

MRAČNI TURIZAM-KOMPARATIVNA ANALIZA NA PRIMJERU AUSCHWITZA I OVČARE

Lesar, Slavica

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:940848>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-04**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Slavica Lesar

MRAČNI TURIZAM
KOMPARATIVNA ANALIZA NA PRIMJERU AUSCHWITZA I
OVČARE
ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Preddiplomski stručni studij Ugostiteljstva

Slavica Lesar

MRAČNI TURIZAM

**KOMPARATIVNA ANALIZA NA PRIMJERU AUSCHWITZA I
OVČARE**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma

Mentor: dr.sc. Mateja Petračić

Matični broj studenta: 0621618013

Karlovac, rujan, 2021.

SAŽETAK

Mračni turizam postaje sve popularniji oblik turizma među ljudima na svjetskoj sceni. Svijet je prezasićen klasičnim oblicima turizma i u potrazi je za novim izazovima. Čini se da mračni turizam dobiva sve više na važnosti, stoga stručnjaci sve više analiziraju dobre i loše strane mračnog turizma. Selektivni turizam dio je ukomponirane priče o mračnom turizmu. Rad je ponudio komparativnu analizu masovne grobnice Ovčara i konc-logora Auschwitz. Rad se nadograđuje analizom sličnosti i razlika Ovčare i Auschwitza. SWOT analiza nudi nova rješenja u turističkoj ponudi Ovčare i Auschwitza. Cilj rada je napraviti komparaciju dva različita turistička proizvoda u dvije različite destinacije, države.

KLJUČNE RIJEČI: mračni turizam, selektivni oblici, Ovčara, Auschwitz, komparativna studija, SWOT analiza

ABSTRACT

The dark tourism becomes a more popular form of tourism among people on the world scene. The world is saturated with classical forms of tourism and look for new challenges. Dark tourism seems to get increasingly important, so experts analyse the good and bad side of the dark tourism. Selective tourism is part of about dark tourism's story. The final paper has offered a comparative analysis of the mass grave of Ovcara and conc-camp Auschwitz, with an analysis of criteria such as the criterion of attendance, the criterion of significance and the location criterion. The final paper is builds on the analysis of the similarities and differences between Ovcara and Auschwitz also. A SWOT analysis propose new ideas about tourist offer for Ovčara and Auschwitz. The aim of the final paper is to make a comparison between two different tourist products in two different destinations, countries.

KEYWORDS: dark tourism, selective forms, Ovcara, Auschwitz, comparative study, SWOT analysis

Sadržaj

SAŽETAK.....	
1.UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Struktura rada	1
2.TEORIJSKA OSNOVA MRAČNOG TURIZMA	2
3.KOMPARATIVNA ANALIZA MASOVNE GROBNICE OVČARA I KONCENTRACIJSKOG LOGORA AUSCHWITZ.....	19
3.1. Turistička ponuda Ovčara i Auschwitz	19
3.2. Kriterij posjećenosti	35
3.3. Kriterij značajnosti	42
3.4. Kriterij lokacije	46
4.ANALIZA SLUČAJA TURISTIČKOG PROIZVODA OVČARA I TURSTIČKOG PROIZVODA KONCENTRACIJSKI LOGOR AUSCHWITZ.....	48
4.1. Analiza sličnosti i razlika turističkih proizvoda	48
4.2. SWOT analiza.....	51
5.ZAKLJUČAK	54
POPIS TABLICA.....	
POPIS GRAFIKONA	
POPIS SLIKA	

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Jedan od značajnih ekonomskih uzroka enormnog razvoja turizma jesu raspoloživa sredstva građana i to dijelom, kao njihov konačan oblik - osobna potrošnja. Svaki turist traži i želi iskusiti bogate i raznolike turističke sadržaje. Plaža, more i sunce više nisu dovoljni. Znači, razvoj suvremenog turizma, sa svojim značajnim obilježjima ne može se zasnivati samo na zadovoljavanju klasičnih, standardnih tj. primarnih usluga. Turisti sve više traže oblike turizma koji se temelje na selektivnim oblicima turizma. Predmet rada jesu utvrđivanje kriterija značajnosti navedenih turističkih proizvoda (Ovčara i Auschwitz) u mračnom turizmu. Cilj rada je napraviti komparaciju dvaju različitih turističkih proizvoda, u dvije različite destinacije, države.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za potrebe pisanja ovog rada korišteni su različiti izvori: stručna i znanstvena literatura na temu mračnog turizma. Osim stručne i znanstvene literature, korištene su baze podataka: Turističke zajednice grada Vukovara, Statista i Auschwitza. Razlog korištenja navedenih baza je dobivanje konkretnih statističkih podataka o broju posjeta i broju turista. Metoda prikupljanja podataka je analiziranje postojećih (većinom sekundarnih) podataka s interneta. Postoji jako malo literature o mračnom turizmu na hrvatskom jeziku, no poslužit će, u velikoj mjeri, literatura na engleskom jeziku.

1.3. Struktura rada

Rad je razrađen u pet poglavlja rada. U prvom poglavlju, razrađuje se uvod rada s predmetom i ciljem rada poradi boljeg upoznavanja tematike rada. Drugo poglavlje razrađuje općenite pojmove koji su vezani za mračni turizam. Treće poglavlje analizira dva različita turistička proizvoda: Ovčaru i Auschwitz, uz utvrđivanje kriterija značajnosti, lokacije i posjećenosti. Četvrto poglavlje predstavlja raspravu o usporedbi dva različita turistička proizvoda u mračnom turizmu. Obradena je SWOT analiza za oba turistička proizvoda. Peto poglavlje daje konačni rezime teorije i metodološkog dijela istraživanja.

2. TEORIJSKA OSNOVA MRAČNOG TURIZMA

Riječi turist i turizam su svima poznate riječi i u hrvatskom jeziku su se odavno udomaćile. I jedna i druga dolaze od engleske riječi „tour”, koja je u početku imala značenje samo za kružno putovanje. ¹Prva izvedenica od riječi „tour” - „tourist” prvi je put korištena prije dva stoljeća u pejorativnom značenju. Čak je Adam Smith zastupao mišljenje da su ideali kulture znatno erodirali stavljanjem prioriteta na zabavu i užitke, što opravdava uvođenje termina „tourist”², kojim su se označavale osobe koje su ritualno i kratko posjećivale kulturne znamenitosti, dok su veći dio vremena išli za užicima.³ Iako su pojam turizam i turist u upotrebi više od dvjestotinjak godina, nema još uvijek opće prihvaćene definicije. Postoji jako širok spektar definicija.

Prije razmatranje bilo koje opće definicije o turizmu i turistu, potrebno je uzeti u obzir nekoliko komponenti. Prva je prostorna komponenta, što znači da bi osoba mogla postati turistom, mora krenuti na put. Svaku osobu koja poduzima putovanje od točke A do točke B nazivamo putnikom. No svaki putnik nije turist. Svjetska turistička organizacija (UNWTO)⁴ navodi da se putovanje mora zbivati izvan uobičajene sredine određene osobe. Druga komponenta je obilježje putovanja. To znači da osoba napušta uobičajenu sredinu na vlastitu inicijativu i to dobrovoljno u okviru svog slobodnog vremena te ne obavlja neku lukrativnu djelatnost (ne zarađuje) niti tijekom putovanja niti u odredištu svojeg putovanja. Treća komponenta je vremenska komponenta što znači da osoba mora privremeno izbivati izvan uobičajene sredine dulje od 24 sata. Četvrta komponenta je svrha putovanja. Osobe su motivirane sa željom za odmorom, rekreacijom, sportom, zdravstvenim razlogom ili posjetom prijateljima i rodbini ili na poslovnom putu, studiju.

¹ Čavlek, N. (2011). Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga., str.25

² Na stranici: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tourist>; turist znači osoba koja putuje radi ugone ili kulture

³ Ibid., str.25

⁴ Dostupno na: <https://www.unwto.org/>

Za potrebe ovog rada, bira se definicija poznatog sociologa Eriks-a ⁵, „Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom dvosmjernom putovanju ⁶

Danas, je u većini zemalja prihvaćena definicija UNWTO-a, a ona glasi: „Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine, ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koju bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju” - iznijeto na Svjetskoj konferenciji za utvrđivanje ekonomskog učinka na turizam, Nica, 1999.)⁷. Iz ove definicije proizlazi pet temeljnih obilježja turizma, a to su:

-turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima (uključuje sudjelovanje u različitim nelukrativnim aktivnostima u turističkoj destinaciji).

-putovanje i boravak moraju se zbivati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba kreće, živi i radi, pa tako turizam inicira neke nove aktivnosti koje osobe ne prakticiraju u domicilu.

-privremeni boravak u turističkom određištu znači da se turizam zasniva na dvosmjernom, odnosno kružnom putovanju.

-svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji i /ili zapošljavanje

-u turističkom određištu turisti troše, ali ne privređuju.

Inače, duljina boravka je minimum jedno noćenje i maksimalan boravak do godine dana te svrha putovanja jesu: odmor, zabava i rekreacija. Osim toga, na motive putovanja mogu djelovati iracionalni čimbenici (emocionalni doživljaj). Riječ je o tome da se motivi mijenjaju s promjenama vrijednosnih sustava u društvu te da stil svakidašnjeg života i rada uvelike utječe

⁵ Doktor znanosti na Odjelu sociologije i antropologije. Hebr; Sveučilište Jerusalem. Autor knjige : „The Commercialized Crafts of Thailand: Hill Tribes and Lowland Villages“, Curzon Press, London, and University of Hawaii Press, Honolulu, 2000.

⁶ Čavlek, N. (2011). Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga., str.25

⁷ Čavlek, N. (2011). Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga., str.30

na motivaciju za putovanje . Zato je od iznimne važnosti poznavanje motiva koje ljude pokreće na turističko putovanje za sve pružatelje usluga u turizmu, jer im to omogućuje da svoje proizvode i usluge oblikuju prema interesima turističkih potrošača.

Jedan od motiva je posjet mjesta koje je zadesila katastrofa. Riječ je o mračnom turizmu koji postaje sve više aktualniji u svijetu turizma jer nudi nove, neviđene sadržaje.

Prema tematici Kesar tumači „Putovanja i motivi koji potiču ljude na turistička kretanja u destinacije i lokalitete koji su u bližoj ili daljoj povijesti bili obilježeni smrću, nasiljem, stradanjima i patnjom ljudi, odnosno memorijalni turizam okvirno pripada tzv. „mračnom turizmu“ (engl. *dark tourism*).”⁸

Jedan od tržišno definiranih specifičnih oblika turizma (engl. *special interest tourism*), odnosno mračni turizam se po mnogo čemu razlikuje od ostalih oblika turističkih kretanja „⁹

Kesar je ponudila dvije ključne razlike između klasičnog i mračnog turizma. To su: višedimenzionalnost i društvena osjetljivost na resurse. Višedimenzionalnost motivacije ogleda se u različitosti poimanja tragedije koja je povezana s ljudskom patnjom, različitosti psiholoških stanja posjetitelja i unutrašnjih poriva za posjetom mjesta povezanih s tragedijama, različitim stavovima o okolnostima u kojima je tragedija nastala. Druga ključna razlika je društvena osjetljivost resursa na kojima se temelji razvoj mračnog turizma što ukazuje na potrebu za postizanjem općeg konsenzusa oko uporabe (društveno i politički) osjetljivih povijesnih činjenica, lokaliteta i predmeta u definiranju statičkih i dinamičkih komponenti (mračne) turističke ponude .¹⁰

⁸ Kesar, O. (2014). Obilježja i dosezi razvoja memorijalnog turizma u Hrvatskoj. *Liburna*, Br. 1, str. 49-89., str.51

⁹ Ibid., str.51

¹⁰Ibid., str.51

Kada se traži odgovor na pitanje o tome da li je većina mračni turist koji obilazi mračne destinacije, vrlo moguć odgovor je „Većina nas je barem do neke mjere mračni turist (čak i ako toga nije svjesno). Nipošto nije toliko egzotično, sumnjivo ili neobično kako se u početku može činiti ili kako su ga neki mediji izvještavali.¹¹ Prije svega, *mrak* u ovom kontekstu ne znači doslovno već metaforički, kao u „mračnom poglavlju povijesti“. A ti mračni aspekti povijesti i čovječanstva jednostavno su prilično zanimljivi. *Sigurno se ljudi pitaju: jeste li ikad bili ili mislite li posjetiti ratne muzeje i spomen-obilježja, recimo, A-Bomb-Dome i Park / muzej mira u Hirošimi, Japan? Želite li se uključiti u obilazak poznatih pariških katakombi ili groblja Pere Lachaise prilikom posjeta glavnom gradu Francuske? Ili pokušati potražiti tragove Berlinskog zida tijekom posjeta glavnom gradu Njemačke? Ili pogledati Memorijal 11. rujna na Ground Zerou u New Yorku?* Ako je odgovor na bilo koje od tih pitanja „da“ ili „možda“, tada biste mogli biti mračni turist.

Primjerice, Memorijal 11. rujna, New York, ima oko 5 milijuna posjetitelja godišnje, što ga vjerojatno čini najposjećenijim mračnim mjestom na svijetu danas. Ali nisu sve mračne turističke destinacije toliko popularne. Neke su možda malo i niti malo poznate.¹²

Općenito: mračnim turizmom smatra se putovanje na mjesta koja su na neki način povezana sa smrću ili katastrofom (ili barem nečim na ovaj ili onaj način jezivim). No, nema još definitivno jedinstveno utvrđene definicije što je mračni turizam.¹³

Mračni turizam dolazi u vrlo raznim oblicima. Povezanost sa „smrću i katastrofom“ može biti vrlo izravna, kao u mauzolejima velikih komunističkih vođa čija su stvarna mrtva tijela javno izložena (npr. Lenjinovo u Moskvi). Ili može biti posve neizravno, kao na mjestima vulkanskih razaranja (npr. Island ili Havaji) koja možda uopće nisu uključivala stvarne smrtno slučajeve - samo činjenica bi mogla biti dovoljna da mjestu daje neku 'mračnu privlačnost'.¹⁴

Glede mračnog turizma, tu nema jednodimenzionalnosti. Svaki turista želi raznolikost. To znači da pojedinac uvijek može birati kombinaciju. Nema ni jednog turista koji je potpuno mračan i

¹¹ Dark tourism, <https://www.dark-tourism.com/> (22.07.2021.)

¹² Ibid., str.1

¹³ Ibid., str.1

¹⁴ Ibid., str.1

samo posjećuje mračna odredišta. Obično je posjećivanje mračnih mjesta / znamenitosti samo dio šireg niza stvari koje treba obaviti i vidjeti prilikom odlaska na određeno mjesto. Nekim je ljudima dovoljno dodati malo mračnog turizma u inače posve mračni plan puta, npr. usputna stanica u Hirošimi tijekom obilaska Japana, jednodnevni izlet u Auschwitz prilikom posjeta poljskom gradu Krakowu ili odlazak u kuću Anne Frank u Amsterdamu itd.¹⁵

Za mračni turizam veže se veliki broj pojmova: „turizam crnih točaka“ (*engl. black spots tourism*), „tanatoturizam“ (*engl. thanatourism*), „morbidni turizam“ (*engl. morbid tourism*), „turizam žalosti“ (*engl. grief tourism*), „mračni turizam“ (*engl. dark tourism*) i „horor turizam“ (*engl. horror tourism*).¹⁶

Pojam „mračni turizam“, koji se i najviše koristi, kreirali su autori Foley i Lennon (1996. ; 1998.), kao generički termin za pojavu „koja sažima prezentiranje i potrošnju (od strane posjetitelja), realne i komodificirane smrti i lokacije gdje su se dogodile razne katastrofe“. Takva mjesta su nekadašnja bojna polja i stratišta, gdje je poginulo mnogo ljudi ili su izvršeni masovni genocidi, ali nastala i groblja i grobnice, mjesta gdje su umrle slavne ličnosti ili ona koja su poznata po nekoj (prirodnoj) katastrofi, bivši zloglasni zatvori i tamnice s ćelijama i spravama za mučenje, memorijalni spomenici rata, kao i muzeji posvećeni ovoj tematici. Sve su to „atrakcije“ mračnog ili tanatoturizma.¹⁷

Vrlo brzo se da uočiti da nije riječ o klasičnim atrakcijama i sadržaju turističkog putovanja. Glavne odrednice, prema percepciji turista, su morbidnost i bizarnost - sve ono što je kontra ugodi, izvoru veselja, radosti, uživanju i odmoru. Mračni turist, fokusira se na nesreću patnju i smrt.¹⁸

Mračni turizam je specifičan fenomen koji tijekom posljednje decenije izaziva sve veću pažnju medija, ali i akademske zajednice koja je prihvatila ovaj novi i intrigantni predmet istraživanja. To nimalo ne čudi obzirom da stručne i znanstvene literature o mračnom turizmu nema baš

¹⁵ Dark tourism, <https://www.dark-tourism.com/> (22.07.2021.)

