



Ferðamennska, dauði og þjáningar

Bjarni Ólafur Eiríksson



**Líf- og umhverfisvísindadeild
Verkfræði- og náttúruvísindasvið
Háskóli Íslands
2010**

Ferðamennska, dauði og þjáningar

Bjarni Ólafur Eiríksson

10 eininga ritgerð sem er hluti af
Baccalaureus Scientiarum gráðu í ferðamálafræði

Leiðbeinandi
Katrín Anna Lund

Líf- og umhverfisvísindadeild
Verkfræði- og náttúruvísindasvið
Háskóli Íslands
Reykjavík, Október 2010

Ferðamennska, dauði og þjáningar

Myrkvaferðamennska

10 eininga ritgerð sem er hluti af *Baccalaureus Scientiarum* gráðu í ferðamálafræði

Höfundarréttur © 2010 Bjarni Ólafur Eiríksson

Öll réttindi áskilin

Líf- og umhverfisvísindadeild

Verkfræði- og náttúruvísindasvið

Háskóli Íslands

Líffræðistofnun Háskólans

101 Reykjavík

Sími: 525 4000

Skráningarupplýsingar:

Bjarni Ólafur Eiríksson, 2010, *Ferðamennska, dauði og þjáningar*, BS ritgerð, Líf- og umhverfisvísindadeild, Háskóli Íslands, 38 bls.

Prentun: Háskólaprent

Reykjavík, Október 2010

Útdráttur

Dauðinn hræðir marga og hefur í gegnum tíðina verið umræðuefni sem fáir vilja ræða. Þrátt fyrir það vekur hann upp spurningar og forvitni hjá einstaklingum. Sú mikla tækniþróun og miðlun sem orðið hefur undanfarna áratugi hefur fært dauðann nær okkur og í dag getum við komist í snertingu við hann í gegnum myrkvaferðamennsku.

Í þessari ritgerð varpar höfundur með fræðilegri nálgun ljósi á þrjár helstu skilgreiningar á myrkvaferðamennsku sem eru *Black Spot*, *Thanatourism* og *Dark Tourism*. Myrkvaferðamennska er vítt hugtak sem erfitt er að skilgreina. Fjallað er um mismunandi flokka myrkvaferðamennsku en þeir falla misvel að skilgreiningunum og þess vegna er erfitt að staðsetja helstu áfangastaði hennar innan þeirra.

Síðustu áratugi hefur þekking á myrkvaferðamennsku aukist en þrátt fyrir auknar vinsældir hennar er skortur á fræðigreinum og rannsóknum um hana. Í þessari ritgerð er leitast við að upplýsa lesandann um hugtakið myrkvaferðamennska og hvað það er við dauðann sem heillar einstaklinga. Höfundur komst að því að helstu hvatir að ferðalögum til myrkvaáfangastaða eru forvitni, fortíðarþrá, menntun, reynsla, arfleifð, skyldmenni og vinir. Fjölmiðlar eru einnig stór hvati því þeir geta ýtt ferðamanninum af stað og dregið hann að ákveðnum áfangastöðum, en þeir búa einnig yfir því valdi að geta haldið ferðamönnum frá áfangastöðum með neikvæðri umfjöllun. Fjölmiðlar hafa átt stóran þátt í þróun myrkvaferðamennsku og eiga þeir eftir að spila lykilhlutverk í að viðhalda áhuga og vinsældum hennar.

Abstract

Death frightens many people and has through time been a topic that most people are not willing to talk about. In spite of that it arouses questions and curiosity with individuals. The massive technical development of last decades has brought death closer to us and today we can get in touch with it through dark tourism.

In this thesis the author will define by theoretically approach the three definitions about dark tourism which are Black Spot, Thanatourism and Dark Tourism. Dark tourism is a wide concept which is difficult to define. The various categories of dark tourism will be discussed but they come under the definitions in different ways and that's why it is difficult to locate the main destinations within it.

The last decades the knowledge of dark tourism has expanded but despite of increased popularity there is a lack of academic articles and researches about it. In this thesis it was endeavor to inform the reader about the concept of dark tourism and what it is about death that fascinates people. The author reached the conclusion that the most motivations to travel to dark destinations are curiosity, nostalgia, education, experience, legacy, relatives and friends. The mass media are also a large motivation because they can push the tourist to go and pull him to certain destinations but they also have the power to keep the tourists away from certain destinations by negative publicity. The mass media has been a large factor in developing the dark tourism and it will be very important factor to maintain the interest and popularity.

