Primeri, ki jih Rojek (1993) navaja kot črne lise, so avtocestni odsek, kjer je tragično preminul James Dean, domači kraj in spomenik Elvisa Presleyja, vodeni ogledi Hollywooda, ki vključujejo točke, kjer so znani igralci storili samomore, imenovan Grave line tour, idr. Izmed vseh njegovih preučevanih primerov izpostavi najbolj absurdnega, to je eksplozija letala Pan Am Airlines, ki je strmoglavilo na Škotskem decembra 1988. Medijsko poročanje o nesreči je privabilo v roku nekaj ur več kot tisoč obiskovalcev, na glavni cesti ob kraju nesreče je nastal 7 milj dolg zastoj, letalska družba pa je prejela 2.000 klicev, v katerih so klicatelji prosili za nasvet glede najboljše poti za doseg kraja nesreče. Avtor ocenjuje, da so pri podobnih nesrečah največ zaslužili prodajalci sladoleda, ki so s kombiji odhiteli na kraje nesreče in radovedneže oskrbovali s hladnimi pijačami in sladoledom.

Zanimanje za katastrofe in nesreče se morda zdi neokusno, vendar bi bilo po Rojekovi (1997) oceni naivno trditi, da ni razširjeno in pogosto. Kraji smrti in tragedij skoraj nemudoma postanejo del naše kulture, kar priča tudi vse večje število vodenih ogledov do krajev nesreč, kjer pa so obiskovalci kljub vsemu naprošeni, da izkažejo spoštovanje do preminulih. Avtor teorije črnih lis kljub morebitnemu spoštovanju do preminulih izraža skrb, da se danes pokopališč ne obiskuje več z rožami, ampak s fotoaparati.

### **1.3 Zgodovina in dediščina**

Zgodovina je dediščina iz preteklosti, ki nosi določeno konotacijo vrednosti, pomembnosti ali slave. Ta zelo širok kronološki pojem, ki z znanstvenega stališča ne dopušča subjektivnosti, je hkrati tudi prostor za raziskovanje, zbiranje, organizacijo in prezentacijo informacij o preteklosti, bodisi o ljudeh, krajih ali dogodkih.

Dediščina se opisuje kot nekaj, kar je podedovano iz naše kulturne preteklosti in ne sodi o tem, ali je le-ta dobra ali slaba. Če lahko zgodovino opišemo kot zbiranje dokazov iz preteklosti, pa so pričevanja o dediščini precej manj podkrepljena z dokazi ali pa ti niso nujno preverljivi, zato ji lahko sledimo v lahkovernosti (Lowenthal, 1985).

Sama po sebi zgodovina ne vsebuje močnih vrednot, saj je usmerjena k preverjanju dejstev in deluje analitično. Dediščina na drugi strani zbujajo čustveno in psihično resonanco, povezano z vrednotami in predniki (Marsden, 2016). Rojek (1991) jo v kontekstu turizma razume kot kraje, ki danes poustvarjajo dogodke na dejanski zgodovinski lokaciji dogodka, ter kraje, ki so poustvarjanje dogodkov preselili na druge lokacije, praviloma muzeje. Kritika komponiranja turizma v splet zgodovine in dediščine leti na nove oblike turizma, baziranega na simulacijah, spektaklu, senzaciji in absolutni nerealnosti, ki je predstavljena kot del nečesa resničnega. Cilj takšnega turizma je navidezno ustvarjanje realnosti, ki jih

zgodovinski tematski parki dosežejo z igralci, ki skušajo poustvariti zgodovino, ali z rekviziti, ki naj bi turiste, podobno kot časovni stroj, popeljali v zgodovino.

## 2 ODTENKI TEMAČNEGA TURIZMA

Smrti, nesreče in grozodejstva so razširjena značilnost sodobnega turističnega spektra. Kot taki predstavljajo vse večji potencialni trg za turiste, ki iščejo drugačno turistično ponudbo, še posebej takšno, ki je osredotočena na smrt in poustvarjanje le-te. Kljub povečanemu akademskemu raziskovanju temačnega turizma ostaja literatura teoretično krhka, saj še vedno obstajajo številna temeljna vprašanja, ki polemizirajo o tem, ali je sploh mogoče utemeljeno združiti raznolika območja in znamenitosti, povezana s smrtjo, v en skupni termin temačni turizem in ali gre odtenke temačnega turizma kljub vsemu pripisati zgolj določenemu tipu znamenitosti.

Stone (2005) poudarja, da so si ponudniki temačnega turizma med sabo lahko konceptualno podobni, vsaj glede posebnih značilnosti ponudbe in njenega dožemanja, ni pa nujno, da bosta na videz podobni znamenitosti zajeti v enakem odtenku temačnega turizma. Posledično je spekter temačnega turizma precej dinamičen in fluiden, pri čemer je intenzivnost odtenka odvisna od stopnje grozodejstva, dožemanja ponudbe in lastnosti proizvoda. Zaradi večplastnosti in kompleksnosti je enotni termin preširok, zato je treba preudarno raziskati različne karakteristike posameznih vrst temačnega turizma. Med drugim predlaga, da je dobro poznavanje odtenkov znotraj temačnega turizma pomembno ne samo zaradi razumevanja celovitih tipoloških temeljev ponudbe temačnega turizma, ampak pomaga tudi pri izgradnji blagovne znamke, pravilnem zastavljanju ponudbe in razumevanju povpraševanja.

Strange in Kempa (2003) sta preučevala oblikovanje turističnih produktov na primeru dožemanja in avtentičnosti dveh nekdanjih kazenskih institucij zaradi posebnega vpliva zunanjih političnih organov. V njuni raziskavi je natančneje raziskana nekdanja ameriška kaznilnica Alcatraz, kjer so bili zaprti neslavni zločinci, danes pa je njegove obiskovalce o instituciji v večini primerov poučil filmski Hollywood. V kontrastu z Alcatrazom sta analizirala tudi južnoafriški zapor Robben Island, nekdanji zapor političnih zapornikov dobe apartheida. Kljub njuni površinski podobnosti je politični in kulturni vpliv dožemanja posamezne znamenitosti različno usmerjen, za kar po njunem mnenju skrbijo »upravitelji spomina, katerih cilj je interpretacija preteklosti znamenitosti«. Njuna primarna analiza kaže, da je avtentičnost Alcatraza zasenčena s komercialnimi vrednotami, medtem ko se Robben Island še ni popolnoma podredil potencialu trženja znamenitosti kot tematskega parka, saj ima pri oblikovanju turističnega produkta in njegove interpretacije višjo stopnjo političnega vpliva in je kot tak kraj spominjanja, komemoracije in izobraževanja. Robben Island sta torej Strange in Kempa (2003) označila za »resnejši odtenek« temačnega turizma v primerjavi z Alcatrazom.

Kljub naravi krajev temačnega turizma, ki je lahko čustveno in politično obremenjena, enostavna za trženje in kompleksna za interpretacijo (Shackley, 2001), so nekateri akademiki

opozorili, da je generalno gledano sektor dediščine neprimeren prostor za nemoralno predstavitev človeškega trpljenja in smrti (Urry, 1995). »Kot rezultat pomislekov se je pojavila potreba o ločnici med avtentično in neavtentično zgodovino, ki bi potekala med znamenitostmi z dominantno usmerjenostjo h komemoraciji ter izobraževanju, ter znamenitostmi, ki so komercialno usmerjene. Pri slednjih gre predvsem za potrebo, da kljub trženju zgodovine za množično uporabo, ki pogosto vodi k trivializaciji in neustreznosti interpretacije, ne izključujejo avtentičnosti« (Macdonald, 1997, str. 157).

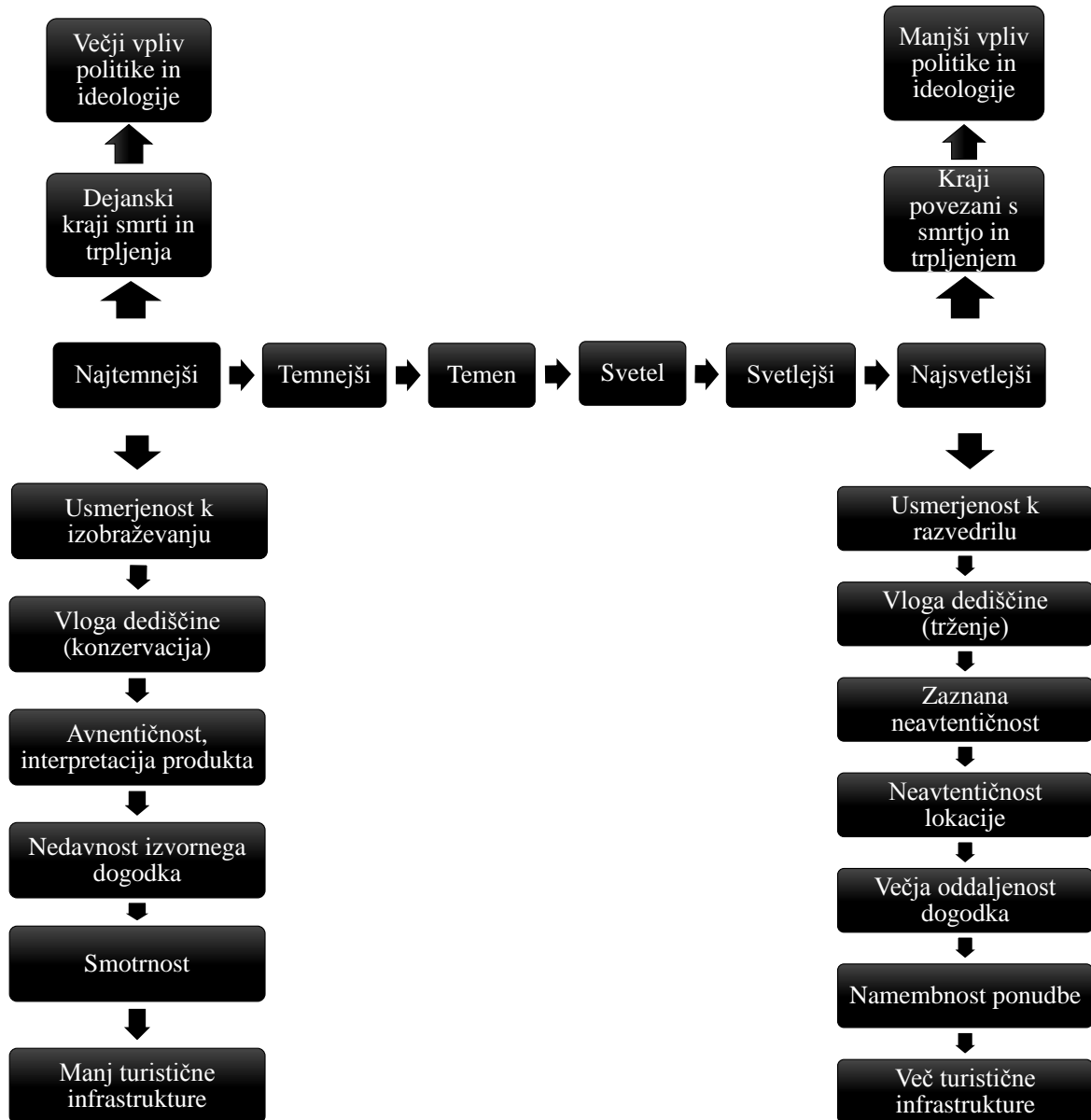
Kot ugotavlja Seaton (1999), distorzij v temačnem turizmu ne oblikuje samo okus potrošnikov, ki je največkrat pod močnim vplivom medijev in trženjskih prijemov ponudnikov, ampak je pogostokrat tudi subjekt sprememb v širšem kulturnem in političnem okolju. Posledično lahko odtenki temačnega turizma variirajo na podlagi preteklih dogodkov (vojne, terorizem, padec režima) in novih smernic reprezentacije (filmi, knjige, spomini), skupno pa krajem dajejo moralni pomen smrti in grozljivosti (Urry & Rojek, 1997).

Da prihaja do nians v intenzivnosti temačnega turizma, se strinja tudi Miles (2002) in potrди obstoj »svetlejšje-temnejše paradigme«. Poudarja razliko med temnim in temnejšim turizmom, ki se razlikujeta po stopnji grozljivosti in hladnokrvnosti. Na podlagi časovne dimenzije in prostorske afinitete s krajem dogodka Miles predlaga, da obstaja bistvena razlika med mesti, povezanimi s smrtjo in trpljenjem, ter dejanskimi kraji smrti in trpljenja. Kot primer navaja razliko med koncentracijskim taboriščem Auschwitz-Birkenau in muzejem holokavsta v Washingtonu. Prvi po njegovem mnenju nosi temnejši odtenek, saj je slednji zgolj povezan s smrtjo in trpljenjem, medtem ko Auschwitz-Birkenau poseduje lokacijsko avtentičnost znotraj turističnega produkta. Posledično predlaga, da naj bo zaznana empatija ob znamenitosti temačnega turizma povezovalni člen med preteklimi žrtvami in današnjimi obiskovalci. Poleg lokacijske avtentičnosti je Miles zagovornik časovne dimenzije temačnega turizma, saj ta močno vpliva na zaznavanje in končno konzumacijo turističnega produkta. Zaradi kronološke oddaljenosti so kraji temačnega turizma lahko temnejši ali svetlejši, saj se zaradi nedavnosti dogodkov pri obiskovalcih poraja več empatije kakor pri tistih, od katerih je minilo že več let. Na podobnih temeljih teorijo gradijo Sharpley, Ryan, Page in Aitken (2005), ki prav tako prepoznava več odtenkov temačnega turizma, tako na strani ponudbe kot na strani povpraševanja. Odtenek je odvisen od stopnje fasciniranosti nad smrtjo ali trpljenjem na strani povpraševanja, oz. v kolikšni meri ju je ponudba sposobna izkoristiti. Najtemnejša oblika nastopi, ko je ponudba zasnovana tako, da v največji meri namenoma še dodatno finančno izkorišča fascinacijo nad trpljenjem in smrtjo. To pomeni, da z zaračunavanjem in razširitvijo turistične infrastrukture ne privablja gostov zaradi izobraževanja, temveč zaradi fascinacije nad tragičnostjo dogodka.

Če upoštevamo idejo, da nekatere znamenitosti danes ponujajo temnejši turistični produkt ali izkušnjo (odvisno od lastnosti in zaznave produkta), je mogoče oblikovati konceptualni okvir za iskanje različnih vrst »temačnih ponudnikov«. V Stonovih delih najdemo klasifikacijo temačnega spektra (slika 1), gradil pa jo je na temeljih ostalih akademikov. Najtemnejši so posledica višjih političnih vplivov in ideologije (dejanski prostor smrti in trpljenja). Znamenitosti najtemnejšega odtenka so izobraževalno orientirane, imajo

komemorativno vlogo, zanje je namenjeno več finančnih sredstev, imajo lokacijsko avtentičnost in manj dodatne turistične infrastrukture.

Slika 1: Stonov model spektra odtenkov temačnega turizma



Vir: Stone (2006).

Svetlejši odtenki prav tako vključujejo kraje, povezane s smrtjo in trpljenjem, njihova primarna vloga pa vendarle ni izobraževalno usmerjena, temveč razvedrilno. Delujejo manj avtentično, saj so podprte z več dodatne turistične infrastrukture (Stone, 2006).

Kljub možnim implementacijam spektra (in njegovim omejitvam) je z uporabo parametrov tega konceptualnega okvirja možna tipološka zasnova ponudnikov temačnega turizma. Stone (2006) jih prepozna kot sedem ponudnikov temačnega turizma:

#### a) Temačni tematski parki

Najsvetlejši odtenek spektra označuje znamenitosti, ki se fokusirajo na komercialno etiko in pri katerih so prisotni resnični ali izmišljeni grozljivi dogodki oz. smrti. Imajo visoko stopnjo turistične infrastrukture, center pozornosti je zabava, izobraževanje pa le v zanemarljivi meri. Temačni tematski parki okupirajo skrajni svetlejši rob temačnega turističnega spektra. Zaradi preoblikovanja in natančne preišljenosti pri oblikovanju produkta jih obiskovalci dojemajo kot manj avtentične.

#### b) Temačne razstave

Temačne razstave se nanašajo na tiste oblike razstav in znamenitosti, ki združujejo lastnosti tematskega parka z osredotočanjem na izobraževanje in morebitne možnosti za učenje. S produkti, ki temeljijo na razvedrilu, se še vedno približajo temačnim tematskim parkom, s to razliko, da se osrednja tema še vedno vrti okrog smrti, trpljenja ali grozljivosti, kljub temu pa odseva izobraževalno sporočilo. Zaradi slednjega so kategorizirane odtenek temneje kakor njihove predhodnice, obsegajo pa še vedno visoko stopnjo turistične infrastrukture s komercialnim poudarkom, zato jih ne moremo uvrstiti med temnejše odtenke temačnega turizma. Temačni elementi se pojavljajo v eklektični paleti produktov, najpogosteje pa se ne nahajajo na dejanskem mestu smrti ali groze. Razstavljeni izdelki večkrat zbujejo zgroženost, zgodbo pa poleg poudarjene izobraževalne note pripovedujejo provokativno. Množico razstav v muzejih, katerih zbirke so povezane s smrtjo ali trpljenjem, a so še vedno izobraževalno in komemorativno usmerjene, označimo kot temačne razstave. To velja tudi za muzeje, katerih cilj je empatična povezava z obiskovalcem, ki jo poskušajo doseči predvsem s pripovedovanjem zgodb žrtev in njihovih družin, hkrati pa je slikovni material izbran tako, da podrobno prikazuje trpljenje.

#### c) Temnice

Temnice se na spektru temačnega turizma nanašajo na znamenitosti, ki so nekoč služile kot kazenski ali pravosodni prostori. Tovrstni produkti združujejo kombinacijo zabave in izobraževanja kot glavni trženjski fokus, imajo relativno visoko stopnjo trženjske usmerjenosti in turistične infrastrukture, originalno pa njihov namen ni bil razvoj temačnega turizma. Kot mešanica temnih in lahkih elementov zasedajo središče temačnega turističnega spektra. V marketinški literaturi zasledimo, da so to bila nekoč mesta, kjer so posameznika lahko aretirali, obsodili in sodbo tudi izvršili, vendar se kljub temu danes ta kraj lahko promovira kot ideja za družinski izlet. Turistična infrastruktura se nahaja na dejanskih mestih trpljenja, torej tam, kjer so zapori stali že vrsto let ali celo stoletij. Zabava in izobraževanje sta jedro produkta, ki na lahkoten način predstavi zgodovino, obenem pa osvetli zgodovinske vsebine.

#### d) Temačni kraji zadnjega počitka, pokopališča

Fokusirajo se na pokopališča ali spomenike s potencialom postati kraj temačnega turizma. Posledično se pokopališča znotraj moderne družbe prekomerno romantizirajo in služijo kot orodje za oživitev mest. Zlasti turistični načrtovalci pokopališča pogostokrat uporabljajo kot mehanizem za spodbujanje obiska na nekem območju z dodatnim namenom ohranitve strukturne celovitosti krajine in arhitekture ter za vzdrževanje ekologije lokalnih okolij. S pomočjo naraščajoče infrastrukture, ki zraste okrog pokopališč, predvsem pa interneta in turističnih agencij, ki ponujajo vodene ogledne pokopališč, imajo le-ta potencial, da prerastejo v temačne kraje, kjer so živi fascinirani nad mrtvimi ali smrtjo. Ključne karakteristike turističnega produkta se še vedno vrtijo okrog zgodovine, konzervacije spomenikov in komemorativne etike. Dejansko je promocija romanske in gotske arhitekture glavni razlog za promocijo in konzervacijo temnih krajev počitka oz. pokopališč, vzdrževanje nagrobnikov, grobov in mavzolejev. Medtem ko pokopališča ponujajo priložnost za obeležje in izraz spoštovanja do preminulega ali preminulih, omenjena kategorija temačnih ponudnikov kaže tendence po vse bolj komercialni in zabavni etiki in se v prihodnosti lahko premakne po lestvici bližje k svetlejšim odtenkom.

#### e) Temačna svetišča

Bistvo turističnega produkta temačnih svetišč je spominjanje in spoštovanje do preminulega, v večini primerov pa se svetišče nahaja v neposredni bližini kraja, kjer je preminula oseba umrla. Zaradi tega temačna svetišča zasedajo temnejše odtenke temačnega turističnega spektra. Precej pogosto kraj spremlja cvetje, ki ga bližnji in ostali obiskovalci puščajo v znak žalovanja in spominjanja. Njihov prvotni namen ni turizem, zato vsebujejo le malo dodatne turistične infrastrukture, imajo pa izrazito, vendar zelo kratko časovno komponento, saj jim je širša javnost v širšem obsegu največkrat priča le nekaj tednov po tragičnem dogodku, potem pa se kraj poklona pokojnemu prestavi na drugo mesto, v večini primerov na pokopališče. Časovna komponenta, ki dovoljuje gibanje iz enega kraja do drugega, v temačnem turističnem spektru ustvari trajnejšo prisotnost. Primer teh kratkotrajnih svetišč so kraji avtomobilskih nesreč slavnih oseb ali pa kraji atentatov političnih akterjev. Opažen je naraščajoč trend obiskovalcev, ki kraje primarno ne obiskujejo zaradi izkazovanja spoštovanja do preminulega, temveč iz gole morbidne radovednosti.

#### f) Temačne znamenitosti konfliktov

Smith (1998) predlaga, da dejavnosti, kraji ali destinacije, povezani z vojnami ali vojsko, postanejo glavna sestavina širšega tržišča turističnih atrakcij. Omenjena kategorija označuje torej temačne spopade, ki izvirajo iz preteklih vojn, danes pa predstavljajo potencialni turistični produkt. Znamenitosti so izredno izobraževalne in komemorativne narave ter osredotočene na zgodovinska dejstva, brez osredotočenosti na razvoj temačnega turizma. Do polemik prihaja glede razhajanj v spominu, komemoraciji in naravi interpretacije dogodkov, kjer zaradi politične ideologije prihaja do »disonančne dediščine« (Turnbridge & Ashworth,



1996), opaziti pa je tudi naraščajočo trženjsko usmerjenost, ki se kaže v povečani turistični infrastrukturi in povečani turistični ponudbi agencij. Te ponujajo izlete in obiske krajev nekdanjih bitk bodisi kot del širšega turističnega programa ali pa kot zelo specifičen aranžma obiska le določenega kraja bitke. V večini primerov se osredotočijo na bojišča prve in druge svetovne vojne, katerih produkti so zelo natančno zasnovani, medtem ko ostali kraji šele začenjajo odkrivati svoj potencial. Turistični produkti se razlikujejo tudi glede na časovno komponento. Bolj oddaljeni, ki presegajo človeški spomin, pogostokrat prevzamejo bolj romantizirano ali celo pogubno obliko in tako zasedejo svetlejši del temačnega turističnega spektra. Manifestirajo se v obliki ponovitev bitk, na podlagi katerih se je razvila celotna turistična industrija, ki zgodovini zopet daje življenje, živim pa atrakcije.

#### g) Temačni kraji genocidov

Temačni kraji genocida predstavljajo tista območja, ki imajo genocid, grozodejstva in katastrofo v svojem jedru in zasedajo najtemnejše robove temačnega turističnega spektra. Kot se izrazi Keil (2005), jih k sreči ni veliko, obstajajo pa v državah, kot sta Ruanda in Kambodža. Tista, ki so danes namenjena turistični konzumaciji, ne skrivajo grozodejstev, ki segajo do skrajnih ekstremov, oblikovana pa so tako, da zagotavljajo čustveno izkušnjo in empatijo. Produkt, ki se vrti okrog izobraževanja in komemoracije, je mogoče najti na dejanskih lokacijah genocida, ki vsebujejo tudi odsev politične ideologije, v čemer se v glavnem razlikujejo od temačnih razstav. Temačni kraji genocidov so kraji, ki zaznamujejo mesta, kjer se je včasih izvajalo sistematsko iztrebljanje določene skupine ljudi, danes pa smrt v takšni obliki ni več prisotna na samem kraju, le še simbolično lovi sodobno domišljijo. Posledično se je priporočljivo izogibati manifestaciji turističnega produkta s čedalje bolj prevladujočo in nespoštljivo oznako »turizem holokavsta«, ki pogostokrat ne prevladuje zgolj v medijih, ki holokavst nasploh navajajo kot ključni referenčni okvir temačnega turizma, temveč tudi v akademski literaturi. Kot navaja O'Donoghue (2002), je razcvet temačnega turizma v vzponu, še posebej očiten pa je njegov porast v obisku krajev holokavsta, kjer obiskovalci želijo zagotoviti, da grehi preteklosti ne bi bili pozabljeni. Genocidi in z njimi povezani kraji temačnega turizma predstavljajo del zgodovine, ki ne bo niti zlahka niti hitro pozabljena, in še danes predstavljajo univerzalni simbol zla. Temačni kraji genocida so z vidika generalnega pojmovanja temačnega turizma njegov najskrajnejši ekstrem in najtemnejši del spektra, posledično pa so predstavljeni kot skrajna anomalija, sploh ko gre za širše pojmovanje.

### **3 TIPOLOGIJA TEMAČNEGA TURIZMA**

Turisti s perspektive temačnega turizma niso več le pasivni potrošniki, temveč postaja njihovo sodelovanje bolj interaktivno, kar pa zahteva večjo stopnjo inovativnosti na strani turističnih ponudnikov (Andereck, Bricker, Kerstetter & Nickerson, 2006, str. 95).

Posebne karakteristike tematskega turizma so pripeljale do potrebe, da se takšna vrsta turizma loči od turizma v splošnem pomenu besede (Strange & Kempa, 2003). Singh (2004) opozarja ravno na postopno prehajanje tematskega turizma od alternativne oblike k popularni. To naj bi mu omogočile spreminjajoče se družbeno-ekonomske spremembe vzorcev. Nekoč prevladujoči motiv za potovanja, kot sta bila recimo oddih in užitek, je zamenjal motiv priložnosti za poglobljanje znanja in večjega izkustva sveta. Turisti, ki iščejo alternativne oblike preživljanja prostega časa, se raje nagibajo k oplemenitenju življenja z izkušnjami (Singh, 2004).

Posameznikovo doživljanje krajev tematskega turizma je močno odvisno od karakteristik kraja. Večina znamenitosti tematskega turizma se sooča s situacijo, v kateri njihov prvotni namen ni bil niti razvoj tematskega turizma niti povečanje turističnih prihodkov. So se pa razvile v kraje, ki beležijo znatno povečanje turističnih prihodkov, saj so pritegnile radovedne obiskovalce željne raziskovanja in izkušenj, predvsem pa so dobile ključno medijsko prepoznavnost (Kužnik, 2015). Avtorica tipologije tematskega turizma izpostavlja, da vsi elementi tematskega turizma izobražujejo, obujajo spomine, informirajo in skušajo nagovoriti obiskovalca k razmisleku o razlogih, ki pripeljejo do katastrof. Po njeni Tipologiji tematskega turizma (Kužnik, 2015) obstaja več vrst: kraji naravnih nesreč, terorističnih napadov, pokopališč, mavzolejev, spomenikov znanih ali političnih oseb, koncentracijskih taborišč, nuklearnih nesreč, poveljskih pokopališč in prizorišč bitk.

### **3.1 Pokopališki turizem**

Obiskovanje slavnih pokopališč, grobov slavnih in kulturnih oseb ter mavzolejev je primer pokopališkega turizma. Kužnikova (2015) med najbolj priljubljenimi kulturnimi osebami, katerih grobovi so danes množično obiskani, navaja Marilyn Monroe, Jima Morrisona, Edith Piaf, Roya Orbisona, Jacka Lemmona in druge hollywoodske zvezde. Po obiskanosti in številu fotografij med mavzoleji daleč najbolj prednjači Tadž Mahal, indijska grobnica neverjetnih proporcij, posvečena Mumtaz Mahal, ženi indijskega vladarja (Taj Mahal, 2018).