¹⁶ Rabotić, B. (2013). Selektivni oblici turizma, Beograd. Beograd: Visoka turistička škola, str.224

¹⁷ Ibid., isto

¹⁸ Ibid., isto

puno.¹⁹ Dobro, ima na engleskom jeziku, ali potreba se javlja za radovima na hrvatskom jeziku jer Hrvatska ima mjesta koje mračni turisti sve više razgledavaju: Vukovar, Ovčara , Knin i druga mjesta.

Autor Rabotić skrenuo je pažnju na jedan veoma bitan problem, a to je da među autorima nema suglasnosti oko velikog broja aspekata mračnog turizma, čak niti oko njenog naziva. Stone (2006.) traži odgovor na pitanje da li je mračni turizam tek „mala prljava tajna turističke industrije“ (Stone, 2006.), ili je važan kanal za oživljavanje uspomena na nekadašnje žrtve i za kontemplaciju na temu smrti u suvremenom društvu.

No, turisti mogu ponekad i ne znajući, postati slučajni sudionici mračnog turizma kada, recimo, usputno posjete i nekadašnje bojno polje, nacistički konc logor ili katedralu s grobnicom neke važne osobe. Tada posjeta ima prije svega, obrazovno obilježje i teško bi se mogla interpretirati nekim „mračnim“ ili morbidnim motivom. To samo znači da je pojam „mračni turizam“ vrlo fluidan i uključuje različite „nijanse“, bilo da je red o motivaciji posjetitelja ili atrakcijama, što i jeste jedan od problema u konceptualnom uobličavanju ove pojave.

(Stone , 2006).²⁰ predlaže pet kategorija aktivnosti za mračni turizam:

- Putovanja radi svjedočenja javnih presuda o smrti - ta se javna pogubljenja sada događaju u relativno malo zemalja. Međutim, Rojekov (1997.) senzacijski turizam na mjestima stradanja može spadati pod ovaj naslov.
- Putovanje radi razgledanja pojedinačnih ili masovnih smrtnih slučajeva nakon što su se dogodila. Ovo obuhvaća jako veliki broj mjesta, uključujući konc logor Auschwitz i mjesta genocida (npr. Kambodžino „Polje ubijanja“), uključuje mjesta na kojima su poznate osobe stradale (kao što je mjesto smrti Jamesa Deana u automobilu), mjesta oglašavanih ubojstava (npr. Soham u Velikoj Britaniji gdje su bile dvije mlade djevojke) i drugi niz primjera.

¹⁹ Rabotić, B. (2013). Selektivni oblici turizma, Beograd. Beograd: Visoka turistička škola, str.224

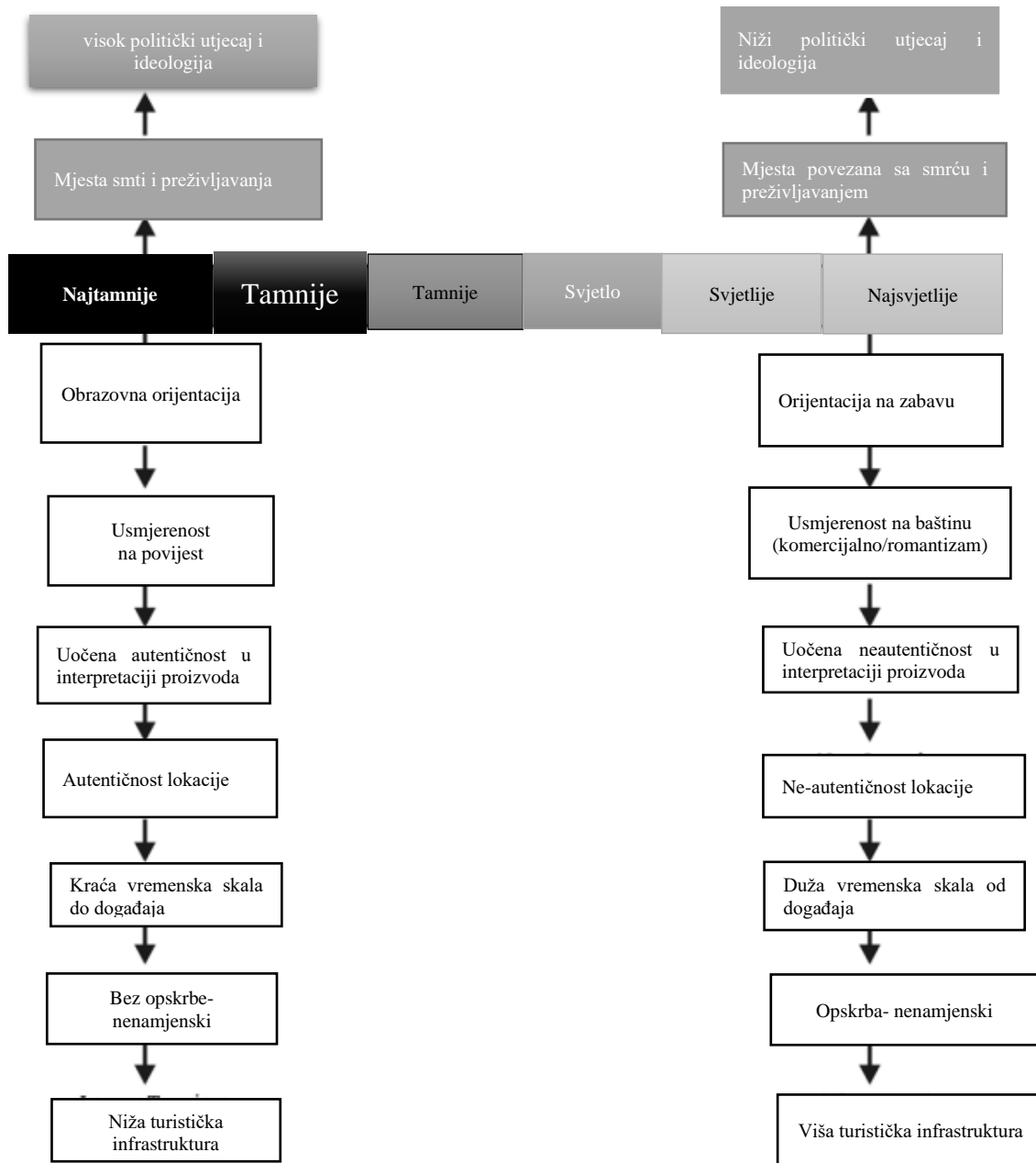
²⁰ Stone , P. (2006). A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. TOURISM, 54(2), 145-160., str., 149

- Putovanje do spomen obilježja ili internacijskih mjesta, uključujući groblja, kenotafe kriptu i ratne spomenike. Razlozi za takve posjete su, primjerice sakupljanje epitafa (vidi Seaton 2002.) na hodočašća, ili na počivalište (ne) slavni.
- Putovanja radi razgledanja dokaza ili simboličke prikaze smrti na nepovezanim mjestima, poput muzeja koji sadrže oružje smrti (npr. Kraljevske oružare u Leeds, UK) ili izložbe koje rekonstruiraju specifične događaji ili aktivnosti.
- Putovanje radi repriza ili simulacije smrti, poput oživljavanja poznatih bitaka po skupinama ili društvima, što je sve popularnije.

Stone navodi spektar razvoja mračnog turizma (Shema 1.). Kako su turistički proizvodi mračnog višeznačni, složeni u dizajnu i namjeni, sadržajno raznoliki, moguće je da univerzalni pojam „mračni“ koji se primjenjuje na turizam preširok i ne otkriva višestruke slojeve mračne turističke ponude. Stoga je možda mudro napraviti analizu koja uzima u obzir više nijansi mračnog turizma, s obzirom na prepoznatljive osobine proizvoda, obilježja i percepcije. Početak priče o analizi istog, vezana je za studiju Strange i Kempa (2003.) o ispitivanju dizajna proizvoda dviju bivših kaznenih institucija i specifičnih utjecaja vanjskih političkih institucija. Navedeni autori istražili su zatvor Alcatraz, gdje su nekoć bili zloglasni kriminalci, no danas dolaze posjetitelji vidjeti zatvor te se održavaju snimanja filmova. Čisto radi usporedbe, isti autori analizirali su Otok u Južnoj Africi, bivši kazneni kompleks za političke zatvorenike iz doba apartheida (uključujući Nelsona Mandelu). Temeljno, sugeriraju da unatoč tomu što dvije bivše kaznene institucije imaju određene sličnosti u oblicima dizajna, politička i kulturna agenda koja se veže za ova dva mjesta je posve različita. Alcatraz je već uvelike postao mjesto koje sadrži komercijalnu i zabavnu vrijednost, dok otok Robben još nije podlegao tomu.²¹

²¹ Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *TOURISM*, 54(2), 145-160., str., 149

Schema 1. Prikaz spektruma mračnog turizma



IZVOR: Auto rada prema Stone , P. (2006). A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. TOURISM, 54(2), 145-160., str., 151 [dostupno 23.7.2021]

Schema 1. prikazuje nijanse mračnog turizma diljem svijeta. Polazišna točka je politička ideologija i utjecaji koji idu u dva smjera. To su: niži i viši utjecaj. Na to se nadovezuju

lokaliteti, kao konc logor Auschwitz i groblje Ovčara. Destinacije mračnog turizma imaju spektar boja od najtamnije do najsvijetlije boje.

Dvije su moguće orijentacije: obrazovna i zabavna. Mračni turist dolazi pogledati Vukovar i groblje Ovčaru, a nakon toga traži mjesto za odmor, dobru eno i gastro ponudu. Ili možda plovidbu Dunavom u kojoj može iznimno uživati. U spektru mračnog turizma, postoje dva usmjerenja: povijesna i nasljedna. Kada autor navodi da postoji autentičnost u interpretaciji turističkog proizvoda, kao na primjer, Auschwitz u Poljskoj, znači da se zbio jedan takav događaj i da ga je povijest potvrdila kao autentičan događaj s milijunskim brojem žrtava. No, u cijeloj toj raznolikosti mračnog turizma postoje mjesta koja nisu autentična, u smislu „pripovijeda se, da se tu zbio masakr“. To je neautentičan turistički proizvod. Isto se nadovezuje na autentičnost lokacije. U analizi spektruma „Kraća vremenska skala do događaja“, znači da je prošlo vrlo malo vremena od otkrivanja destinacije mračnog turizma, što je slučaj s Auschwitzom. Ubrzo nakon što su ruski i američki vojnici stupili na tlo logora, započele su posjete i interes posjetitelja. No, to nije slučaj s grobljem Ovčara. Prošlo je duže vrijeme nakon što su posjetitelji počeli posjećivati ovu mračnu destinaciju. Dvije su mogućnosti za opskrbu: s ili bez opskrbe. Auschwitz nastoje nadograđivati i održavati, primjerice muzej uz donacije i pomoć drugih. Ovčara je groblje. Mjesto se ne opskrbljuje, samo održavaju čistim. Turistička infrastruktura kod mračnog turizma ima dva smjera: niža i viša infrastruktura. Turistička infrastruktura je skup objekata i ustanova koji čine materijalni i organizacijski temelj za razvoj turizma. Sastoji se od temeljnih usluga, putnog sustava, prijevoza, smještaja, gastronomije, enologije, usluga kulturnih i rekreativnih aktivnosti, mreže trgovina, usluga turističke zaštite i drugih.²²

Tony Seaton je u svom članku „*From Thanatopsis to Thanatourism: Guided by the Dark*“, opisao tanaturizam kao „putovati na mjesto koje je u cijelosti ili djelomično motivirano željom za stvarnim ili simboličnim susretom sa smrću, posebno, ali ne isključivo, s nasilnom smrću,

²²Warbletoncouncil, <https://bs.warbletoncouncil.org/infraestructura-turistica-8049> (22.07.2021.)

koja može, u različitoj mjeri, biti aktivirana od strane osobitih obilježja osoba čije su smrti njezine žarišne točke²³

Seaton (2011.) smatra da mračni turizam ima dugu povijest koja ima korijene u srednjem stoljeću i da je to ojačalo za vrijeme romantizma (npr. Romeo i Julija). Seaton je predložio tipologiju tanaturizma koja sadrži pet kategorija²⁴:

1. Putovanje s ciljem promatranja smrti;
2. Putovanje na mjesta gdje se nekada dogodila smrt;
3. Putovanje na lokacije internacije i memorijalna mjesta;
4. Putovanje poradi promatranja povijesnih „rekonstrukcija“ bitaka,
5. Putovanje na „sintetička“ mjesta, gdje su sakupljeni i izloženi dokazi o smrti.

Nadalje, Seaton je ovoj definiciji dodao dva čimbenika. Prvi, tanaturizam je ponašajni jer je koncept više određen motivima putnika nego pokušajima da se specificiraju oblici destinacije. Za razliku od koncepta Lennona i Foleya²⁵, Seaton prepoznaje da individualna motivacija igra ulogu u mračnom turizmu. Drugo, tanaturizam nije apsolutan nego je kontinuum intenziteta koji se temelji na dva elementa. Prvo, motivacija i opseg interesa. U nastavku, prikazuje se kontinuum tanaturizma²⁶

²³ Yuill, S-M. (2003). Dark Tourism understanding visitor motivation at sites of death and disaster (master teza). Texas A&M University. <http://repositories.tdl.org/tldl/handle/I969.I/89>, str.11

²⁴ Yuill, S-M. (2003). Dark Tourism understanding visitor motivation at sites of death and disaster (master teza). Texas A&M University. <http://repositories.tdl.org/tldl/handle/I969.I/89>, str.11

²⁵ Lennon, J., & Foley, M. (2000). Mračni turizam: Atrakcija smrti i katastrofa. London i New York: Continuum.,

²⁶ Ibid, str.

Tablica 1. Obilježja tanaturizuma prema Seatonu (2011)

Zanimanje za smrt odnosi se na određenu osobu, a egzistira uz druge motive.	Zanimanje za temu smrti, općenito, a egzistira kao posebna motiv
Mrtvi su poznati posjetitelju, koji ih cijeni i poštuje	Fascinantnost smrću bez obzira o komu se radi
Na primjer, posjeta spomeniku rata i komemoracija poginulom članu obitelji	Na primjer, posjeta grobljima, mjestima velikih nesreća

IZVOR: Autor rada prema Yuill, S-M. (2003). Dark Tourism understanding visitor motivation at sites of death and disaster (master thesis). Texas A&M University. <http://repositories.tdl.org/tdl/handle/1969.1/89>, str.11

Vrijedno je spomenuti tipologiju mračnog turizma autora Rabotić 2006 prema Stone 2011, (shema 2).

Shema 2. Tipologija atraktivnosti mračnog turizma



IZVOR: Autor rada prema Rabotić, B. (2011). Mračni turizam u teoriji i praksi. Hotel Link, 35-48. https://www.academia.edu/41275729/Mra%C4%8Dni_turizam_u_teoriji_i_praksi

[17.7.2021]

Prva tipologija odnosi se na tematske parkove mračnog turizma koji su vođeni komercijalnom svrhom, kao što su: Drakulin dvorac (Slika 1.) „Ghost Walk“ (Slika 2.).