Efnisyfirlit

Efnisyfirlit	1
Þakkir	2
1 Inngangur	3
2 Upphaf, saga og þróun myrkvaferðamennsku.....	4
3 Skilgreiningar á myrkvaferðamennsku	7
3.1 Black Spot	7
3.2 Dark Tourism	8
3.3 Thanatourism.....	8
3.4 Samanburður og gagnrýni á skilgreiningum myrkvaferðamennsku	9
4 Flokkar myrkvaferðamennsku	11
4.1 Hörmungarferðamennska - Disaster tourism	11
4.2 Sorgarferðamennska - Grief tourism.....	12
4.3 Sjálfsmorðsferðamennska - Suicide tourism.....	12
4.4 Fátæktarferðamennska - Poverty tourism.....	13
4.5 Hvernig falla flokkar myrkvaferðamennsku að skilgreiningum hennar	14
5 Helstu áfangastaðir myrkvaferðamennsku	15
5.1 Auschwitz.....	15
5.2 Ground Zero	17
5.3 Sjötta hæðin í Dallas.....	18
5.4 New Orleans	19
6 Fjölmiðlar og áhrif þeirra	21
6.1 „Push“ og „Pull“ þættir í ferðamennsku.....	22
6.2 Fjölmiðlar halda ferðamönnum frá áfangastöðum	23
6.3 Fjölmiðlar í nútímanum.....	23
7 Hvatir að ferðalögum á myrkvaáfangastaði.....	25
7.1 Arfleifð	26
7.2 Fortíðarþrá	27
7.3 Forvitni	27
7.4 Ný reynsla.....	28
7.5 Fórnarlömb, eftirlifendur, vinir og skyldmenni.....	28
7.6 Menntun.....	29
8 Framtíð myrkvaferðamennsku.....	30
9 Lokaorð.....	33
Heimildaskrá.....	35

Þakkir

Ég vil sérstaklega þakka leiðbeinanda mínum Katrínu Önnu Lund fyrir gott samstarf og faglega leiðsögn við skrif ritgerðarinnar. Ég vil þakka Kristínu Donaldsdóttur mágkonu minni fyrir prófarkarlestur og síðast en ekki síst vil ég þakka Berglindi Írisi Hansdóttur fyrir leiðbeiningar og gríðarlegan stuðning við skrif ritgerðarinnar.

1 Inngangur

Ferðamennska hefur verið til staðar í margar aldir en hefur tekið miklum breytingum síðustu áratugi. Í dag eru til margar tegundir af ferðamennsku og nær öruggt að allir finna eitthvað við sitt hæfi.

Svo lengi sem einstaklingar hafa ferðast hafa þeir sótt í staði sem tengjast dauðanum og ofbeldi, svæðum þar sem stórslys hafa átt sér stað og stöðum þar sem fólk hefur upplifað miklar þjáningar og vanlíðan. Síðustu hálfu öld hafa vinsældir myrkvaferðamennsku aukist mikið og er hún orðin bæði útbreidd og fjölbreytt og ferðamenn orðnir viljugri til þess að ferðast á staði sem tengjast hörmungum og dauða. Þó að myrkvaferðamennska eigi sér langa sögu sem má rekja allt aftur til fornalda, þá er það tiltölulega nýlega sem byrjað var að skrifa fræðigreinar um þessa tegund af ferðamennsku, undir heitinu *Dark Tourism*, *Thanatourism* eða *Black Spot*.

Tilgangurinn með þessari ritgerð er að fjalla fræðilega um myrkvaferðamennsku og hvernig það hugtak varð til. Það verður gert með því að fara yfir upphaf, sögu og þróun þessarar tegundar ferðamennsku sem og gerð grein fyrir þremur helstu skilgreiningunum á henni. Til að átta sig betur á því hvað felst í myrkvaferðamennsku verður fjallað um mismunandi tegundir hennar og gefin dæmi um fjóra þekkta áfangastaði, en það eru Auschwitz, Ground Zero, Sjötta hæðin í Dallas og New Orleans. Þessir staðir eru ólíkir að því leytinu til að þeir falla undir mismunandi tegundir myrkvaferðamennsku, en hún er regnhlífarhugtak yfir marga flokka hennar, en dæmi um það eru sorgar-, hörmungar-, fátæktar- og sjálfsmorðsferðamennska. Athyglisvert er að skoða hvað það er við dauðann sem vekur áhuga fólks og hvaða hvatir það eru sem liggja að baki myrkvaferðamennsku og verður þeim gerð góð skil í ritgerðinni. Segja má að fjölmiðlar séu ein af þeim hvötum sem um ræðir, en þeir eiga einnig sinn þátt í þróun myrkvaferðamennsku og að viðhalda áhuga einstaklinga á henni. Farið verður ítarlega yfir þátt fjölmiðla og að lokum verða settar fram vangaveltur um framtíð myrkvaferðamennsku.