V Sloveniji ne beležimo večjih odmevnih pokopališč, kjer bi bile pokopane znane osebe, sta pa v Pot evropskih pokopališč uvrščeni dve slovenski pokopališči: ljubljansko pokopališče Žale in mariborsko pokopališče Pobrežje. Pot povezuje 66 mestnih pokopališč v 20 evropskih državah. Med njimi so Žale edine prejemnice naziva evropske dediščine (Vugrinec, 2011).

Dediščina pokopališč sega še v Posočje, kjer Fundacija Pot miru v Posočju v kombinaciji z ostalo zgodovinsko dediščino na področju Posočja vzdržuje in promovira vojaška pokopališča 1. svetovne vojne v turistični ponudbi, ki zajema še področje Goriškega in Krasa (Koren, 2015).

### **3.2 Vojni turizem**

Obisk prizorišč večjih bitk je obisk krajev, kjer se je v preteklosti odvijala vojna ali pa se odvija še danes. Seaton (1999) navaja Waterloo kot prvo najpomembnejše prizorišče, ki je postalo center turističnih obiskov v začetku 19. stoletja. Waterloo je še danes zelo dobro obiskan kraj v Belgiji, kjer je bil Napoleon po 23-letnem osvajanju Evrope dokončno poražen (Encyclopedia Britannica, 2016). Ker so se prvi obiski začeli vrstiti že zelo kmalu po bitki, je bilo obiskovalce mogoče že razdeliti v tri skupine: udeležence bitke, bližnje in sorodnike umrlih v bitki ter administrativne turiste, ki so zbirali in urejali zapisnike o vojni (Seaton, 1999). Pomembnost takšnih zapisnikov izpostavlja MacCannell (1989), saj po njegovem mnenju ob odsotnosti pravih informacij upade avtentičnost atrakcije.

### **3.3 Turizem genocidov**

Kot turizem genocidov se smatra obisk nekdanjih koncentracijskih taborišč, krajev genocidov, muzejev, posvečenim žrtvam genocida, obisk nekdanjih getov in krajev, od koder so prihajala povelja in priprave za izvedbo genocida. Genocidni turizem je najbolj skrajna oblika temačnega turizma, zato Beech (2009) opozarja, da si zasluži podrobno in resno obravnavo. Pojem genocid je še relativno nedolgo v rabi. Etimološko je tvorjen iz prepone »geno-«, izpeljanke iz latinske besede gens, ki pomeni določeno raso ljudi, pripona »-cide« pa pomeni ubijanje. Snovana je bila s strani dr. Raphaela Lemkina, poljskega Žida, z njo pa je želel označiti pobjo 1,5 milijona Armencev v otomanskem imperiju in pobjo Asircev, ki so jih pobili Iranci.

Kot navaja Beech (2009), so Združeni narodi kmalu po padcu nacistične Nemčije sprejeli Konvencijo o preprečevanju in kaznovanju genocida, ki je bila implementirana v mednarodno pravo. Sprejet je bil tudi izraz holokavst, pri katerem je sistematično iztrebljanje, vendar temelji razlog za pobjo na političnem ali socialnem ozadju. Da se nek pobjo označi kot genocidni, mora vsebovati naslednje: usmerjenost proti točno določeni rasi ter namero in sistematičnost poboja. Do popolnega uničenja rase je do sedaj prišlo v primerih gvančev na Kanarskih otokih in aboriginov na Tasmaniji. V nobenem od omenjenih primerov pa se na podlagi omenjenih dejanj ni razvil turizem, predvsem zaradi želje sedanjih naseljencev.

### **3.4 Holokavst turizem**

Holokavst turizem je obisk krajev množičnih pobojev, ki pa niso nujno usmerjeni proti točno določeni rasi, temveč je lahko tarča pobojev skupina s skupnim socialno-ekonomskim ozadjem. Večina grozot holokavsta je bila storjena pod nacističnim režimom, vendar so bili geografsko razpršeni in ne omejeni zgolj na območje Nemčije. Grozodejstva so se širila prek meja v Belgijo, Nizozemsko, Norveško, Avstrijo, Češko, Slovaško, Poljsko in države nekdanje Jugoslavije (zlasti današnja Hrvaško in Srbijo). Na splošno so bila taborišča na

zahodu bolj tranzitne narave, taborišča na vzhodu pa so služila sistematičnemu in hitremu iztrebljanju neželenih skupin (Pančur, 2012).

Danes muzejev v spomin na žrtve holokavsta ne najdemo le na ozemljih, kjer so se takšna grozodejstva dogajala, temveč tudi drugod. Največji med njimi je Muzej v spomin žrtvam holokavsta v Washingtonu, katerega poslanstvo ni le spominjanje na žrtve, temveč v svojem poslanstvu vidi pomembno izobraževalno funkcijo. Enako velja za Yad Vashem v Jeruzalemu in za muzeje v Buenos Airesu, Cape Townu in Melbournu. Druga skupina znamenitosti so kraji, ki niso neposredno povezani s holokavstom: hiša Anne Frank in Corrie ten Boom v Amsterdamu.

Beech (2009) poudarja, da v sklopu turizma genocidov holokavst turizem predstavlja največji trg ponudnikov in potrošnikov, za kar pa po avtorjevem mnenju obstaja več razlogov: veliko število spomenikov, večji razpon ponudbe kakor v primerih genocida, vsi kraji se nahajajo v zahodnem svetu (ZDA, Evropa), tako da zlahka dosežejo potencialne obiskovalce, umrli so bili iz zahodnega dela sveta, genocid je bil sistematski in je trajal dlje kakor ostali.

Več kot 600.000 turistov letno obiše nekdanje koncentracijsko taborišče Auschwitz-Birkenau. Večina teh turistov je nastanjena v uro vožnje oddaljenem Krakovu. Poljski podjetniki so že odkrili potencial genocidnega turizma in kmalu po Spielbergovem celovečercu Schindlerjev seznam odprli vrsto restavracij z židovsko hrano, barov z židovsko glasbo in knjigarn v starem židovskem predelu Krakova. Holokavst turizem je na Poljskem precej dobičkonosen, večina turističnih agencij pa je specializirana ravno za vodene obiske koncentracijskih taborišč (Schaller, 2007). Po Schallerjevih izsledkih se podobno dogaja tudi drugod. Nekoč so bili primarna znamenitost Ruande narodni parki, safariji in ogled gorskih goril. Vse od genocida in zmage Ruandske domoljubne fronte nad ekstremisti Hutuji pa so ostanki krajev, kjer je bilo ubitih več tisoč pripadnikov etnične skupine Tutsijev, najbolj obiskana mesta v Ruandi.

Vsak primer izhaja iz drugačnega konteksta, bodisi v obsegu, razponu ali samo iz različnega zgodovinskega obdobja, posledice nekaterih pa so še vedno prisotne kot del vsakdanjega življenja.

### **3.5 Zaporniški turizem**

Zaporniški turizem ali tudi obisk znanih zaporov izvajajo turisti, ki kažejo tendenco ali željo po obisku zaporov. Foucault (Wilson, Hodgkinson & Piché, 2017) pripisuje razmah zaporniškega turizma razmeram, ki vladajo v sodobnem pravosodju. V preteklosti so bile sodbe iz razglasitve kazni javni proces, torej vsem na očeh, danes pa je vanj vključen le tisti, kateremu je kazen naložena, in morda le še peščica ljudi. Nepoznavanje prebuja v turistih željo po obisku in preverjanju avtentičnosti znamenitosti. Čeprav se je lokacija prestajanja kazni pomaknila za zaprta in predvsem zaklenjena vrata, je želja po spremljanju obsodbe in

prestajanja kazni ostala. Ta voajeristična potreba po sodelovanju v postopku je potrošniku že nekaj časa dosegljiva, bodisi ob spremljanju in poustvarjanju obsodb v obliki resničnostnih šovov ali dokumentarcev bodisi z obiskom fizičnega mesta kaznovanja.

Povpraševanje je pripeljalo do cvetoče panoge zaporniškega turizma, v katerem sta uspešno kombinirani turistična atrakcija in spominski muzej. Pri preučevanju zaporniškega turizma je zaznano protislovje med zabavo in izobraževanjem, saj se z etičnega vidika predpostavlja, da je neprimerno predstavljati trpljenje in ga obeleževati z namenom užitka in zabave. Je pa ekonomska potreba po privabljanju čim večjega števila turistov zelo velika. Izkazalo se je, da je zabava pri privabljanju turistov uspešnejša kakor izobraževanje, kar otežuje delo etičnim operaterjem pri ohranitvi ravnovesja med zabavo in izobraževanjem (Wilson, Hodgkinson & Piché, 2017).

Med svetovno najbolj obiskanimi sta Alcatraz v Združenih državah Amerike in Robben Island v Južni Afriki. Oba sta dober primer zelo znanih zaporov, ki pa se v določenih karakteristikah močno razlikujeta, hkrati pa ponazarjata več načinov, na katerih je temačni turizem zastopan, tržen in konzumiran. Čeprav oba zapora upravlja s strani država, uradni upravljalci dediščine in tržniki turistične ponudbe ne nadzirajo interpretacije predstavljene znamenitosti. V prvi vrsti je glavna razlika njuna ujetniška populacija. V Alcatrazu so bili priprti kriminalci, ki so prekršili kazenske in zvezne zakone, v drugem pa so bili priprti nasprotniki apartheida (Strange & Kempa, 2003). Alcatraz je že pred drugo svetovno vojno postal civilni zapor, kaj kmalu si je pridobil zloglasni sloves, saj je postal prvi zapor v ZDA z maksimalno varnostjo. Takšne ukrepe je bilo treba izvajati zaradi narave pripornikov, ki so bili obsojeni najhujših zločinov. Med njimi je bila večina morilcev, psihopatov ali gangsterjev, glede na resnost zločina pa so bili nadalje razvrščeni na razrede, ki so se med sabo razlikovali glede na privilegije. Poskusov pobega iz zapora je bilo veliko, uradno naj ne bi uspelo nikomur (Encyclopedia Britannica, 2017). Alcatraz danes privablja mnogo turistov navkljub svoji kratki zgodovini delovanja. Nasprotno gre pripisati zaporom na Robben Islandu, ki so služili izolaciji političnih nasprotnikov že vse od konca 17. stoletja, ko so jih zgradili nizozemski kolonialisti. Sprva so bili nanj deportirani politični vodje iz raznih nizozemskih kolonij in celo ujetniki iz angleških monarhičnih družin. Od leta 1961 je bila njegova namembnost bolj sistematična, v večini primerov pa usmerjena k priprtju političnih nasprotnikov, predvsem nasprotnikov apartheida. Kmalu po letu 1961 je bil v zapor premeščen najbolj odmeven nasprotnik političnega režima – Nelson Mandela, ki je v priporu na Robben Islandu ostal kar 18 let. Danes je njegova celica pomemben svetovni zgodovinski spomenik (Sahistory, 2017).

### **3.6 Komunistični turizem**

Obisk nekdanjih ali še obstoječih držav komunističnih režimov ali zgolj krajev, povezanih z njihovimi kulturnimi voditelji, imenujemo komunistični turizem. Še vedno obstajajo vrzeli med vladnimi predstavitvami komunizma in revolucionarne dediščine ter na drugi strani

turistične industrije (Sima, 2015). Komunistična dediščina je problematična, saj je lahko zgodovina interpretirana v drugačni luči, kakor se je dejansko pripetila. Komunistični turizem je še vedno oblika tematskega turizma, kjer uradna in neuradna zgodovina živita v sožitju kot del revolucionarne dediščine (prav tam). Trend komunističnega turizma beleži rast, še posebej v državah, kot sta Nemčija in Madžarska, in nista edini državi, kjer je prepoznan velik potencial za implementacijo komunističnega turizma v turistično ponudbo. Je pa za doseganje uspešne implementacije potrebna sprava z neželjeno zgodovino, ravno zaradi negativne zapuščine komunizma. To velja še posebej v času širjenja Evropske unije in tranzicije.

Obisk Severne Koreje se bo precej razlikoval od turizma, ki se prakticira v kapitalističnih državah. Ena izmed glavnih nalog komunističnega turizma je namreč tudi propaganda samega režima. V nasprotju z zahodnjaškim razmišljanjem se turizem v Severni Koreji vse bolj razvija. Najbolj vidne spremembe so nastale na področju diverzifikacije in razširjene ponudbe, kar nakazuje na dejstvo, da režim daje vse večji pomen razvoju tega dela sektorja gospodarstva (Ouellette, 2016).

### **3.7 Turizem hladne vojne in železne zavese**

Pojem, ki označuje geopolitične konflikte po drugi svetovni vojni, je bil vpeljan leta 1947 med silami vzhodnega bloka (Sovjetska unija in njene satelitske države) ter med zahodnim blokom (ZDA in zavezniki NATO) (Smetana & Geaney, 2018). Izraz »hladna« se uporablja, ker med obema stranema ni bilo večjih bojev, je pa vsaka izmed njih podprla velike regionalne vojne, ki se niso nujno dogajale na njunih tleh. Med obema stranema je potekala navidezna železna zavesa, ki je v prvi vrsti zaznamovala poskus vzhodnega bloka pri njihovi izolaciji pred neposrednim stikom z zahodnim blokom (Balakirsky, 2016). Fizično je meja dobila najstrožjo obliko z Berlinskim zidom in Checkpoint Charliejem kot simbolom celotne zavese. Dogodki, ki so porušili železno zaveso, so se začeli z nezadovoljstvi na Madžarskem, v Vzhodni Nemčiji, Bolgariji, na Češkoslovaškem in v Romuniji (Appel, 2016).

Prej ali slej se vse vojne končajo v turizmu in nič drugače ni s hladno vojno. Berlinski Kurfürstendamm ostaja nasičen s turisti, mesto z njegovo politično in kulturno dediščino pa še vedno privabi veliko turistov ravno zaradi znamenitosti, povezanih s hladno vojno (spomenik berlinskemu zračnemu prometu, nekdanji sovjetski vojaški štab in Berlinski zid). Nedaleč od mesta, kjer je v poslopju Brandenburških vrat Ronald Reagan pozval Gorbačova, naj poruši zid, je danes Soba tišine, prostor spomina, bolečin in izgube. Tako kot starodavni zid Rimskega cesarstva je tudi Berlinski zid danes živ le še na določenih odsekih (Patton, 2000).

### **3.8 Turizem katastrof**

Prizorišča naravnih nesreč in turizem katastrof se delno prekrivata s turizmom nuklearnih nesreč, vendar slednji zajema nesreče, ki so posledica človeškega delovanja. Naravne katastrofe so posledice delovanja nekega naravnega pojava in nosijo negativne posledice za ljudi, ki živijo na prizadetem območju. Med oblike naravnih nesreč štejemo potrese, cunamije, orkane, suše, poplave in izbruhe ognjenikov (Bell, Greene & Fishe, 2001).

Uničujoča moč in pogostost naravnih katastrof so se v preteklih letih povečale in povzročajo znatno škodo skupnostim, živečim na prizadetih območjih. Zaradi nesreč pride do znatne škode na infrastrukturi, povrhu vsega so še zapletene, negotove in dinamične, kar povzroča številne težave in izzive pri reševanju kriznih razmer. So pa naravne nesreče lahko vir konzervacije kulturne dediščine, tako kot v primeru italijanskega mesta Pompeji, enem najpomembnejših arheoloških najdišč rimskih ostankov in relikvij na svetu. Trenutno je največje in najbolj ohranjeno mesto iz časa Rimskega imperija. Razlog tiči v vulkanskem pepelu, ki je mesto po izbruhu bližnjega ognjenika Vezuv leta 79 popolnoma prekril (Moormann, 2015). Vulkanski pokrov ga je prekrival okrog 1700 let, s tem pa je mesto ostalo sterilno in dobro ohranjeno. Ponovno so ga odkrili v 18. stoletju, resna izkopavanja so se začela stoletje kasneje in še vedno niso dokončana. Poleg veličastnih mozaikov in kulturnih relikvij je bilo najdenih tudi veliko ostankov človeških teles ljudi, ki se pred vulkanskim prahom niso uspeli rešiti pravočasno. Votli prostori, ki so nekoč zapolnjevali trupla, so danes napolnjeni z mavcem, ta pa poustvarja mimiko obrazov žrtev v trenutku katastrofe. V glavnem so izrazi na obrazih tisti, ki dajejo največjo temačnost celotni znamenitosti. Nekateri med njimi kažejo izraze miru na obrazu. Pri drugih se zdi, da prikazujejo smrtonosno grozo, kar še samo ojačuje temačni vtis (O'Gorman, Baxter & Scott, 2016). Obisk Pompejev je verjetno ena izmed znamenitosti z najdaljšo zgodovino stalnih turističnih obiskov in razstav, ki se je začela že pred 250-imi leti. Kraj beleži 2,5 milijona obiskov letno, kar je spodbudilo razvoj infrastrukture v okolici Pompejev (Dark Tourism, 2018).

V nasprotju z ognjeniškimi naravnimi katastrofami, katerih posledice so razvidne še stoletja po nesreči, so vidne posledice ostalih naravnih nesreč, kot na primer poplave, neurja, požari ali potresi, precej bolj kratkoročne. Mednje štejemo obisk New Orleansa po orkanu Katrina ali Tajske po uničujočem cunamiju leta 2004. Hitra obnova ne dopušča veliko možnosti za turistične obiske. Četudi je katastrofa še vedno aktualna, je morda obisk prizadetih krajev sporen z etičnega vidika, saj voajerizem in temačni turizem vsekakor nista nekaj, kar bi bilo vredno spodbujati, razen če gre za obliko prostovoljne pomoči (Skinner, 2016).

### **3.9 Nuklearni turizem**

Za turizem v krajih, ki jih je prizadela hujša nuklearna katastrofa, je v veljavi tudi izraz »atomski ali nuklearni turizem«. Poleg krajev testiranja atomskih bomb (Semipalatinsk v Kazahstanu, Bikini ali Arizona) obstajata tudi kraja, ki so ju atomske bombe resnično neposredno prizadele: Hirošima in Nagasaki. Poleg omenjenih obstajajo še muzeji,

predvsem v japonskih in ameriških mestih, ki so namenjeni izobraževanju in spominjanju na žrtve atomskih bomb (Gusterson, 2004).

Mesta nevojaških jedrskih nesreč danes najdemo v Černobilu v Ukrajini (nekoč del Sovjetske zveze) in v Harrisburgu (ZDA), obe mesti sta z omejenim dostopom za turiste, saj so območja shranjevanja in uničevanja jedrskih odpadkov zaradi zdravstvenih razlogov nedostopna širši javnosti. Jedrska elektrarna v Černobilu je območje, ki beleži najhujšo jedrsko nesrečo v zgodovini. Aprila 1986 je mesto postalo sinonim za najhujšo nesrečo v tej industriji, saj je bil skoraj ves del kopenske površine onesnažen in radioaktiven, širše območje okoli mesta evakuirano, čiščenje pa se nadaljuje še danes. Prva resna nesreča se je na tem območju zgodila že leta 1981, vendar jo je oblast zamolčala. Kar je sledilo pet let kasneje, je bila nesreča daljnosežnih posledic (Sheller & Urry, 2004). Černobil je skupaj z bližnjim mestom Pripjat postal ena izmed najbolj prepoznavnih točk temačnega turizma. Kratek ogled reaktorja z bližnje razgledne točke je del vodenega obiska po Černobilu.

Vse do nesreče v Černobilu je Harrisburg v ZDA veljal za mesto najhujše jedrske katastrofe do tedaj. Nesreča se je zgodila leta 1979 pod imenom Otok treh milj. V nasprotju s Černobilom v Harrisburgu niso beležili žrtev nesreče, bi pa dogodek lahko sprožil verižno reakcijo ostalih nesreč, ki bi lahko bile usodne za precej bolj naseljeno bližnje mesto Harrisburg. Nesrečo je povzročila operativna napaka na črpalki, kar je pripeljalo do zaustavitve hladilnega sistema. Sprva se je začela kopičiti para, kasneje pa še vodik v zgornjih delih reaktorskega jedra, kar je povzročilo taljenje reaktorja. Raven sevanja se je tako povečala, da je bila zaznana tudi skozi debele stene reaktorja. Posledično je bilo najhujše uhajanje kontaminiranega hladila izven območja jedrske elektrarne (Lawscope, 1979). Za turiste, željne obiska krajev temačnega turizma, kraj ni prav dobro turistično urejen, zato tudi danes ni veliko videti. Turisti lahko svojo radovednost potešijo z bližnje ogledne ploščadi, kjer se nahaja spomenik, ki opozarja na pomen mesta.

Do sedaj edini uporabljeni jedrski bombi sta prizadeli japonsko mesti Hirošimo in Nagasaki. Mesti danes nista pomembni zgolj za Japonce, temveč je širše sprejeto dejstvo, da imata globalni pomen za celotno svetovno skupnost. Danes služita kot opomnik grozljivih sposobnosti tehnoloških dosežkov človeštva. Kljub povezavam z načeli miru in solidarnosti Hirošima in Nagasaki ostajata japonski mesti z zgodovino pred bombardiranjem. Ravno bombna napada pa sta ju uvrstila na turistični zemljevid sveta, saj danes privabljata turiste z vse Japonske in sveta. Kmalu po vojni se je zanimanje za obisk tako povečalo, da so se začeli pojavljati učbeniki, ki so turističnim delavcem opisovali, kam pospremiti goste in kaj jim predstaviti (Siegenthaler, 2002).

### **3.10 Turizem množičnih morilcev**

Veže se na obiske krajev, kjer so bili zagrešeni umori, ali obiske krajev, ki se povezujejo z delovanjem serijskega morilca ali morilke. Začenši na slovenskih tleh, na srečo bolj razvpitih serijskih morilcev nismo imeli. Najodmevnejši primer je bil primer Metoda Trobca, ki je



brutalno umoril pet žensk in jih kasneje zažgal. Sledil mu je primer Silva Pluta, obsojenega umora treh žensk in enega poskusa umora. Oba sta bila pravnomočno obsojena in oba sta v zaporu storila samomor (Stefančič, 2006). V Sloveniji se na primeru opisanih dogodkov ni razvila nobena vrsta kakršnegakoli turizma, dogodka sta bila izredno medijsko odmevna, to pa je tudi vse.

Za mnoge, še posebej živeče zunaj Londona, je mestna četrt Whitechapel območje, povezano z umori Jacka Razparača. V času umorov je turizem v okolici kraja zločina nenavadno porasel. Domačini so obiskovalcem zaračunavali dostop do krajev, kjer so bile umorjene njegove žrtve, tako da je policija morala hitro ukrepati in zatreti takšne poslovne poskuse. Čeprav so se misteriozni umori zgodili že pred več kot stoletjem, so turistični ogledi po poteh Jacka Razparača še vedno aktualni (Heidelberg, 2014). Morilec ni bil nikoli identificiran, zato je primer pustil veliko prostora za špekulacije in teorije zarote. Za današnjega turista na teh krajih ni več česa videti. Pot sama po sebi nima nikakršne avtentičnosti ali povezave z morilcem, zato morajo vodeni in vodnik zelo dobro uporabiti domišljijo, ki bi jih popeljala nazaj v čas umorov (Jack the Ripper tour, 2016).

Dogodki, ki ustvarjajo trg temačnega turizma, spreminjajo tudi namembnost stavb. V nekoč ogromni knjigarni, ki je bila po drugi svetovni vojni spremenjena v administrativno enoto Dallas, danes najdemo Sixth Floor Museum. Muzej obeležuje dogodke, ki so novembra 1963 pripeljali do atentata na 35. ameriškega predsednika Johna F. Kennedyja. Razširjena zbirka se dotakne njegovega življenja, čas predsedovanja, predsednikove zapuščine, predvsem pa njegove smrti. Muzej je lociran na mestu, kjer je Lee Harvey Oswald ustrelil Johna F. Kennedyja (Fagin, 2013). Omenjeni se je v Dallas odpravil na obisk strankarske narave. S tem je želel pomiriti notranje strankarske spore, ki so bili ključni za nastop na naslednjih volitvah. Obisk so v poznavalskih krogih smatrali za precej tvegan, saj v južni državi, ki je bila naklonjena konzervativcem, ni bilo veliko posluha za demokratičnega predsednika, naklonjenega zavzemanju za enakopravnost belcev in črncev (Kurtz, 2014). V muzejskem razstavnem prostoru se na zaslonih predvajajo zgodovinski filmi, visijo fotografije in artefakti, ki so dokumentirali dogodke pred in med atentatom, ter poročila vladnih preiskav, ki so sledile. Muzej hrani celo posnetek varnostne kamere, ki je na usodni dan posnela ostrostrelca, vendar ta ni dosegljiv obiskovalcem (The Sixth Floor Museum at Dealey Plaza, 2018).

Odmevne umore ne najdemo zgolj v političnih vodah, temveč tudi v pop kulturi. Danes alternativni ogled New Yorka ne mine brez obiska stavbe Dakota Building, kjer je z družino prebival legendarni vodja skupine The Beatles in pred katero ga je decembra ustrelil domnevni oboževalec Mark David Chapman (Richards & Dietrich, 2012).

### **3.11 Slumovski turizem**

Slumovski turizem je obisk revnih četrti. Slum je angleška beseda za naselje, v katerem živi revno prebivalstvo (Slum, 1998). Njihove slabe sanitarne razmere, pomanjkanje čiste pitne

vode in prenaseljenost so navadno v sklopu turističnih vodenj prezrte, zamenja pa jih ideja o iznajdljivosti, trdem delu in prizadevnosti. Takšna predstavitev slumov je tako uspešna, da obiskovalci večkrat spregledajo ali celo zanikajo očitno revščino, v nekaterih primerih pa so slumi celo romantizirani kot model zadovoljstva in dobrih medsosedskih odnosov. Slumovsko naselje Dharavi v Mumbaju prekriva območje, veliko 1,75 km<sup>2</sup>, njegova velikost pa je primerljiva z newyorškim Centralnim parkom. Slum je dom enemu milijonu prebivalcev, večina gospodinjstev šteje pet ljudi na površini 10 m<sup>2</sup>. Turistične agencije v Mumbaju so izkoristile temačno priložnost in v programe vključile vodene ogleda po slumih. Ustvarjena niša slumovskega turizma se je v Indiji začela leta 2006. Reality Tours je bilo prvo podjetje, ki je organiziralo komercialne vodene ogleda skozi slume. Danes je to tudi največja turistična agencija, ki skrbi za tovrstno predstavitev in beleži kar 15.000 turistov letno. Slumovski turizem se je v zadnjih letih močno povečal, za kar gre zahvala predvsem britanskemu filmu *Reveni milijonar* (ang. *Slumdog Millionaire*). Omenjena agencija je bila sprva dobrodelna organizacija, danes pa je nevladna organizacija, ki 80 % dobička vlaga v hrano, računalnike, knjige in jih podarja otrokom, živečim v slumih (Nisbett, 2017).

Turizmu slumov je blizu turizem revščine, kjer finančno privilegirani turisti obiskujejo osiromašene kraje s ciljem biti priča revščini in jo izkusiti iz prve roke. Veliko obiskovalcev pričakuje, da bo obisk deloval vzgojno-izobraževalno in pripomogel pri reduciranju revščine na obiskanih območjih (Outterson, Selinger & Whyte, 2011). Kljub finančnim pridobitvam, ki dosežejo nepriviligirana območja, Sellinger in Outterson (2010) opozarjata na etiko, ki bi morala biti izpostavljena tema, da bi lahko razumeli normativne dimenzije turizma revščine. Kljub temu da je takšna oblika turizma v porastu, se je treba zavedati, da vključuje eno izmed najbolj ranljivih populacij na svetu. Po njunem mnenju bi bilo smiselno določiti vzvode za regulacijo in upravljanje takšnih območij.