Slika 1. Drakulin dvorac u Rumunjskoj



IZVOR: <https://www.riopricesaputovanja.com/v1/transilvanija-dvorac-grofa-drakule-jedna-zaboravljena-prica/>[dostupno 24.7.2021]

Slika 2. Ghost walk u Edinburgu



IZVOR: <https://tickets.co.uk/tickets/edinburgh-ghost-tour/>[dostupno 24.7.2021]

Druga tipologija odnosi se na groblja koje sadrže atraktivni i komemorativni aspekt. U Hrvatskoj, jedno od atraktivnijih groblja je gradsko groblje u Varaždinu stvarano vizionarskom dušom Hermana Hallera, nije samo počivalište mrtvih već izvanredan primjer parkovne arhitekture i spomenik prirode. Ustanovljeno je 1773., a od 1905. Herman Haller započeo je s njegovim uređenjem posadivši oko 7.000 čempresa, javora, jasena, crvene bukve, šimšira,

magnolija i breza. „Šišanjem tuja u geometrijski pravilna tijela groblje je poprimilo obilježja francuskog parka.“²⁷ Jedan od vrjednijih spomenika na varaždinskom groblju je „Anđeo smrti“, djelo kipara Roberta Frangeša Mihanovića, koji „simbolički prikazuje opraštanje živih od mrtvih te grobnica-spomenik Vatroslavu Jagiću koji je svakodnevno ukrašen svježim cvijećem“²⁸

Slika 3. Varaždinsko groblje



IZVOR: <https://www.tourism-varazdin.hr/groblje-i-parkovi/> [dostupno 24.7.2021]

Treća tipologija odnosi se mračne izložbe. One nude proizvode na temu smrti, ljudske patnje i raznih grozota sa ciljem komemoracije i edukacije. Nude sadržaje koji uključuju određen stupanj turističke opremljenosti i komercijalizma, percipiraju se kao „ozbiljniji“ i u „spektru mračnog turizma.“ Zauzimaju poziciju prema mračnijoj strani. Nisu lokacijski autentični, jer su lokacijski izvodljive bilo gdje i u bilo koje vrijeme. Ovoj skupini atrakcija pripadaju muzeji s tematikom smrti i stradanja, kao što je Muzej terora u Budimpešti. Stone (2006.) navodi još „mračnije“ primjere - *Body Worlds*, neobičnu izložbu ljudskih leševa (sačuvanih tehnikom tzv. plastinacije, koja se u anatomiji koristi za očuvanje tkiva).²⁹

²⁷ Turistička zajednica grada Varaždina, <https://www.tourism-varazdin.hr/groblje-i-parkovi/> (17.07.2021.)

²⁸ Ibid., str.1

²⁹ Rabotić, B. (2011). Mračni turizam u teoriji i praksi. Hotel Link, 35-48. https://www.academia.edu/41275729/Mra%C4%8Dni_turizam_u_teoriji_i_praksi, str.45 (17.07.2021.)

Slika 4. Muzej terora u Budimpešti



IZVOR: Višnja Zgaga. (2008). Kuća terora u Budimpešti. *Informatica museologica*, 39(1-4), 40-43. Preuzeto 24.7.2021 iz <https://hrcak.srce.hr/13454>

Prema članku autorice Zgaga „ Kuća terora u Budimpešti“, navodi se da je od otvorenja do danas Muzej potvrdio svoju dosljednu usmjerenost prema istraživanju i prezentiranju „mračne povijesti“ te nužnosti revidiranja i istraživanja povijesnih činjenica koje govore o okrutnosti ideologije i destrukciji. Svake godine prezentira se neki novi projekt, npr. Holokaust, Orwell, Katinska šuma, Praško proljeće, a održavaju se i znanstveni skupovi o sličnim temama.³⁰

Četvrta tipologija odnosi se na svetišta koja nemaju turističku infrastrukturu, te su privremena. Jedan od primjera je svetište za princezu Dianu, davne 1997. godine, kada je poginula britanska princeza Diana od Walesa, u tunelu u Parizu. Njeni štovatelji i građani Londona donosili su cvijeće pred vrata Kensingtonske palače, prije pokopa. Njezino svetište naknadno je preseljeno u Althrope, izvan Londona, gdje pokojna princeza danas počiva. Dodatno, svetišta služe za prisjećanje preminule osobe bilo poznate ili nepoznate osobe. Nastaju spontano, kada obitelj preminulog ili štovatelji, pale svijeće i ostavljaju cvijeće. Takva vrsta atrakcije, može se pozicionirati u tamnijem dijelu „spektra mračnog turizma“³¹.

³⁰ Višnja Zgaga. (2008). Kuća terora u Budimpešti. *Informatica museologica*, 39(1-4), 40-43. <https://hrcak.srce.hr/13454>, str.43, (24.07.2021.)

³¹ Rabotić, B. (2011). Mračni turizam u teoriji i praksi. *Hotel Link*, 35-48. https://www.academia.edu/41275729/Mra%C4%8Dni_turizam_u_teoriji_i_praksi, str.45, (17.07.2021.)

Slika 5.Svetište (Kensigton palača), 1997.



IZVOR: <https://nypost.com/2017/06/03/how-princess-dianas-death-changed-the-royals-for-the-better/> [dostupno 24.7.2021]

Peta tipologija jesu mjesta ratnih sukoba. To su nekadašnja bojišta, kao što je srušeni most u Jablanici, Bosna i Hercegovina . Iz perspektive morbidnog turizma može se reći da ovakva mjesta nisu namjerne atrakcije, a imaju povijesni, obrazovni i komemorativni značaj. Most na Jablanici ima dosta značajki komercijalizma uz turističku infrastrukturu (muzej, restoran i ostalo). Na temelju događaja - rušenja mosta na Jablanici za spas ljudi, snimljen je poznati film „Bitka na Neretvi“ koja je polučio veliki uspjeh među gledateljima u nekadašnjoj Jugoslaviji.

Slika 6. Most na Jablanici



IZVOR: <https://www.vecernji.hr/kultura/dio-mosta-iz-cuvene-bitke-na-neretvi-ide-na-prodaju-kao-staro-zeljezo-1436581/galerija-442632?page=1> [dostupno 24.7.2021]

Ovakve atrakcije zauzimaju svjetliji kraj u spektru mračnog turizma.

Šesta tipologija mračnog turizma je mjesto genocida. To je najmračniji dio u spektru mračnog turizma, jer se radi o neviđenim zločinima nad ljudima. Primjer su Auschwitz i Ovčara, koje se u nastavku, detaljno analiziraju. S tim da mjesto genocida ima precizno zemljopisno obilježje (znaju se mjesta) te konkretan povijesni kontekst.

Mračna mjesta genocida predstavljaju mjesta koja sadrže genocid, atrofiju i katastrofu kao glavnu etiološku temu, i tako zauzimaju najmračnije rubove „mračnog turističkog spektra“. Područja genocida nisu naročito česta pojava, ali postoje na mjestima kao što su Ruanda, Kambodža i Kosovo. Međutim, ta mjesta koja postoje za turističku potrošnju su morbidna u krajnjem slučaju, unatoč tome što nude ograničenu interpretaciju lokacije.³²

³² Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *TOURISM*, 54(2), 145-160., str.157

Mračna mjesta genocida stvaraju se kako bi pružili vrhunski emocionalni doživljaj kojim posjetitelji razgledavaju dvorce mrtvih. Dizajn proizvoda koji se vrti, je oko obrazovanja i obilježavanja, a za razliku od mračnih izložbi, smještenih na stvarnom mjestu događaja smrti, mračna mjesta genocida pričaju strašne priče o ljudskoj patnji i imaju visok stupanj političke ideologije vezan za njih. Stoga su mračna mjesta genocida ona mjesta koja obilježavaju koncentraciju smrti i zločina, a koncentracija smrti nije očiglednija od one počinjene tijekom holokausta. Stoga Auschwitz-Birkenau, sada mjesto za posjetitelje i primjer mračnog mjesta genocida, najviše predstavlja Holokaust zbog razmjera zločina koji su tamo počinjeni (Gilbert 1986.) i simbolično zbog načina na koji progoni suvremenu maštu.³³

³³ Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *TOURISM*, 54(2), 145-160. str.157

3.KOMPARATIVNA ANALIZA MASOVNE GROBNICE OVČARA I KONCENTRACIJSKOG LOGORA AUSCHWITZ

U analizi primjera polazimo od toga da su Auschwitz i Ovčara mjesta genocida i prema tome, pripadaju spektru najmračnijeg turizma. Autor Stone (2006.) vjeruje da se kod korisnika mračnog turizma javljaju četiri vrste emocija, čiji se utjecaji međusobno isprepliću. Mjesta genocida i drugih oblika zvjerstva često izazivaju osjećaj sažaljenja prema stradalima i ogorčenost na zločince. Mjesta genocida neki doživljavaju (oni koji žive u toj državi) kao dio svog nacionalnog identiteta, a to izaziva osjećaj ponosa jer pripadaju jednoj, a ne drugoj strani. U nastavku pojedinačno, analiziraju se Ovčara i Auschwitz s aspekta turističke ponude, kriterija posjećenosti, značajnosti i lokacije.

3.1. Turistička ponuda Ovčara i Auschwitz

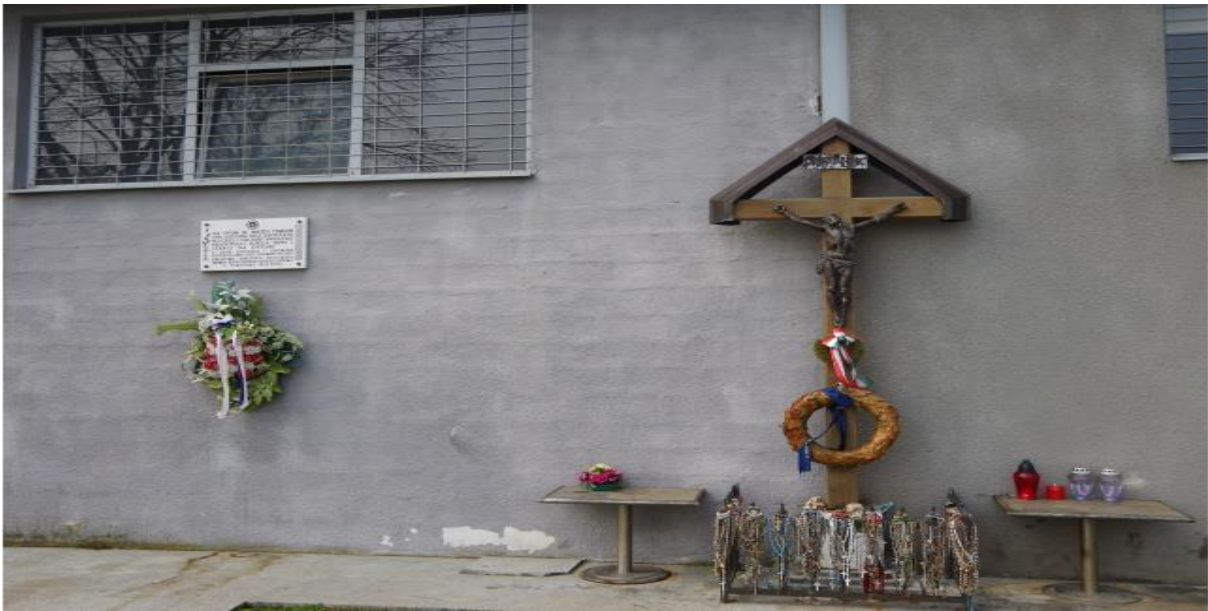
Ovčara je smještena u Vukovarsko-srijemskoj županiji i ostat će zapamćena po zločinima nad lokalnim stanovništvom za vrijeme srpske agresije (slika 6., slika 7., slika 8., i slika 9.)

Slika 7. Memorijalni centar Ovčara



IZVOR: <https://www.dark-tourism.com/index.php/croatia/15-countries/individual-chapters/162-ovcara> [dostupno 15.7.2021]

Slika 8. Svetište u Ovčari



IZVOR: <https://www.dark-tourism.com/index.php/croatia/15-countries/individual-chapters/162-ovcara> [dostupno 15.7.2021]

Slika 9. Druge nadgrobne ploče do masovne grobnice



IZVOR: <https://www.dark-tourism.com/index.php/croatia/15-countries/individual-chapters/162-ovcara> [dostupno 15.7.2021]

Slika 10. Memorijalni spomenik na mjestu masovne grobnice



IZVOR: <https://www.dark-tourism.com/index.php/croatia/15-countries/individual-chapters/162-ovcara> [dostupno 15.7.2021]

Prvo, analizira se povijesni dio događaja koji se zbilo na Ovčari, kako bio se mogao povezati s današnjom turističkom ponudom. Pet kilometara jugoistočno od Vukovara nalazi se farma Ovčara koja je u suvremenoj hrvatskoj povijesti ostala zapamćena kao mjesto najvećeg zločina u Domovinskom ratu.

Hangar koji je u mirnodopsko vrijeme služio kao skladište poljoprivredne mehanizacije od rujna 1991. godine „pretvoren je u logor za nesrpsko stanovništvo grada i okolice“. U hangar je 20. studenoga dovezeno više od 260 hrvatskih branitelja i civila iz vukovarske bolnice. Po dolasku su im oduzete dragocjenosti i osobni predmeti, te su krenula premlaćivanja i torture. Preživjeli su u večernjim i noćnim satima istoga dana voženi na lokaciju udaljenu oko jedan kilometar od hangara gdje ih je usred oranice čekala iskopana jama.³⁴ Njih 200 smaknuto je hicima i zakopano bez ikakvog obilježja. Danas se na mjestu hangara nalazi Spomen dom Ovčara koja čuva sjećanje na ranjenike i civile odvedene iz vukovarske bolnice, zatvorene i mučene u bivšem hangaru, a potom pogubljene i zakopane.³⁵

Turistička ponuda Ovčara

Glede analize turističke ponude, slijedi prikaz projekata i ponuda destinacije mračnog turizma Ovčare:

Javna ustanova „Memorijalni centar Domovinskog rata“³⁶. Posebna pažnja „pridaje se obilježavanju obljetnica, upravljanju i održavanju objekata, prikupljanju i čuvanju artefakata iz Domovinskog rata, pripremi i opremanju stalnog tematsko-kronološkog postava, uređenju i opremanju mjesta sjećanja te revitalizaciji već postavljenih vanjskih i unutarnjih eksponata“.³⁷

U segmentu turističke djelatnosti, Memorijalni centar Domovinskog rata (MCDR), uključuje se individualne i skupne posjete, s tim da posjetitelji mogu razgledati različite postave³⁸:

³⁴ Memorijalni centar Domovinskog rata Vukovar, https://www.mcdrvu.hr/portfolio_page/spomen-dom-ovcara/ (22.07.2021)

³⁵ Ibid, str.1

³⁶ Ibid, str.1

³⁷ Ibid, str.1

³⁸ Ibid, str.1

- Izložba „Bitka za Vukovar”
- Rekonstrukcija srpskih koncentracijskih logora „Stajicevo“ i „Begejci“
- Ekspoziti na otvorenom
- Prikaz minskog polja
- Izložba pješackog naoružanja korištenog u Domovinskom ratu
- Virtualna stvarnost „Samostalni zrakoplovni vod”
- Simulacija bojnog polja „Ojačana brigada u obrani“

Jedan od temeljnih projekata Javne ustanove „Memorijalni centar Domovinskog rata Vukovar“ je projekt „Posjet učenika osmih razreda Vukovaru“. Riječ je o jednodnevnim i dvodnevnim izletima za učenike osmih razreda iz cijele Hrvatske. Kroz taj projekt, školska djeca stječu znanja „o vrijednostima Domovinskog rata i značaja Bitke za Vukovar u obrani suvereniteta i teritorijalne cjelovitosti suvremene Republike Hrvatske“. ³⁹ Tijekom terenske nastave u Vukovaru učenici uče o demokratskim procesima koji su doveli do stvaranja suverene i samostalne Republike Hrvatske te kako je ona obranjena u nametnutome ratu. Nakon predavanja, učenici posjećuju memorijalna mjesta na širem području grada Vukovara gdje se kroz predavanja vodiča uvode u događaje koji su odigrali 1991. godine. Uz memorijalnu povijest „vezanu za Domovinski rat, učenici se kroz fakultativne aktivnosti mogu upoznati i s povijesnom i kulturnom baštinom grada Vukovara te životom u njemu kroz posjete muzejima i drugim ustanovama“ ⁴⁰

Terenska nastava u Vukovaru završava Školom mira, predavanjem čiji je cilj da učenici odnesu svojim domovima poruke mira, nenasilja i tolerancije na kojima se može graditi budućnost te kvizom znanja za učenike. Projekt je ujedno i način socijalizacije u novom okruženju, prilika

³⁹ Memorijalni centar Domovinskog rata Vukovar, <https://www.mcdrvu.hr/> (21.07.2021.)