Helstu rannsóknarspurningar þessarar ritgerðar eru:

- Hvaða hvatir liggja að baki ferðalögum einstaklinga til myrkra áfangastaða?
 - Hvað er það við dauðann sem vekur áhuga fólks?
 - Hvaða áhrif hafa fjölmiðlar á myrkvaferðamennsku?

2 Upphaf, saga og þróun myrkvaferðamennsku

Ferðamennska, tómstundir og skemmtun eru nátengt hvert öðru en þó er munur á þessum hugtökum. Ferðamennska getur falið í sér tómstundir og skemmtun, en áhugamál eru ekki alltaf hvatinn að ferðalögum. Ferðamennska er skilgreind sem skammvinnnt ferðalag einstaklinga til staða sem eru fjarlægir heimahögum þeirra. Ferðamennska hefur verið til staðar í margar aldir og til forna voru það vel efnaðir einstaklingar sem ferðuðust til fjarlæggra staða til að sjá fallegar byggingar eða listaverk, læra nýtt tungumál, upplifa nýja menningu eða mat. Þó að ekki hafi verið farið að tala um myrkvaferðamennsku fyrr en nokkuð nýlega þá hefur þessi tegund af ferðamennsku lengi átt sér stað. Allt frá því að fólk byrjaði að ferðast hefur það dregist meðvitað eða ómeðvitað að stöðum eða atburðum sem tengjast dauða, ofbeldi, stórslysi eða þjáningum á einn eða annan hátt (Stone, 2006).

Myrkvaferðamennska er sambland af sögu og arfleifð, ferðamennsku og harmleik. Myrkvaferðamennska eða *Dark Tourism* er kölluð mörgum nöfnum og á sér langa sögu og enn þann dag í dag vekur myrkvaferðamennska upp samræður um fortíðina, siðferði og dauðann. Dauðinn hefur verið hluti af ferðamennsku lengur en allt annað í ferðaþjónustunni og oft í tengslum við trúarbrögð eða píligrímsferðir. Fyrstu dæmin um myrkvaferðamennsku má rekja aftur til tíma rómversku skylmingaþrælanna, en einnig má nefna opinberar aftökur á miðöldum og allt fram á 19.öld. Sem dæmi var fyrsta skipulagða ferðalagið með leiðsögumanni í Englandi árið 1838 á opinbera aftöku tveggja morðingja. Önnur dæmi um myrkvaferðamennsku til forna voru ferðir með leiðsögumönnum í líkhús á Viktoríutímabilinu og skemmtiferðir einstaklinga í refsihús til að verða vitni að barsmíðum á afbrotamönnum (Stone, 2006). Hins vegar hefur myrkvaferðamennska orðið fjölbreyttari og útbreiddari á síðustu öld. Áfangastaðir þar sem stríð hafa geysað eru til að mynda líklega eitt af vinsælustu aðdráttaröflunum í ferðaþjónustunni í dag en þrátt fyrir það eru þessir áfangastaðir bara lítill hluti af því sem myrkvaferðamennska hefur upp á að bjóða (Stone, 2006). Í dag er fjölbreytileiki myrkvaferðamennsku gríðarlegur allt frá tilbúnum dauðdaga eins og í Drakúla þorpinu í Englandi, endurgerðum dauðdaga, ferðalag til staða þar sem frægir einstaklingar hafa látið lífið eins og t.d. Elvis Presley og John Lennon eða

ferð að stórslysastöðum eins og Ground Zero. Staðir sem eru tengdir stríði, hörmungum eða grimmd hafa lengi verið taldir söguleg arfleifð innan ferðamenskunnar. Þrátt fyrir langa sögu myrkvaferðamennsku þá er það ekki fyrr en nýlega sem byrjað var að skilgreina *Dark Tourism* á fræðilegan hátt (Stone, 2006).