### **3.12 Turizem terorističnih prizorišč**

Fascinacija nad nasiljem, konflikti in katastrofo je eden glavnih motivov, ki vodijo obiskovalce na nekdanje prizorišče svetovnega trgovskega centra (WTC), kjer je danes spominsko obeležje Ground Zero. Množična obiskanost obeležja ilustrira diskurz voajerizma in avtentičnosti ter ocenjuje, kako želja po grozi moti in krepi naše prevladujoče interpretacije o globalni politiki. Ploščad, ki gleda na Ground Zero, je bila skonstruirana za tisoče ljudi, ki so pripotovali v New York kot odziv na šokantne medijske posnetke 11. septembra (Lisle, 2004). Ploščad je bila odprta za turistične obiske že štiri mesece po terorističnem napadu, izogniti pa se ji je uspelo tudi dolgotrajni birokraciji, ki jo po navadi terja tovrstna gradnja. Vse od odprtja dalje je ploščad beležila rekordne obiske, v prvih šestih mesecih delovanja pa je zabeležila več kot 3,5 milijona obiskov (Blair, 2002).

### **3.13 Paranormalni turizem**

Poseben segment temačnega turizma je paranormalni turizem, namenjen tistim turistom, ki obiskujejo kraje ali boljše rečeno objekte, ki naj bi bili zakleti in v katerih bi naj strašilo. Med obiskovalci le manjši delež v zakletost kraja zares verjamejo. Tisti, ki so prepričani v zakletost kraja, se o izvoru največkrat informirajo v mitih in legendah, katerih izvor je lahko star stoletja. Pri večini gre zgolj za poigravanje z mislijo, da so kraji najverjetneje vredni obiska, čeprav sami niso nagnjeni k vraževerju (Dorthe & Christensen, 2014).

Paranormalni turizem je pritegnil akademsko pozornost šele v nedavni preteklosti. Prva akademska raziskovanja so bila usmerjena predvsem na ameriški in britanski trg (Gentry, 2007). Večina je v analizah postavila temelje za raziskovanje vodenih ogledov duhov in paranormalnega. Duhovi so neločljivo povezani z dediščino, saj sta oba pojma osnova za razumevanje in pojasnjevanje preteklosti. Poznavanje zgodovine oz. preteklosti je ključnega pomena pri analiziranju paranormalnega turizma. Oblika komercialnega paranormalnega turizma se največkrat odvija kot vodeni ogled, kjer turisti in vodiči vendarle z distanco sprejemajo avtentičnost kraja. Realnost predstavljenega in zgodb je sekundarnega pomena (Hanks, 2016).

Nišni trg se je razvil ravno zaradi vrzeli med vznemirjenostjo nad mračnim in grozovitim, ki pa je podprt z zelo malo dokazov, vendar še vedno obstaja možnost, da se obiskovalci vsaj vprašajo o obstoju temačnih sil na krajih paranormalnega turizma. Literatura duhove raziskuje z antropološke perspektive z ugotovitvami, da so duhovi oblika spektakla, s katerimi je mogoče raziskovati in analizirati kulturni okvir danega časa (Lause, 2016, str. 157).

Televizijski šovi o lovu na duhove in razširjenosti zgodb o duhovih so navdahnili željo po edinstvenih izkušnjah. Industrija paranormalnega turizma se je intenzivnemu in aktivnemu navdušenju nad spektakularnim prilagajala celo do točke, ko so paranormalne stvari postajale blage in normalne. Zato se danes večina krajev raje kot s paranormalno tržno nišo predstavlja kot destinacija, ki ponuja vpogled v paranormalno. Ena izmed takšnih je tudi Škotska, ki je ustvarila povezavo med škotsko nacionalno identiteto in paranormalnim turizmom (Holzhauser, 2015).

### **3.14 Čarovniški turizem**

Čarovniški procesi so bili del maničnega iskanja na čaravnice, vključujoč paniko in masovno histerijo. Odvijali so se med letoma 1450 in 1750, proces pa je rezultiral v ogromnem številu sežigov domnevnih čaravnic (med 35.000 in 100.000) (Wolfe, 1997). Čaravnice so povezovali s slabimi letinami, spremenjenimi vremenskimi razmerami, hudičem in zlobnimi duhovi. V večini primerov so bile obtožene ženske, literatura omenja precej manj obtoženih moških. Prvi znani primer na slovenskem ozemlju je zabeležen leta 1427, vrhunec pa so procesi dosegli v 17. stoletju. Kot prvi so v Celju sodili Veroniki Deseniški, proces je vodil

krvni sodnik. Obsodba je izhajala iz domnevne krivde, možnosti obrambe pa obtožena oseba ni imela. Uporabljeni postopki v procesu so bili mučilne narave, zato so pogosto obtožene osebe krivdo raje priznale, kakor da bi bile mučene; priznanje je bilo kaznovano s sežigom na grmadi (Tratnik Volasko & Košir, 1995).

Mesto, ki je čarovniške procese kot del zgodovine mesta vključilo v turistično promocijo mesta, je Salem v Massachusettsu. V začetku 80. let je mesto obiskalo že 20.000 turistov, ob koncu desetletja pa že več kakor 200.000. Visok obisk gre pripisati vzponu popularnosti praznika noč čarovnic, ki se predvsem v anglo-saksonskem svetu praznuje 31. oktobra. Prvi čarovniški proces mesto beleži leta 1692. Po obolenju hčere in nečakinje takrat še vaškega duhovnika je lokalni zdravnik izrazil zaskrbljenost nad situacijo, bolezen črnih koz pa pripisal čarovnicam. Prva žrtev čarovniških procesov je bila zvezana in obešena junija 1692, mesec kasneje je sledilo še 18 procesov, katerih obtožene je doletela enaka usoda. V 20. stoletju so se trgovci malega mesta Salem odločili, da temačni del zgodovine vpeljejo v trgovsko ponudbo. Prodajni asortiment so sestavljale družabne igre o čarovnicah, jedilni pribor in celotna hišna znamka lokalne trgovine, ki se je imenovala Witch City. Mesto je izkoristilo fuzijo zgodovine in prevladujoče popularne kulture ter se odločilo iztržiti največ iz dane situacije. Popularnost se izraža v njihovem 40 strani dolgem festivalskem programu, hotelske rezervacije pa morajo biti opravljene vsaj eno leto vnaprej (D'Amario, 2009).

### **3.15 Medicinski morbidni turizem**

Razlikovati je treba med zdravniškim turizmom in medicinskim morbidnim turizmom. Prvi prvem potujejo ljudje v kraje izven svojih bivališč z namenom zdravljenja (Horowitz, Rosenweig & Jones, 2007), pri slednjem pa obiskujejo znamenitosti, ki predstavljajo nekonvencionalne postopke zdravljenja v preteklosti. Razstave tovrstnega turizma vključujejo razstavljene, v formaldehid potopljene odrezane glave, možgane, odtrgane ude, deformirane dojenčke, primerke trakuljastih parazitov in druge organe, ki bi večino ljudi spravili v nelagoden položaj ali bi se ob njih raje obrnili stran.

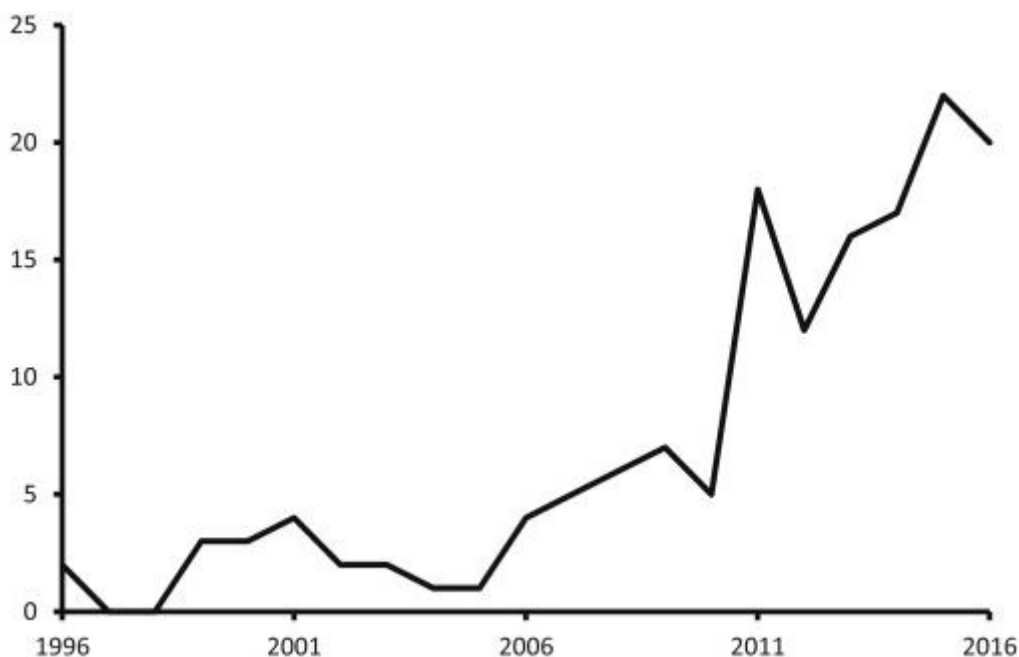
Razstava, ki osvaja Evropo in svet, se imenuje Bodies exhibition. V prvih 15. letih razstavljanja si jo je ogledalo 32 milijonov obiskovalcev (Papas, 2011). Namen razstave je izobraževanje obiskovalcev o človeškem telesu, kar vodi do večjega ozaveščanja o zdravju. Organe so darovali ljudje, ki so se predhodno vpisali v program donacij (Bodyworlds, 2018).

Še starejši primer je zgodovinsko-medicinski dunajski muzej Josephinum. Anatomskega modeliranja voska, ki se je v Italiji začelo že v 15. stoletju, zaton pa doživelo tri stoletja kasneje, je sledil prepoved. Po obisku Firenc je cesar Jožef II. kupil njihovo zbirko modelov iz voska za kirurško akademijo na Dunaju. Ekspoziti so sprva vključevali le kupljene firenške primerke, kmalu pa so dodali še svoje. Primerki so služili za izobraževanje tako kirurgov kot medicinskih sester. Danes je v muzeju razstavljenih 867 modelov, njihova obstojnost pa je dokaz vrhunske izdelave in odličnega znanja interne medicine (Lukić, Glunčić, Ivkić, Hubenstorf & Marušić, 2003).

## 4 MOTIVACIJSKI DEJAVNIKI TEMAČNEGA TURIZMA

Trend naraščanja zanimanja za temačni turizem se odraža v naraščajoči literaturi, kar lahko razberemo iz slike 2. Z večjim raziskovanjem tega fenomena se je pojavila tudi potreba po raziskovanju motivov. Ker raziskovanje temačnega turizma zajema tudi predstavitev povpraševanja in ponudbe, je treba opredeliti tiste dejavnike, ki usmerjajo izbiro destinacij temačnega turizma, zato je pomembno, da se jim nameni posebna pozornost.

*Slika 2: Zanimanje za temačni turizem se odraža tudi prek naraščajočega števila objavljenih del na omenjenem področju. Slika prikazuje dela, objavljena v angleškem jeziku med letoma 1996 in 2006, v revijah, ki vsebujejo znanstvene članke na temo turizma.*



*Vir: Duncan (2017).*

Pregled literature, ki razkriva številne motivacijske dejavnike, je dober začetek za razumevanje kreiranja ponudbe in povpraševanja v turističnem sektorju. Za namen magistrske naloge je ta pogled usmerjen predvsem na motivacijske dejavnike, ki služijo kot vodilo obiskovalcem temačnih destinacij. Motivacija igra ključno vlogo pri oblikovanju odločitev o potovanju, zato je vedenje potrošnikov oz. njihova motivacija ključni objekt preučevanja pri določanju turistične ponudbe in povpraševanja.

Kot najosnovnejša velja »push-pull« teorija (Dann 1994, str. 27), ki opisuje dejavnike, na katerih temelji turistično povpraševanje. Model opisuje, kako lahko zunanje sile vplivajo na vsakodnevno življenje in s tem olajšajo posameznikovo odločitev o preživljanju prostega časa. Odločitve so pogosto povezane s potrebami in željami obiskovalca, temeljijo pa na potrebi po počitku, pobegu ali pustolovščinah.

Nasprotno so »pull« dejavniki povezani z značilnostmi destinacije, npr. plaže, kopališča, vremenske spremenljivke in ponudba hotelov. Spodbujevalni dejavniki igrajo ključno vlogo pri olajšanju potovalnega procesa. Čeprav se obe komponenti pogostokrat obravnavata kakor samostojni enoti, ki neodvisno delujeta ena od druge, so številni akademiki mnenja, da to ne drži vedno. Crompton (1979) ugotavlja da »push« dejavniki lahko razložijo tiste faktorje, ki primarno spodbudijo željo po potovanju, »pull« faktorji pa nato oblikujejo to željo. Prepoznal je devet dejavnikov, ki vplivajo na izbiro destinacije. Tabela 2 prikazuje, kako jih lahko razvrstimo v dve skupini: družbeno-psihološke in alternativno-kulturološke motive. V prvo skupino sodi sedem motivov, v slednjo pa dva.

*Tabela 2: Cromptonov prikaz dejavnikov, ki vplivajo na izbiro destinacije*

<b>Družbeno-psihološki motivi</b>	<b>Alternativni kulturološki motivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pobeg iz vsakdanjega okolja,</li> <li>– raziskovanje,</li> <li>– retrospektiva,</li> <li>– sprostitev,</li> <li>– prestiž,</li> <li>– krepitev odnosov z bližnjimi,</li> <li>– socialna interakcija.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Želja po spoznavanju novega,</li> <li>– izobraževanje.</li> </ul>

*Vir: Povzeto po Crompton (1979).*

Ljudje iz različnih demografskih okolij lahko imajo različne »push-pull« motivacijske faktorje. Razlikujejo se lahko glede na higienske standarde, omejitve razpoložljivega proračuna ali potrebo po varnosti na sami destinaciji (Carr, 2001). Na podlagi empiričnih študij Hobson in Josiam (1993) ugotavljata, da imajo največji vpliv prijatelji, znanci in družina, takoj za njimi pa so dejavniki, kot so vreme, infrastruktura in cene. Obrador (2012) se strinja, da nikakor ne gre podcenjevati vloge družine, ki igra ključno vlogo pri izbiri destinacije, omenjena je tudi v številnih študijah, povezanih z odločitvami o potovanju.

Motivacijski dejavniki temačnega turizma se precej razlikujejo od običajnih motivacijskih dejavnikov, saj vreme, hoteli in plaže ne igrajo tako bistvene vloge kakor pri izbiri ostalih krajev počitnikovanja (Robb, 2009). V primeru temačnega turizma so motivacijski dejavniki bolj nejasni, zato jih ni mogoče preučevati v grobem. Empirične raziskave kažejo, da so lahko zelo kompleksni in raznoliki, žal pa je to še vedno precej slabo raziskano področje v primerjavi z množičnim turizmom (Stone & Sharpley, 2008).

Seaton in Lennon (2004) sta identificirala dva glavna motiva, povezana s temačnim turizmom:

- »schadenfreude«: užitek videti druge trpeti.
- »tanatopija«: razmišljanje o smrti.

Motivacijske dejavnike bi bilo mogoče razvrstiti v vrsto kategorij, vendar tudi v tematičnem turizmu akademiki najbolj raziskujejo »push&pull« dejavnike (Todd, 1999). Povezati jih je mogoče s fascinacijo nad opazovanjem nesreče drugih (v literaturi se uporablja Seatonov in Lennonov (2004) izraz *Shadenfreude*) in doživljanjem smrti ob obisku takšnih krajev. Tematični turizem je le redko glavni motiv za potovanje, saj je skoraj vedno del večjega potovanja. Primarno ga ne moremo povezati s potrošnjo tematičnega turizma in kot del takšnega potovanja predstavlja le njegov sestavni del, kar je zadovoljitev človeške radovednosti. Sama radovednost je ključni del motivacije pri potovanju (Seaton & Lennon, 2004).

Crompton (1979) je radovednost opredelil kot iskanje edinstvenega doživetja, ki povečuje privlačnost destinacije. Radovednost je povezana tudi s številnimi skritimi aspekti, povezanimi s smrtjo in uničenjem, ki posameznike privabijo na takšne kraje in to včasih celo s celega sveta. Seaton in Lennon (2004) kot ključni motivacijski dejavnik izpostavljata medije, ki se jih ne sme zanemariti. Dostopnost medijev, predvsem interneta, je delovala kot močan potisni dejavnik za tista mesta, ki se obravnavajo kot nenavadno grozljiva. To so predvsem kraji naravnih nesreč (poplav, tornadov, cunamijev ...), v katerih lahko zaznamo uničujoče elemente narave.

Po številnih motivih, ki jih predlagata Dunkley in Morgan (2011), je ugotovljeno, da so turistične izkušnje precej subjektivne in se razlikujejo od posameznika do posameznika:

- obisk pokopališč in grobišč kot prilika za razmislek o morebitnih duhovnih namenih;
- ocenitev dogodkov, ki se lahko pripetijo vsakemu (umori ali nesreče);
- ocenitev verodostojnosti kraja;
- notranja želja po učenju in izobraževanju;
- obisk poznanih mest, ki so zaznamovala zgodovino;
- obisk, ko se znamenitost tematičnega turizma že nahaja v katerem izmed dobro poznanih mest, ki nudi tudi drugačne oblike turizma;
- morbidna radovednost;
- romanje, verski nameni;
- občutki empatije ob obisku.

Nadalje je Stone (2012) mnenja, da je tematični turizem lahko priložnost za meditacijo ali zgolj izkušnja, s katero turisti lažje razumejo konstrukt prepričanja o življenju po smrti. Izpostavlja, da je to, kar ždi v samem jedru motivacijskih faktorjev tematičnega turizma, smrtnost človeka.

Sharpley (2009) je poskušal podati celostni pogled na ponudbo in povpraševanje po tematičnem turizmu. Pri svojem delu je specifično vzpostavil povezavo med lastnostmi znamenitosti in izkušnjami (tabela 3), ki jih turisti iščejo na krajih tematičnega turizma.

*Tabela 3: Povezava med znamenitostmi in izkušnjami, ki jih turisti iščejo na krajih temočnega turizma*

Črni turizem	Iskalci pristnih temočnih izkušenj
Bledi turizem	Se nanaša na minimalno stopnjo zanimanja o smrti.
Povpraševanje po sivem turizmu	Motiv obiska temočnih znamenitosti je fascinacija.
Ponudba sivega turizma	Upravljalci temočnih znamenitosti izkoriščajo smrt kot osrednji dejavnik izkustvenega doživetja.

*Vir: Sharpley (2009).*

Preučevanje ponudbe in povpraševanja osvetli dejstvo, da obiskovalci znamenitosti in krajev temočnega turizma vendarle niso zainteresirani za izkušnjo temočnosti, prav tako niso vsi obiskovalci tanaturisti (Stone & Sharpley, 2008). Turisti lahko popolnoma implicitno odvzamejo motiv in pomen smrti iz razloga njihovega obiska, tako da se njihovi primarni motivi nahajajo drugje. Seatonova razlaga takšnega pojava je pojasnjena z razvojem motivov in samega temočnega turizma. Tako naj bi bila pobuda po povpraševanju po temočnem turizmu, ki je prihajala iz krogov krščanstva v 14. in 16. stoletju, nadomeščena s sakralno in sekularno ideologijo o nacionalni dediščini. Zaključni s tezo, da sta kasneje literatura in umetnost minljivosti kanili pridih romantičnosti, ki je spremenila simbolično percepcijo smrti (Fermaki, 2013).

Kužnikova (2015) je mnenja, da je temočni turizem posebna vrsta turizma, zato obstaja vrsta dejavnikov, ki jih kategorizira kot radovednost, izobraževanje, slabo vest preživelih, spominjanje, nostalgijo, empatijo in grozo, podrobneje pa jih prikazuje tabela 4.

*Tabela 4: Razlogi za obisk krajev temočnega turizma*

Radovednost	Privlačnost nenavadnih in unikatnih krajev. Razlogi za obisk temočnih krajev izvirajo iz enake želje kakor razlogi za obisk zanimivih naravnih ali kulturnih znamenitosti. To jih razlikuje od obiska ostalih znamenitosti, kjer bi lahko kot glavni razlog obiska prevladovala zabava, razvedritev ali uživanje.
Empatija	Izražanje fascinacije nad grozo in grozodejstvi. Stopnja empatije obiskovalcev je odvisna od njihove sposobnosti le-te. V veliki meri je odvisna tudi od kraja oz. na kakšen način so vsebine podane. Slednje je odvisno od kuratorja in oblikovanja turističnega produkta.
Groza	Eden izmed ključnih razlogov za obisk krajev temočnega turizma, še posebej na krajih grozodejstev. Vlogo nekdanjih ljudskih pripovedk in legend so prevzeli sodobni mediji, internet, film in televizija kot glavni komunikacijski kanal pri portretiranju grozljivosti. Povezovanje grozot z zgodovinsko dediščino služi razvedrilu ravno tako kakor druge oblike pripovedovanja zgodb.

se nadaljuje



Tabela 4: Razlogi za obisk krajev temačnega turizma (nad.)

Izobraževanje	Želja po avtentičnih izkušnjah, vloga temačnega turizma pa je ravno nudenje priložnosti izobraževanja obiskovalcem skozi interpretacijo in vodene ogled. Posamezniki želijo razširiti znanje, razumevanje in izkoristiti priložnost po izobraževanju.
Nostalgija	Hrepenenje po preteklosti ali želeno razpoložensko stanje, ki ga zbudi določen objekt, situacija, vonj ali glasba. Pojem sicer ostaja med najpomembnejšimi razlogi za obisk krajev temačnega turizma, vendar ne tako ključnega pomena kakor ostali opisani razlogi.
Spominjanje	Vitalna človeška aktivnost, ki nas povezuje s preteklostjo, hkrati pa ima pomembno vlogo pri oblikovanju prihodnosti, identitete, jasne vizije prihodnosti in omogoča učenje iz preteklih napak. V kontekstu temačnega turizma je spominjanje ključna in element, saj sta danes ravno spominjanje in komemoracija ključni element obstoja nekaterih evropskih mest, povezanih s holokavstom ali drugo svetovno vojno.
Vest preživelih	Karakteristika, ki se še najbolj razlikuje od ostalih, in tip turistov, ki jih takšni kraji privabijo, vključujejo preživele in njihove družine, ki se vračajo na kraje tragičnih dogodkov. Takšen tip obiskovalcev je še posebej prevladujoč v turističnih krajih, povezanih z drugo svetovno vojno in holokavstom. Obisk kraja grozot lahko ima v njihovem primeru celo terapevtski učinek, saj ponuja pristno obliko žalovanja (Lee, 2006).

Vir: Kužnik (2015).

## 5 VPLIVI TURIZMA

Turizem zavzema mesto v okolju, ki ga sestavljata narava in človek, katerega okolje sestavljajo ekonomsko, družbeno in kulturno okolje. Turizem ima kot izredno pomembna človekova dejavnost močan vpliv in posledice na različna okolja. Ti vplivi so vidni predvsem na destinaciji, kjer prihaja do interakcije med turisti in lokalnim okoljem, ekonomijo, kulturo in družbo. Ni nujno, da se vplivi izkazujejo samo na enem področju, saj zaradi obsega turističnega sektorja na svetovni in tudi regionalni ravni prihaja do prepleta vseh treh okolij (Mason, 2003).

Vplivi turizma so lahko pozitivni oz. koristni, lahko pa so tudi negativni oz. škodljivi. Ali so vplivi zaznani kot pozitivni ali negativni, je odvisno od presoje in vloge opazovalca teh vplivov. Za raziskovalce in soustvarjalce politik je lahko konvencionalno, da poznajo oboje, saj pozitivni koristijo lokalni ekonomiji in ustvarjanju novih delovnih mest, družbeni spodbujanju kreativnosti in lokalne obrti, okoljski pa konzervaciji narave (Page, 2003).

Raziskovanje turističnih vplivov sega v pozna 70. leta, ko se je razvilo spoznanje, da turizem ne prinaša zgolj pozitivnih vplivov, temveč lahko negativni celo pretehtajo pozitivne in je

skupni vpliv neželen rezultat za izbrano regijo (Jafari, 1990). Vplive je enostavno videti v enodimenzionalni perspektivi, bolj kompleksno je zajeti širši kontekst, ki ne meri samo ekonomskih, temveč tudi širše družbene in okoljske razmere (Mason, 2003). McKercher (1993) trdi, da so vplivi turizma dobro dokumentirani, njihov izvor pa veliko slabše.

## **5.1 Ekonomski vplivi**

Turizem ima ogromne ekonomske vplive na gospodarstvo, v katerem se nahaja. Ekonomski vplivi so eden izmed bolj raziskanih področij turizma, posledično prednjačijo tudi na področju raziskav turističnih vplivov. Države pogostokrat zaznavajo pozitivne gospodarske koristi kot glavne vplive turizma. Številne države v razvoju usmerjajo prioritete ravno v razvoj turizma kot glavno strategijo razvoja (Meng & Siriwardana, 2017). Še posebej države v razvoju si želijo pozitivne gospodarske koristi, vendar se manj zavedajo, da lahko turizem vpliva na gospodarstvo tudi negativno. Turizem je žal ena izmed redkih razvojnih možnosti za države v razvoju, smatra pa se, da je turizem še vedno najboljša smer razvoja v primerjavi z drugimi panogami. Stare industrije propadajo, lokalna skupnost in njeno širše območje pa že čuti potrebo po revitalizaciji in razvoju – ravno tukaj lahko prinese turizem znatne ekonomske koristi. Da pa lahko gospodarstvo maksimalno izkoristi pozitivne ekonomske vplive in minimalizira stroške, je potrebno skrbno načrtovanje in upravljanje (Sandler & Archer, 1975).

V primerjavi z družbenimi in okoljskimi vplivi jih je lažje meriti, saj jim je mogoče določiti številsko vrednost, zato jih je kasneje lažje primerjati med sabo (Wall & Mathieson, 2006). Zelo podrobno merljiv ekonomski vpliv turizma na okolje je stopnja brezposelnosti. Čeprav se večina študij pri merjenju ekonomskih vplivov usmeri na specifično destinacijo, sta Wall in Mathieson (2006) povzela, da se zaposlenost preučuje na makro in manj na mikro ravni ali celo na ravni enote. Zaradi ekonomskih vplivov turizma se ustvarja posredna in neposredna zaposlenost.

Na intenzivnost ekonomskih vplivov lahko vpliva privlačnost znamenitosti za turiste, obseg turističnih izdatkov in predvsem že obstoječa raven gospodarskega razvoja. Vplivi se lahko od znamenitosti do znamenitosti razlikujejo, odvisno tudi od stopnje medsebojne povezanosti med gospodarskimi sektorji. Vse od naštetega lahko določi, ali bo gospodarski vpliv pretežno pozitiven ali negativen (Mason, 2003). Zelo redko se zgodi, da bi bil na eni destinaciji prisoten le en tip ekonomskih vplivov. Mason (prav tam) in Page (2003) sta jih prepoznala več, prikazani pa so v tabeli 5.

Tabela 5: Pozitivni in negativni ekonomski vplivi turizma

Pozitivni ekonomski vplivi	Negativni ekonomski vplivi
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zaslužek z naslova deviznih menjav,</li> <li>– ustvarjanje dohodka,</li> <li>– rast vladnih prihodkov,</li> <li>– ustvarjanje delovnih mest,</li> <li>– izboljšanje gospodarskih struktur,</li> <li>– spodbujanje podjetniške dejavnosti,</li> <li>– spodbujanje regionalnih gospodarstev in blažitev regionalnih razlik v gospodarstvu,</li> <li>– prispevek k razvoju lokalne skupnosti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nevarnost prevelike odvisnosti od turizma,</li> <li>– povečana inflacija in višje vrednosti zemljišč,</li> <li>– povečana nagnjenost k uvozu,</li> <li>– sezonska odvisnost proizvodnje in nizka donosnost naložb,</li> <li>– ustvarjanje drugih zunanjih stroškov.</li> </ul>

Vir: Prirejeno po Page (2003) & Mason (2003).

## 5.2 Družbeni vplivi

Družbeni vplivi se ukvarjajo z raziskavo vplivov na ljudi v skupinah, kar pa vključuje tudi prebivalce turističnih območij, imenovane gostitelji, in turiste. Medsebojna vpletenost obeh skupin je glavno vprašanje turističnega vpliva na družbo. Kot sta zapisala Burns in Holden (1995), večji kot je kontrast med kulturo družbe gostiteljice in kulture obiskovalcev, večji je vpliv turizma na družbo. Družbeni vplivi se povezujejo s kulturo gostiteljske populacije in vplivi na kulturo obiskovalcev.