⁴⁰ Ibid., str.1

za upoznavanje običaja, navika i kulture zavičaja u cjelini, kao i poticaj nastavnicima da primjenjuju korelaciju i integraciju nastavnih sadržaja. Ministarstvo hrvatskih branitelja u potpunosti snosi troškove organizacije Projekta, što uključuje prijevoz, prehranu, smještaj i ulaznice za učenike i njihove pratitelje. Projekt neprestano napreduje kako opsegom, tako i kvalitetom, te svake školske godine Vukovar posjeti oko 40 000 učenika i pratitelja iz svih osnovnih škola u Republici Hrvatskoj. No tijekom, 2020. i 2011. godine, smanjen je broj posjeta zbog pandemije SARS Cov-2.

Također je pokrenuta takva vrsta projekata u drugim gradovima Hrvatske: Karlovac, Knin, Pakrac, Lipik i Okučani, s ciljem produblivanja znanja o Domovinskom ratu na prostorima Hrvatske.

Dodatne aktivnosti i turističke ponude organizira Udruga Branitelja Vukovarsko-srijemske županije.

Na službenim stranicama Vukovarsko-srijemske županije, navode se različite turističke ponude ⁴¹koje turisti mogu kombinirati sa posjetom Spomen domu Ovčara i groblju.

Veljača: Maškare u Vukovaru.

Organiziraju se uz potporu Grada Vukovara i Dječjeg vrtića Vukovar. TZG Vukovara organizirala je manifestaciju „Maškare u Vukovaru“ . Program se organizira na Korzu. ⁴²

⁴¹ TZ grad Vukovar. (veljača 2020). Izvješće o radu Turističkog ureda Turističke zajednice grada Vukovara o financijskom poslovanju za 2019. godinu. Vukovar: Grad Vukovar., str.9

⁴² Ibid., str.9

Travanj: Pisanicom do Uskrsa.

Riječ je o nagradnoj igri u kojoj se pomoću pametnog telefona traže virtualne uskrsne pisanice. Ova manifestacija održana je u park šumi Adica. Pisanice se traže uz pomoć jednostavne aplikacije i korištenja kamere na mobilnom uređaju. Virtualne pisanice su vidljive samo preko aplikacije i svaka pisanica je nagradna od strane sponzora. Sudjelovala su brojna djeca svih uzrasta.⁴³

26.-28. travnja 2019. - Festival Cvijeća.

U 2019. godini izlagalo je 17 izlagača, s tim da su došli na ideju o postavljanju cvjetne instalacije te je cvijećem ukrašen drveni mostić.⁴⁴

Svibanj: Prvosvibanjski izlet u Adici.

Riječ je o cjelodnevnom zabavnom programu. Ponuđen je turistički vlakić. Obavezna je gastro ponuda i podjela graha u suradnji s Hrvatskom vojskom (HV) te učenika i profesora strukovne škole Marko Babić. U 2019. godini podijeljeno je 2.000 porcija graha.⁴⁵

3.-6. svibnja. Festival Svi za Jedno Hrvatskoj Naj

Tom prigodom, rekonstruirana je nekadašnja ribarska kuća u središtu grada, gdje se gostima nudila gastro i enološka ponuda, te pružale turističke i servisne informacije. Izvrsna prilika za posjetitelje Spomen Dom Ovčara da se malo opuste i saznaju za povijest grada Vukovara i sve što nudi grad.⁴⁶

⁴³ Ibid, str.10

⁴⁴ Ibid., str.10

⁴⁵ TZ grad Vukovar. (veljača 2020). Izvješće o radu Turističkog ureda Turističke zajednice grada Vukovara o financijskom poslovanju za 2019. godinu. Vukovar: Grad Vukovar., str.10

⁴⁶ Ibid, str.11

Lipanj-Međunarodni dan Dunava.

Uz dunavsku šetnicu obično su postavljeni štandovi od strane malih proizvođača autohtonih proizvoda i OPG-a koji su izložili su svoje tradicijske proizvode. Kulturno-umjetnički program uz „Dunav svome gradu” je dio programa. Organizira se natjecanje kadeta u lovu ribe udicom na plovak. Od gastro ponude je fiš paprikaš. Uobičajeno da se od prodaje fiš paprikaša sakupe novci i doniraju potrebitima, primjerice kupnjom peći na kruta goriva.⁴⁷

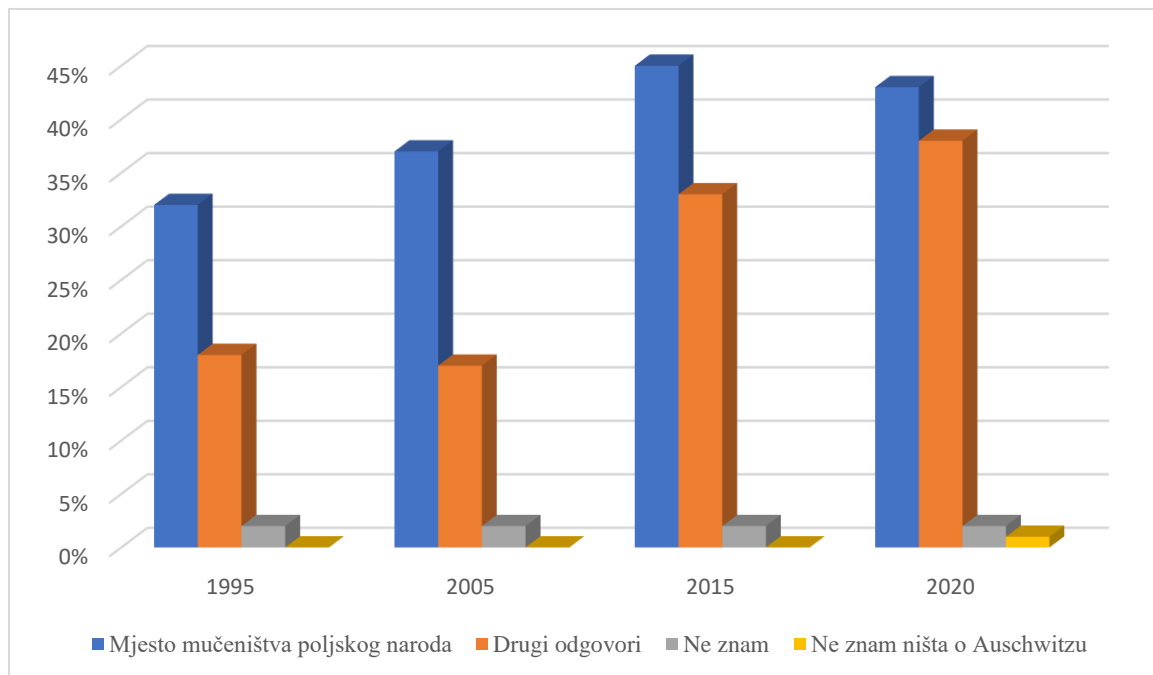
Mračni turist može, uz planirani obilazak Spomen Doma Ovčara, povezati ovu posjetu s navedenim turističkim ponudama.

⁴⁷ Ibid., str.12

Turistička ponuda Auschwitza

U nastavku, slijedi analiza turističke ponude Auschwitza s povijesnim elementima. Prvobitno o tome koliko su turisti uopće upoznati s pojmovima Oświęcim/Auschwitz (Grafikon 1).

Grafikon 1. Percepcija riječi „Oświęcim/Auschwitz”



IZVOR: Autor rada prema Statista, 2021. Dostupno na:

<https://www.statista.com/statistics/1125334/poland-perception-of-auschwitz/> [dostupno 22.7.2021]

U 2020. godini, imena "Oświęcim/Auschwitz" bila su povezana s mučeništvom poljskog naroda (43%) i neznatno manje učestalo s istrebljenjem Židova (38%). Tijekom promatranog razdoblja, uočava se da većina ispitanika povezuju ovo mjesto s holokaustom Židova. Ipak, jedan posto ispitanika nema nikakva znanja o Auschwitzu (2020. godina).⁴⁸

⁴⁸ Statista. (2020). Perception of the word Oświęcim/Auschwitz in Poland 2020. Statista Research Department. <https://www.statista.com/statistics/1125334/poland-perception-of-auschwitz/>, str.1 (20.07.2021.)

Auschwitz, poljski Oświęcim, također nazvan Auschwitz-Birkenau, najveći je nacističko njemački konc logor i kamp za istrebljenje.⁴⁹ Nalazi se blizu industrijskog grada Oświęcim, sjeverna Poljska (dio zemlje koji je aneksiran Njemačkoj na početku Drugog svjetskog rata). U biti, unutar Auschwitz-a bila su tri kampa kao jedan: zatvorenički logor, robovsko-radni logor i logor istrebljenja. Kao jedan od najopasnijih nacističkih kampova za istrebljenje, Auschwitz postao je virtualni sinonim za Holokaust. Između 1.1. i 1.5 milijuna ljudi umrlo je u Auschwitz, 90 posto njih bili su Židovi. Među umrlim bilo je 19,000 Roma koji su bili u nacističkom kampu te su svi ugušeni 31. srpnja, 1944. godine.⁵⁰

Slika 11. Ulaz u konc-logor Auschwitz



IZVOR: <https://www.dark-tourism.com/index.php/poland/15-countries/individual-chapters/529-auschwitz> [dostupno 12.7.2021]

⁴⁹ Berenbaum, M. (2020). Auschwitz.str. 1-5. <https://www.britannica.com/place/Auschwitz>, str.1 (10.07.2021.)

⁵⁰ Ibid, str.1

Slika 12. Konc logor Auschwitz- unutrašnjost



IZVOR: <https://www.dark-tourism.com/index.php/poland/15-countries/individual-chapters/529-auschwitz> [dostupno 12.7.2021]

Slika 13. Izložbeni prostor u Auschwitzu



IZVOR: <https://www.dark-tourism.com/index.php/poland/15-countries/individual-chapters/529-auschwitz> [dostupno 12.7.2021]

Slika 14. Ambulanta (Auschwitz)



IZVOR: <https://www.dark-tourism.com/index.php/poland/15-countries/individual-chapters/529-auschwitz> [dostupno 12.7.2021]

Auschwitz je vjerojatno odabran da odigra glavnu ulogu u „finalnom rješenju“ jer je lociran na željezničkom čvoru s 44 paralelna kolosijeka željezničke linije koje su korištene za transport Židova kroz čitavu Europu do mjesta njihove smrti. Heinrich Himmler, glavni zapovjednik SS, nacističkih paravojskih snaga naredio je gradnju prvog logora, 27. travnja, 1940. godine, a prvi transport poljskih političkih zatvorenika stigao je 14. lipnja 1940. godine, niti nepuna tri mjeseca od gradnje prvog logora. Taj mali logor, Auschwitz I, bilo je rezerviran isključivo za političke zatvorenike, posebno Poljake i Nijemce.

U listopadu 1941. godine, počeo je rad na Auschwitz II, koji je smješten malo izvan naselja Brzezinka. Tamo se poslije SS razvio ogroman konc logor i kompleks za istrebljenje, sačinjen od 300 zatvorskih baraka, četiri velika tzv. Badeanstalten (na njemačkom jeziku „sobe za kupanje“) u kojima su zatvorenici bili ugušeni na smrt, Leichenkeller (podrumi) u kojima su odlagali tijela i Einäscherungsöfen (krematoriji). Drugi logor (Buna-Monowitz), blizu naselja Dwory, kasnije je nazvan Auschwitz III, sagrađen je u svibnju 1942. godine kao logor za robove. Dodatno, Auschwitz je postao neksus kompleksa od 45 malih podlogora u regiji u

kojima su živjeli zarobljenici. U razdoblju od 1940. do 1945., zapovjednik Auschwitza bio je Rudolf Franz Hoess (Höss).

Logor smrti i kamp za robove bili su međusobno povezani. Novopridošli zatvorenici podijeljeni su prema procesu koji je bio poznat kao *Selektion*.

Mladi i radno sposobni poslani su na rad. Mala djeca i njihove majke, stari i nemoćni odmah su poslani u plinske sobe. Liječnik iz logora Josef Mengele vršio je selekciju tisuće zatvorenika poradi medicinskih eksperimenata. Liječnici iz Auschwitza testirali su metode sterilizacije, koristili ogromne doze radijacije, uterinske injekcije i druge stravične postupke. Radili su eksperimente koji su uključivali ubijanje blizanaca nad kojima je vršena autopsija.

Između 15. svibnja i 9. srpnja 1944. godine, 438.000 mađarskih Židova prevezeno je vlakom do Birkenau, tako da su prekoračili sve granice u ubijanju. Pošto su krematoriji bili prenatrpani, tijela su zapaljena mastima od žrtava. Neposredno prije deportacije mađarskih Židova, dvoje zatvorenika pobjeglo je s planovima logora. Sastali su se s vođama otpora u Slovačkoj i sastavili detaljno izvješće, uključujući karte. Dok je ovo izvješće putovalo zapadnim obavještajnim službama, u ljeto 1944., upućen je zahtjev za bombardiranje Auschwitza. Iako je industrijski kompleks u blizini Auschwitza bombardiran, logor smrti i krematoriji ostali su netaknuti, o čemu se raspravljalo više od 50 godina kasnije. I postavljalo se pitanje „Zašto Auschwitz nije bombardiran?“.

U siječnju 1945. nadiranje Sovjeta je bilo nezaustavljivo. Nacisti su 18. siječnja proveli posljednju prozivku i sa 60.000 logoraša pješke krenuli prema unutrašnjosti Reicha. Oni koji su bili prebolesni za hodanje su ostavljeni sa planom da ih se strelja. Ubrzani dolazak Sovjeta je onemogućio streljanje bolesnih – njih oko 7.000. Plinske komore su prije odlaska minirane i uništene kako dokazi ne bi ostali. U pratnji SS-ovaca nije bilo zastajkivanja koje se kažnjavalo metkom. Oko 20.000 logoraša je stiglo do logora Bergen-Belsen. 322 divizija Crvene armije je

27. siječnja 1945. oslobodila logor Auschwitz. Sovjeti su ga do 1947. koristili kao svoj zatvor, a nakon toga ga je poljska vlada preuredila u muzej.⁵¹

Nakon dobivanja uvida u povijesni dio stradanja u Auschwitzu, slijedi analiza turističke ponude istog.

Na službenoj stranici Auschwitza, postoje upute za online rezervaciju posjete.⁵² Nova web stranica posvećena je posjetiteljima - pojedincima ali i organiziranim skupinama uz vodiča. Moguće je online plaćanje.

Pojedinačni posjetitelji mogu obilaziti Spomen obilježje samostalno ili u organiziranim skupinama, s vodičem-edukatorom.

Ulazak u muzej, kako u dijelove Auschwitz I, tako i u Birkenau, moguć je samo, uz unaprijed rezerviranu personaliziranu ulaznicu. Rezervacije se mogu izvršiti na visit.auschwitz.org. Broj dostupnih ulaznica je ograničen. Zbog ograničenog broja ulaznih propusnica, mole posjetitelje da rezerviraju unaprijed na web mjestu visit.auschwitz.org, kao i da dođu 30 minuta prije početka obilaska. Veću prtljagu trebaju ostaviti u vozilima na parkiralištu. Tijekom dolje navedenih datuma, ulaz u muzej moguć je samo s vodičem-edukatorom (Tablica 2.).

Tablica 2. Raspored posjeta

RASPORED POSJETA
Siječanj, studeni: od 8.00 do 13.00
Veljače: od 8.00 do 14.00
Ožujak, listopad: od 8.00 do 15.00
Travanj, svibanj, rujan: od 8.00 do 16.00
Lipanj - kolovoz: od 8:00 do 16:00
Prosinac: od 8.00 do 12.00

IZVOR: Autor rada prema <http://auschwitz.org/en/visiting/guided-tours-for-individual-visitors> [dostupno 12.7.2021]

⁵¹ Hajdarović, M. (25. 1 2009). Auschwitz- najveći nacistički logor smrti. Hrvatski povijesni portal elektronički časopis za povijest i srodne znanost. <https://povijest.net/2018/?p=2645> (01.03.2021)

⁵² Auschwitz-Birkenau spomen mjesto i muzej, visit.auschwitz.org (01.03.2021.)

Nude obilazak s vodičem na sljedećim jezicima: poljski, engleski, francuski, njemački, talijanski, španjolski i ruski jezik.

Vezano za mogućnosti posjeta skupina u Auschwitzu, posjetiteljima se nudi nekoliko mogućnosti za vođene ture. Svaka uključuje obilaske Auschwitza I i Auschwitza II-Birkena: opće ture (2,5 h), opće ture (3,5 h), vodiči za pojedinačne posjetitelje (3,5 h), jednodnevna studijska putovanja (6 h) i dvodnevna studijska putovanja (2x4 h). Zahtijevaju od posjetitelja u skupinama da uključe vodiča, jer to osigurava učinkovito kretanje po cijelom muzejskom području i potpune informacije o muzeju, zgradama i njihovoj povijesti te izložbama. Za usluge vodiča naplaćuje se naknada. Samo vodiči- edukatori s licencom Muzeja ovlašteni su voditi posjetitelje.

Tablica 3- Cjenik usluga za tour po Auschwitzu

Vrsta razgledanja	Max. broj posjetitelja u skupini	Cijena za skupni/individualne posjetitelje (PLN)
Guided service - general tour 3.5h + GTS	10	520
	20	620
	30	670
Guided service - general tour 2.5h + GTS	10	520
	20	620
	30	670
Guided service - study tour 6h + GTS	10	700
	20	800
	30	850
Guided service - two-day tour 4h + 4h + GTS	10	790
	20	890
	30	940

IZVOR: http://www.auschwitz.org/gfx/auschwitz/userfiles/_public/visit/35_en.pdf [dostupno 12.7.2021]

Prema sadašnjem tečaju i konverteru Hrvatske Poštanske Banke (HPB), najniža cijena ulaznice za opći obilazak (2,5 do 3,5 sata) cijena po osobi je 855 HRK, dok dvodnevni obilazak 4+4 sata košta 1546,65 HRK.

U turističku ponudu uključeno je virtualno putovanje s dvjestotinjak visoko kvalitetnih panoramskih fotografija. Fotografije predstavljaju slike autentičnih mjesta i zgrade bivšeg njemačko-nacističkog konc logora i logora istrebljenja s cjelovitim povijesnim opisima, svjedočanstvima, arhivskim dokumentima i slikama, umjetničkim djelima koje su zatvorenici napravili, kao i predmete koji se odnose na povijest logora.⁵³

Još jedna turistička ponuda odnosi se na muzej koji se nalazi na periferiji grada Oświęcim na državnoj cesti 933. Posjet započinje na bivšem mjestu Auschwitz I. Ulaz na glavno besplatno parkiralište za posjetitelje muzeja je u ulici Stanisławy Leszczyńskiej (križanje s ulicom Józefa Szajny). Muzej je udaljen oko 2 km od željezničke stanice i od tamo se može doći lokalnim autobusima.⁵⁴

Nadalje, tijekom boravka u Poljskoj, točnije Krakowu, turisti mogu sudjelovati u poznatoj manifestaciji „Krakow Jewish Culture Festival“ (slika 15.).

Slika 15. Manifestacija u Krakowu



IZVOR: <https://www.jewishfestival.pl/pl/>[dostupno 12.7.2021]

⁵³ Memorial and museum Auschwitz- Birkenau, <http://auschwitz.org/en/museum/museum-reports/> (21.05.2021.)

⁵⁴ Ibid

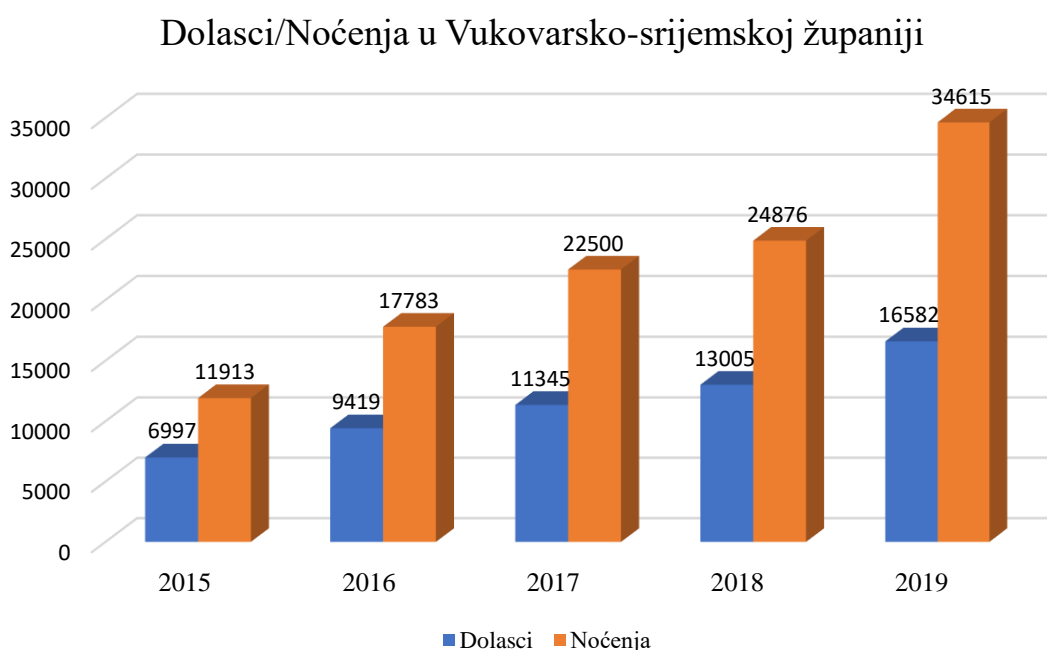
Jewish Culture Festival je jedan od glavnih događaja i jedan od najvećih festivala koji slavi židovsku kulturu u svijetu. Različita mjesta održavanja vezana su za povijesni kvart Kazimierz koji nudi različite događaje, predavanja, radionice i koncerte. Tema u 2020. godini bila je „Vatra“, ali nažalost veliki finalni koncert Szeroka nije održan poradi COVID-a.

U nastavku analizira se kriterij posjećenosti Ovčara i Auschwitz.

3.2. Kriterij posjećenosti

Na temelju statističkih pokazatelja na različitim portalima, dobiveni su podaci o posjećenosti za dvije destinacije mračnog turizma: Ovčara i Auschwitz.

Grafikon 2. Turistički dolasci i noćenja u Vukovaru

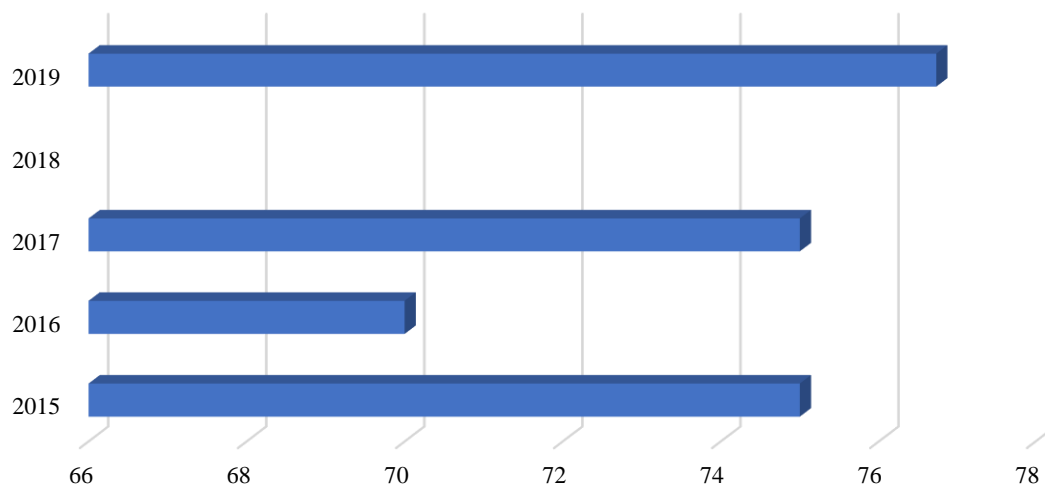


IZVOR: Autor rada prema podacima TZ Vukovar

Na temelju podataka koji su dobiveni, (grafikon 2), uočava se porast dolazaka i noćenja u Vukovarsko- srijemskoj županiji, a tiče se turista koji posjećuju destinacije mračnog turizma. U 2015. godini bilo je 6.997 dolazaka turista da bi četiri godine kasnije, broj posjetitelja bio 16.582 turista, što čini razliku od 9.585 turista što je prilično povećanje. Isto tako, u 2015. godini

bilo je 11.913 noćenja turista u Vukovarsko-srijemskoj županiji, dok je u 2019. godini bilo 34.615 tisuća turista, što čini razliku od 22.702 turista. Zaključno, značajno raste broj turista koji obilaze Ovčaru i druga mjesta u Vukovarsko-srijemskoj županiji.

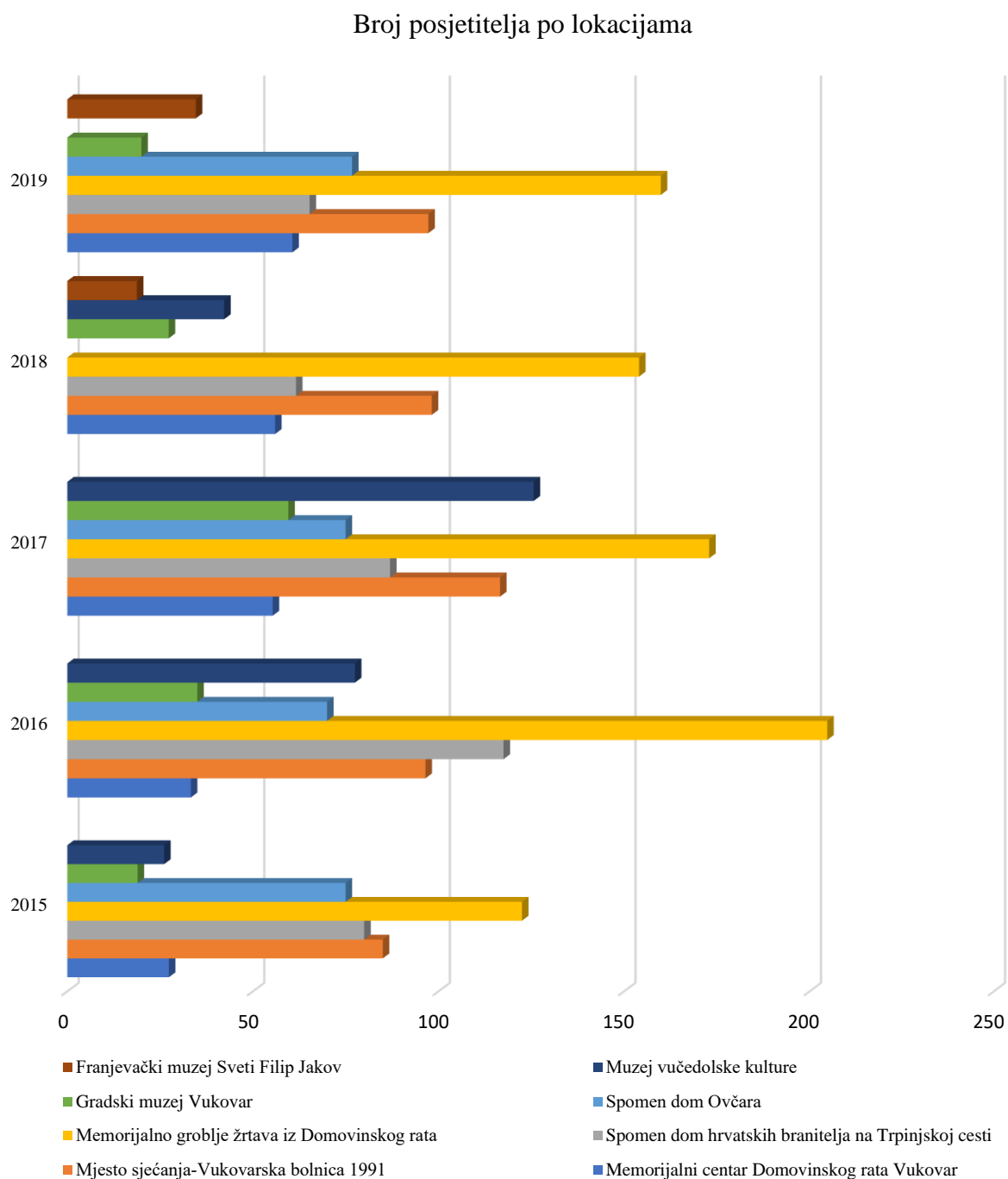
Grafikon 3. Broj posjetitelja Ovčare



IZVOR: Autor rada prema izvješću o radu Turističkog ureda Turističke zajednice grada Vukovara s izvješćem o financijskom poslovanju za 2019. godinu. [dostupno 22.7.2021]

Grafikon 3. pružio je podatke o broju posjetitelja Ovčare od 2015.-2019. godine (razdoblje od 4 godine). Ukazuje na značajan porast broja posjetitelja s razlikom (za 4 godine), s tim da nema podataka za 2018. godinu. U 2019. godini, sukladno Izvješću TZ grada Vukovara, bilo je 76,732 posjetitelja. Zaključno, raste broj posjetitelja za navedenu destinaciju mračnog turizma Ovčara. U nastavku analizira se i uspoređuje broj posjetitelja po različitim lokalitetima mračnog turizma u Vukovarsko-srijemskoj županiji.