Slika 3: Kulturne turistične znamenitosti, ki se lahko uporabljajo kot turistični produkti



Vir: Prirejeno po Ritchie & Zins (1978).

Vplivi na kulturo niso zanemarljivi, saj se ravno kultura lahko uporablja kot turistični produkt. Iz slike 3 je razvidno, katere izmed njih sta prepoznala Ritchie in Zins (1978) kot potencialne turistične produkte.

Mason (2003) ugotavlja, da je največji izziv pri spopadanju z družbenimi vplivi ta, da jih je težko razlikovati med sabo, še težje jih je meriti. To delno pojasni, zakaj je bilo preučevanje družbenih vplivov v primerjavi z ekonomskimi v preteklosti zapostavljeno z akademskega vidika. Gre predvsem za kvalitativna merjenja, katerih podatki so po mnenju Triba (2000) podrobnejši in prožnejši.

Mathieson (1982) prepoznava obe vrsti vplivov, tako pozitivne kot negativne. Opisani so v tabeli 6, kjer so negativni vplivi celo intenzivnejši kakor pozitivni.

*Tabela 6: Pozitivni in negativni družbeni vplivi turizma*

<p><b>Pozitivni vplivi</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ustvarjanje delovnih mest;</li> <li>– revitalizacija revnih ali neindustrijskih delov regije;</li> <li>– ponovno rojstvo lokalnih umetnosti, obrti in tradicionalne kulturne dejavnosti;</li> <li>– oživitve družbenega in kulturnega življenja lokalnega prebivalstva,</li> <li>– prenova lokalnih arhitekturnih tradicij;</li> <li>– promocija potrebe po ohranjanju območij izjemne lepote, ki nosijo estetsko in kulturno vrednost;</li> <li>– še posebej v državah v razvoju lahko turizem spodbudi večjo družbeno mobilnost s spremembami v gospodarstvu, posledično pa zaposlovanje z višjimi plačami in boljšimi možnostmi za zaposlitev.</li> </ul>
<p><b>Negativni vplivi</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Turizem lahko povzroči natrpanost v turističnih naseljih, kar lahko deluje stresno tako na turiste kot tudi lokalno prebivalstvo;</li> <li>– kjer turizem nastopa kot glavni delodajalec, lahko tradicionalne dejavnosti, kot je kmetijstvo, upadejo;</li> <li>– v skrajnih primerih regije postanejo preveč odvisne od turizma,</li> <li>– prebivalci težko sobivajo s turisti, ki imajo drugačne vrednote, primarni cilj pa jim je brezskrbno preživljanje prostega časa, medtem ko je lokalno prebivalstvo v turizem vpeto prek dela in zagotavljanja ustreznih podpornih dejavnosti;</li> <li>– v primeru, da je turizem sezonska dejavnost, morajo prebivalci turistične destinacije spremeniti način življenja v času visoke sezone;</li> <li>– v regijah in državah z močnim verskim prepričanjem so spremenjene družbene vrednote, ki jih povzroči turistična invazija, gledane kot nezaželene na nacionalni ravni;</li> <li>– lahko pride do »demonstracijskega« učinka, odvisen pa je od vidnih razlik med turisti in gostitelji. Takšna razlika se pojavlja v mnogih državah v razvoju. Učinek teoretizira, da bo preprosto opazovanje turistov vodilo k vedenjskim spremembam lokalnega prebivalstva (Williams, 1998).</li> </ul>

se nadaljuje

Tabela 6: Pozitivni in negativni družbeni vplivi turizma (nad.)

<b>Negativni vplivi</b>	To ustvari pogoje, pod katerimi lokalno prebivalstvo opozori na večvredne materialne dobrine obiskovalcev in si hkrati tudi začne prizadevati zanje, kar jih lahko spodbudi k produktivnejšim vzorcem vedenja. Pogostokrat pa je učinek tudi nasproten, saj lokalno prebivalstvo doživlja frustracije zaradi nedosegljivosti materialnih dobrin in življenjskega sloga obiskovalcev (Burns & Holden, 1995).
-------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*Povzeto po Mathieson (1982).*

Akulturacija je postala pomemben proces, motivacija mnogih turistov pa še vedno ostaja spoznanje z različno kulturo, še posebej v obliki umetnosti, glasbe, plesa in obrti (Ryan, 1997). Ta želja je prispevala k oživitvi tradicionalnih obrti in razvoju novih dejavnosti. Mason (1995) kot negativno stran oživitve izpostavi željo obiskovalcev, da doživijo resnično kulturo, kar postavlja pod vprašaj verodostojnost turističnih izkušenj, saj so izdelki namenjeni potrošnji, prilagojeni željam in pričakovanjem turistov.

### 5.3 Okoljski vplivi

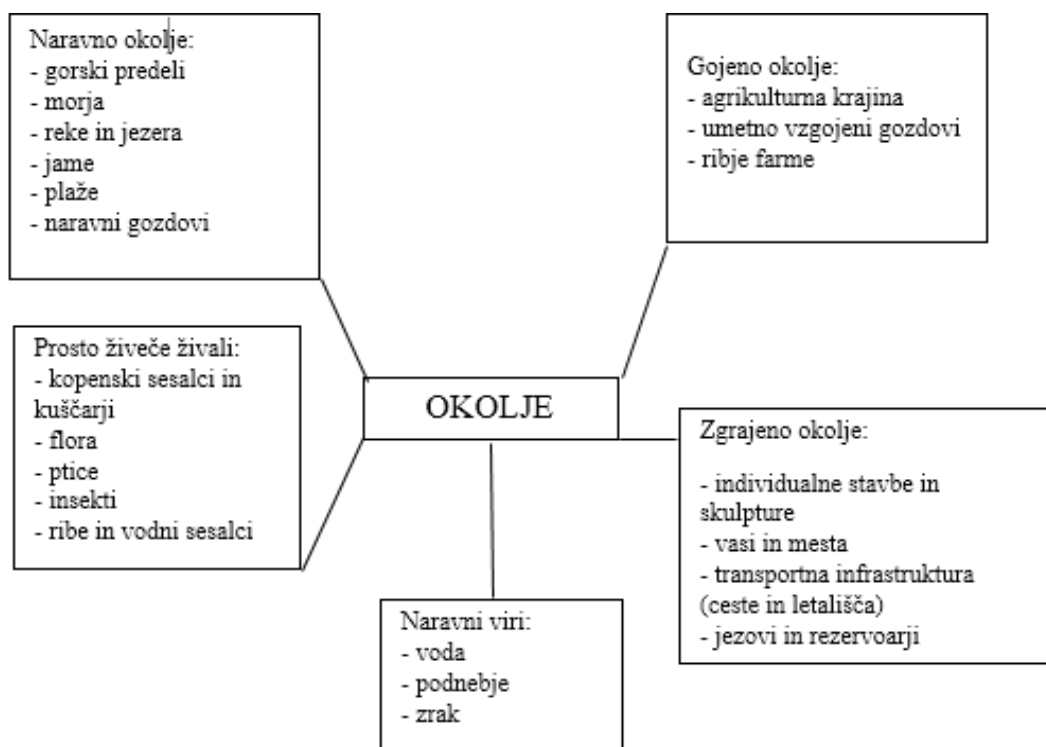
Povezava med turizmom in okoljem je poudarjena z vidika trajnostne razprave. Page (2003, str. 402) je mnenja, da je za spodbujanje dobrih odnosov med turizmom in okoljem treba ugoditi zahtevi, ki priporoča, da javni sektor poskrbi za načrtovanje in upravljanje podpornih okoljskih elementov, hkrati pa izkoristi prednosti turistične industrije. Mathieson in Wall (1982) trdita, da lahko pozitivni vplivi v urbanem okolju delujejo negativno, če jih projiciramo v ruralno okolje. V kolikor ni zagotovljenega pogoja o privlačnem okolju, je tudi turizma bolj malo, zato okolje izpostavljata kot temelj turizma (Mathieson, 1982, str. 97).

Pretežno naravno okolje, ki ga je delno ustvaril človek, je zatorej eden izmed najosnovnejših virov turizma, jedro turističnih proizvodov in osrednji del večine turističnih trženjskih pristopov. Rast turizma sodi neizogibno v spremembe okolja (Wall & Mathieson, 2006). Prinesla je potrebo po ohranjanju in skrbi za okolje, dodatno je rast doprinesla še k širši paleti raziskav o vplivih turizma na okolje ter pripomogla k iniciativi za seznanjanje javnosti z rezultati (Ewen & Holden, 2002).

Odnosi med turizmom in okoljem ostajajo kompleksni, saj med njima obstaja medsebojna odvisnost, ki jo Williams (1998) opisuje kot simbiozo: »Simbiotični odnos med turizmom in okoljem je tak, da turizem teži h kakovostnemu okolju, to isto okolje pa bi moralo imeti koristi od ukrepov za zaščito in ohranjanje njene vrednosti kot turističnega vira« (Williams, 1998, str. 100). V obdobju po drugi svetovni vojni in od začetka masovnega turizma v 60. letih je postalo jasno, da odnos med turizmom in okoljem postaja neuravnotežen, saj je turizem postajal glavni povzročitelj okoljske škode (Mason, 2003).

Po Swarbrooku (1999) obstaja pet vidikov okolja: naravno okolje, prosto živeče živali, gojeno okolje, zgrajeno okolje in naravni viri. Njihovo povezanost prikazuje slika 4. Ker so tako soodvisni, že najmanjši poseg v enega izmed njih povzroči posledice ostalim. Te v večini primerov niso vidne v kratkem časovnem obdobju, temveč je njihov vpliv dolgoročen.

Slika 4: Povezanost naravnih okolij po Swarbrooku



Vir: Swarbrooke (1999).

Okolje ima dolgoletni sloves privlačnosti za obiskovalce, a ravno nasprotujoči si interesi se odražajo v konfliktu med turistično dejavnostjo in željo po ohranjanju krajine in naravnih habitatov (Mason, 2003). Kakor družbene in ekonomske je tudi okoljske vplive mogoče razdeliti na pozitivne in negativne (tabela 8).

Tabela 7: Pozitivni in negativni vplivi turizma na okolje

<b>Pozitivni vplivi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Spodbuja ukrepe za zaščito okolja, krajine in prosto živečih živali,</li> <li>– spodbuja ustanavljanje nacionalnih parkov ali rezervatov za divje živali,</li> <li>– spodbuja ohranjanje stavb in spomenikov,</li> <li>– lahko zagotovi denar preko vstopnine za ohranjanje zgodovinskih stavb, kulturne dediščine in habitatov za prosto živeče živali.</li> </ul>
<b>Negativni vplivi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Turisti za sabo puščajo odpadke,</li> <li>– prispeva k prometnim zastojem in preveliki zgostitvi ljudi na enem mestu,</li> <li>– prispeva k onesnaženju vodotokov in plaž.</li> </ul>

se nadaljuje

Tabela 7: Pozitivni in negativni vplivi turizma na okolje (nad.)

<b>Negativni vplivi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– lahko povzroči erozijo pešpoti,</li><li>– lahko pripelje do ustvarjanja nepovezane arhitekture, kot npr. hoteli, ki se ne ujemajo s tradicionalno arhitekturo,</li><li>– lahko povzroči škodo in motnje v habitatih prostoživečih živali.</li></ul>
-------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*Vir: Mason (2003).*

## **6 EMPIRIČNA RAZISKAVA MED PONUDNIKI**

### **6.1 Osrednji namen, cilji in metodologija empirične raziskave**

Zaradi obstoja vrzeli med razpoložljivimi raziskavami o vplivih turizma na okolje in vplivih temačnega turizma je osrednji namen naloge zapolniti to vrzel. Vplivi turizma na okolje so akademsko podrobno obdelana tema, medtem ko je vpliv temačnega turizma precej manj raziskan. Zmanjšanje vrzeli imam namen zapolniti z osredotočenjem na ekonomske, družbene in okoljske vplive, ki jih ima temačni turizem v alpski regiji.

Na podlagi teorije so bile izbrane in opisane ustrezne slovenske destinacije, katerim lahko pripišemo lastnosti temačnega turizma. Pomemben del je kategorizacija preučevanih turističnih atrakcij, ki se jim je določilo mesto na spektru temačnega turizma. Po Stonovi (2006) tipologiji se je odtenek določil na podlagi naslednjih kriterijev:

- vpliv politike in ideologije,
- oddaljenost od dejanskega kraja smrti in trpljenja,
- usmerjenost k izobraževanju,
- vloga dediščine,
- avtentičnost produkta,
- časovna oddaljenost dejanskega dogodka,
- namembnost,
- razpon turistične infrastrukture.

Za potrebe dispozicije magistrske naloge je bil izdelan seznam vseh potencialnih znamenitosti v izbrani regiji, izbor pa je temeljil na predpostavki, da mora izbrana enota preučevanja za lažjo ocenitev kasnejših ekonomskih vplivov voditi evidenco gostov in zaračunavati prispevke ob prodaji vstopnic.

Slovenski muzeji so opredeljeni kot javni zavodi, kar pomeni, da njihove zaposlene in projekte, ki se izvajajo v muzejih, financira država. Sredstva, ki jih pridobivajo s prodanimi vstopnicami, lahko namenijo za programe, razstave ali vzdrževalna dela po lastni presoji, ne da bi jih moralo odobriti ministrstvo za kulturo. Zaposleni, ki najbolj vedo, za kakšne projekte zmanjka denarja, so zato neodvisni pri pripravi razstav, ki se financirajo iz lastnih

sredstev, torej prodanih vstopnic. Dodatni projekti so dober pokazatelj samoiniciativnosti zaposlenih in pokazatelj, česa primanjkuje v ponudbi javnih zavodov. Z upravitelji ali predstavniki so bili opravljeni kvalitativni intervjuji, iz katerih so bili izluščeni ekonomski, družbeni in okoljski vplivi. Intervjuji so potekali po naslednjih enotah:

- Gestapovski zapori Dravograd, Koroški pokrajinski muzej, enota Bukovje;
- Hiša Tomaža Godca v Bohinjski Bistrici, Muzej 1. in 2. svetovne vojne, Gorenjski muzej;
- Kobariški muzej 1. svetovne vojne;
- Kosova graščina, Muzej 1. in 2. svetovne vojne, Gornjesavski muzej Jesenice;
- Obeležje in spominska soba koncentracijskega taborišča Ljubelj jug, Tržiški muzej.

Za potrebe magistrske naloge sem si zastavila cilj, da na podlagi del Walla (2006), Forsytha & Dwyera (2010), Masona (2003), Paga (2003) ter Planine in Miheliča (2002) izdelam metodološki okvir, s katerim sem izbranim znamenitostim določila ekonomske, družbene in okoljske vplive. Zbiranje podatkov je potekalo na podlagi intervjujev z upravitelji znamenitosti, prek katerih sem zbrala kvalitativne podatke o vseh treh okoljih, nato pa jih uvrstila v model.

## **6.2 Geografska opredelitev območja raziskave**

V analizo je bila izbrana geografsko zaokrožena enota Alpska Slovenija (alpska regija), ki jo je kot makro destinacijo definirala Slovenska turistična organizacija, predstavlja pa osnovo za krepitev destinacijske identitete in doseganje sinergij na področju razvoja produktov in promocije (Slovenska turistična agencija, 2016). Za zagotovitev podpore smernicam so bili razvite tržno logične turistične izkustveno-produktne makro destinacije, ki morajo biti geografsko zaokrožene enote, prepoznavne na globalni ravni, deliti pa si morajo enako ali podobno turistično ponudbo oz. turistične produkte (MGRT, 2017).

Strategija opredeljuje, da se Slovenija deli na štiri makro regije, njihovo prostorsko porazdelitev pa prikazuje slika 5.



*Slika 5: Razdelitev Slovenije po makro regijah, kakor jo predvideva Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021*

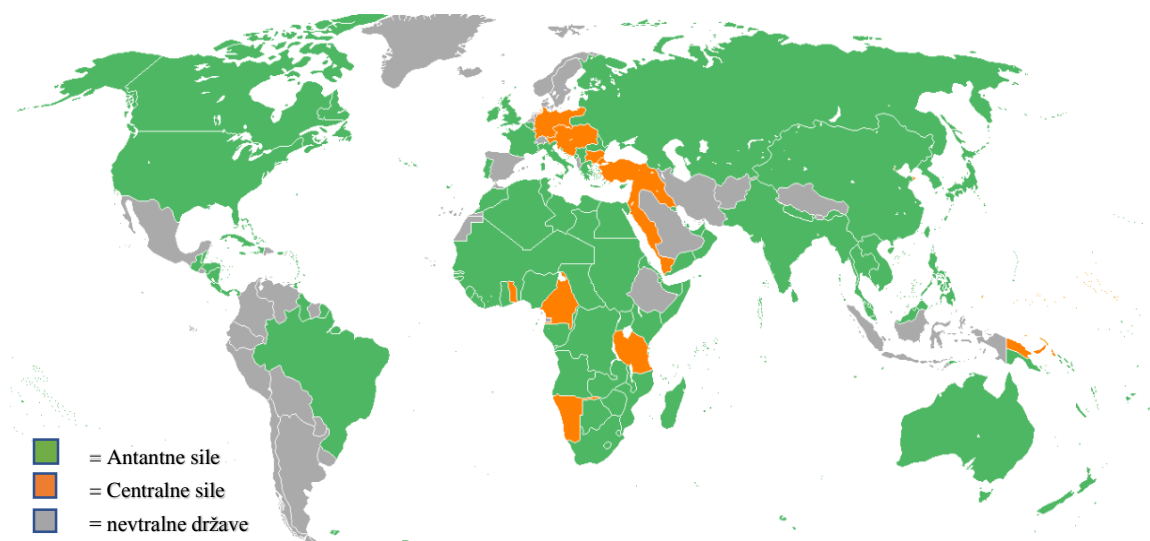


*Vir: MGRT (2017, str. 38).*

### 6.3 Časovna opredelitev območja raziskave

Časovno se raziskovalni del omeji na obdobje med obema vojnama (1914–1918 in 1941–1945), saj je v tem obdobju zabeleženo ogromno število dogodkov, ki se jih spominjamo še danes, nekateri pa so posledično postali še množično obiskani kraji, in to ravno zaradi dogodkov iz časa, katerega ponudbo danes uvrščamo k temačnemu turizmu.

*Slika 6: Zemljevid držav, ki so sodelovale v prvi svetovni vojni*



*Vir: Atlas of World War I (2018).*

Prva svetovna vojna, poznana tudi kot vojna, ki naj bi končala vse ostale vojne, je imela svoj izvor na območju Evrope. Trajala je od 28. julija 1914 do 11. novembra 1918 (Simkins, Jukes, Hickey & Strachan, 2003). Začelo se je z napovedjo vojne Srbiji s strani Avstro-Ogrske, konflikt pa se je kmalu razširil še izven meja (Hochschild, 2011). Takšne razsežnosti vpletenih držav so posledica pogodb, ki so jih zavezovale braniti ogrožene države v primeru vojne. Kot je razvidno iz slike 6, ki prikazuje zemljevid držav, sodelujočih v prvi svetovni vojni, so se le-te razdelile med centralne in antantne osi, nekatere pa so ostale nevtralne in se v vojno niso vpletale.

Glavne predstavnice antantnih sil so bile Francija, Rusija, Velika Britanija in kasneje še ZDA, centralnih pa Nemčija, Avstro-Ogrska, Bolgarija in Otomansko cesarstvo. Bojevanje je bilo omejeno vzdolž front, s streljanjem iz jarkov, za katero se je uveljavil termin takšnega bojevanja – pozicijska vojna, kjer vojske komajda predstavljajo svoje pozicije. Tudi čez del slovenskega ozemlja je potekala fronta, v kateri so se Slovenci bojevali na avstro-ogrski strani proti Italiji (Repe, 2005).

*Slika 7: Državne meje v času 1. svetovne vojne*



Vir: Gabrič & Režek (2011).

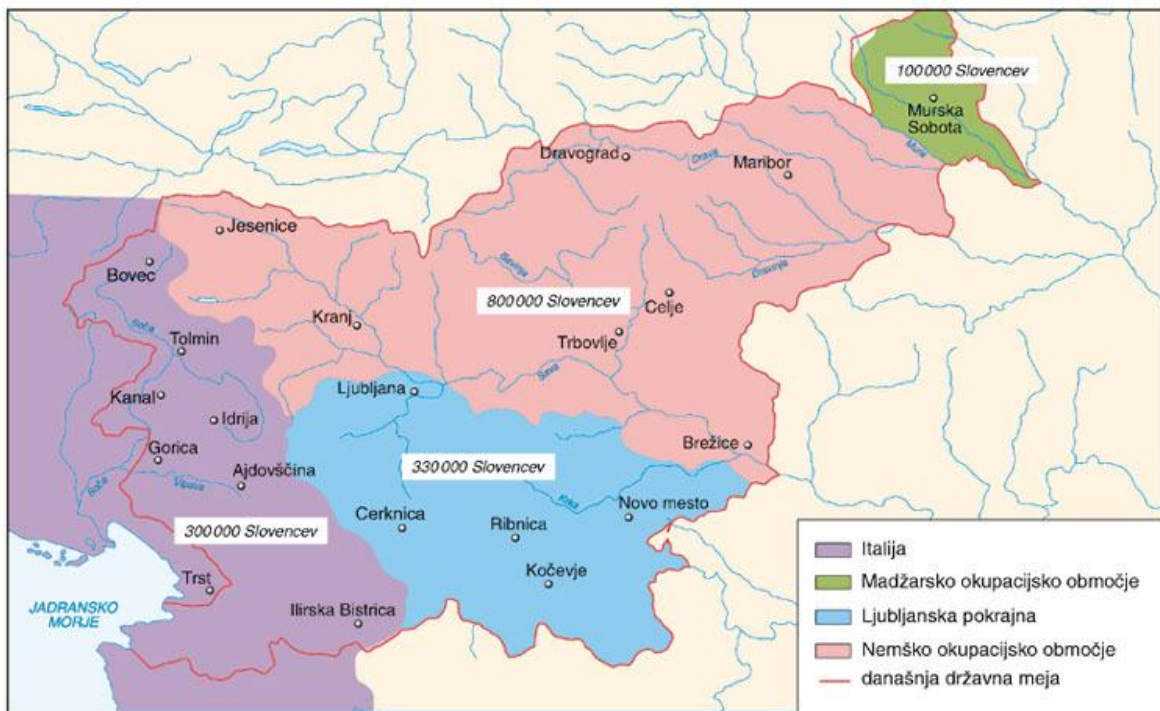
Soška fronta je razselila več deset tisoč prebivalcev po taboriščih v Italiji, Avstriji in Ogrski in je bila prizorišče največjega spopada na gorskem območju v zgodovini človeštva, hkrati pa tudi največjega spopada na slovenskem ozemlju. Trajala je tri leta in pol in je vključevala 12 krvavih bitk. Sama fronta je nastala kot posledica Londonskega sporazuma, podpisanega leta 1915, ko so antantne sile obljubile del avstro-ogrskega imperija sprva nevtralni Italiji, v



zmagovitih držav. Te so leta 1915 podpisale Londonski sporazum, po katerem so italijanske čete zasedle slovensko ozemlje po črti Trbiž–Predel–Mangart–Podbrdo–Idrija–Snežnik–Kvarner (Repe, 2005). Novonastalo mejo prikazuje slika 8, črtasto ozemlje pa je slovensko ozemlje, izgubljeno z Rapalsko pogodbo.

Slovensko ozemlje je v vojno stopilo 6. aprila 1941, ko je na slovenska tla vkorakala nemška vojska. Interese po omenjenem območju sta pokazali še Italija in Madžarska. V celoti je bilo ozemlje razdeljeno med tri okupatorje že deset dni kasneje, kar prikazuje slika 9.

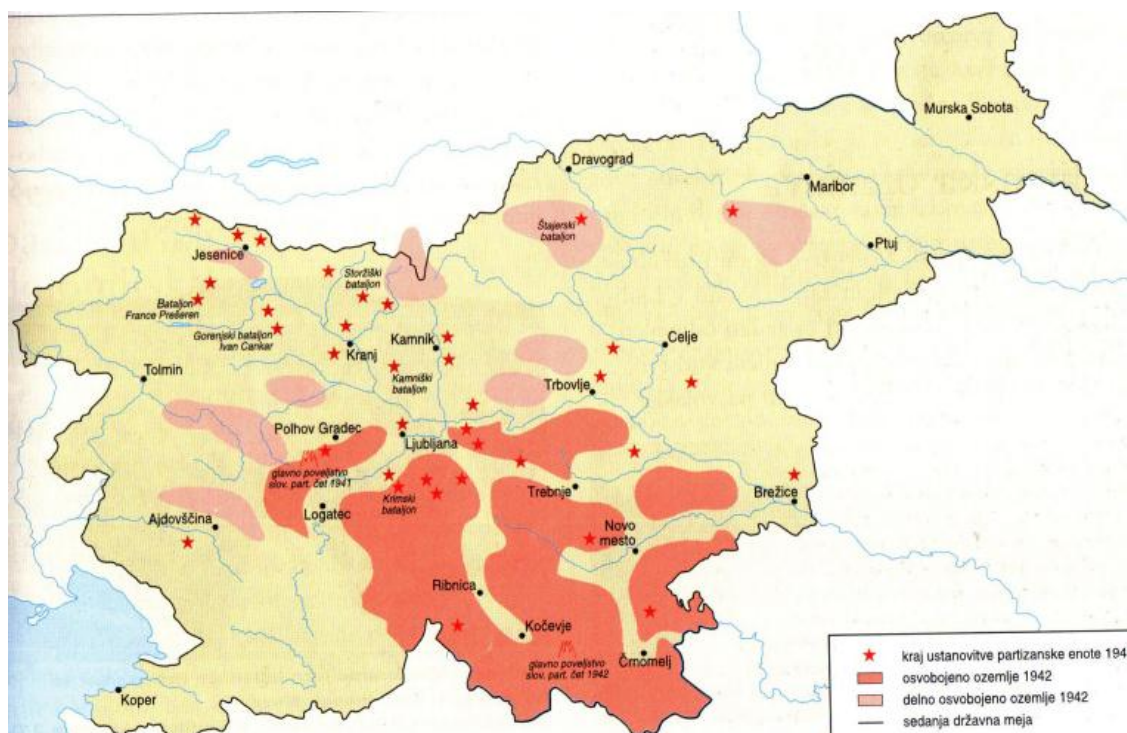
*Slika 9: Okupacijska razdelitev slovenskega ozemlja*



*Vir: Druga svetovna vojna na Slovenskem (2014).*

Cilj vseh treh je bila priključitev ozemlja k matičnim deželam. Na slovenski strani se je razvilo odporniško in osvobodilno gibanje, poznano pod imenom Osvobodilna fronta, ki je začelo prve akcije proti okupatorju. Čeprav je bila Ljubljana center narodnoosvobodilnega gibanja, je večina akcij potekala širom slovenskega ozemlja, kot prikazuje slika 10. Vojna v Evropi se je končala 8. maja 1945 s kapitulacijo Nemčije, v Sloveniji pa še teden dni kasneje.

Slika 10: Prva osvobojena ozemlja na Slovenskem



Vir: Repe (2005, str. 187).

#### 6.4 Preučevane enote

Vse znamenitosti, ki so bile med preučevanjem vezane na geografsko in časovno obdobje, so prepoznane kot spomeniki državnega pomena, zato zanje skrbijo pooblaščen muzeji, pri katerih so znamenitosti vpisane v inventarno knjigo.

Prav vsi muzeji, ki opravljajo javno državno službo, morajo biti vpisani v razvid muzejev. To je javna listina, v katero so zapisani muzeji, ki izpolnjujejo temeljne finančne, kadrovske in prostorske zahteve. Po Statutu Mednarodnega muzejskega sveta (ICOM) je muzej opredeljen kot: za javnost odprta, nepridobitna, stalna ustanova v službi družbe in njenega razvoja, ki zaradi preučevanja, vzgoje in razvedrila pridobiva materialne dokaze o ljudeh in njihovem okolju, jih hrani, raziskuje, o njih posreduje informacije in jih razstavlja. Imeti mora v skladu z zakonodajo izdelan statut, skupaj z namenom ustanovitve, konceptom ureditve in razvoja muzeja. Za vpis muzeja v register muzejev morajo biti izpolnjeni prostorski in kadrovske pogoji ter pogoji za zagotovitev dostopnosti javnosti. Muzej mora imeti dovolj številno in po strokovnih kvalifikacijah ustrezno zaposleno osebje za izpolnjevanje vseh obveznosti in nalog muzejske dejavnosti (Ministrstvo za kulturo, 2017).

Po 91. členu Zakona o varovanju kulturne dediščine, državni muzej kot državno javno službo opravlja naslednje naloge:

- identificira, dokumentira, preučuje in interpretira ter vrednoti premično in nesnovno dediščino ter jo predstavlja javnosti,
- zbira, izvaja akcesijo in inventariziranje premične dediščine,
- pripravlja predloge za razglasitev premičnih spomenikov državnega pomena,
- usklajuje vpis premične dediščine v register,
- varuje in hrani zbirke državnega pomena,
- pripravlja in izvaja konservatorsko-restavratorske postopke na premični dediščini s svojega področja delovanja,
- nadzira varstvo premičnih spomenikov in nacionalnega bogastva zunaj muzejev,
- svetuje in daje navodila lastnikom zbirk premične dediščine glede vodenja inventarnih knjig s svojega področja delovanja,
- razstavlja muzejske zbirke,
- raziskuje premično dediščino in njeno varstvo po naročilu ministrstva, v katerega delovno področje sodi, ter
- izvaja programe za razvijanje zavesti o dediščini, programe pripravništva, izpopolnjevanja in prakse za izobraževalne programe različnih stopenj s svojega področja.

#### 6.4.1 Koroški pokrajinski muzej, gestapovski zapori Dravograd

**Opis preučevane enote:** Gestapovski zapori Dravograd se nahajajo v kletnih prostorih občinske stavbe v Dravogradu, kjer je v času druge svetovne vojne deloval sedež gestapovcev. Danes je tam urejena muzejska zbirka, ob obisku pa so obiskovalci priča dogodkom, ki so se pripetili med drugo svetovno vojno (Koroški pokrajinski muzej, 2015). Vojni ujetniki so bili tukaj mučeni, nekateri tudi do smrti. Preživeli talci so bili transportirani v koncentracijska taborišča ali pa so jih postrelili v okoliških gozdovih Dravograda. V kraju in njegovi okolici so gestapovci požigali kmetije in pripadajoče gospodarske objekte, domačine pobili ali žive zmetali v ogenj (Guštin, 2006).

Danes so v kleti, kjer so se nekoč nahajali gestapovski zapori, ohranjene celice s še izvornimi zaporniškimi vrati, razstavljenih je tudi nekaj predmetov, ki so pripadali ljudem, zaprtim v gestapovskih zaporih. Opreme, ki je nekoč pripadala muzeju, skoraj ni več, so se pa ohranili zapisi in izpovedi zapornikov, ki so jih s tršimi predmeti vklesali v stene zapora. Predvsem gre za zapise tik pred usmrtno ali pa selitvijo na drugo lokacijo. Poleg vklesanih zapisov so se ohranila tudi pisemska pričanja o nevzdržnem stanju stotine ljudi, ki so bili zaprti in mučeni v teh prostorih (Koroški pokrajinski muzej, 2015).

**Umestitev na spektru temočnega turizma:** Znamenitost je bila v času svojega delovanja pod močnim vplivom ideologije in politike, saj so vanjo zapirali drugače misleče, katerih ideje in mnenja so bila usmerjena v grajo takratne aktualne politike in režima. Danes so zapori na ogled na dejanskem kraju tragedije, mučenja in trpljenja, o tem pričajo tudi napisi, vklesani v stene zapora, prostor pa deluje avtentično. Vsebine ogleda so podane na

izobraževalen način, saj je njihov namen ohranjanje dediščine državnega pomena. Turistične infrastrukture za same zapore ni veliko, je pa njihova enota Bukovje usmerjena še na druga področja delovanja, s katerimi si prizadevajo zadovoljiti potrebe čim širšega kroga ljudi. Sklicujoč se na teoretične okvirje Seatona in Stona, se znamenitost umesti v kategorijo temačnih znamenitosti konfliktov ter v temnejši odtенок temačnega turizma.

Intervju z muzejskim svetnikom in kuratorjem zbirke je bil opravljen dne 18. maja 2018 na sedežu Koroškega pokrajinskega muzeja v Slovenj Gradcu. Drugi del intervjuja, ki se osredotoča na enoto Bukovje, je bil opravljen isti dan v dvorcu Bukovje pri Dravogradu. Na podlagi intervjuja so bili izdelani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma na okolje (tabela 9).

Gestapovski zapori v Dravogradu spadajo pod krovni Koroški pokrajinski muzej, enota Dravograd, s katero upravlja muzej v Bukovju, v občini Dravograd. Danes gestapovske muzeje obiščejo predvsem vnaprej najavljene skupine in šolske skupine. Opažajo, da mlade vsebina zanima, zgodovino zaporov pa jim predstavijo na izobraževalen in manj na izkustven način. Takšno podajanje vsebin je v skladu s filozofijo Koroškega pokrajinskega muzeja, ki skuša skozi zbirke, razstave in opominjanje na preteklost obiskovalcem približati zgodovino. Med gosti prednjačijo slovenske skupine, med tujci pa je največ Nemcev in Avstrijcev.

Izobraževalnemu pristopu navkljub upravljavci opažajo, da so gostje ob obisku vidno pretreseni in ob podanih vsebinah težko ostanejo ravnodušni. Pomisleke o avtentičnosti imajo sicer po obnovi zaporov, ko so med drugim prebelili stene zapora, s tem pa izgubili nekaj dragocenih zapisov, ki so jih ujetniki zapisali ali vgravirali v stene zapora.

Po izkušnjah Koroškega pokrajinskega muzeja (oddelek Dravograd) so domačini dobro seznanjeni z zgodovino, opažajo pa, da prihaja do ideoloških preprek pri interpretaciji zgodb in zgodovine. Posledično pripisujejo del krivde za manjši obisk ravno omenjenim preprekam. Razkol v politični ideologiji je kriv tudi pri trženju produkta, saj prihaja do nasprotij v prepričanju. Drugo svetovno vojno je zaradi omenjenih razkolov po njihovem mnenju na našem prostoru izjemno težko tržiti, zato se raje osredotočajo na korektno in izobraževalno podajanje vsebine obiskovalcem, ki se odločijo za obisk zaporov. V času, ko so bili še borci te vojne živi, je bilo obiska več, prav tako je bilo med obiskovalci več šolskih skupin, saj je bilo to manj občutljiva tema, kakor je po mnenju sogovornikov danes. Opažajo, da je obisk šolskih skupin odvisen od učnega načrta. Upad starejših obiskovalcev pripisujejo manjši kupni moči, ki je v primerjavi z letom 2005 močno upadla.

Kot drugo težavo pri trženju produkta vidijo v dejstvu, da Koroška nikoli ni bila turistična destinacija, ampak območje razvoja industrije, ki izkorišča primarne vire. Danes destinacija gradi turizem na ostankih industrije, z obiski muzejev rudarstva, ponudbo pa dopolnjujejo s športnimi aktivnostmi, kot so pohodništvo, splavarjenje in kolesarstvo. Kljub pestri ponudbi masovnega turizma ni zaznati.

Predstavniki muzeja so zagovorniki razvoja turizma na podlagi dodatnih storitev, kar pomeni, da se bo po njihovem mnenju turizem na Koroškem razvijal, dokler se bo razvijala dodatna ponudba. Med takšno štejejo tudi sebe, saj so mnenja, da predstavljajo zanimivo dopolnilno izkušnjo, ki jo lahko ponudijo obiskovalcem kraja. To je še posebej zaznati pri večjih organiziranih skupinah, ki skozi dan v kraju po malem trošijo. Med dodatno potrošnjo štejejo nakup spominkov, obisk gostinskih lokalov in trgovin.

Opažajo zanimivost, da so obiskovalci velikih svetovnih vojnih muzejev ali taborišč pripravljeni odšteti več 10 € za vstopnino, pri obisku zaporov v Dravogradu pa velikokrat prihaja do pogajanja pri ceni, čeprav ta znaša 3 € vključno z vodenjem. Zaradi izogibanja plačilu največ obiskovalcev zabeležijo na dnevih odprtih vrat, ko vstopnine ne zaračunavajo.

Koroški pokrajinski muzej, ki skrbi za Gestapovske zapore, je javni zavod, kar pomeni, da njegovo financiranje poteka iz javnih sredstev prek Ministrstva za kulturo in Občine Slovenj Gradec. V celotnem muzeju je zaposlenih 40 ljudi, od tega za enoto v Dravogradu, s sedežem v dvorcu Bukovje, skrbijo 4 lokalni vodiči. Radi se pohvalijo, da so s samoiniciativnim delom ponudbo v Dravogradu precej razširili, saj poleg gestapovskih zaporov skrbijo še za dvorec Bukovje, kjer se nahaja razstava na temo osamosvojitvene vojne za Slovenijo in še šest večnamenskih prostorov, s katerimi ustvarjajo dodatne prihodke. Dodatna sredstva, ki jih pridobijo z oddajanjem prostorov, zajemajo naslednje aktivnosti: organizacijo predavanj in tečajev, pripravo dvorane za poroke, pripravo srečanj raznih gospodarstvenikov ali politikov, oddajo prostorov mladim podjetnikom za predstavitev razstavnih eksponatov; priložnost predstavitve umetniških del ponudijo lokalnim umetnikom, uredili so celo nastavitvene kapacitete. Tako danes skrbijo za 3 sobe, ki jih po predhodnem dogovoru obiskovalci lahko najamejo v času bivanja v Dravogradu, celoten objekt pa je energijsko varčen, kar so dosegli z novimi okni, solarnimi celicami in smotrno uporabo energije, namenjeno ogrevanju.

*Tabela 8: Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Gestapovskih zaporov Dravograd*

<b>Pozitivni ekonomski vplivi</b>	<b>Negativni ekonomski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vzpostavitev dodatnih dejavnosti,</li> <li>– višja stopnja avtonomije zaradi aktivnosti, ki prinašajo dodaten vir zaslužka: hotelske sobe, kulturne prireditve, tečaji, priprava svečanih dogodkov,</li> <li>– povezovanje z domiselnimi podjetniki,</li> <li>– kot del dodatne turistične ponudbe pripomorejo k rasti celotnega turizma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dopuščajo možnost pogajanja pri plačilu vstopnine, kljub izredno nizki ceni vstopnice,</li> <li>– večkrat organizirajo dan odprtih vrat, kjer ne zaračunavajo vstopnine.</li> </ul>

se nadaljuje



*Tabela 8: Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Gestapovskih zaporov Dravograd (nad.)*

<b>Pozitivni družbeni vplivi</b>	<b>Negativni družbeni vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Izobraževalno podajanje vsebin, brez pristranskosti</li> <li>– ohranjanje spomina,</li> <li>– spodbujanje lokalne umetnosti in obrti,</li> <li>– organizacija kulturnih prireditev,</li> <li>– vpletenost v kulturno življenje kraja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Krepitev ideoloških preprek.</li> </ul>
<b>Pozitivni okoljski vplivi</b>	<b>Negativni okoljski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Energetsko varčno poslopje z delnim lastnim ogrevanjem,</li> <li>– ne spodbuja masovnega turizma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zaradi prenove zapora se je izgubil del avtentičnosti prostora.</li> </ul>

*Vir: Lastno delo.*

#### 6.4.2 Muzej 1. svetovne vojne Kobarid

**Opis preučevane enote:** Na območju Kobarida se je med letoma 1915 in 1917 zvrstilo dvanajst bitk, poimenovanih soška fronta, ki so potekale v visokogorskem svetu. V prvih enajstih bitkah so napadali Italijani, ki pa so pomaknili frontno črto le malo proti vzhodu. Njihov cilj je bil prodreti proti Ljubljani in osrednji Avstriji. »V 12. soški bitki so oktobra 1917 avtro-ogrske čete prebile italijansko frontno črto in jih izgnale daleč v notranjost Italije. Bitka na Kolovratu je imela poseben strateški pomen, saj bi njegov padec in padec bližnje vzpetine Matajur pomenil najvišje vojaško priznanje, odlikovanje nemškega cesarja Friderika I. za zasluge, in strateško najpomembnejši prodor proti Avstriji. Pri sami okupaciji se je izkazal nemški poveljnik Erwin Rommel, ki pa je z drznimi taktikami zares zaslovel šele v drugi svetovni vojni. Soška fronta je bila po pomenu, številu oboroženih vojakov in žrtvah največji vojni spopad na slovenskem ozemlju« (Gabrič & Režek, 2011, str. 142).

Danes je poslanstvo muzeja ohranjanje in varovanje nacionalne dediščine in muzejskega gradiva, vezanega na tematiko soške fronte. Njegova prizadevanja za prihodnost posegajo po izgradnji produkta, ki bo predstavljal središčno točko dediščine soške fronte v slovenskem, evropskem in svetovnem prostoru (Kobariški muzej, 2010).

**Umestitev na spektru temačnega turizma:** Časovno obdobje, na katerega se veže muzej, je obdobje prve svetovne vojne. Takrat so se izkristalizirale ozemeljske težnje okupatorjev in njihove politike. Danes muzej zaradi razpršenosti soške fronte ne stoji na dejanskem kraju smrti in trpljenja, zato lahko deluje tudi manj avtentično (če se obiskovalci ne odločijo za obisk Kolovrata, kjer so pod drobnogled vzete visokogorske bitke). Njihova vloga je usmerjena k ohranjanju dediščine in podajanju vsebin na izobraževalen način, kljub temu pa premorejo več turistične infrastrukture kakor ostale preučevane enote. Kobariški muzej prve

svetovne vojne umestimo med temačne razstave in temačne znamenitosti konfliktov. Za muzeje lahko velja umestitev med svetlejše odtenke temačnega turizma. Ker pa je preučevana enota usmerjena skrajno izobraževalno, njen primarni cilj pa ni zbujanje empatije, temveč objektivno podajanje informacij, se ji izbere temen odtenek na spektru temačnega turizma.

Intervju z nekdanjim direktorjem Kobariškega muzeja, ki se je sicer z mesecem aprilom 2018 upokojil, vendar je predstavljal zaradi dolgoletnih izkušenj najzanesljivejši vir informacij o muzeju, je bil opravljen 2. junija 2018. Na podlagi intervjuja in podanih podatkov, izkušenj ter mnenj so bili izdelani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma na okolje (tabela 10).

Bistvena razlika med muzejem 1. svetovne vojne Kobarid in ostalimi je ta, da preučevani muzej ni javni zavod, ampak ima status družbe z omejeno odgovornostjo (d. o. o.). Nastal je na pobudo takratnega turističnega društva Kobarid in ob pomoči Goriškega muzeja. Od leta 2011 je v soglasju z Ministrstvom za kulturo vpisan v razvid slovenskih muzejev. V nasprotju z ostalimi muzeji, katerih organizacijska oblika je javni zavod, se Kobariški muzej financira sam. Pred vpisom v razvid slovenskih muzejev so kot dejavnost znotraj turističnega društva za delovanje prejemale 1.500 € letno. Tudi Občina Kobarid se ne vpleta v delovanje muzeja, čeprav si želijo večjega sodelovanja z njenimi predstavniki. Z njene strani prejmejo 280 € letno.

Večje sodelovanje z občino pomeni tudi tesnejše sodelovanje z ostalimi turističnimi delavci v kraju. Muzej se nahaja v stavbi, katere 80-odstotni lastnik je občina, s katero so se dogovorili za dolgoročni zakup za obdobje 20 let. Ostalih 20 % je muzej odkupil od prejšnjega lastnika, večjega mesno-predelovalnega podjetja, ki je šlo v stečaj. Dolgoročni zakup jih zavezuje k tekočemu vzdrževanju hiše in k naložbam, povezanimi z vzdrževanjem. 50 % lastnih sredstev namenijo za vzdrževanje. Vidnejši projekti zajemajo postavitev panelov za pridobivanje solarne energije, obnova sanitarij, vlaganje v gretje in klimatizacijo ter vgradnja novih oken. Za primerjavo so navedli Tolminski muzej, katerega delovanje občino stane 160.000 € letno, medtem ko kobariško občino delovanje kobariškega muzeja ne stane nič. Največji finančni primanjkljaj so utrpeli v letu 1997, ko je bilo zaradi potresa treba obnoviti več prostorov v muzejski hiši, zabeležili pa so tudi za polovico manjši obisk kakor v prejšnjih letih.

Ocenjujejo, da vsak obiskovalec, ki primarno obišče Kobarid z namenom obiska Kobariškega muzeja, v kraju potroši še vsaj petkrat toliko denarja, kot ga odšteje za vstopnino v muzeju. Poleg vstopnine obiskovalci posegajo tudi po spominkih, ki jih je moč najti v muzejski trgovini. Evidenca muzeja kaže, da v povprečju na račun spominka ustvarijo še dodaten evro prihodka na obiskovalca. Tako kot tematika muzeja je tudi ponudba muzejske trgovine izobraževalno usmerjena. Največ se proda literature, saj ponujajo v trgovini prek 200 naslovov različnih del. Knjige in kataloge tudi sami izdajajo, sicer pa sofinancirajo tisk knjig, od katerih kasneje odkupijo polovico izdaje, ki jo nato prodajo v

muzeju. Največ literature pokupijo obiskovalci iz Nemčije, zato se trudijo čim več knjig prevesti v nemški jezik. Poskrbeli so tudi za ponudbo raznih obeskov za ključce, svinčnikov in spominskih kartic. Trdijo, da je spominke 1. svetovne, ki nimajo izobraževalne podlage, izredno kompleksno kreirati, ne da bi delovali morbidno, zato so se raje usmerili k intenzivni izdaji zgodovinskih knjig.

Danes se v 90 % muzej financira sam, največ prihodkov pa ustvari z zaračunanimi vstopninami. Iz tega razloga ne sodelujejo pri reduciranju cen vstopnic ali poklanjanju letih ob mednarodnih dnevih muzejev ali muzejskih noči, saj je to njihov skoraj edini vir financiranja. Za primerjavo so navedli obisk drugih muzejev, ki jih kar 48 % vseh obiskovalcev obiše na dan odprtih vrat, ko ni treba plačati vstopnine.

Njihova enota se nahaja v Kobaridu, njihove gostujoče razstave pa so že gostovale v Londonu, Parizu, Zagrebu, Dunaju in Rimu. Kustosi muzeja se usmerijo tudi na teren, kjer na bližnjem Kolovratu vodijo skupine, ki si želijo izvedeti kaj več o vojaških strategijah 1. svetovne vojne. V muzeju je zaposlenih sedem kustosov, od tega trije s polnim delovnim časom.

Glavno razliko med njihovim muzejem in muzeji, ki jih financira država, vidijo v tem, da se morajo bolj truditi za obiskovalce, oz. morajo biti do njih bolj prijazni, dostopni, jim stopiti naproti, še posebej pri predstavitvi zbirk v drugih jezikih. Odprti so vse dni v letu, tudi na praznične dni, saj se zavedajo, da je takrat obisk največji. Pristop do turistov morajo torej najti še na druge načine. Veliko jim pomeni omemba v pomembnejših turističnih vodičih, še posebej v vodiču Lonely Planet, ki turiste ciljno napotuje v muzej, ki ga navaja kot primarno znamenitost Kobarida.

Priznanje kredibilnosti jim veliko pomeni, še posebej ko sodelujejo kot strokovni komentatorji za različne televizije, največkrat pa z Radio televizijo Slovenija in tudi drugimi novinarskimi hišami, katerih obisk je v porastu, saj v obdobju 2014–2018 beležijo 100-letnico 1. svetovne vojne. Njihova pomoč je nepogrešljiva še pri uprizoritvah bitk 1. svetovne vojne. Aktivno sodelujejo z uprizarjanjem bitke na Kolovratu, kjer je njihova pomoč primarno usmerjena na sooblikovanje scenarija, kateremu, kot sami pravijo, dodajo mehkejšo vsebino.

Muzej se ponaša z obiski visokih osebnosti, številnih predsednikov držav, vojaških strategov, Nobelovih nagrajencev, predsednikov vlad, tesno pa sodelujejo tudi s kulturno diplomacijo. Turizem v regiji sicer cveti, narasle so tudi cene nepremičnin. Stare primorske hiše odkupujejo in prenavljajo Rusi in Angleži, ki jih po prenovi oddajajo turistom. Tržno nišo so v Kobaridu našle butične agencije, ki pripeljejo veliko ameriških in avstralskih turistov (600–700 letno), s sedežem v Amsterdamu. Opazili so porast obiska posebnih interesnih skupin, ki so se specializirale za obisk vojaških bojišč. Takšni obiski sicer niso novost, saj so se na Kolovratu z njihovo pomočjo šolale številne generacije oficirskih šol, ki v sklopu obiska Kobariškega muzeja obdelajo bitko na Kolovratu kot primer Rommelovega

klasičnega bojevanja v gorah, ki ga ne izpusti prav noben vojaški učbenik. Izvor vojaških akademij, ki v Kobarid pripeljejo svoje člane, je geografsko razpršen, pomemben pa je tako za evropske kakor ameriške akademije. Slednje zato, ker se v 234 km oddaljeni Vicenzi nahaja glavni vojaški obveščevalni center ZDA za Evropo. Takšnim najavljenim skupinam muzej pomaga pri iskanju namestitvenih enot in pri kulinarični ponudbi. Obstajajo tudi skupine, katerih glavni motiv ni seznanitev z vojaškimi taktikami in bojevanjem. Te si prenočišča v glavnem poiščejo same, muzej sodeluje zgolj kot svetovalec oz. jih usmeri do drugih točk zanimanja, gostinskih lokalov ali nastanitvenih enot.

Poleg omenjenih prihaja največ gostov iz Italije. Visok obisk italijanskih gostov je posledica italijanskega učnega načrta, ki temeljito obravnava tematiko 1. svetovne vojne, še posebej območje soške fronte. Njihov učni načrt omenja soško fronto prav na vseh stopnjah šolanja: v osnovni šoli, srednji šoli in na univerzi. Šole ne prihajajo zgolj iz bližnjih italijanskih šol, temveč sega njihov izvor vse do Rima. Obisk šol je torej skladen z učnim načrtom, kar pomeni, da je največ obiskovalcev v času, ko šole obravnavajo snov 1. svetovne vojne. Največ italijanskih šol Kobariški muzej obišče spomladi, slovenskih pa v septembru.

Tujci predstavljajo kar 72 % vseh obiskovalcev, ostalih 28 % pa je Slovencev, za katere ugotavljajo, da dobro poznajo zgodovino 1. svetovne vojne. Ob 100-letnici prve svetovne vojne beležijo 20-odstotni porast obiska. Opažajo pa razliko v odzivu na podane vsebine. Včasih so med obiskovalci zabeležili potomce živečih na območju soške fronte, ki so svojim naslednikom pripovedovali zgodbe iz 1. svetovne vojne. Potomci, ki so zgodbe slišali iz primarnega vira informacij, so se nato na podane vsebine v muzeju bolj čustveno odzivali kakor gostje kasneje. V muzeju poudarjajo, da obiskovalce slišano in prebrano še vedno prizadene, vendar ne v tolikšni meri kot prej. Največji delež jih obišče v glavni sezoni, ki traja od marca do novembra, vmesni čas pa imenujejo mrtva sezona, saj takrat beležijo kar 15-krat manjši obisk kakor v visoki sezoni. Izpad obiskovalcev skušajo nadomestiti na različne načine, in sicer tako, da v zimski sezoni organizirajo precej več muzejskih, kulturnih, filmskih in glasbenih večerov ter predstavitev knjig.

Leta 1997, takoj po katastrofalnem potresu v Zgornjem Posočju, so bili celo edina kulturna institucija, ki je bila sposobna gostiti kulturne prireditve. Vse ostale institucije niso bile pravočasno sanirane in obnovljene. Izkazujejo mnenje, da je njihov pomen v kraju usmerjen družbeno pozitivno, saj krajanom ponujajo pester izbor dogodkov. Težje je povezovanje z ostalimi turističnimi ponudniki, ki so usmerjeni v športne aktivnosti. Po mnenju nekdanjega direktorja gre predvsem za različno klientelo obiskovalcev, ki ni kompatibilna z njihovimi. Ponudniki ostalih turističnih aktivnosti si prizadevajo za večji obisk turistov, katerih primarni cilj je reka Soča in z njo povezane športne aktivnosti, muzej pa ne vpliva dosti na njihovo motivacijo pri obisku Kobarida. Trudili so se povezati z igralniškim turizmom, ki deluje v okolici Kobarida, vendar so ugotovili, da gre tudi v tem primeru za razlike v povpraševanju med eno in drugo ciljno skupino.

*Tabela 9: Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Kobariškega muzeja*

<b>Pozitivni ekonomski vplivi</b>	<b>Negativni ekonomski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pravni status jih sili k ustvarjanju čim večjega prihodka, saj niso financirani s strani države,</li> <li>– obiskovalci se v kraju zadržijo 1 do 2 dni in koristijo še gostinske in nastanitvene usluge,</li> <li>– sodelovanje z domačimi in tujimi turističnimi agencijami,</li> <li>– veliko tujih obiskovalcev,</li> <li>– visoka prodaja v muzejski trgovini,</li> <li>– financiranje izključno s prodajo vstopnic,</li> <li>– 10 zaposlenih,</li> <li>– 20-odstotni porast obiska v času stoletnice prve svetovne vojne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zmanjka sredstev za dodatne projekte, ki bi jih sicer lahko financirali z javnimi sredstvi,</li> <li>– manjša stopnja sodelovanja z ostalimi turističnimi ponudniki v kraju,</li> <li>– velika odvisnost od glavne sezone,</li> <li>– veliko vlaganja v obnovo in vzdrževalna dela stavbe, ki niti ni v celoti v njihovi lasti,</li> <li>– rast cen nepremičnin.</li> </ul>
<b>Pozitivni družbeni vplivi</b>	<b>Negativni družbeni vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Krepitev kulturne diplomacije,</li> <li>– seznanjanje širše javnosti z zgodovino soške fronte prek gostujočih razstav,</li> <li>– izobraževanje,</li> <li>– sodelovanje z osnovnimi, srednjimi in visokimi šolami,</li> <li>– porast zgodovinske literature,</li> <li>– ohranjanje spomina,</li> <li>– spodbujanje in sofinanciranje izdajanja zgodovinskih vsebin,</li> <li>– spominki ne delujejo morbidno,</li> <li>– večja usmerjenost k obiskovalcu, saj se zavedajo, da je preživetje muzeja odvisno od števila prodanih vstopnic,</li> <li>– jezikovna dostopnost vsebine,</li> <li>– izpostavljenost v vidnejših turističnih vodičih, npr. Lonely planet,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Očitki o trženju vojne,</li> <li>– seznanjanje obiskovalcev z neprijetno zgodovino,</li> <li>– rast turizma povzroča rast nepremičnin, ki jih odkupujejo tujci. ti pa posegajo v tradicionalen in avtentičen arhitekturni izgled kraja,</li> <li>– očitki o sodelovanju z glavnim obveščevalnim vojaškim centrom ZDA v italijanski Vicenzi.</li> </ul>

se nadaljuje

*Tabela 9: Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Kobariškega muzeja (nad.)*

<b>Pozitivni družbeni vplivi</b>	<b>Negativni družbeni vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– avtonomni pri odločanju o delovanju muzeja,</li> <li>– doprinos k širši lokalni skupnosti prek organizacije kulturnih, glasbenih, bralnih in filmskih večerov,</li> <li>– porast obiska specializiranih interesnih skupin z veliko znanja,</li> <li>– prepoznana izobraževalna vloga,</li> <li>– pomen muzeja v času 100-letnice prve svetovne vojne.</li> </ul>	
<b>Pozitivni okoljski vplivi</b>	<b>Negativni okoljski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Izkoriščanje solarne energije,</li> <li>– energetska učinkovitost stavbe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tuji gostje prihajajo od daleč, posledično nastane več emisij pri njihovem transportu,</li> <li>– pripomorejo k rasti masovnega turizma v Kobaridu.</li> </ul>

*Vir: Lastno delo.*

Polovica gostov prispe v organiziranih, polovica pa v neorganiziranih skupinah, narodnostne strukture pa so zelo različne. Temu primerno so izobrazili tudi svoj kader, ki se želi uporabniku njihovih storitev snov kar se da približati. To pomeni, da imajo brošure in pisni material izdan v več kakor desetih jezikih, vodeni ogledi pa potekajo v petih jezikih. 10 % obiskovalcev predstavljajo nemško govoreči obiskovalci, ki danes niso več obremenjeni z »neprijetno« zgodovino. Razstavniki eksponati, s katerimi se obiskovalci srečajo ob obisku muzeja, so sedaj v lasti muzeja. Ob začetku delovanja je kar 80 % eksponatov predstavljal material iz novogoriškega muzeja, danes le še 15 %. Dodatne eksponate so pridobili z odkupi, veliko jih je bilo tudi podarjenih.