Grafikon 4. Broj posjetitelja po lokacijama u Vukovarsko-srijemskoj županiji

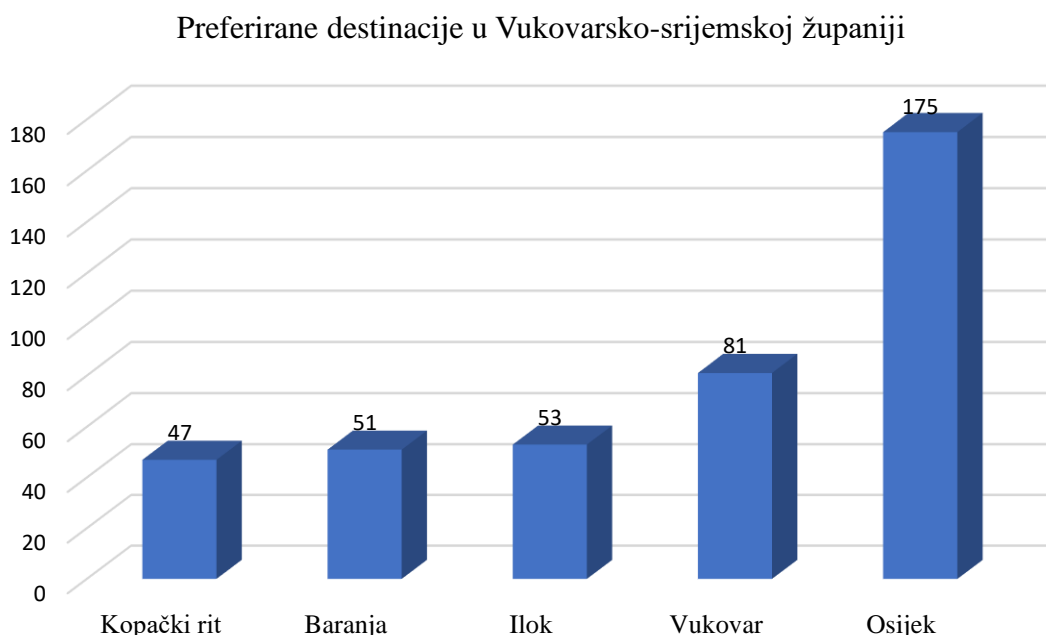


IZVOR: Autor rada prema: <https://turizamvukovar.hr/wp-content/uploads/izvjesca/3.-Izvjese-0-radu-ureda-za-2019.-godinu.docx> [dostupno 22.7.2021]

Sukladno podacima koje je objavila Turistička zajednica grada Vukovara, za 2019. godinu, uočeno da je najposjećeniji lokalitet mračnog turizma u Vukovarsko-srijemskoj županiji Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata (najveći broj posjetitelja zabilježen je 2016.godine, 204.750 posjetitelja), na drugom mjestu je Mjesto sjećanja-Vukovarska bolnica, na trećem mjestu je Spomen dom hrvatskih branitelja na Trpinjskoj cesti, te na četvrtom mjestu je Spomen dom Ovčara. Najslabije posjećen lokalitet mračnog turizma je Franjevački muzej Sveti Filip Jakov.

Dodatno istraživanje turista u Vukovarsko-srijemskoj županiji.

Grafikon 5. Destinacija po želji turista u Vukovarsko-srijemskoj županiji



IZVOR: Autor rada prema Radoš, A., & Penić, E. (2018). Podizanje razine prepoznatljivosti kulturno-turističkog proizvoda s posebnim naglaskom na Eden destinaciju. Vukovar: TZ Grad Vukovar. <https://www.visitvukovar-srijem.com/files/file/pdf/zakoni-i-propisi/Brendiranje-KT-i-EDEN.pdf>, str. 21 [dostupno 25.7.2021]

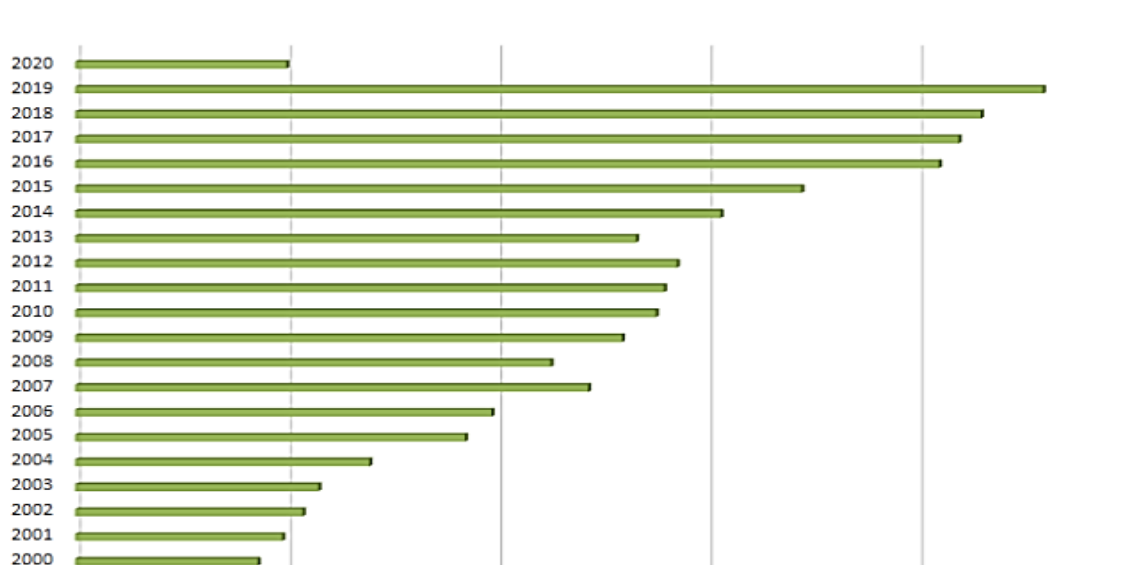
Grafikon 5, pružio je podatke o destinaciji koju preferiraju turisti, za područje Vukovarsko-srijemske županije. Na prvom mjestu je grad Osijek. U intervju s turistima, autori Radoš, A., &

Penić, E, uz potporu TZ grada Vukovara, dobili su odgovore turista: „Osijek - Centralno mjesto za posjetu ostalih destinacija u blizini, najviše dodatnih sadržaja (događanja, noćni život i drugo), povijesne građevine (Tvrđa), kulturna ponuda i znamenitosti.“ No, ono što je bitno za rad je mišljenje turista o Vukovaru - Spomen područje sjećanja na žrtve Domovinskog rata- Ovčara. Okolica (gradovi u okolici, seoska imanja, muzej u Vučedolu), spomenici kulture, Dunav. Ilok - Enologija (vinogradi, vinski podrumi, vinske ceste), povijesni značaj i kulturne vrijednosti, gastronomija (dobri restorani), prirodne ljepote (Dunav). Baranja - Gastronomija (fiš paprikaš) i enologija, prirodne ljepote (blizina Kopačkog rita), eko-etno turizam. Kopački rit - Priroda (Park prirode, nedirnuta priroda, zaštićene vrste...), etno turizam, gastro ponuda.⁵⁵

Kriterij posjećenosti Auschwitz

U nastavku analizira se kriterij posjećenosti konc logora Auschwitza.

Grafikon 6. Broj posjetitelja u Auschwitzu (10 godina)



IZVOR: <http://auschwitz.org/en/visiting/attendance/>[dostupno 22.7.2021]

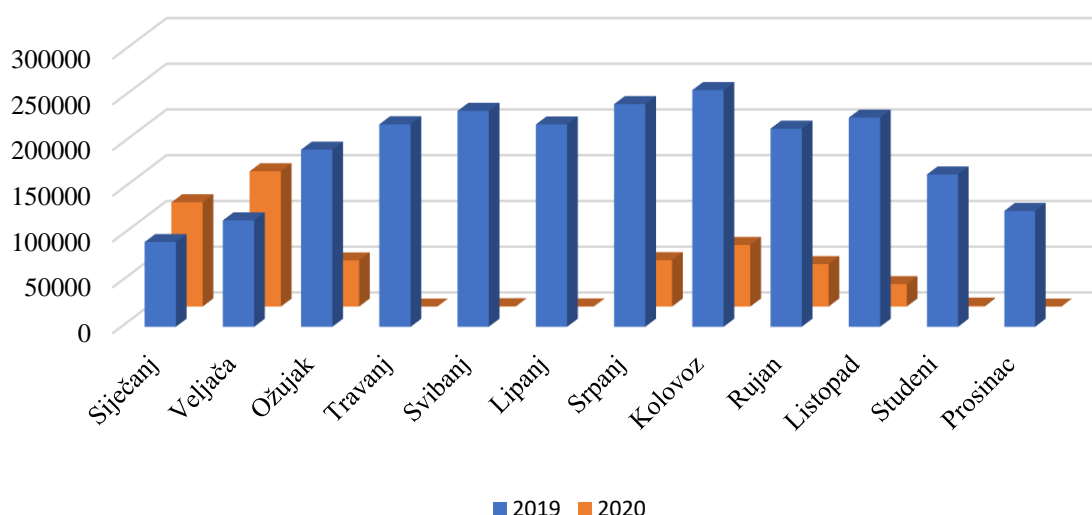
⁵⁵ Radoš, A., & Penić, E. (2018). Podizanje razine prepoznatljivosti kulturno-turističkog proizvoda s posebnim naglaskom na Eden destinaciju. Vukovar: TZ Grad Vukovar. <https://www.visitvukovar-srijem.com/files/file/pdf/zakoni-i-propisi/Brendiranje-KT-i-EDEN.pdf>, str. 21 (21.07.2021.)

Na temelju objavljenih podataka o broju posjetitelja, uočava se iznimno značajan porast posjetitelja u razdoblju od 2000. do 2020. godine. Vidljivo je da je značajno smanjen broj posjetitelja u 2020. godini, što je sasvim opravdano obzirom na pojavu globalne pandemije COVID SarS.Cov-2. U 2019. godini, broj posjetitelja premašio je brojku od 2 milijuna turista.

Rekord od 2,3 milijuna posjetitelja koji su obišli Auschwitz Birkenau u 2019. godini je prema riječima osoblja usklađen s činjenicom da je prošlo 75 godina od oslobođenja.⁵⁶

Dodatno, na temelju *Izvešća* o Auschwitz-u za 2020. godinu, dobiveni su podaci o posjećenosti na mjesečnoj razini.

Grafikon 7. Posjećenost na mjesečnoj razini, 2019/2020. godina



IZVOR: Autor rada prema Auschwitz report 2020.

http://auschwitz.org/download/gfx/auschwitz/en/defaultstronaopisowa/358/16/1/auschwitz_report_2020.pdf / [dostupno 24.7.2021]

⁵⁶ The times of Israel, <https://www.timesofisrael.com/record-2-3-million-people-visited-auschwitz-in-2019/> (21.07.2021.)

Na temelju Izvješća Auschwitz 2020. godine dobiveni su podaci o posjećenosti turista na mjesečnoj razini za 2019. i 2020. godinu. Uočen je značajan pad posjećenosti u travnju, svibnju i lipnju 2020. godini. No, razlog je pandemija COVID. Tada je vladao lockdown na globalnoj razini, stoga, posjete su odgođene.

Po prvi put u svojoj povijesti, muzej je bio zatvoren za posjetitelje nekoliko mjeseci. Broj posjetitelja Spomen-svečanosti drastično je pao. To je dovelo do gotovo potpunog prestanka aktivnosti obrazovanja u povijesnom prostoru. Došlo je do prekida nekoliko prioriternih ulaganja i projekata. U tim je okolnostima glavni cilj bio spasiti poslove ljudi koji su sudjelovali u svakodnevnom radu Spomen-svečanosti. Teško je predvidjeti daljnji razvoj u tom pogledu.⁵⁷

Dodatno, u studenom 2020. godine, dogodila su se dva zanimljiva događaja o kojima turisti žele znati. Izvornu bilježnicu koja sadrži rukopise pjesama vezanih za kamp, a koje je pisala bivša zatvorenica logora Auschwitz i Ravensbruck, Božena Janina Zdunek (u kampu poznata kao Musiewicz), njezin sin, profesor Adam Zdunek poklonio je muzeju.

Drugo, Auschwitz je dobio nagradu Europa Nostra Award 2020. To je najprestižnija europska nagrada za baštinu u 2020. godini.

⁵⁷ Izvješće o Auschwitzu za 2020. godinu. <http://auschwitz.org/en/museum/museum-reports/> (21.05.2021.)

3.3. Kriterij značajnosti

Kriterij značajnosti Ovčare

Grad Vukovar se u mnogim aspektima sporo i teško oporavlja od razaranja kojem je bio izložen 1991. godine.⁵⁸ Po rezultatima istraživanja koje su na reprezentativnom uzorku stanovnika Hrvatske, 2006. godine proveli Bagić i Skoko, vidljivo je da je image grada dominantno određen ratnim događanjima i posljedicama.⁵⁹ Na pitanje „Koji pojam najbolje opisuje Vukovar danas?“ 34% ispitanih odgovorilo je da je to „grad heroj“, a značajan postotak odgovora odnosio se i na opcije „žrtvovani grad“ (24%) te „siromašni grad“.⁶⁰

Kriterij značajnosti Ovčare vidljiv po tome što označava jedan segment povijesti u spektru najmračnijeg turizma koji se dogodio devedesetih godina prošlog stoljeća (nije to bilo prije 80 godina kao što je slučaj s Auschwitzom). Spomen Dom Ovčara je značajna po tome što „dijeli“ poruku posjetiteljima „ da se ovako više ne ponovi“. Ipak, živi se u modernoj Europi i takvo nešto ne bi smjelo postojati.

No, mnogi posjetitelji običu Spomen dom Ovčaru i Vukovar i krenu dalje (unatoč tomu što TZ grada Vukovara nudi raznovrstan izbor manifestacija tijekom jedne godine), često se većina aktivnosti, nakon obilaska svih mjesta sjećanja na Domovinski rat, odigra izvan tog grada. "Čini mi se da se Vukovar jako vezuje isključivo uz Domovinski rat, pa ljudi vrlo često nakon razgledavanja upute u Ilok ili odu u Baranju. U Vukovaru ništa niti popiju, niti pojedu... Često čak ne posjete ni vrijedne gradske lokacije vezane uz kulturu, povijest općenito...", konstatiraju sa žaljenjem ljudi na terenu“⁶¹

⁵⁸ Žanić, M. (2014). Društvena dinamika i simbolizacija prostora. Mentalne mape stanovnika Vukovara. Soc. ekol. Zagreb., 2(1), 39-56. <https://hrcak.srce.hr/file/185323>, str.41, (25.07.2021.)

⁵⁹ Ibid., str.41

⁶⁰ Ibid., str.41

⁶¹ Radoš, A., & Penić, E. (2018). Podizanje razine prepoznatljivosti kulturno-turističkog proizvoda s posebnim naglaskom na Eden destinaciju. Vukovar: TZ Grad Vukovar. <https://www.visitvukovar-srijem.com/files/file/pdf/zakoni-i-propisi/Brendiranje-KT-i-EDEN.pdf>, str. 22, (25.07.2021.)

Unatoč osjećaju koji izaziva posjet Spomen Domu Ovčari i želji turista da odu čim dalje od toga mjesta, ipak, u Vukovaru postoje sadržaji koji mogu biti zanimljivi, ali slabo su vidljivi i nedovoljno se razlikuju od sličnih događanja u drugim dijelovima Hrvatske.⁶² Na webu je također lako otkriti da se na području Vukovara i Iloka može naći hotela, apartmana i seoskih imanja koja primaju goste, međutim vidljivo je da nema luksuznijeg smještaja, s wellnessom, sadržajima za djecu i sl., kao ni hostela.⁶³

Jedan od ispitanika izjavio je „Meni su hoteli vrlo bitna stavka putovanja“. „U slučaju lošeg vremena, kvalitetan hotel s raznovrsnom ponudom, wellnessom, gastro ponudom, kavanom, bazenom..., dobro će mi doći.“⁶⁴

Ono što veliki broj ljudi ne zna da Vukovar, Vučedol i Ilok imaju titulu EDEN destinacije, što daje dodatnu težinu. Ima pozitivan utjecaj na imidž, a otprilike svaki treći anketirani zna za postojanje te prestižne europske nagrade. Nažalost, tek svaki deseti zna i da je njezin vlasnik destinacija Vukovar-Vučedol-Ilok.⁶⁵

⁶² Radoš , A., & Penić, E. (2018). Podizanje razine prepoznatljivosti kulturno-turističkog proizvoda s posebnim naglaskom na Eden destinaciju. Vukovar: TZ Grad Vukovar. <https://www.visitvukovar-srijem.com/files/file/pdf/zakoni-i-propisi/Brendiranje-KT-i-EDEN.pdf>, str. 22, (25.07.2021.)