#### 6.4.3 Koncentracijsko taborišče Ljubelj jug, občina Tržič

**Opis preučevane enote:** Dve leti po izbruhu 2. svetovne vojne je začelo obratovati koncentracijsko taborišče Ljubelj jug, na osvoboditev pa je čakalo vse do 7. maja 1945. Njegova lega je bila izbrana strateško, saj bi gradnja predora pod prelazom Ljubelj omogočila nacistični Nemčiji lažji dostop do Jadrana. Interniranci so bili različnih narodnosti, med njimi pa je bilo največ Francozov, Poljakov, Rusov, Čehov, Jugoslovanov, Slovakov, Judov, Grkov, Špancev in drugih, ki so jih privedli iz centralnega taborišča Mauthausen. Interniranci, privedeni iz Mauthausna, so živeli v ločenem taborišču od civilnih delavcev, ki so bili predvsem domačini iz Tržiča in Podljubelja. Nečloveške pogoje je

vzpostavljalo odtegotanje zdravniške oskrbe, podhranjenost, suženjsko delo v težkih delovnih pogojih ter teror častnikov nacistične Nemčije (Tržiški muzej, 2015).

Danes ga uvrščamo med spomenike državnega pomena. Na mestu, kjer je nekoč stalo taborišče, so še vidni ostanki temeljev taboriščnih objektov: kopalnic, barak, ambulante, pesjaka in kuhinje. Vse lokacije prostorov danes spremljajo pojasnjevalne table. Kjer so nekoč stali stražni stolpi, danes rastejo macesni, ki so bili tja zasajeni naknadno. Prav tako so nekdanjo taboriščno ograjo nadomestili s smrekami, spremenila pa se je tudi namembnost nekdanje kuhinje, ki je danes spominski prostor, posvečen vsem žrtvam koncentracijskih taborišč (Tržiški muzej, 2015).

**Umestitev na spektru temačnega turizma:** Spomenik žrtvam, umrlim v koncentracijskem taborišču, se danes nahaja na njegovi primarni lokaciji, spominska soba pa le nekaj deset metrov stran. Infrastruktura je bila po vojni porušena, zato o njegovem obstoju priča obeležje, v spominski sobi pa se lahko obiskovalci seznanijo z zgodovino, ki je podana na izobraževalen način, saj gre za edini primer nekdanjega koncentracijskega taborišča v Sloveniji, kateremu je dodeljen status spomenika državnega pomena. Koncentracijsko taborišče Ljubelj jug ima genocid, grozodejstva in katastrofo v svojem jedru, saj je bil kraj priča sistematskemu iztrebljanju ljudi, kar je bilo posledica politične ideologije. Kraj spomenika ne beleži veliko turistične infrastrukture, njegova primarna namembnost je ohranjanje zgodovinske dediščine. Umestimo ga lahko med najtemnejši odtenek temačnega turizma in med temačne kraje genocidov.

Intervju je bil opravljen z mlado raziskovalko v Tržiškem muzeju, ki je posredovala kvantitativne in kvalitativne podatke o taborišču. Oboji predstavljajo podlago za izdelavo pozitivnih in negativnih vplivov temačnega turizma v občini Tržič (tabela 11).

V zadnjem letu se je vodenega ogleda spominskega parka udeležilo več osnovnošolskih in srednješolskih skupin, skupno pa so našli 250 obiskovalcev. Število mimoidočih, ki se ustavijo ob spominski poti, za katero ne zahtevajo plačljivega vodenega ogleda, se v povprečju ocenjuje na 20 obiskovalcev na dan, kar na letni ravni nanese 7.300 obiskovalcev. Z izredno ugodno strateško lego si občina Tržič prizadeva boljše izkoristiti bližino sosednje Avstrije, pa tudi zahodne in osrednje Evrope. Nadalje je izredno pomembna regionalna cesta Celovec–Ljubljana, nedaleč pa se regionalna cesti združi z avtocestnim krakom A2, ki povezuje kraj s pomembnejšimi turističnimi mesti: Bledom, Bohinjem, Kranjsko Goro ter nenazadnje z letališčem Jožeta Pučnika na Brniku. Pomembnost turistične panoge je prepoznala tudi občina Tržič, ki se s strateško analizo turizma ukvarja od leta 2013, od takrat so zabeležili dvakratno povečanje števila nočitev.

Večina udeležencev vodenih ogledov prihaja iz Slovenije, oz. iz slovenskih šol. Manjši delež sestavljajo akademiki, zgodovinarji in muzealci iz tujine, ki prihajajo z namenom obiska in izmenjave dobrih praks ter tudi potencialnega sodelovanja. Poleg že omenjenih 500 €, ki jih je bilo zaračunanih ob prodaji vstopnic za vodene ogleda, je bilo z naslova prodaje spominkov in literarnega gradiva zabeleženih še 250 € prihodkov. Spominki se vežejo na

celotno tržiško območje, saj so ocenili, da je prodaja spominkov posameznih oddelkov muzeja lahko zelo občutljive narave. Po njihovem mnenju niti ne morejo ponuditi ustreznega produkta, ki bi lahko predstavljal koncentracijsko taborišče, ne da bi pri tem deloval morbidno. Nasprotno je v primeru akademske literature, ki jo prodajajo, saj se v tem primeru proda največ gradiva ravno s tematiko koncentracijskega taborišča.

Spomenik, kjer je nekoč stalo koncentracijsko taborišče, deluje v okviru Tržiškega muzeja, ki je v lasti občine. Ta namenja sredstva za delovanje muzeja, del pa jih prispeva Ministrstvo za kulturo. Preden muzej pridobi sredstva za financiranje, je treba v letnem planu natančno opisati vse načrtovane aktivnosti in projekte za tekoče leto, ministrstvo in občina pa jih morata izbrati in potrditi. Brez odobritve se ne izpelje nobena aktivnost. Izjema so evropski projekti in projekti, ki jih razpišejo druge organizacije. Ob uspešni prijavi pri takšnih organizacijah se lahko denar porabi za aktivnosti, opisane pri prijavi na projekt. S tem sta implementacija in izpeljava dosti bolj fleksibilni kakor v primeru odobravanja s strani ministrstva za kulturo in občine. Nekaj manevrskega prostora pri razpolaganju sredstev obstaja, in sicer v primeru lastnih prihodkov, generiranih s prodajo vstopnic, spominkov in izobraževalnega gradiva. Ta se namreč lahko porabijo po lastni presoji, praksa pa je takšna, da se denar porabi za izpeljavo različnih delavnic.

V muzeju je 8 redno zaposlenih oseb, dodatno pa še 1 zaposlena oseba prek javnih del in 1, ki trenutno sodeluje na projektu. Vsak ima drugačne pristojnosti, oz. je zadolžen za svoj oddelek. Redno zaposleni so 3 kustosi, 1 etnolog, 1 kustosinja za umetnostno zgodovino, 1 kustos za zgodovinski del, 1 restavrator in 1 tehnični delavec. Zaposlovanje poteka prek razpisov, ki so v pristojnosti občine, primeren kandidat pa se izbere s pomočjo strokovnega kadra muzeja. Izbira kandidatov, ki delajo zgolj na projektih, ni v pristojnosti občine, pač pa je odvisna od tipa projekta.

Priporočljivo bi bilo, da bi omenjeni modeli financiranja, odobravanja projektov in zaposlovanja ljudi vsebovali manj birokracije, predvsem pa bi bilo bolje, če bi jih obravnavali na ravni muzeja in ne zunanji odločevalci, saj zaposleni v muzeju najbolje prepoznajo pravo vrednost strokovnih kadrov in projektov. Problem vidijo tudi v nepridobitni dejavnosti muzeja, ki zaradi omejitve lastnih sredstev odgovarja virom financiranja. Država v celoti posredno in neposredno financira muzej, saj je le-ta v njeni lasti, oz. z njim upravlja občina. Prihodki v zadnjih štirih letih konstantno naraščajo, kar pomeni, da je tudi država prepoznala potrebo po ohranjanju zgodovinske dediščine.

Stroški vzdrževanja znamenitosti so minimalni. V letnem delu je treba pokositi travo okrog spomenika, skozi vse leto pa poteka merjenje vlage in manjša vzdrževalna dela v spominski sobi ob spomeniku. Ker gre za spomenik državnega pomena, narava spomenika zaenkrat ne dovoljuje zasebnih investicij. Dovoljene bi bile donacije, ki jih zaenkrat ni, bi bile pa vsekakor dobrodošle, saj bi bilo razpolaganje s sredstvi prepuščeno muzeju. Ker se muzej ukvarja z nepridobitno dejavnostjo, tudi v prihodnje ni pričakovati zasebnih investicij. Poleg stroškov vzdrževanja obstajajo tudi oportunitetni stroški, med katere se šteje prosti čas zaposlenih, saj je ob posebnih priložnostih ali proslavah treba podaljšati delovni čas ali priti



na prireditev izven delovnega časa. Kljub temu nikomur od zaposlenih dodatno delo v Tržiškem muzeju ni odveč, zato dodatno vloženi čas osebno niti ne smatrajo kot strošek.

*Tabela 10: Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temočnega turizma v primeru Koncentracijskega taborišča Ljubelj jug*

<b>Pozitivni ekonomski vplivi</b>	<b>Negativni ekonomski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prihodki vstopnine,</li> <li>– spominska soba se nahaja v bližnjem gostišču, kjer si večina obiskovalcev naknadno privošči obrok,</li> <li>– 10 zaposlenih, 8 od tega redno,</li> <li>– naraščanje sredstev, ki jih sofinancira Ministrstvo za kulturo,</li> <li>– usmeritev obiskovalcev še k drugim tržiškim znamenitostim.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prenizka cena vstopnine.</li> </ul>
<b>Pozitivni družbeni vplivi</b>	<b>Negativni družbeni vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ohranjanje spomina edinega koncentracijskega taborišča na Slovenskem,</li> <li>– sodelovanje z muzeji, od koder so bili interniranci,</li> <li>– spominska soba posvečena v spomin žrtvam holokavsta,</li> <li>– sodelovanje z osnovnimi in srednjimi šolami,</li> <li>– izmenjava dobrih praks s tujimi akademiki,</li> <li>– organizacija različnih izobraževalnih ali kreativnih delavnic,</li> <li>– mentorstvo študentom zgodovinskih ali antropoloških ved,</li> <li>– organizacija glasbenih večerov na mesečni ravni in festivalov v poletnem času.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Odlašanje z izgradnjo primerne muzeja, ki bi ustrezno podal vsebino toka zgodovine Ljubelja,</li> <li>– nesodelovanje z avstrijsko stranjo taborišča,</li> <li>– prosti čas zaposlenih.</li> </ul>
<b>Pozitivni okoljski vplivi</b>	<b>Negativni okoljski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zasajanje dreves,</li> <li>– skrb za kulturno krajino taborišča.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ob spomeniku se ustavi veliko avtomobilov in motoristov, nekateri puščajo odpadke.</li> </ul>

*Vir: Lastno delo.*

Spomenik žrtvam holokavsta vpliva tudi na ostale dejavnosti v kraju. Redki obiskovalci izpustijo ogled mestnega jedra, največji navdušenci pa si ogledajo še Tržiški muzej ali pa katero izmed galerij. Restavracija, ki se nahaja tik ob spomeniku in v kateri najdemo tudi spominsko sobo žrtvam holokavsta, beleži porast obiska že vse od odprtja spomenika. Tržič trenutno turiste nagovarja z obiskom prečudovite narave okolici, zato se zaradi neposredne

bližine spomenika večina pohodnikov ustavi še ob njem. Zaradi spomenika je zabeležen porast obiskovalcev Dovžanove soteske, kamor obiskovalce napotijo table in opisi ter navsezadnje tesna povezanost soteske z nekdanjim koncentracijskim taboriščem.

Muzej vidi svojo dodano vrednost v doslednem ohranjanju dediščine in zgodovine, hkrati pa se zaradi nepridobitne narave svoje dejavnosti obnaša v prid skupnosti. Muzej namreč vsak mesec organizira glasbene večere, v sezoni poletni festival Paradiž, Muzejsko poletno noč, pomaga pa še pri soorganizaciji Šušarske nedelje. Kljub tesnemu sodelovanju s turistično-informacijskim centrom včasih prevzamejo njegovo vlogo, saj se zelo veliko turistov po nasvet ali informacije obrne na muzej.

#### 6.4.4 Muzej Tomaža Godca, muzej 1. in 2. svetovne vojne, Bohinjska Bistrica

**Opis preučevane enote:** Muzej je poimenovan po nekdanjem lastniku Tomažu Godcu, ki je bil izučen usnjarski obrtnik, obenem pa še organizator smučarskih tekem, planinstva in turizma v Bohinju. Potem, ko je Bohinj med 2. svetovno vojno pripadel nemškemu okupacijskemu območju, je partizansko gibanje na tem območju decembra 1941 organiziralo vstajo. Nemci so vstajo kaznovali z aretacijami upornikov, ki so jih kot talce odpeljali v koncentracijska taborišča ali postrelili. Kot talec v koncentracijskem taborišču Mauthausen je bil ustreljen tudi Tomaž Godec (Gorenjski muzej, 2018).

Bohinj je odigral pomembno vlogo med obema vojnama. V času med prvo svetovno vojno je Bohinj nosil vlogo frontnega zaledja, saj je bila do središča kraja speljana železnica, po kateri je prihajal material za oskrbo prebivalcev in vojakov. V oskrbi je bilo zaposlenih največ ruskih vojni ujetnikov, ki so bili skupaj z Bohinjci primorani do Krnskega pogorja spraviti velike količine vojnega materiala (Poštrak, 2018).

Na mestu, kjer je včasih stala usnjarska delavnica, je danes muzej celotne zgodovine Bohinja, od leta 2015 dalje pa tudi razstava, posvečena 1. in 2. svetovni vojni (Gorenjski muzej, 2018).

**Umestitev na spektru temačnega turizma:** Muzej poseduje malo turistične infrastrukture, niti se ne nahaja na originalnem kraju trpljenja in grozot, zato deluje manj avtentično. Z velikim spoštovanjem do slovenskega naroda in njegove zgodovine, le-to podaja na izobraževalen način, saj njihov cilj ni trženje prve in druge svetovne vojne, temveč predstavitev in ohranjanje spomina iz njenega obdobja. Kot že prepoznano pri ostalih muzejih, za katere bi lahko veljala umestitev med svetlejše odtenke temačnega turizma, pa je preučevana enota prav tako usmerjena skrajno izobraževalno, njen primarni cilj pa ni zbujanje empatije, temveč objektivno podajanje informacij. Odtonek se zato izbere temen, umestimo pa ga lahko med temačne razstave in temačne znamenitosti konfliktov.

Intervju je bil opravljen s kustosinjo in vodjo muzejev v Bohinju, kjer že 20 let strokovno upravlja z zbirkami Muzejev v Bohinju. Tabela 12 prikazuje prepoznane pozitivne in negativne vplive temačnega turizma za izbrano enoto.

Muzej Tomaža Godca (MTG) je eden izmed treh muzejev v Bohinju. V njem beležijo sicer najmanjše število obiskovalcev od vseh treh muzejev, številka pa vseeno po prenovi stalne razstave iz leta v leto počasi narašča.

V muzeju je na ogled več stalnih razstav: Bohinjci in usnje, Izbrane podobe Bohinja, Bohinj v arheoloških obdobjih, Bohinj 1914–1918, 1941–1945. Stalna razstava, ki je posvečena prvi in drugi svetovni vojni, je bila postavljena leta 2015, ob praznovanju 100. obletnice odprtja soške fronte, ki je zelo zaznamovala življenje v Bohinju v času prve svetovne vojne. To razstavo si je v lanskem letu 2017 ogledalo 654 obiskovalcev v okviru skupin (od tega je bilo 363 otrok in 291 odraslih) in 835 posameznikov. Tujih obiskovalcev je bilo 205, večina je obisk opravila v poletni sezoni. Pri primerjanju evidenc vseh treh muzejev MTG beleži najmanj tujcev. Slednjim so na razstavi namenjeni posebni panoji z besedilom v angleškem jeziku.

Prihodek muzejev je zgolj prihodek od prodaje vstopnic. Ker muzejske trgovine urejajo šele v letu 2018, bo prihodkov iz naslova prodaje spominkov več šele v prihodnosti. Vsa sredstva, pridobljena z izvajanjem javne službe, se štejejo za namenski prihodek javne službe. S pogodbo o ureditvi medsebojnih razmerij glede izvajanja muzejske javne službe, upravljanja muzejev in muzejskih zbirk na območju Občine Bohinj, ki so jo podpisali Gorenjski muzej, Občina Bohinj in Turizem Bohinj, gre tudi prihodek od prodaje vstopnic Turizmu Bohinj. Ta prihodek jim pripada, saj so nase prevzeli tudi vse stroške vzdrževanja muzeja.

s strani Vlada RS je Gorenjski muzej kot pokrajinski muzej pooblastila za upravljanje državne javne službe muzejev tudi na območju Občine Bohinj. V njenem okviru opravlja raziskovalno delo, objavlja izsledke raziskav, hrani, zbira, jih predstavlja javnosti, opravlja konservatorsko in restavratorsko delo na eksponatih v muzejih in organizira pedagoško-andrargoško službo. Občina Bohinj je dolžna financirati muzej v skladu z določbami 99. in 93. člena Zakona o varstvu kulturne dediščine in s sprejetim letnim programom financiranja dejavnosti Gorenjskega muzeja. Zanimanja za zasebne investicije zaenkrat še ni, prav tako niso verjetne, saj gre za dediščino državnega pomena, katerega upravljanje je v pristojnosti države.

Muzeji v Bohinju so dislocirana enota Gorenjskega muzeja. Vodjo (kot kustos) Muzejev v Bohinju financira država, redno pa so zaposlene še tri oskrbnice. Zaposlene so v Gorenjskem muzeju, a jih z refundacijo plačuje Občina Bohinj (preko Turizma Bohinj) za pet ur dnevno. Dodatno v času sezone ali po potrebi zaposlijo še eno oskrbnico. Ta je zaposlena na enoti Turizem Bohinj in je plačana bodisi iz sredstev za plače Turizma Bohinj bodisi iz lastnih prihodkov zavoda, ki znašajo med 20.000 in 25.000 € na leto. Občina Bohinj Gorenjski muzej neposredno financira s proračunsko postavko (poleg plačila stroškov za delo oskrbnic in stroškov vzdrževanja stavb) za strokovno delo Gorenjski muzej Kranj. Kolikšna je vsota, ki jo prejmejo za celoletni program, je odvisno od potrditve vsakoletnega proračuna občinskega sveta Občine Bohinj, zadnjih pet let pa znaša 4000 €. Obstaja še dodatna postavka: projekti Gorenjskega muzeja, ki se vsako leto spreminja (od 10.000 do 20.000 €).

Namenjena je bila prenovi stalne razstave v Muzeju Tomaža Godca. Iz te postavke je bila pripravljena tudi razstava o prvi svetovni vojni. V letu 2018 tega denarja ni, saj ga je Turizem Bohinj prerazporedil na druge projekte.

Modele upravljanja so preuredili v letu 2017. Prej sta bili za upravljanje muzeja pristojni le Občina Bohinj in Gorenjski muzej. Zaradi namenov boljšega trženja muzeja in promocije je bila zahteva občinskega sveta, da se k upravljanju vključi še Turizem Bohinj. Kako bo to v praksi izboljšalo obisk ali prihodke, bodo videli v naslednjem letnem poročilu, zaenkrat pa sodelovanje dobro funkcionira.

Vzdrževanje in obratovanje muzeja je pristojnost Občine Bohinj in Turizma Bohinj. Stroški upravljanja zbirke Mali vojni muzej niso veliki, saj je bila zbirka prenovljena ob koncu leta 2017. Gorenjski muzej ima svojo konservatoriko-restavratorsko službo, tako da s to dejavnostjo nimajo dodatnih stroškov. Vzdrževanje zajema letno čiščenje zbirke, dopolnjevanje zbirke in dopolnjevanje njene dokumentacije.

Obiskovalci se v Bohinju zadržujejo vsaj 2,5 dni. Bohinjska Bistrica, kjer je zbirka obeh vojn, se nahaja v centru Bohinja, skozi katerega gre skoraj vsak obiskovalec. V kraju obedujejo, ogled muzeja vključijo v okvir ogleda celotnega Bohinja, ampak takšen je le manjši delež obiskovalcev, saj so še vedno privlačnejše druge lokacije v Bohinju. Občina, ki je odgovorna za obratovanje muzeja, je v letu 2017 prepoznala nasičenost z obiskovalci kraja, katerih masovni prihodi lahko obremenijo okolje, zato je na območju občine uvedla parkirnine, ki znašajo od 2,5 € do 10 € na dan.

MTG ima še posebej velik vpliv na lokalno skupnost, zato si v muzeju želijo, da postane ena izmed točk, ki jo lokalno prebivalstvo smatra za nepogrešljivo, saj ima med njimi pomembno izobraževalno vlogo. Z dejavnostjo izobraževanja začnejo v sodelovanju z vrtcem in osnovno šolo, katerih otroci in učenci imajo v muzeje prost vstop. Ljudi ozaveščajo o dediščini Bohinja in pomembnosti njenega ohranjanja. Opomnijo jih na to, kaj je zanimivega na območju Bohinja, in jih spodbudijo k razmišljanju o dediščini. Povezujejo se z različnimi akterji lokalnih skupnosti (Turizem Bohinj, Muzejsko društvo Žiga Zois, Zavod Sv. Martina) in posamezniki iz lokalnega okolja. V Muzeju Tomaža Godca nudijo možnost razstavljanja zasebnim zbirateljem iz Bohinja ter možnost, da se predstavijo zanimivi posamezniki, obrti ali hobiji, s katerimi se ukvarjajo. Muzej je prostor, ki na nivoju kulturnega dogajanja združuje in povezuje lokalno skupnost. Velikokrat v razstavi prepoznajo sebe (zgodovino, način bivanja, svojo kulturo ...).

*Tabela 11: Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Muzeja Tomaža Godca, Bohinjska Bistrica*

<b>Pozitivni ekonomski vplivi</b>	<b>Negativni ekonomski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Napotitev obiskovalcev še v preostala dva muzeja v Bohinju,</li> <li>– tuji obiskovalci, s katerimi se večajo prihodki,</li> <li>– muzejska trgovina v nastajanju,</li> <li>– zaposluje 3 ljudi, v poletnem času 4,</li> <li>– boljša organizacijska struktura z vključitvijo novega partnerja – Turizma Bohinj,</li> <li>– napotitev še do drugih znamenitosti, gostišč, hotelov ali apartmajev.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zaradi pestre ponudbe v kraju muzej beleži najmanj obiskovalcev.</li> </ul>
<b>Pozitivni družbeni vplivi</b>	<b>Negativni družbeni vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sodelovanje z osnovnimi in srednjimi šolami,</li> <li>– izobraževalna vloga,</li> <li>– prost vstop za predšolske in osnovnošolske otroke,</li> <li>– spodbujanje razmišljanja o dediščini,</li> <li>– povezovanje z različnimi akterji lokalne skupnosti in njihovimi posamezniki,</li> <li>– možnost razstavljanja del lokalnih umetnikov in zasebnih zbirateljev,</li> <li>– skrb za kulturno dogajanje.</li> </ul>	
<b>Pozitivni okoljski vplivi</b>	<b>Negativni okoljski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Omejevanje obremenjenosti okolja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Obiskovalce nadalje napotijo do Bohinjskega jezera, ki pa se že otepa masovnega turizma.</li> </ul>

*Vir: Lastno delo.*

#### 6.4.5 Gornjesavski muzej Jesenice, Kosova graščina – muzej 1. in 2. svetovne vojne

**Opis preučevane enote:** Kosova graščina na Jesenicah deluje v sklopu Gornjesavskega muzeja Jesenice. Graščina je bila postavljena že leta 1521, njen prvi lastnik pa je bil zakupnik celjskih grofov Žiga Dietrichstein, nato pa je skozi stoletja menjala lastnike. V začetku 20. stoletja so v njej delovali prostori ljudske šole, med obema vojnama pa uradi, sodišče in zapori. Danes je v njej urejena stalna razstava o okupatorjevem terorju med letoma 1941 in 1945 (Gornjesavski muzej Jesenice, 2012).

**Umestitev v spekter temočnega turizma:** muzej se nahaja v isti stavbi, kjer so delovali lokalni politični organi med obema svetovnjima vojnama, ki so se odzivali na politično ideologijo tistega časa, v katerem so bile zelo izrazite okupacijske težnje sosednjih držav. V večjem razmahu se grozodejstva niso dogajala na mestu, kjer danes stoji muzej, temveč je ta zbral material iz zaledja, ki ga danes predstavlja obiskovalcem na izobraževalen način. Navsezadnje je njihovo poslanstvo ohranjanje zgodovinske dediščine, čemur pa vlaganje v dodatno turistično infrastrukturo niti ni prioriteta. Muzeju se izbere temen odtенок, umestimo pa ga lahko med temočne razstave in temočne znamenitosti konfliktov.

Intervju z direktorico javnega zavoda Gornjesavski muzej Jesenice in kustosom za kulturno zgodovinsko in galerijsko dejavnost je bil opravljen 7. aprila 2018 na sedežu Gornjesavskega muzeja. Prva ima kot direktorica vpogled v delovanje celotnega muzeja, njegovo financiranje in upravljanje, drugi pa je odgovorna oseba za Kosovo graščino, tako da sta temeljito podala podatke, na podlagi katerih so bili izluščeni pozitivni in negativni vplivi temočnega turizma (tabela 13).

V letu 2017 so v Kosovi graščini zabeležili 3.903 goste. Njihovo letno povprečje se giblje okrog 4.000 gostov, v glavnem muzeju na Jesenicah 20.825, v Kranjski Gori pa kar 72.000. Glavnina obiskovalcev Kosove graščine so slovenski državljani, tujih je le peščica, njihov delež pa se giblje okrog 1 %. Cena posamezne vstopnice znaša 1,5 €, poleg tega pa so še za dodatne storitve programa zabeležili prihodke iz naslova vodenja po muzeju, ki znaša 200 € letno. Skupna letna realizacija je znašala 3.805 €. V celotnem muzeju je zaposlenih 15 ljudi, od tega eden izključno v Kosovi graščini.