⁶³ Ibid., str. 20

⁶⁴ Ibid., str. 20

⁶⁵ Ibid, str. 22

Kriterij značajnosti Auschwitza

Zašto ljudi kad pomisle na Holokaust i ikonografiju povezanu s tim mjestom odmah im padne na pamet Auschwitz? Između 1942. i 1944., dok su bile aktivne plinske komore u Birkenauu, čak 120.000 zatvorenika u blizini radili su kao robovi koncentracijskog logora. Prije svega, Auschwitz-Birkenau bio je najveći i najučinkovitiji. Sam broj žrtava - blizu 1,5 milijuna - nije jedini čimbenik koji mjesto čini jedinstvenim. Auschwitz-Birkenau bio je jedan od jedina dva nacistička logora u kojima su počinitelji na jednom mjestu spojili dvije funkcije: masovno zatvaranje ropskog rada i masovno istrebljenje ljudi u plinskim komorama.⁶⁶

Ti su zatvorenici bili svjedoci odabira i masovnog istrebljenja. Naravno, pred kraj, većina tih zatvorenika bila bi ubijena ili premještena, ali ipak procjenjujemo da su 1945. deseci tisuća preživjelih iz Auschwitza bili živi u raznim dijelovima Poljske i Njemačke. Njihovi glasovi i ime Auschwitz mogli su se čuti globalno; Auschwitz-Birkenau postao je sinonim za holokaust. Ostali njemački nacistički kampovi, uključujući Treblinku, Belzec, Sobibor i Chelmno, dobili su malo pozornosti u usporedbi s Auschwitzom, budući da su izgrađeni isključivo s ciljem istrebljenja. Ti su kampovi građeni kao privremene građevine na rijetko naseljenim teritorijima i često skriveni u šumama, daleko od zapadne Europe. Njihova jedina funkcija bila je ubiti što veći broj Židova iz nacistički okupirane Poljske, a predviđeno je da budu rastavljeni nakon izvršenja zadatka. Danas gotovo ništa nije ostalo od nekadašnjeg postojanja tih logora. Njemački zločin nije bio samo ubojstvo tih Židova, već i iskorjenjivanje sjećanja na njihovo postojanje i način na koji su ubijeni. To je trebao biti "savršen zločin", a zataškavanje je zahtijevalo ogroman napor. Niti jedna slika nije ostavljena koja bi se mogla koristiti kao ikonografija na način na koji sada opažamo i pamtimo holokaust. Mali broj preživjelih osigurao je da su njihove priče postale dio globalnog pripovijedanja holokausta i opće komemorativne kulture. Ti logori oštro su se razlikovali od Auschwitza, čiji je relativno velik broj preživjelih jedinstven i dobro dokumentiran.

Auschwitz-Birkenau sada je najbolje očuvani i najbolje dokumentiran bivši nacistički koncentracijski logor, koji doprinosi njegovom ikonskom statusu. Većinom struktura logora i

⁶⁶ Humanity in Action (2011). Auschwitz-Birkenau: A Visitor's Manual. Varšava. https://www.humanityinaction.org/knowledge_detail/auschwitz-birkenau-a-visitors-manual/25, (25.07.2021.)

dalje je relativno netaknuta i sadrži predmete, kao što su izvorni dokumenti, skraćivanje kose i pljačkanje imovine žrtava. Posjet Muzeju Auschwitz-Birkenau nudi priliku da fizički vidi zgrade, pogubljenja i zatvore te tisuće konzerviranih predmeta. Vizualna pomagala opipljivo pomažu posjetitelju da zamišlja i ponovno stvori povijesni trenutak u kojem je Auschwitz funkcionirao.⁶⁷

Prema članku na stranicama (Humanity in Action , 2011), zgrade i predmeti također nude materijalne dokaze o počinjenim zločinima, što je posebno važno jer smo vjerojatno posljednja generacija koja se susreće i čuje kako preživjeli holokaust pričaju svoje priče. U Auschwitzu posjetitelji mogu fizički ući u plinsku komoru krematorija i vidjeti unutrašnjost plinske komore i peći za kremiranje. Jednako su važne ruševine plinske komore krematorija II, III, IV i V smještene daleko od ikonskih glavnih ulaznih vrata Birkenaua. Iako su plinske komore minirali Nijemci u povlačenju 1945. godine, oni i dalje priopćavaju pedantnu prirodu počinitelja, detalje i opseg postupka istrebljenja. Milijuni posjetitelja vide ove dobro očuvane lokalitete zahvaljujući odluci iz 1947. godine o uspostavljanju muzeja Auschwitz-Birkenau na mjestu bivšeg njemačkog nacističkog kamera.

Svi imaju očekivanja prije dolaska u Auschwitz-Birkenau. U nekim slučajevima strah i stigma generirani godinama i povezani s riječju Auschwitz tjeraju ljude da očekuju metafizičko iskustvo. Na kraju posjeta ti ljudi pokazuju sve moguće odgovore od razočaranja (u većini slučajeva) do oblika osobne katarze nakon suočavanja s zamišljenim zlom. Ikonografija web mjesta stvorenog u posljednjih 70 godina jedan je od najsnažnijih i najpriznatijih simbola genocida i Drugog svjetskog rata. Istodobno, svaki dan koji prolazi udaljava od samog događaja i ostavlja sve manje preživjelih koji mogu reći „Bio sam tamo ... Doživio sam to ... Mogu svjedočiti. Sljedeće će se generacije oslanjati na sekundarne slike holokausta koje su stvorili povjesničari, muzeji i dokumentacijski centri. Na globalnoj razini, pamćenje će generirati film i masovna kultura.

Mora se učiniti sve kako bi se održala odgovarajuća ravnoteža između narativa službenih povijesnih činjenica i masovne kulture. Zapravo, moramo osigurati da službena povijesna

⁶⁷ Humanity in Action (2011). Auschwitz-Birkenau: A Visitor's Manual. Varšava. https://www.humanityinaction.org/knowledge_detail/auschwitz-birkenau-a-visitors-manual/25 , (25.07.2021.)

priповijest prevlada. Muzeji holokausta širom svijeta, sveučilišta i istraživačke institucije pomažu u jačanju povijesne naracije.⁶⁸

3.4. Kriterij lokacije

U ovom dijelu analizira se kriterij lokacije za Ovčaru i Auschwitz.

Kriterij lokacije Ovčara

Slika 16. Lokacija Ovčara



IZVOR: <https://nona.net/features/map/placedetail.650679/Ov%C4%8Dara/>
/[dostupno 24.7.2021]

Ovčara zračne luke: najbliža zračna luka je OSI - Osijek, locirana 25.9 km sjevero-zapadno od Ovčare. Druge bliže zračne luke uključuju BEG - Beograd (112.9 km južno istočno SJJ - Sarajevo (173.6 km južno).

Bliži gradovi su: Jakobovac (2.1km sjeveroistok), Grabovo (2.7km jug), Sotin (3.7km istok), Negoslavci (4.7km jugozapad), Mikluševci (6.2km jugistok), Vukovar (6.1km sjeverozapad),

⁶⁸ Humanity in Action (2011). Auschwitz-Birkenau: A Visitor's Manual. Varšava. https://www.humanityinaction.org/knowledge_detail/auschwitz-birkenau-a-visitors-manual/25, (25.07.2021.)

Čakovci (7.2km južno), Tompojevci (8.2km jugoistok), Berak (8.4km jugozapad), Plavna (8.0km sjeveroistok) i Lužac (8.9km sjeverozapad).

Kriterij lokacije Auschwitz

Slika 17. Auschwitz lokacija



IZVOR: <http://auschwitz.org/en/visiting/getting-to-the-museum/> [dostupno 24.7.2021]

Vezano za kriterij lokacije, moguće je više varijanta organiziranog dolaska do Auschwitza. To su: *Warsaw Frederic Chopin Airport*, *Kraków John Paul II Airport*, *Katowice-Pyrzowice Airport*. To je što se tiče zračnih linija. Informacije o autobusnim linijama mogu se pronaći na: PKS (train information) i Lajkonik Bus te za vlakove na PKP. Iz navedenog, očividno je da je kriterij lokacije na iznimnoj razini. Isto vrijedi i za kriterij lokacije za Ovčaru.

U nastavku, slijedi rasprava o dosadašnjim prikupljenim podacima o dva različita turistička proizvoda: Ovčara i Auschwitz. Na raspravu se dodatno nadovezuje SWOT analiza koja će ponuditi određena rješenja.

4. ANALIZA SLUČAJA TURISTIČKOG PROIZVODA OVČARA I TURISTIČKOG PROIZVODA KONCENTRACIJSKI LOGOR AUSCHWITZ

U dijelu Rasprava detaljno analiziraju se sličnosti i razlike za dva različita turistička proizvoda: Ovčara i Auschwitz.

4.1. Analiza sličnosti i razlika turističkih proizvoda

Analiza sličnosti i razlika prikazana je tablično (Tablica 4.).

Tablica 4. Analiza dva turistička proizvoda : Ovčara i Auschwitz

SLIČNOSTI/RAZLIKE	OVČARA	AUSCHWITZ
Lokacija	Europa/Hrvatska Autentična lokacija (mjesto genocida)	Europa/ Poljska Autentična lokacija (mjesto genocida)
Broj posjetitelja	Izraženo u tisućama	Izraženo u milijunima
Spektar mračnog turizma	Najmračniji turizam	Najmračniji turizam
Kombinacija turističke ponude	Manifestacije tijekom godine čiji je organizator TZ grada Vukovara	Heritage Route (Schindler'List); Krakow Jewish Culture Festival; Kazimiers u Krakowu
Turistička infrastruktura	Popratni objekti: muzeji spomenici, svetište (van Spomen doma)	Muzej, sačuvane zgrade
Vrijeme događaja	Domovinski rat /1991. godine	II. Svjetski rat
Razdoblje trajanja	Kraće vrijeme	Duže vremensko razdoblje
Projekti	Za osnovnoškolsku djecu (edukativna obilježja)	Veći broj projekata (edukativna obilježja)
Cijena ulaznice	učenici, studenti i umirovljenici: 7kn odrasli: 15kn	Ovisno o broju posjetitelja i broju sati za obilazak, raspon cijene je od 855 HRK do 1556,65 HRK.
Rezervacija/ ulaznice	Online; upit na TZ Obična papirnata ulaznica	Online; Telefonski Unaprijed rezervirana personalizirana ulaznica
Prometna povezanost	izvrсна	izvrсна
Vodič	Da (posebno za školsku djecu)	Da (licencirani vodiči)
Restoran i gastro ponuda	Grad Vukovar/ domaća , ukusna hrana , ali treba jača promocija	Fast food restorani
Maloljetna djeca kao turisti	Da (od 8. razreda Osnovne škole)	Posjetiteljima ispod 14. godina života nije dozvoljena posjeta Auschwitzu

IZVOR: Autor rada

Na temelju Tablice 4, opisane su sličnosti i razlika za dva turistička proizvoda: Ovčara i Auschwitz. Prva kategorija je lokacija. Oba turistička proizvoda nalaze se u Europi. Auschwitz je u Poljskoj, u blizini grada Krakowa, a Ovčara je smještena nadomak Vukovara i u blizini granice s drugom državom - Srbija.

Utvrđeno je da oba turistička proizvoda imaju izvrsnu prometnu povezanost i turisti imaju mogućnosti upotrijebiti veći broj prometnih sredstava: vlak, bus, zrakoplov, osobno vozilo i drugo.

Razlika između dva turistička proizvoda je u broju posjetitelja, što je u neku ruku, razumljivo. Broj umrlih je puno veći u Auschwitzu te je riječ o iznimno velikom lokalitetu u odnosu na Ovčaru. U 2019. godini, Auschwitz je dosegao broj posjetitelja više od 2, 3 milijuna. Istodobno, Ovčara bilježi broj posjetitelja od 76.732 za 2019. godinu. Dobro, došlo je do velikog pada broja posjetitelja od travnja 2020. godina kada je svijet zadesila pandemija SARS CoV-2. Dogodio se tzv. *lockdown*. sve trgovine, muzeji i ostalo je zatvoreno, pa tako i Spomen dom Ovčara i Auschwitz. U Izvješću o Auschwitzu, navedeno je da je pandemija nanijela značajne financijske gubitke koje se nadaju da će uspjeti sanirati donacijama.

Seat (2006.) je odredio spektar mračnog turizma. Stoga, prema svim navedenim obilježjima Ovčara i Auschwitz pripadaju najmračnijem dijelu spektra mračnog turizma. Riječ je o neviđenim zločinima nad nedužnim ljudima. U jednom i drugom slučaju ima preživjelih koji prenose svoja svjedočanstva.

Vežano za kombinaciju turističke ponude. Prvo, Ovčara se nalazi u blizini Vukovara, gdje tijekom godine, organiziraju, sukladno godišnjim dobima, različite manifestacije kao: Maškare, Pisanicom do Uskrsa, Prvosvibanjski izlet u Adici, Festival svi zajedno, Međunarodni dan Dunava. Za razliku od Ovčare, Krakow organizira manifestacije usklađene religijskim kontekstom, pa tako imaju *Krakow Jewish Culture Festival*;⁶⁹ Kazimiers u Krakowu. Ta manifestacija usklađena je s povijesnim zbivanjima u Auschwitzu. Spominje se još Heritage Route (Schindler'List) i drugo.

⁶⁹ Smith, M. (2011). Issues in Cultural Tourism studies. London: Routledge., str.50

Oba turistička proizvoda imaju dobro uređenu turističku infrastrukturu (prateće objekte, muzeje...). Nadalje, oba turistička proizvoda imaju različite edukativne projekte (Ovčara ima turistički projekt za učenike osmih razreda osnovne, dok Auschwitz ima projekte koji su vezani za preživjele). Glede raspona ulaznica između ova dva turistička proizvoda, može se reći da postoji značajno velika razlika, jer kod Ovčare, učenici, studenti i umirovljenici plaćaju 7 HRK, dok odrasli plaćaju 15 HRK. Čini se da je to simboličan iznos za posjetu i da bi trebalo povisiti cijenu ulaznice.

Posjet Auschwitzu ovisno o broju posjetitelja i broju sati za obilazak, raspon cijene je od 855 HRK do 1556,65 HRK. Zbog globalne pandemije, sve više su postale aktualne online rezervacije. Oba turistička proizvoda imaju odličnu prometnu povezanost što pokazuje da turisti bez ikakvih poteškoća mogu doći do turističkog odredišta.

Vezano za rad vodiča tijekom obilaska Ovčare i Auschwitza, turističke zajednice savjetuje suradnju s vodičima, posebno u Auschwitzu koji sadrži ogromne komplekse. Osoblje Auschwitza ima licencirane vodiče te nude komunikaciju na različitim jezicima. Jednostavno prilagođavaju svoj turistički proizvod svojim krajnjim korisnicima-turistima.

Zanimljivost je vezana za gastro ponudu. Većinom, turisti su obično uznemireni nakon posjete ove dvije destinacije te nemaju želju degustirati hranu. No, ne kaže se uzalud da hrana može biti utjeha. Auschwitz nudi Fast Food hranu u Oswiecimu. Tri su mjesta: *Kebab Pizza Burger Allis*, *McDonald's* i *Wypas Burger*. U blizini Ovčare, smješten je grad Vukovar koji nudi domaću i ukusnu hranu, što se uvijek traži. No, istraživanje TZ grada Vukovara pokazalo je da turisti nemaju želju zadržati se u gradu Vukovaru te isprobati delicije srijemskog kraja te kreću dalje.

Zajedničko obilježje Auschwitza i Ovčare jesu precizno zemljopisno obilježje i konkretan povijesni kontekst.

U nastavku pruža se SWOT analiza za dva navedena turistička proizvoda.