Kosova graščina deluje v okviru Gornjesavskega muzeja Jesenice, katerega lastnik je občina. To pa ne pomeni, da se financira zgolj z občinskimi sredstvi, ki znašajo 80 %, saj denar za financiranje prispeva tudi Ministrstvo za kulturo, ki doda še preostalih 20 %. Razmerja o financiranju določa Zakon o varstvu kulturne dediščine, muzej je javni zavod. Direktor muzeja skupaj s sodelavci pripravi strateški načrt za obdobje petih let, v katerem so jasno zapisani vizija, poslanstvo in zbiralna politika muzeja. Financerji vsako leto pozovejo k pripravi načrta dela za prihodnje leto, zato Gornjesavski muzej vsako leto pripravi strateški načrt upravljanja, ki ga potrđita upravitelj (občina) in država (Ministrstvo za kulturo). V njem je treba zopet podrobno opisati program in investicijsko vzdrževanje. Načrt sprejme svet zavoda, ki potrđuje in sprejema odločitve na nivoju muzeja, v obravnavo pa jim ga poda direktor muzeja. Predlog načrta dela se preda občini in Ministrstvu za kulturo, ki potrđita ali odklonita določene projekte. Potem skupaj z ustanovitelji določijo, kateri programi bodo izbrani, čemur sledi rebalans projektov, ki jih uskladijo s finančnimi sredstvi. Praksa je takšna, da se v obravnavo predlaga vedno več projektov, kot jih je dejansko odobrenih.

Po njihovem mnenju glede upravljanja muzejev vedno obstajajo izboljšave. Źelijo enakovredno razporeditev pozornosti med muzeji, predvsem ob polemikah glede financiranja. Konkretno sami nimajo vpliva na to, v kakšnem razmerju jih bo financirala država oz. občina. Medtem ko nekatere slovenske muzeje država 100-odstotno financira, se je treba v primeru preučevanega muzeja dogovarjati z dvema upraviteljema. Dejstvo je, da

ima določena vrsta razstavnega eksponata enake stroške vzdrževanja v muzeju, ki ga 100-odstotno financira država ali v muzeju, ki ga financira le delno.

Več financerjev pomeni tudi več usklajevanja in več birokracije, posledično pa tudi manj denarja. Kot že omenjeno, država nameni 20 % sofinanciranja za javne službe, kamor štejemo stroške dela (plače), splošne obratovalne stroške (čiščenje, električna in programske stroške, ki v največji meri zajemajo stroške raziskovanj in razstav. Stroški so relativno visoki, saj je muzejska zgradba zelo stara in ni energetske varčna, k čemur še dodatno pripomorejo stara okna. Vzdrževanje razstavljenih eksponatov stroškovno ni kompleksno, največji strošek je cena elektrike.

Ker so javni zavod, zasebna vlaganja zaenkrat ne pridejo v poštev. Zelo radi pa sprejemajo donacije, ki jih ni tako malo. V zameno za donacije donatorji postavijo določene pogoje, ki so trženjsko usmerjeni, kar pomeni, da na razstavah izobesijo njihove logotipe, postavijo na mizo zastavice podjetja, vključijo jih tudi v letno poročilo.

*Tabela 12: Prepoznani pozitivni in negativni vplivi temačnega turizma v primeru Kosove gračine, Muzeja 1. in 2. svetovne vojne Jesenice*

<b>Pozitivni ekonomski vplivi</b>	<b>Negativni ekonomski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kroženje denarja z naslova plač,</li> <li>– v povprečju 30 tujih gostov letno,</li> <li>– 3.900 prodanih vstopnic domačim gostom,</li> <li>– prihodki z naslova vodenih ogledov,</li> <li>– trženjsko usmerjene donacije,</li> <li>– posledično si gostje ogledajo še razstave v drugem predelu Jesenic.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dnevi odprtih vrat odtegnejo prihodke, ki bi jih obiskovalci sicer lahko namenili za vstopnino.</li> </ul>
<b>Pozitivni družbeni vplivi</b>	<b>Negativni družbeni vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dodatna delovna mesta,</li> <li>– domačini aktivno podarjajo material muzeju,</li> <li>– pomemben vpliv v kraju, center kulturnega dogajanja,</li> <li>– organizacija izobraževalnih in kulturnih dogodkov,</li> <li>– nosilec izobraževalne funkcije, ohranjanje in dopolnjevanje znanja, ki ga imajo ljudje o kraju in obeh vojnah na tem območju.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nikoli niso odobreni vsi projekti, čeprav bi si v vodstvu muzeja to želeli,</li> <li>– neodzivnost domačinov pri zgodovinskih, političnih in družbenih razpravah.</li> </ul>
<b>Pozitivni okoljski vplivi</b>	<b>Negativni okoljski vplivi</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stara stavba, ni energetske varčna.</li> </ul>

*Vir: Lastno delo.*

Jesenice same po sebi žal niso turistični kraj, saj ga domačini in gostje še vedno povezujejo s težko industrijo, ki je primarni vir zaslužka v kraju. Posledično se v mestu ne zadržujejo več kot en dan. Turistični center sicer vedno napoti v muzej, kjer si lahko ogledajo bogato zgodovino kraja in morda celo ustvarijo novo sliko o njem. Lažje je z razstavami apelirati

na domačine, ki aktivno podarjajo material muzeju, žal pa so zelo neodzivni pri povabilu na razne razprave. Zanimivo pri tem je, da je njihova odzivnost na družabnih omrežjih zelo visoka, medtem ko je dejanska angažiranost pri projektih mnogo manjša.

Prisotnost muzeja v kraju ima pomemben vpliv, saj je center kulturnega dogajanja, ki organizira številne izobraževalne in kulturne dogodke. Muzej vidijo kot nosilca izobraževalne funkcije, saj ohranja in dopolnjuje znanje, ki ga imajo ljudje o kraju in konkretno tudi o prvi in drugi svetovni vojni na naših tleh. Večkrat letno v muzeju organizirajo dneve odprtih vrat, za katere menijo, da jih ljudje dobro izkoristijo, kar se morda občuti pri obisku med letom, saj potencialni obiskovalci čakajo na dneve, ko so vodeni ogledi po muzeju ponujeni brezplačno. Vendar je, kot rečeno, njihovo poslanstvo izobraževanje ljudi, zato se takšnim iniciativam ne izogibajo, temveč jih podpirajo.

## **7 ANALIZA VPLIVOV TEMAČNEGA TURIZMA**

Znamenitostim, ki so bile zajete v vzorec, je skupna regionalna in časovna umestitev. Ker bi se lahko vsaka vrsta turizma smatrala kot temačni turizem, je bila analiza osredotočena na prepoznavanje odtenkov temačnega turizma, ki je odvisen predvsem od časa in percepcije turistične ponudbe. Z vidika ponudnika je odtenek smiselno prepoznati z namenom približanja produkta in skozi diverzifikacijo zgraditi konkurenčno prednost.

Potreba po prepoznavanju odtenkov obstaja kljub temu, da z večino znamenitosti tega obdobja upravljajo javni zavodi, katerih glavni cilj ni ustvarjanje dobička, temveč ohranjanje zgodovinske dediščine in seznanjanje ljudi z zgodovino. Ravno pri zasledovanju slednjega cilja je pomembno prepoznati odtenek temačnega turizma, saj se s tem vsebina ustrezno interpretira in posreduje obiskovalcem.

Atrakcije so že same po sebi trd oreh z vidika upravljanja, kraji temačnega turizma še toliko bolj, kar pa ustvarja nove izzive pri upravljanju v tej panogi. V splošnem obstaja konsenz, da je v sklopu predstavitve obiskovalce nujno najprej seznaniti s potrebo po senzitivnosti in spoštovanju na takšnih mestih (Seaton, 2009). V raziskovalnem delu magistrskega dela je med preučevanimi upravitelji atrakcij le en takšen primer, ki ni javni zavod, ampak je upravljan zasebno. Glede na tip upravljanja je Kobariški muzej pravzaprav prej izjema v slovenskem prostoru kakor pravilo.



*Tabela 13: Umestitev preučevanih enot glede na značilnosti temačnih znamenitosti, ki so po Stonovi klasifikaciji skupne vsem*

	Večji vpliv politike in ideologije, usmerjenost k izobraževanju, konzervacija dediščine, avtentičnost produkta, smotrnost ponudbe	Manjši vpliv politike in ideologije, usmerjenost k razvedrilu, trženje dediščine, neavtentičnost produkta, namembnost ponudbe
Gestapovski zapori Dravograd	X	
Muzej 1. in 2. svetovne vojne Kobarid	X	
Koncentracijsko taborišče Ljubelj	X	
Hiša Tomaža Godca, Bohinjska Bistrica	X	
Kosova graščina, Muzej 1. in 2. svetovne vojne Jesenice	X	

*Vir: Lastno delo.*

Pri določanju odtenka temačnega turizma se je magistrsko delo opiralo na Stonovo klasifikacijo odtenkov, ki so odvisni od karakteristik znamenitosti in na njegovih Sedem vrst temačnih ponudnikov (). Zaradi nekaterih karakteristik, ki se upoštevajo pri določanju odtenka temačnega turizma, je bilo pet od teh karakteristik prikazanih skupno (tabela 14), saj ustrezajo prav vsem preučevanim znamenitostim. Skupne lastnosti izhajajo iz dejstva, da je pomembnost preučevanih znamenitosti prepoznana na državni ravni, katere glavna skrb je konzervacija zgodovinske dediščine, ki mora biti preučena, dokumentirana, arhivirana in predstavljena na objektivni način.

Velik vpliv politike in ideologije je predpogoj za nastanek temačnih znamenitosti 1. in 2. svetovne vojne, saj so ravno znamenitosti posledica njunega delovanja. Pri obeh gre za ideologijo svetovnih velesil o nadvladi in političnih težnjah po drugih ozemljih. Slovensko ozemlje in posledično alpska regija se je v obeh vojnah znašla pod vplivom okupatorjeve ideologije, kateri so sledile še ozemeljske težnje. Ideologija je zajemala predvsem manjvrednost slovanske rase, njenim posledicam pa so bili izpostavljeni tudi prebivalci preučevane regije. Ker gre za dogodke, ki so vplivali na zgodovino, predvsem pa rezultirali v trpljenju in smrtnih žrtvah, je namen upraviteljev znamenitosti predstavitev avtentičnega turističnega produkta, ki ni trženjsko usmerjen. Na prvi pogled bi lahko trdili, da so dejanske otipljive znamenitosti, npr. Gestapovski zapori v Dravogradu, bolj avtentični kakor muzeji, ki zberejo informacije in razstavne eksponate ter jih predstavijo na drugi lokaciji. Avtentičnost se določa glede na točnost in objektivnost predstavljenih podatkov, k čemur pa vsekakor stremijo tudi muzeji.

Prav tako v zgodovinskih tematikah upravitelji temačnih znamenitosti ne iščejo ležernosti, ampak podatke, dejstva, resnične zgodbe, ki jih podajajo na izobraževalen način. Ponudba je izoblikovana smotrno, z vnaprej predloženimi vizijami, politikami in projekti, ki so skladni z načeli Ministrstva za kulturo, to je ohranjanje znamenitosti državnega pomena. Po klasifikaciji odtenkov temačnega turizma, ki jih je določil Stone (2006), vse naštete dosežejo najtemnejše odtenke z vidika avtentičnosti turističnega produkta.

Kompleksno je opredeliti nedavnost izvornih dogodkov, ki tudi določajo odtenek na spektru temačnega turizma. Vse znamenitosti je mogoče umestiti v čas prve ali druge svetovne vojne, nekatere izmed njih spadajo kar v obe obdobji. Časovna oddaljenost dogodkov prve je 100 let, druge pa 73 let. Časovno lahko obe vojni opredelimo kot oddaljena dogodka, so pa posledice obeh vidne še danes in prav zaradi njiju je danes podoba sveta, predvsem pa Evrope, takšna, kakršna je. V nekaterih državah so se te posledice izkazovale kot nesorazmerje med številom moških in žensk, drugod pa še kot izgubljen potencial umrlih, razširitev uvajanja propagandnih sporočil ter napredka medicine in tehnologije (Cameron, 2014). Zaradi njunih posledic, ki jih občutimo še danes, lahko obe obdobji označimo kot nedavna dogodka.

Stone (2006) je velik pomen pri določanju odtenka namenjal dejanskemu kraju, kjer se je smrt ali trpljenje pripetilo. Takšne znamenitosti uvrščamo med najtemnejše, obstajajo pa tudi znamenitosti, ki niso locirane na kraju smrti ali trpljenja. V preučevanem primeru gre za muzeje, ki zbirajo podatke o smrtih, toku zgodovine in trpljenju iz časa 1. in 2. svetovne vojne. Ker opisujejo dogodke, ki so se dogajali v širši okolici muzeja, je nemogoče trditi, da lahko vse smrti in trpljenja uvrstimo na eno lokacijo. Zaradi dislociranosti na spektru temačnega turizma ne zasedajo najtemnejših odtenkov (tabela 15).

*Tabela 14: Umestitev preučevanih enot glede na oddaljenost od dejanskega kraja smrti ali trpljenja*

	Dejanski kraji smrti in trpljenja	Kraji, povezani s smrtjo in trpljenjem
Gestapovski zapori Dravograd	X	
Muzej 1. in 2. svetovne vojne Kobarid		X
Koncentracijsko taborišče Ljubelj	X	
Hiša Tomaža Godca, Bohinjska Bistrica		X
Kosova graščina, Muzej 1. in 2. svetovne vojne Jesenice		X

*Vir: Lastno delo.*

Zaradi dislociranosti muzejev, ki zbirajo in predstavljajo zgodbe o poteku vojne, le-ti zahtevajo več turistične infrastrukture kakor znamenitosti, ki so same po sebi kraji smrti in trpljenja. Iz tabele 16 je razvidno, da več turistične infrastrukture zahtevajo muzeji 1. in 2. svetovne vojne. Infrastruktura je podprta z več oddelki muzeja, večjim številom namembnih

prostorov, predvsem pa tudi trgovin s spominki. Večanje števila turistične infrastrukture povzroči pomik po lestvici odtenkov temačnega turizma proti svetlejšim odtenkom, ki pa so še vedno temni.

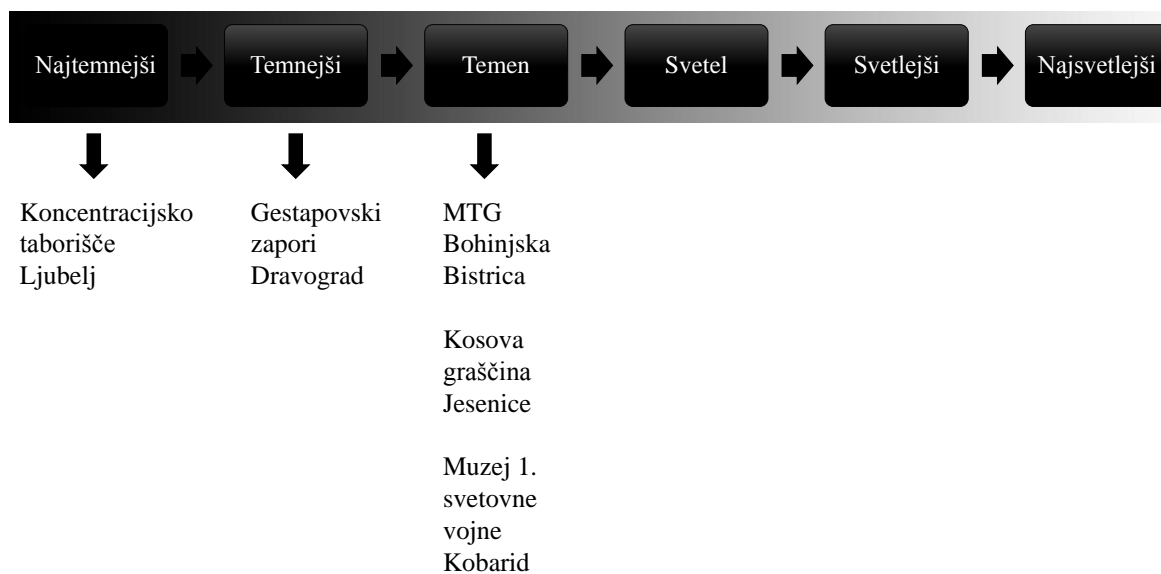
*Tabela 15: Umestitev preučevanih enot glede na število turistične infrastrukture*

	Manj turistične infrastrukture	Več turistične infrastrukture
Gestapovski zapori Dravograd	X	
Muzej 1. in 2. svetovne vojne Kobarid		X
Koncentracijsko taborišče Ljubelj	X	
Hiša Tomaža Godca, Bohinjska Bistrica		X
Kosova graščina, Muzej 1. in 2. svetovne vojne Jesenice		X

*Vir: Lastno delo*

Če povzamem: tudi na spektru temačnega turizma, ki ga je Stone oblikoval na temeljih teorij njegovih sodobnikov, je mogoče preučevane enote alpske regije uvrstiti med temne, temnejše in najtemnejše odtenke (slika 11). Glede na pozicijo na spektru se predvideva, da so preučevane enote izobraževalno usmerjene, imajo avtentičen turistični produkt, zelo malo dodatne turistične infrastrukture, niso trženjsko usmerjene, njihove znamenitosti pa izhajajo iz obdobja z visoko stopnjo politične ideologije in političnega vpliva.

*Slika 11: Preučevane enote, umeščene med Stonove odtenke temačnega turizma*



*Vir: Stone (2006).*

Izobraževalno podajanje vsebin je stališče, od katerega ne odstopajo niti upravitelji niti ustanove, ki financirajo preučevane enote. Doživljajska izkušnja in usmerjenost k razvedrilu sta sekundarnega pomena ali pa se sploh ne izpostavljata. Postavlja se sklep, da je pomembnost izbranih enot prepoznana na višjem nivoju, in sicer kot znamenitost državnega pomena. Upravitelji se ne trudijo privabiti čim več obiskovalcev zaradi večanja prihodkov, temveč zaradi seznanjanja z zgodovino, zato so tudi cene vstopnin zgolj simbolične.

Razlike med njimi torej obstajajo, so bili pa na podlagi intervjujev izluščeni ekonomski, družbeni in okoljski vplivi, ki jih najdemo pri večini preučevanih ponudnikov. Iz njih se lahko povzame in oblikuje lastnosti temačnega turizma v alpski regiji, ki se nanašajo na znamenitosti 1. in 2. svetovne vojne (tabele 17, 18 in 19).

*Tabela 16: Pozitivni in negativni ekonomski vplivi vseh preučevanih enot*

<b>Ekonomski vplivi</b>
<b>Pozitivni ekonomski vplivi</b>
<p>+ Zaradi obiska, ki je posledica ogleda temačnih znamenitosti, se v krajih znamenitosti ali širši lokalni skupnosti vzpostavijo dejavnosti, ki dopolnjujejo ponudbo temačnega turizma. Sem štejemo predvsem lokalne obrtnike, nastanek dodatnih prenočitvenih kapacitet, dodatnih projektov, ki privabljajo obiskovalce, in nastanek ali obstoj gostilniških obratov.</p> <p>+ Turizem obstaja in raste, dokler se razvija dodatna ponudba. Četudi temačne znamenitosti niso primarni razlog za obisk krajev, predstavljajo dodatno turistično ponudbo, ki pripomore k rasti celotnega turizma.</p>
<b>Ekonomski vplivi</b>
<b>Pozitivni ekonomski vplivi</b>
<p>+ V kolikor je upravitelj javni zavod, se mu nameni le določen del sredstev, ki jih zagotovi država ali občina, kar pa pomeni, da ne more v celoti izvesti vseh zadanih projektov. Usmerjenost k večanju prihodkov od prodaje jim omogoča izvajanje projektov, ki sicer ne bi bili realizirani, v kraj pa privabijo več obiskovalcev. V kolikor upravitelj ni javni zavod, ga njegov status sili k ustvarjanju čim večjega prihodka, saj je to njegov vir preživetja.</p> <p>+ V primeru obiska temačne znamenitosti se obiskovalci v krajih zadržijo dlje, kakor bi se sicer, kar pomeni več priložnosti za dodatno potrošnjo (trgovine, lokali, hoteli).</p> <p>+ Znamenitosti privabljajo tudi tuje obiskovalce, ki pomembno vplivajo k rasti prihodkov na državni ravni.</p> <p>+ Kot posledica znamenitosti upravitelji zaposlujejo kader, ki je osredotočen, če že ne specializiran za temačno znamenitost. Zaposlovanje znižuje brezposelnost in zvišuje potrošnjo.</p> <p>+ Ob obletnicah in okroglih jubilejih, povezanih s temačno znamenitostjo, je opazen porast obiskovalcev, kar pomeni dodatno prodajo kart ali drugo dodatno potrošnjo.</p> <p>+ Ministrstvo za kulturo je prepoznalo njihovo vrednost in zgodovinsko pomembnost, zato javnim zavodom vsako leto namenja več sredstev sofinanciranja.</p>

se nadaljuje

*Tabela 16: Pozitivni in negativni ekonomski vplivi vseh preučevanih enot (nad.)*

<b>Negativni ekonomski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zaradi navade ter dostopnosti zgodovine in kulture na slovenskem ozemlju so se javni zavodi večkrat pripravljene pogajati o ceni z obiskovalci, oziroma jim določiti popust, kar pa klesti njihove prihodke od prodaje.</li> <li>– Predvsem javni zavodi se vključujejo v projekte odprtih vrat, ko ne zaračunavajo vstopnine. Ob takšnih priložnostih zabeležijo skoraj polovico celoletnega obiska, kar pa pomeni, da se na ta račun zmanjšujejo prihodki od obiska ob ostalih dneh.</li> <li>– Ne glede na pravni status upravitelja, bodisi d. o. o. ali javni zavod, je financiranje vedno stvar, ki po določenem znesku predstavlja omejitve glede izpeljave vseh projektov, ki zadevajo tematično znamenitost. Privatnim upraviteljem zmanjka sredstev za dodatne projekte, ki bi jih sicer lahko financirali z javnimi sredstvi, javni zavodi pa tudi ne prejmejo toliko sredstev, kolikor bi jih želeli. Odsotnost dodatnih projektov negativno vpliva na pritok še dodatnih obiskovalcev in posledično tudi potencialnih prihodkov od prodaje.</li> <li>– V kolikor narava znamenitosti ne sovпада z značilnostmi dodatne ponudbe v kraju, pride do manjšega povezovanja med ponudniki turističnih storitev in manjšega obiska potencialnih obiskovalcev.</li> <li>– Velika odvisnost od glavne sezone povzroča mrtvo sezono, ko upravitelji beležijo znaten upad obiskovalcev.</li> </ul>

*Vir: Lastno delo.*

*Tabela 17: Pozitivni in negativni družbeni vplivi vseh preučevanih enot*

<b>Družbeni vplivi</b>
<p><b>Pozitivni družbeni vplivi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ustanove, upraviteljice tematičnega turizma objektivno in nepristransko podajajo izobraževalne vsebine. Zaposlujejo strokovnjake s področja zgodovine ali sorodnih znanosti, da dejstva in zgodbe oblikujejo na podlagi zgodovinskih dejstev in tako širšo javnost seznanjajo z zgodovino.</li> <li>+ Skrb za konzervacijo otipljivih znamenitosti in ohranjanje spomina neotipljivih stvari zagotavljata, da zgodovina ostane del dediščine in ne utone v pozabo.</li> <li>+ Vsi upravitelji poleg primarne dejavnosti, torej ohranjanja zgodovinske dediščine, opravljajo še dopolnilne dejavnosti, vezane predvsem na kulturo. Organizirajo prireditve, glasbene nastope, bralne večere, literarne urice, likovne delavnice in jezikovne tečaje, ki se jih okoliški prebivalci redno udeležujejo. Upravitelji tematičnih znamenitosti torej doprinašajo k širši lokalni skupnosti in ne zgolj kolektivu.</li> <li>+ Znamenitosti večkrat obiščejo tudi politiki, tako domači kot tuji, kar krepi kulturno diplomacijo.</li> <li>+ Vsi upravitelji poudarjajo pomen šolskih skupin, ki predstavljajo znaten delež obiskovalcev. Sodelujejo s šolami na vseh izobraževalnih nivojih in tako dopolnjujejo vsebine, ki jih učenci, dijaki ali študenti že prej slišijo v šoli, ob obisku pa znanje še poglobijo in nadgradijo.</li> </ul>

se nadaljuje

- + Zaposleni pri upraviteljih temačnih znamenitosti se ne osredotočajo ozko na znamenitost in vodenje po njej, temveč odkrivajo njeno globljo zgodovino, okoliščine, ki so pripeljale do nje, in zgodbe, ki odražajo njen namen. Posledično nastaja več zgodovinske literature, ki jo upravitelji bodisi sami izdajajo, spodbujajo njen nastanek ali ga celo sofinancirajo.
- + Upravitelji se zavedajo, da jim prihodki od prodaje omogočajo večjo avtonomnost pri izbiri nadaljnjih projektov. Kljub problematiki trženja prve in druge svetovne vojne so našli način prodaje spominkov, povezanih z znamenitostjo temačnega turizma, ki ne deluje morbidno.
- + Vloga oziroma pomembnost znamenitosti se odraža predvsem v času njihovih obletnic, ko se poudarja njihova vloga v toku zgodovine.
- + Nekatere izmed znamenitosti so edine svoje vrste na slovenskem ozemlju ali v njegovi širši okolici. Ohranjanje, promocija in raziskovanje teh znamenitosti ne predstavlja samo edinstveno doživetje, temveč svojevrsten prikaz zgodovine.
- + Upravitelji sodelujejo z ostalimi muzeji po svetu, se povezujejo in izmenjujejo podatke.
- + Študentom zgodovinskih ved ponujajo možnost mentorstva, kar v času študija predstavlja neprecenljiv vir izkušenj.
- + Povezujejo se z različnimi akterji lokalne skupnosti, ki predstavljajo posebna znanja, poklice ali talente.
- + Vpletenost lokalne skupnosti se kaže tudi pri donacijah muzejskega materiala, ki jim ga podarijo brez zahtevka za kakršnokoli proti plačilo.

#### **Družbeni vplivi**

##### **Negativni družbeni vplivi**

- Upravitelji opozarjajo na krepitev ideoloških preprek, ki jih utegne imeti znamenitost na obiskovalca. Poudarjajo, da so te že globoko zakoreninjene v njih, vendar lahko obisk znamenitosti še poglobi njihovo prepričanje. Zgodovina je lahko tudi neprijetna, še posebej v primerih kakor sta obe svetovni vojni, katerih krivdo danes prevzemajo njihovi potomci.
- Upravitelji, ki nimajo statusa javnega zavoda, očitajo javnim zavodom premajhno usmerjenost k potrošniku, v tem primeru obiskovalcu. To pomeni, da se morajo manj truditi za preživetje muzeja, medtem ko zasebni muzeji te možnosti nimajo.
- Pojavljajo se očitki o trženju vojne in grozot, nastalih kot posledice le-te. Prihaja do nestrinjanja z zaračunavanjem vstopnine za stvari, ki izhajajo iz trpljenja prizadetih skupin in posameznikov.
- Nekatere znamenitosti zaradi finančnih omejitev ne predstavljajo ustrezno svoje vrednosti in pomembnosti v zgodovini.
- Zaradi stranskih dejavnosti, ki potekajo izven delovnega časa, so zaposleni lahko prikrajšani za svoj prosti čas.

*Vir: Lastno delo.*

Tabela 18: Pozitivni in negativni okoljski vplivi vseh preučevanih enot

<b>Okoljski vplivi</b>
<b>Pozitivni okoljski vplivi</b>
<p>+ Stavbe, katerim se namenljajo evropska ali pa državna sredstva, so lahko zelo varčne in se v celoti ali delno ogrevajo same. Tiste, ki si prizadevajo postati samooskrbne, izkoriščajo solarno energijo in tako postanejo visoko energetska učinkovite.</p> <p>+ Nobena od znamenitosti temačnega turizma ni del ponudbe, ki privablja večje in neobvladljive količine turistov. Predstavljajo alternativno ponudbo, namenjeno določenemu segmentu obiskovalcev, ki jih zanima predvsem zgodovina, zato ne spodbujajo masovnega turizma, ki bi obremenjeval okolje, pripomogel k rasti cen nepremičnin ali na kakršenkoli drug negativen način obremenjeval lokalno prebivalstvo.</p> <p>+ V kolikor je znamenitost na prostem, upravitelji skrbijo tudi za njeno širšo kulturno krajino.</p>
<b>Negativni okoljski vplivi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vlaganje v obnovo infrastrukture utegne zmanjšati avtentičnost znamenitosti.</li> <li>– Kadar gostje prihajajo od daleč, posledično nastane več emisij pri njihovem transportu.</li> <li>– Ob znamenitostih, ki se nahajajo na prostem, se ustavlja veliko tranzitnih obiskovalcev, ki za sabo puščajo smeti.</li> </ul>

*Vir: Lastno delo.*

## **SKLEP**

Pojem temačnega turizma se je pojavil iz potrebe po poimenovanju krajev, ki so turistično obiskani, so pa zaznamovani z grozodejstvi, smrtjo ali trpljenjem. Kljub vpeljavi izraza temačni turizem, ki sta ga v sredini 90. let vpeljala Foley in Lennon (1996), pa temu še vedno ni pripadala enoznačna razlaga. Avtorja izraza sta izpostavila trženjsko usmerjenost turizma, ki zajema ponudbo in potrošnjo krajev smrti in grozot. Pojavili so se očitki, v katerih so akademiki polemizirali o pojavu temačnega turizma že v 18. stoletju, najverjetneje še prej. Seaton (1996) je mnenja, da se je takšna oblika razmišljanja o smrti pojavila celo že v srednjem veku. Poimenoval jo je tanaturizem, kjer obiskovalca žene želja po dejanskem ali simboličnem srečanju s smrtjo.

Akademiki, ki so se ukvarjali s tematiko temačnega turizma, so teorije nadgrajevali in dopolnjevali, posledično pa se pojavile različne interpretacije temačnega turizma. Zaradi nadgradenj in dopolnjevanj teorij, predvsem pa zaradi razhajanj v njih, se je razvil konsenz, da je znotraj temačnega turizma priporočljivo prepoznati različne odtenke. Odtенок je odvisen od stopnje grozodejstva, dojemanja in lastnosti proizvoda, določajo pa mu ga avtentičnost, vpliv ideologije, časovna in krajevna oddaljenost dogodka ter usmerjenost k izobraževanju (Seaton, 1996). Nadalje je na podlagi karakteristik znamenitosti prepoznal še njihovih sedem značilnih ponudnikov, ki se s ponudbo usmerijo na določeno vrsto odtenka. Ker na podlagi preučevanja ponudb še vedno ni bilo mogoče najti enoznačnega odgovora, zakaj turisti obiskujejo kraje temačnega turizma, se je šele kasneje pojavila potreba po

analizi povpraševanja, oz. raziskovanju motivacijskih dejavnikov, ki ženejo obiskovalce. V primeru temačnega turizma so motivacijski dejavniki bolj nejasni, zato jih ni mogoče preučevati v grobem. Glavni dejavniki zajemajo radovednost, empatijo, grozo, izobraževanje, nostalgijo, spominjanje in vest preživelih.

Ker je temačni turizem prav posebna oblika turizma, so posebni tudi njegovi vplivi na okolje. Temačni turizem je podkategorija turizma, katerega vplivi so podrobno akademsko obravnavani, njegov izvor pa slabše (McKercher, 1993). Med preučevanjem magistrske teme se je izkazalo, da si temačni turizem deli le nekatere izmed vplivov, ki jih povzročata turizem v splošnem, v večini primerov pa lahko vplive pripišemo zgolj temačnemu turizmu. Turizem v splošnem ne prinaša zgolj pozitivnih vplivov, ravno nasprotno. S pojavom množičnega turizma se je izkazalo, da v nekaterih primerih negativni celo prevladajo nad pozitivnimi (Jafari, 1990).

V magistrskem delu so odgovori na raziskovalna vprašanja teoretičnega in praktičnega dela. Zanimalo me je, katere odtenke temačnega turizma prepoznamo pri znamenitostih, ki izvirajo iz časa 1. in 2. svetovne vojne. Ko sem jih primerjala, sem ugotovila, da v primeru temačnega turizma v alpski regiji pozitivni vplivi prevladajo. Posebej izraziti so ekonomski in družbeni vplivi, medtem ko okoljski manj. Med vplivi prvih dveh obstaja bistvena razlika, in sicer so pri ekonomskih vplivih izrazitejši posredni pozitivni ekonomski vplivi, pri družbenih pa neposredni. Temačni turizem v izbrani regiji namreč ne ustvari veliko neposrednih prihodkov, to so prihodki, ustvarjeni z vstopnino. Zaradi simboličnega zaračunavanja vstopnine so tudi prihodki z naslova prodaje temu ustrezni. Bolj izraziti so posredni vplivi, ki se odražajo prek obiska ostalih dejavnosti na širšem območju znamenitosti. Obiskovalci, ki obišejo temačne znamenitosti, v kraju ponavadi trošijo še pri drugih ponudnikih, največkrat pri gostinskih in ponudnikih prenočišč.

Najmočnejši so družbeni vplivi. Na podlagi teh sklepam, da ima temačni turizem na izbranem območju precej drugačno vlogo kakor v drugih državah. Njegovi upravitelji primarno niso fokusirani na večanje prihodkov od prodaje, temveč stremijo k ohranjanju dediščine, predvsem pa delujejo v dobrobit širše lokalne skupnosti. To se odraža v številu kulturnih dogodkov, ki zapolnijo dogajanje, najti pa jih je mogoče v obliki bralnih in literarnih večerov, glasbenih večerov, festivalov, predavanj, likovnih delavnic, jezikovnih tečajev in drugih kulturno ali zgodovinsko orientiranih dogodkov. Upoštevajoč ugotovljeno, priporočam, da se na večanje pozitivnih ekonomskih vplivov osredotoči podpora ponudba temačnega turizma, ki lahko iz zgodb, spisanih tekom zgodovine, ustvari edinstven turistični proizvod in ga ponudi preko gostinske, namestitvene, športne ali doživljajske ponudbe.

## LITERATURA IN VIRI

1. Alderman, D. (2002). Writing on the Graceland Wall: On the Importance of Authorship in Pilgrimage Landscapes. *Tourism Recreation Research*, 27(2), 27–35.



2. Altman, J. (1989). Tourism Dilemmas for Aboriginal Australians. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 456–476.
3. Andereck, K. Bricker, K., Kerstetter D. & Nickerson, N. (2006). Connecting experiences to quality: understanding the meanings behind. V G. J. Nickerson (ur.), *Quality tourism experiences* (str. 81–98). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
4. Appel, A. I. (2016, 23. september). Beyond the iron curtain: twenty-five years after the fall of the Soviet Union, new books explore what we have yet to learn from the Cold War. *Publishers Weekly*, str. 25.
5. *Atlas of World War I*. Pridobljeno 1. julija 2018 iz [https://commons.wikimedia.org/wiki/Atlas\\_of\\_World\\_War\\_I#/media/File:WWI.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/Atlas_of_World_War_I#/media/File:WWI.png)
6. Balakirsky, M. K. (2016). *Drawing the Iron Curtain: Jews and the Golden Age of Soviet Animation*. New Jersey: Rutgers University Press.
7. Beech, J. (2009). Genocide Tourism. V R. S. Philip Stone (ur.), *The darker side of travel: the theory and practice of dark tourism* (str. 207–215). Bristol: Channel View Publications.
8. Bell, P. A., Greene, T. C. & Fische, J. D. (2001). *Environmental Psychology*. Melbourne: Lawrence Erlbaum.
9. Blair, J. (2002, 29. junij). *Tragedy turns to tourism at Ground Zero*. Pridobljeno 7. marca 2018 iz <https://www.theage.com.au/world/tragedy-turns-to-tourism-at-ground-zero-20020629-gducga.html>
10. Blom, T. (2000). Morbid Tourism: A Postmodern Market Niche with an Example from Althorpe. *Norwegian Journal of Geography*, 54(1), 29–36.
11. Bodyworlds. (2018, 18. februar). *Body donations*. Pridobljeno 7. marca 2018 iz <https://bodyworlds.com/plastination/bodydonation/>
12. Boorstin, D. (1992). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper & Row.
13. Budowski, G. (1976). Tourism and conservation: conflict, coexistence or symbiosis. *Environmental Conservation*, 3(1), 27–31.
14. Burns, P. & Holden, A. H. (1995). *Tourism: A New Perspective*. London: Prentice Hall.
15. Cameron, F. (2014, 7. avgust). *The Impact of the First World War and Its Implications for Europe Today*. Pridobljeno 3. julija 2018 iz <https://www.boell.de/en/2014/07/08/impact-first-world-war-and-its-implications-europe-today>
16. Carr, N. (2001). An exploratory study of gendered differences in young tourists perception of danger within London. *Tourism Management*, 22(5), 565–570.
17. Cole, T. (1999). *Selling the Holocaust. From Auschwitz to Schindler: How History is*. New York: Routledge.
18. Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424.
19. D'Amario, A. (2009). Halloween and Tourism in Salem, Massachusetts. V H. F. O'Donnell (ur.), *Treat or Trick?: Halloween in a Globalising World* (str. 178–185). Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.

20. Dann, G. (1994). *Tourism: The Nostalgia Industry of the Future*. V W. Theobald (ur.), *Global Tourism: The Next Decade* (str. 55–67). Oxford: Butterworth-Heinemann.
21. Dark Tourism. (2018). *Pompeii*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/492-pompeii>
22. Dorthe, R. & Christensen, K. S. (2014). *Studies in Death, Materiality and the Origin of Time*. London: Routledge.
23. *Druga svetovna vojna na Slovenskem*. Pridobljeno 27. maja 2018 iz <https://sites.google.com/site/2svetovnavojnet6/druga-svetovna-vojna-na-slovenskem>
24. Duncan, L. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61(1), 280.
25. Dunkley R. & Morgan, N. (2011). Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. *Tourism Management*, 32(4), 860–868.
26. Dwyer, L., Forsyth, P. & Dwyer, W. (2010). *Tourism Economics and Policy*. Bristol: Channel View Publications.
27. Encyclopedia Britannica. (2017, 8. december). *Alcatraz Island*. Pridobljeno 20. marca 2018 iz <https://www.britannica.com/place/Alcatraz-Island>
28. Encyclopedia Britannica. (2016, 20. julij). *Battle of Waterloo*. Pridobljeno 18. februarja 2018 iz <https://www.britannica.com/event/Battle-of-Waterloo>
29. Ewen, M. & Holden, A. (2002). Understanding the motivations of ecotourists. *International Journal of Tourism Research*, 4(6), 435–446.
30. Fagin, S. (2013). *Assassination and Commemoration: JFK, Dallas, and the Sixth Floor Museum at Dealey Plaza*. Oklahoma: University of Oklahoma Press.
31. Fermaki, A. (2013). Dark tourism revisited: a supply/demand conceptualisation. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 281–292.
32. Foley, M. & Lennon, J. (2000). *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*. London: Continuum.
33. Fundacija Pot miru. (2015). *Opis soške fronte*. Pridobljeno 28. maja 2018 iz <http://www.potmiru.si/slo/opis-soske-fronte/>
34. Gabrič, A. & Režek, M. (2011). *Zgodovina 4: učbenik za četrto letnik gimnazije*. Ljubljana: DZS.
35. Gentry, G. W. (2007). *Walking with the dead: The Place of Ghost Walk Tourism in Savannah*. Georgia: UNC Press.
36. Gilbert, M. (2000). *Second World War*. London: Phoenix Press.
37. Gorenjski muzej. (2018). *Muzej Tomaža Godca*. Pridobljeno 5. aprila 2018 iz <http://www.gorenjski-muzej.si/lokacije/muzej-tomaza-godca/>
38. Gornjesavski muzej Jesenice. (2012). *Kosova graščina*. Pridobljeno 3. aprila 2018 iz <https://www.gmj.si/sample-page/kosova-grascina/>
39. Gusterson, H. (2004). Nuclear Tourism. *Journal of cultural research*, 8(1), 23–31.
40. Guštin, D. (2006). *Za zapahi. Prebivalstvo Slovenije v okupatorjevih zaporih 1941–1945*. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino.
41. Halley, G. (2004, 11. marec). Grief tourists lap up other people's pain. *The Sunday Independent*, 3(1), 21–24.

42. Hanks, M. (2016). *Haunted Heritage: The Cultural Politics of Ghost Tourism, Populism, and the Past*. London: Routledge.
43. Heidelberg, B. A. W. (2015). Managing ghosts: exploring local government involvement in dark tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 10(1), 74–90.
44. Hobson, J. P. & Josiam, B. (1993). Spring break student travel: An exploratory study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1(3), 87–98.
45. Hochschild, A. (2011). *To End All Wars: A Story of Loyalty and Rebellion, 1914–1918*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt .
46. Holden, A. (2000). *Environment and Tourism*. London: Routledge.
47. Holzhauser, E. (2015). *Paranormal tourism in Edinburgh : storytelling, appropriating ghost culture and presenting an uncanny heritage*. St Andrews: University of St Andrews.
48. Horowitz, M. D., Rosenweig, J. A. & Jones, C. A. (2007, 13. november). *Medical Tourism: Globalisation of the Healthcare Marketplace*. Pridobljeno 25. julija 2018 iz <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2234298/>
49. Informacijski center Pot miru. (2017). *Uprizoritev bitke pri Kobaridu na muzeju na prostem Kolovrat*. Pridobljeno 5. junija 2018 iz <https://100letkobarid.potmiru.si/2017/09/29/uprizoritev-bitke-pri-kobaridu-na-muzeju-na-prostem-kolovrat/>
50. *Jack the Ripper tour*. Pridobljeno 11. februarja 2018 iz <https://www.thejacktherippertour.com/>
51. Jafari, J. (1990). Editor's page. *Annals of Tourism Research*, 16(1), 3.
52. Keil, C. (2005). Sightseeing in the mansions of the dead. *Social & Cultural Geography*, 6(4), 479–494.
53. Kobariški muzej. (2010). *Poslanstvo muzeja*. Pridobljeno 7. junija 2018 iz [https://kobariski-muzej.si/o\\_muzeju/poslanstvo\\_muzeja/](https://kobariski-muzej.si/o_muzeju/poslanstvo_muzeja/)
54. Koren, T. (2015). *Pot miru od Alp do Jadrana: Vodnik po Soški fronti*. Kobarid: Fundacija Pot miru v Posočju.
55. Koroški pokrajinski muzej. (2015). *Gestapovski zapori*. Pridobljeno 29. aprila 2018 iz <http://www.kpm.si/razstave/gestapovski-zapori>
56. Krippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers*. London: Heinemann.
57. Kurtz, M. (2014). Assassination and Commemoration: JFK, Dallas, and The Sixth Floor Museum at Dealey Plaza. *The Journal of American History*, 41(2), 326–328.
58. Kužnik, L. (2015). Typology of Dark Tourism Heritage With It`s Implications on Slovenian Future Dark Tourism Products. V *34. mednarodna konferenca o razvoju organizacijskih znanosti* (str. 318–348). Portorož: Moderna organizacija.
59. Lause, M. A. (2016). *Free Spirits : Spiritualism, Republicanism, and Radicalism in the Civil War Era*. Illinois: University of Illinois Press.
60. Lawscope, E. O. (1979). New legal issues and expertise are expected in Three Mile Island's wake. *American Bar Association Journal*, 65(1), 679–681.
61. Lee, D. B. (2006). *DARk tourism, hate and reconciliation: the Sandakan experience*. Vermont: International Institute for Peace through Tourism.

62. Lennon, J. (2017). *Dark Tourism Sites related to the Holocaust, the Nazi Past and World War II: Visitation and Practice Conference*. Glasgow: University of Glasgow.
63. Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61(1), 275–301.
64. Lisle, D. (2004). Gazing at Ground Zero: Tourism, Voyeurism and Spectacle. *Journal for cultural research*, 8(1), 3–21.
65. Lowenthal, D. (1985). *The Past is a Foreign Country Revisited by David Lowenthal*. Cambridge: Cambridge University Press.
66. Lukić, I. K., Glunčić, V., Ivkić, G., Hubenstorf, M. & Marusic A. (2003). Virtual dissection: a lesson from the 18th century. *The Lancet*, 362(9401), 2110–2113.
67. MacCannell, D. (1989). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Shocken Books.
68. Macdonald, S. (1997). *A People's Story: Heritage, Identity and Authenticity*. London: Routledge.
69. Mahrouse, G. (2016). *War-Zone Tourism: Thinking Beyond and Voyeurism and Danger*. Quebec: Concordia University.
70. Stefančič, M. J. (2006, 6. junij). Metod – portret slovenske povprečnosti. *Mladina*, 12, str. 23–25.
71. Marsden, S. (2016). *Is heritage history? History and the built environment*. Pridobljeno 5. junija 2018 iz [www.sahistorians.org.au/175/bm.doc/is-heritage-history.doc](http://www.sahistorians.org.au/175/bm.doc/is-heritage-history.doc)
72. Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Managing*. Oxford: Oxford University Press.
73. Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow: Longman.
74. McKercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism's social and environmental impacts. *Journal of sustainable tourism*, 1(1), 6–16.
75. Meng, S. & Siriwardana M. (2017). *Assessing the Economic Impact of Tourism: A Computable General Equilibrium Modelling Approach*. London: Palgrave Macmillan.
76. Miles, W. F. (2002). Auschwitz: Museum interpretation and darker tourism. *Annals of tourism research*, 29(4), 1175–1178.
77. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo – MGRT. (2017, oktober). *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021*. Pridobljeno 2. februarja 2018 iz [http://www.mgrrt.gov.si/fileadmin/mgrrt.gov.si/pageuploads/Strategija\\_turizem\\_koncn\\_o\\_5.10.2017.pdf](http://www.mgrrt.gov.si/fileadmin/mgrrt.gov.si/pageuploads/Strategija_turizem_koncn_o_5.10.2017.pdf)
78. Ministrstvo za kulturo. (2017). *Muzejska dejavnost in varstvo premične kulturne dediščine*. Pridobljeno 25. julija 2018 iz [http://www.mk.gov.si/si/delovna\\_podrocja/direktorat\\_za\\_kulturno\\_dediscino/muzejska\\_dejavnost\\_in\\_varstvo\\_premicne\\_kulturne\\_dediscine/](http://www.mk.gov.si/si/delovna_podrocja/direktorat_za_kulturno_dediscino/muzejska_dejavnost_in_varstvo_premicne_kulturne_dediscine/)
79. Moormann, E. (2015). *Pompeii's ashes: the reception of the cities buried by Vesuvius in literature, music, and drama*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

80. Niemela, T. (2012, 20. februar). Motivation factors in dark tourism – case: house of terror. *Theseus*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/14984>
81. Nisbett, M. (2017). Empowering the empowered? Slum tourism and the depoliticization of poverty. *Geoforum*, 85, 37–45.
82. O'Donoghue, D. (2002, 13. januar). Holocaust Tourism. *Sunday Business Post*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <http://archives.tcm.ie/business/2002/01/13/story312220.asp>
83. Obrador, P. (2012). The place of the family in tourism research: Domesticity and thick sociality by the pool. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 401–420.
84. O'Gorman, K. D., Baxter, I. & Scott, B. (2016). Tourism & Hospitality Research. *Exploring Pompeii: Discovering hospitality through research synergy*, 7(3), 89–99.
85. Ouellette, D. J. (2016). The tourism of North Korea in the Kim Jong- un Era: propaganda, profitmaking, and possibilities for engagement. *Pacific Focus*, 31(3), 421–451.
86. Outtersson, K., Selinger, E. & Whyte, K. (2011). Poverty Tourism, Justice, and Policy. *Public Integrity*, 14(1), 39–50.
87. Page, S. J. (2003). *Tourism Management: Managing for Change*. Oxford: Oxford University Press.
88. Pančur, A. (2012). *Judovska skupnost v Sloveniji na predvečer holokavsta*. Celje: Zgodovinsko društvo Celje.
89. Papas, S. (2011, 28. februar). Q&A: Is It Okay to Put Human Bodies on Display? *Live Science*. Pridobljeno 23. aprila 2018 iz <https://www.livescience.com/12994-body-worlds-human-taxidermy.html>
90. Patton, P. (2000). *Visiting the Cold War Today*. Washington: Master Premier.
91. Planina, J. & Mihalič, T. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta v Ljubljani.
92. Poštrak, A. (2018, 27. marec). *Razstava 1. in 2. svetovne vojne v Bohinju* (M. Lendero, Izpraševalec).
93. *Rapalska pogodba*. (2018). Pridobljeno 2. julija 2018 iz [https://sl.wikipedia.org/wiki/Rapalska\\_pogodba#/media/File:Treaty\\_of\\_Rapallo.png](https://sl.wikipedia.org/wiki/Rapalska_pogodba#/media/File:Treaty_of_Rapallo.png)
94. Reijnders, S. (2011). Stalking the count: Dracula, fandom and tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 231–248.
95. Repe, B. (2005). *Sodobna zgodovina: zgodovina za 4. letnik gimnazij*. Ljubljana: Modrijan.
96. Richards, G. E. & Dietrich, J. W. (2012). John Lennon 1940–1980. V G. E. Richards, & J. W. Dietrich (ur.), *Guns in American Society: An Encyclopedia of History, Politics, Culture, and the Law* (str. 82–91). Santa Barbara, CA: Abc Clio.
97. Ritchie, J. & Zins, M. (1978). Culture as a determinant of the attractiveness of a tourist region. *Annals of Tourism Research*, 5(1), 252–267.
98. Robb, E. M. (2009). Violence and recreation: Vacationing in the realm of dark tourism. *Anthropology and Humanism*, 34(1), 51–60.

99. Rojek, C. (1991). *Ways of Escape: Modern transformations of Leisure and Travel*. Glasgow: University of Glasgow.
100. Rojek, C. (1993). *Ways of Seeing-Modern Transformations in Leisure and Travel*. London: Macmillan.
101. Rojek, C. (1997). *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. V R. C., Indexing (ur.), *Dragging and the Social Construction of Tourist Sights* (str. 52–74). London: Routledge.
102. Ryan, C. (1997). *The Tourist Experience*. London: Routledge.
103. Sahistory. (2017, 31. marec). *Robben Island*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <http://www.sahistory.org.za/article/robben-island>
104. Sandler, P. G. & Archer, B. H. (1975). The economic impact of tourism in developing countries. *Annals of Tourism Research*, 3(1), 15–32.
105. Schaller, D. J. (2007). From the Editors: genocide tourism—educational value or voyeurism. *Journal of Genocide Research*, 9(4), 513–515.
106. Seaton, A. (2004). *From Ampullae to Althorpe: Death and tourism in history*. London: London Books.
107. Seaton, A. V. & Lennon, J. (2004). Moral panics, ulterior motives and alterior desires: thanatourism in the early 21st century. V T. Singh (ur.), *New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices* (str. 63–82). Wallingford: CAB International.
108. Seaton, A. V. (1996). From thanatopsis to thanatourism: Guided by the dark. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234–244.
109. Seaton, A. V. (1999). War and thanatourism: Waterloo 1815–1914. *Annals of tourism Research*, 26(1), 130–158.
110. Seaton, T. (2009). Purposeful otherness: Approaches to the management of thanatourism. V P. R. Richard Sharpley (ur.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (str. 75–108). Bedfordshire: University of Bedfordshire.
111. Sellinger, E. & Outterson, K. (2010). The Ethics of Poverty Tourism. *Environmental Philosophy*, 7(2), 93–114.
112. Shackley, M. (2001). Potential futures for Robben Island: shrine, museum or theme park? *International journal of heritage studies*, 7(4), 355–363.
113. Sharpley, R. (2009). *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*. Bristol: Channel View Publications.
114. Sharpley, R., Ryan, C., Page, S. & Aitken, M. (2005). Travels to the Edge of Darkness: Towards a Typology of Dark Tourism. V R. C. Sharpley (ur.), *Taking Tourism to the Limits: Issues, Concpets and Managerial Perspectives* (str. 217–228). London: London Books.
115. Sheller, M. & Urry, J. (2004). *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. London: Routledge.
116. Siegenthaler, P. (2002). Hiroshima and Nagasaki in Japanese guidebooks. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1111–1137.

117. Sima, C. (2015). Communist heritage representation gaps and disputes. *International Journal of Tourism Cities*, 3(3), 210–226.
118. Simkins, P., Jukes, G., Hickey, M. & Strachan H. (2003). *The First World War: The War to End All Wars*. Oxford: Osprey Publishing.
119. Singh, T. (2004). Tourism searching for new horizons: an overview. V T. Singh (ur.), *New horizons in tourism: strange experiences* (str. 1–10). Oxford: CABI Pub.
120. Skal, D. (2004, 21. januar). *Death makes a holiday*. New York: Bloomsbury.
121. Skinner, J. (2016). Theatricality, dark tourism and ethical. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(5), 501–502.
122. Slovenska turistična organizacija. (2016). *Predstavitev makro destinacij*. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija.
123. *Slum*. (1998). Slovar Slovenskega knjižnega jezika. Ljubljana: Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša.
124. Smetana, V. & Geaney K. (2018). *Exile in London. The Experience of Czechoslovakia and Other occupied Nations*. Praga: Karolinum.
125. Smith, V. (1998). Annals of Tourism. *War and tourism: an Amercian ethnography* 25(1), 202–227.
126. Sommerville, D. (2008). *The Complete Illustrated History of World War Two: An Authoritative Account of the Deadliest Conflict in Human History with Analysis of Decisive Encounters and Landmark Engagements*. London: Lorenz Books.
127. Stone, P. & Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of tourism Research*, 35(2), 574–595.
128. Stone, P. (2005). Consuming Dark Tourism: A Call for Research. *eReview of Tourism Research*, 3(5), 109–117.
129. Stone, P. (2006). A Dark Tourism Spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An interdisciplinary International Journal*, 54(5), 145–160.
130. Stone, P. (2012). Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation. *Annals of tourism research*, 39(3), 1565–1587.
131. Strange, C. & Kempa, M. (2003). Shades of dark tourism: Alcatraz and Robben Island. *Annals of tourism research*, 30(2), 386–405.
132. Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Wallingford: CABI Publications.
133. Taj Mahal. (2018, 1. februar). V *Encyclopedia Britannica*. Pridobljeno 1. februarja 2018 iz <https://www.britannica.com/topic/Taj-Mahal>
134. The Sixth Floor Museum at Dealey Plaza. (2018). *Donate*. Pridobljeno 2. julija 2018 iz <https://jfk.thankyou4caring.org/donate>
135. Todd, S. (1999). Examining tourism motivation methodologies. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 1022–1024.
136. Tratnik Volasko, M. & Košir, M. (1995). *Čarovnice: predstave, procesi, pregoni v evropskih in slovenskih deželah*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

137. Tribe, J. (2000). The Philosophic Practitioner. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 437–51.
138. Tržiški muzej. (2015). *Spominski park in spominska soba*. Pridobljeno 26. marca 2018 iz [http://www.trziski-muzej.si/?page\\_id=1157&lang=sl](http://www.trziski-muzej.si/?page_id=1157&lang=sl)
139. Turnbridge, J. E. & Ashworth, G. L. (1996). *Dissonant Heritage: the Management of the Past as a Resource in Conflict*. Chichester: John Wiley & Sons.
140. Urry, J. & Rojek, C. (1997). *Touring Cultures*. London: Routledge.
141. Urry, J. (1995). *Consuming Places*. London: Routledge.
142. Vugrinec, B. (2011). Pokopališča kot del turistične ponudbe. *Bonbon*, 286(1), 28.
143. Wall, G. & Mathieson, A. (2006). *Tourism change, impacts and opportunities*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
144. Walter, T. (2007). The new public mourning: Genuine grief or crocodile tears? V M. Stroebe (ur.), *Handbook of Bereavement Research and Practice: 21st Century Perspectives* (str. 146–187). Washington, DC: American Psychological Association Press.
145. West, P. (2004). *Conspicuous Compassion: Why Sometimes it Really is Cruel to be Kind*. London: Civitas.
146. Williams, S. (1998). *Tourism Geography*. London: Routledge.
147. Wilson, J. Z., Hodgkinson, S. & Piché, J. (2017). *The Palgrave Handbook of Prison Tourism*. London: Palgrave MacMillan.
148. Wolfe, M. (1997). *Changing Identities in Early Modern France*. Durham: Duke University Press.