4.2. SWOT analiza

Tablica 5. SWOT analiza

S - STRENGTHS → SNAGA	W - WEAKNESSES → SLABOSTI
<p>velika posjećenost tijekom godine</p> <p>povijesna podloga Auschwitz-materijalni dokazi genocida</p> <p>globalna posjećenost</p> <p>sposobni i educirani vodiči</p> <p>online rezervacije</p> <p>pristupačna cijena za oba turistička proizvoda</p> <p>odlična prometna povezanost (zračne luke, autocesta, autobusne linije i vlakovi)</p> <p>Blizina gradova</p> <p>Primjerena cijena</p> <p>titulu EDEN destinacije (Vukovar- Vučedol-Ilok) kvalitetna komunikacija</p>	<p>Pripada spektru najmračnijeg turizma</p> <p>turistička ponuda usmjerena na sam povijesni događaj</p> <p>izaziva emocije žalosti i tuge</p> <p>održavanje lokaliteta (pogotovu je to problem kod Auschwitza) (stolarija, instalacije i drugo)</p> <p>čekanje na termin posjete (Auschwitz)- 2 mjeseca</p> <p>tehnička oprema (povećati)</p> <p>neiskorištenost i neprepoznavanje potencijala okolnih mjesta</p>
O - OPPORTUNITIES → PRILIKE	T - THREATS → PRIJETNJE
<p>Online oglašavanje (ubrzano se razvija nakon pojave globalne pandemije COVID)</p> <p>Korištenje sredstva iz strukturiranih fondova Europske Unije za financiranje događaja</p> <p>Poboljšanje prepoznatljivosti muzeja</p> <p>Anketiranja o zadovoljstvu i daljnji razvoj i interes za mračni turizam</p> <p>Različite manifestacije tijekom godine u Vukovaru i Krakowu</p> <p>Novi tehnološki uređaji</p>	<p>brojna druga svetišta i destinacije mračnog turizma na europskoj razini</p> <p>Auschwitz (Treblinka, Belzec, Sobibor, Chelmno)</p> <p>Ovčara (Knin, Pakrac)</p> <p>Izmjene zakona o turizmu</p>

IZVOR: Autor rada

U analizi ključnih čimbenika za svaki elementa SWOT analize, prvo se izdvaja (element Snaga) velika posjećenost i povijesna podloga lokacije, zatim izdvaja se (element slabosti) izaziva osjećaj žalosti i tuge (riječ je o stravičnim zločinima nad civilnim stanovništvom), online oglašavanje je ključan element za prilike, dok brojna druga svetišta i destinacije mračnog turizma na europskoj razini ključan su element za prijetnje.

Dodatno, SWOT matrica je „platforma objedinjavanja prepoznatih unutarnjih i vanjskih faktora u cilju pronalaženja adekvatne organizacijske strategije“. ⁷⁰Objedinjavanje se realizira tako da se „svakom prepoznatom internom faktoru (snaga, slabost) dodaje jedan ili više vanjskih faktora (prilike, prijetnje)“. Cilj je ovog „objedinjavanja, analizom suočavanja, konstruiranje jedne od četiri moguće strategije ⁷¹ korištenje snaga kako bi iskoristili prilike, korištenje snaga kako bi se suočili s prijetnjama, prevladavanje slabosti kako bi se iskoristile prilike ili prevladavanje slabosti kako bi se obranilo od prijetnji ili ih se izbjeglo.⁷²

Kada se svi čimbenici i elementi stave u međusobni odnos, uočava se da kod elemenata S-W postoji blizina drugih većih gradova ali treba pojačati promociju Ovčare i Auschwitza (posebno Ovčare), što znači da je nužno proraditi na prepoznatljivosti Ovčare bez obzira na to što Hrvatska ima druga mjesta koja se vežu za mračni turizam (Knin, Pakrac) i upravo poboljšanjem prepoznatljivosti povezuju se dva elementa: snage i prilike (S-O). Nadalje, postoji problem s održavanjem (pogotovu Auschwitza, o čemu se pisalo u zadnjem *Izvešću o Auschwitzu*, za 2020. godinu), pa je potrebno osmisliti dodatan prostor za donacije i financijska sredstava iz strukturiranih fondova Europske Unije i drugih izvora.

Kada elemente slabosti i prijetnje (W-T) stavimo u međuodnos, postaje jasno da je potrebno napraviti određene promjene jer postoji više svetišta na europskoj sceni turizma, pa turisti žele vidjeti različite destinacije mračnog turizma (U Poljskoj ima više konc logora kao i u Hrvatskoj

⁷⁰ Gašparić, V., & Orlović, A. (2017). Strategijska (SWOT) analiza. *Polic. sigur. (Zagreb)*, godina 26, 198-211., str.205

⁷¹ Gonan Božac, M. (2008). Swot analiza i tows matrica – sličnosti i razlike, *Ekonomska istraživanja*, 21(1), 19-34. <http://hrcak.srce.hr/21453> (Gonan Božac, 2008), (25.07.2021.)

⁷² Gašparić, V., & Orlović, A. (2017). Strategijska (SWOT) analiza. *Polic. sigur. (Zagreb)*, godina 26, 198-211., str.205

svetišta i mjesta gdje su se dogodili stravični zločini). Međusobni odnos elemenata O. (prilika) -T (prijetnja) ukazuju na nužnost još većeg oglašavanja.

Dodatno, u SWOT analizi spomenuta je potreba za povećanjem tehničke opreme (računalne i druge), a to znači zapošljavanje informatičara. Svrha je rad na promociji turističkih destinacija ali i okolnih mjesta. Auschwitz i Ovčara su poznata turistička mjesta i vjeruje se da će broj posjetitelja rasti bez obzira na razloge posjete turista. No, ono što je uočeno, tijekom rada na teorijskom i metodološkom dijelu rada je nedostatak interesa turista za mjesta koja okružuje ove dvije destinacije. Turist pogleda Ovčaru i ne zaustavlja se u Vukovaru. Istina, tu se radi o snažnom emocionalnom doživljaju i zato turista odlazi čim dalje, u potrazi za novim turističkim ponudama izvan ovog mjesta. To je potrebno izmijeniti. Treba postaviti drugačiji promocijski menadžment te uputiti turista što može sve dobiti posjetom Vukovara i bližih okolnih mjesta. Treba turista uputiti da Vukovar i bliža mjesta Ovčari nude izvrsnu gastro i eno ponudu, da grad Vukovar organizira odlične manifestacije tijekom cijele godine. Jedna od ideja je još više uključiti turiste u te manifestacije, tako da osjete čar i zadovoljstvo grada Vukovara koji se uspješno nosi s ranama iz Domovinskog rata.

5. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada je bio napraviti komparaciju dva posve različita turistička proizvoda koja se nalaze u Europi ali na različitim mjestima te su po opsegu i trajanju posve različiti. Analiza teorije pokazala je da je šarolik spektar definicija turizma, te da se sve te različite definicije prilagođavaju kontekstu u kojem se turizam odvija. Rad je prihvatio definiciju autora Kesar. Isti autor objasnio je da mračni turizma kao vrsta turizma koji je povezan sa smrću i katastrofama ima dva veoma važna i specifična obilježja a to su; višedimenzionalnost i društvena osjetljivost na resurse. Znači, mračni turizam nema određeni kalup, to je nešto što treba sagledati iz široke perspektive uz određeni emocionalni doživljaj.

Komparacija dvaju turističkih proizvoda Ovčara i Auschwitz pokazali su veoma zanimljive činjenice uz povijesnu podlogu. Kako bi se uopće mogla razumjeti obilježja navedenih turističkih proizvoda nužno je bilo opisati povijest događaja. Ti povijesni događaji pokazali su mračnu stranu čovjekove psihe i uistinu emotivno djeluje na autora rada. Postavlja se pitanje: „Kako je takvo nešto moguće?“

Utvrđeno je da Ovčara i Auschwitz pripadaju spektru najmračnijeg turizma jer je riječ o mjestima genocida. To znači da imaju precizna zemljopisna obilježja i konkretan povijesni kontekst.

Nadalje, analiza turističkih proizvoda pokazala je da mjesta u okolici Ovčare, pogotovo grad Vukovar obiluju velikim turističkim bogatstvima koja su minimalno iskorištena. Potrebno je maksimizirati njihovu ponudu te ojačati promociju. U samom gradu Vukovaru tijekom jedne godine održavaju se različite manifestacije kao Međunarodni dan Dunava. Tom prigodom organiziraju se plovidbe Dunavom što može biti doživljaj za turista, uz primamljivu gastro i eno ponudu na području Vukovarsko-srijemske županije. Kušanje domaće hrane može biti pun pogodak.

Puno ljudi nije upoznato s tim da „Vukovar – Vučedol – Ilok“ imaju certifikat EDEN destinacije. Destinacija „Vukovar – Vučedol – Ilok“ pobjednik je nacionalnog izbora za „Europsku destinaciju izvrsnosti“ za 2016./2017. godinu na temu „Kulturni turizam“, koji je provodila Hrvatska turistička zajednica.

Istraživanje je pokazalo (intervju) da se stanovnici Vukovara žale na slab promet turista nakon posjete Ovčari. Očito da je emocionalni doživljaj jak i žele se čim prije maknuti iz tog mjesta.

Auschwitz ima dugu i mučnu povijest koje se veže uz Drugi svjetski rat. Odmah nakon otkrića logora krenulo se u očuvanje mjesta i počeli su pristizati turisti iz svih dijelova svijeta. Željeli su se sami uvjeriti da se zaista dogodio genocid.

Statistički podaci pokazali su da Auschwitz ima milijunske posjete za razliku od Ovčare koja ima posjete izražene u tisućama. Razlike su razumljive.

Vjeruje se da će rasti broj posjetitelja za oba turistička mjesta.

Gradovi Vukovar i Krakow imaju odlične materijale za strategijski razvoj mračnog turizma. Kod Auschwitza je manifestacija „Krakow Jewish Culture Festival“, dok su kod Vukovara brojne manifestacije prilagođene prirodno-kulturnim obilježjima mjesta.

Potrebna je izvrsna promocijska strategija privlačenja turista. Time je uspjeh garantiran.

Ostaju sjećanja i opomena da se takvo nešto više ne smije ponoviti.

LITERATURA

Knjige:

1. Ambrosewicz-Jacobs, J., & Lezsek, H. (2005). *Why should we teach about the holocaust?* Krakow: The Jagiellonian University Institute of European Studies.
2. Čavlek, N. (2011). *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
3. Jadrešić, V. (2001). *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*. Zagreb: Školska knjiga.
4. Lennon, J., & Foley, M. (2000). *Mračni turizam: Atrakcija smrti i katastrofa*. London i New York: Continuum,.
5. Rabičić, B. (2013). *Selektivni oblici turizma, Beograd*. Beograd: Visoka turistička škola,.
6. Sharpley, R., & Stone, P. (2009). *The Theory and Practice of Dark Tourism*. Bristol: Channel View Publications.
7. Smith, M. (2011). *Issues in Cultural Tourism studies*. London: Routledge.
8. Steinbacher, S. (2004). *Auschwitz - A history*. London: Penguin books.

Članci:

1. Čančar, A. (2020). Utjecaj mračnog turizma na posjećenost destinacija u Hrvatskoj i svijetu. *Završni rad*. Osijek: Sveučilište Josipa Strossmayera u Osijeku.
2. Hajdarović, M. (25. 1 2009). Auschwitz- najveći nacistički logor smrti. *Hrvatski povijesni portalelektronički časopis za povijest i srodne znanost*. <https://povijest.net/2018/?p=2645> Preuzeto 1.3.2021.
3. Kesar, O. (2014). Obilježja i dosezi razvoja memorijalnog turizma u Hrvatskoj. *Liburna, Br. 1*, str. 49-89.
4. Luković, T. (2008). Selektivni turizam- hir, ili znanstveno istraživačka potreba. *Acta turistica nova, No. 1*, str. 51-74.
5. Rabotić, B. (2011). Mračni turizam u teoriji i praksi. *Hotel Link*, 35-48. https://www.academia.edu/41275729/Mra%C4%8Dni_turizam_u_teoriji_i_praksi Preuzeto 17.07.2021.
6. Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *TOURISM*, 54(2), 145-160.
7. Zgaga, V. (2008). Kuća terora u Budimpešti. *Informatica museologica*, 39(1-4), 40-43. <https://hrcak.srce.hr/134545> Preuzeto 24.07.2021.
8. Žanić, M. (2014). Društvena dinamika i simbolizacija prostora. Mentalne mape stanovnika Vukovara. *Soc. ekol. Zagreb*, 2(1), 39-56. <https://hrcak.srce.hr/file/185323> Preuzeto 25.07.2021.

Internet:

1. Auschwitz. (2021). Auschwitz web stranica. <http://auschwitz.org/> Preuzeto 01.03.2021.
2. Berenbaum, M. (2020). Auschwitz. str. 1-5. <https://www.britannica.com/place/Auschwitz> Preuzeto 25.07.2021.
3. Humanity in Action (2011). Auschwitz-Birkenau: A Visitor's Manual. Varšava. https://www.humanityinaction.org/knowledge_detail/auschwitz-birkenau-a-visitors-manual/25 Preuzeto 25.07.2021.
4. MDCV. (2021). MCDV. Vukovar. <https://www.mcdrvu.hr/o-nama/o-ustanovi/> Preuzeto 24.07.2021.
5. Punkufer dnevnik.hr. (10. 5. 2019). Odmor i užas: Četiri destinacije "mračnog turizma". (V. B,Ur.)<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/odmor-i-uzas-cetiri-destinacije-mracnog-turizma--560406.html> Preuzeto 01.03.2021.
6. Radoš , A., & Penić, E. (2018). *Podizanje razine prepoznatljivosti kulturno-turističkog proizvoda s posebnim naglaskom na Eden destinaciju*. Vukovar: TZ Grad Vukovar. <https://www.visitvukovar-srijem.com/files/file/pdf/zakoni-i-propisi/Brendiranje-KT-i-EDEN.pdf> Preuzeto 25.07.2021.
7. Statista. (2020). Perception of the word Oświęcim/Auschwitz in Poland 2020. Statista Research Department. <https://www.statista.com/statistics/1125334/poland-perception-of-auschwitz> Preuzeto 20.07.2021.
8. TZ grad Vukovar. (veljača 2020). Izvješće o radu Turističkog ureda Turističke zajednice grada Vukovara o financijskom poslovanju za 2019. godinu. Vukovar: Grad Vukovar.
9. www.dark-tourism.com. (2021). Dark tourism. <https://www.dark-tourism.com/index.php/18-main-menus/mainmenussubpages/599-what-is-dark-tourism> Preuzeto 22.07.2021.

Ostalo:

1. Stone Philip , R. (2010). Death, Dying and Dark Tourism in Contemporary Society: A Theoretical and Empirical Analysis. *Doktorska disertacija*. Lancashire: Lancashire: University of Central Lancashire.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Obilježja tanaturizuma prema Seatonu (2011).....	12
Tablica 2. Raspored posjeta	32
Tablica 3- Cjenik usluga za tour po Auschwitzu	33
Tablica 4. Analiza dva turistička proizvoda : Ovčara i Auschwitz	48
Tablica 5. SWOT analiza	51

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Percepcija riječi „Oświęcim/Auschwitz”	27
Grafikon 2. Turistički odlasci i noćenja u Vukovaru	35
Grafikon 3. Ovčara. Broj posjetitelja za Ovčaru	36
Grafikon 4. Broj posjetitelja po lokacijama u Vukovarsko-srijemskoj županiji.....	37
Grafikon 5. Destinacija po želji turista u Vukovarsko-srijemskoj županiji	38
Grafikon 6. Broj posjetitelja u Auschwitzu (10 godina)	39
Grafikon 7. Posjećenost na mjesečnoj razini, 2019/2020. godina	40

POPIS SLIKA

Slika 1. Drakulin dvorac u Rumunjskoj	13
Slika 2. Ghost walk u Edinburgu	13
Slika 3. Varaždinsko groblje	14
Slika 4. Muzej terora u Budimpešti.....	15
Slika 5.Svetište (Kensigton palača), 1997	16
Slika 6.Most na Jablanici	17
Slika 7. Memorijalni centar Ovčara	19
Slika 8. Svetište u Ovčari	20
Slika 9. Druge nadgrobne ploče do masovne grobnice	20
Slika 10. Memorijalni spomenik na mjestu masovne grobnice.....	21
Slika 11. Ulaz u konc-logor Auschwitz	28
Slika 12. Konc logor Auschwitz- unutrašnjost.....	29
Slika 13.Izložbeni prostor u Auschwitzu	29
Slika 14. Ambulanta (Auschwitz)	30
Slika 15. Lokacija Ovčara	46
Slika 16. Auschwitz lokacija.....	47