Samkvæmt *The Dark Tourism Forum* var hugtakið myrkvaferðamennska (e. *Dark Tourism*) fyrst notað um miðja 20.öldina af fræðimönnunum Malcom Foley og John Lennon. Önnur hugtök hafa verið notuð til að lýsa sömu hugmyndinni, en Rojek kynnti fyrstur hugtakið undir heitinu *Black Spot* árið 1993 (Stone, 2006). Seaton (1996) kom einnig fram með skilgreiningu á *Dark Tourism* undir heitinu *Thanatourism*. Hann var hins vegar ósammála bæði Lennon, Foley og Rojek og sagði að myrkvaferðamennska ætti sér mun lengri sögu en þeir vildu meina. Lennon, Foley og Rojek töluðu um mikilvægi hnattvæðingar og fjölmiðla í myrkvaferðamennsku og sögðu að greinin hefði ekki myndast fyrr en þessi öfl hefðu orðið sterkari. Seaton (1996) bendir einnig á mikilvægi fjölmiðla í þróun myrkvaferðamennsku, en með hnattvæðingunni fær fólk atburðina beint í æð um leið og þeir gerast. Hann telur hins vegar að hnattvæðingin hafi ekki myndað myrkvaferðamennsku heldur eingöngu þróað hana og gert vinsælli.

Ástæðurnar fyrir uppgangi myrkvaferðamennsku eru nokkrar. Í fyrsta lagi hefur hin gríðarlega hnattvæðing sem hefur orðið haft mikil áhrif. Hún hefur gert alla hluta heimsins aðgengilega, skiljanlega og þekkta (Lisle, 2007) og segja Lennon og Foley (2000) að aðgengi fjölmiðla sé aðalástæðan fyrir auknum vinsældum allra tegunda myrkvaferðamennsku. Önnur ástæða fyrir auknum vinsældum hennar er hin gríðarlega fjölgun ferðamanna almennt frá árinu 1980. Ferðaþjónustan tók mikla dýfu í kjölfar hryðjuverkaárásanna 11.september 2001 en er nú á mikilli uppleið aftur. Þar sem ferðaþjónustan hefur vaxið jafn mikið og raun ber vitni hafa einnig orðið breytingar á henni. Hún skiptist niður í fleiri tegundir ferðamennsku þar sem áhugi einstaklinga hefur mikið að segja og er það þriðja ástæðan fyrir auknum vinsældum myrkvaferðamennsku. Í dag eru ferðalög ekki lengur bundin við hin hefðbundnu tveggja vikna ferðalög til sólarlanda, heldur er um að ræða nánast allt mögulegt eins og t.d. matar-, kynlífs-, íþrótt- og bókmenntaferðamennsku, köfun og margt fleira. Myrkvaferðamennska hefur því haslað sér völl sem einn partur af hinni sívaxandi ferðaþjónustu (Lisle, 2007).

Myrkvaferðamennska er flókin kvísl af ferðapjónustunni sem hefur marga anga eins og fræðilega, menningarlega og siðferðilega. Myrkvaferðamennska er mjög ólík hinni hefðbundnu ferðamennsku, en áreiðanleiki er mikilvægur fyrir reynslu einstaklinga og trúverðugleika aðdráttaraflsins (Lisle, 2007). Miles (2002) setti fram myrkvaferðamenskuskala sem endurspeglar mismunandi litbrigði myrkvaferðamennsku. Þeir staðir sem eru á dekkri enda skalans veita ferðamönnum aukna tilfinningu fyrir uppruna- og áreiðanleika, en þetta eru oftast staðir þar sem atburðurinn átti sér stað eða eru nátengdir honum. Staðir sem eru á dekkri enda skalans eru staðir þar sem fólk virkilega þjáðist og lét lífið, en einnig hafa þeir meiri pólitísk áhrif og sterkari hugmyndafræði en staðir á ljósari enda skalans. Hann bendir einnig á að myrkvaferðamannastaðir vekji upp meiri tilfinningar eftir því sem tengslin á milli ferðamannsins og fórnarlamba er sterkari og ef atburðurinn hefur nýlega átt sér stað. Því væri hægt að flokka þá staði á dekkri enda myrkvaferðamenskuskalans. Til að útskýra þetta betur tekur Miles (2002) dæmi um tvo þekkta myrkvaferðamannastaði, annars vegar útrýmingabúðir nasista í Auschwitz og hins vegar safn um helför gyðinga sem er staðsett í Washington. Auschwitz myndi flokkast á dekkri enda skalans vegna þess að þar eru ferðamennirnir staðsettir á staðnum þar sem fólk þjáðist og lét lífið. Aftur á móti geta ferðamenn sem heimsækja safnið í Washington ekki upplifað þennan uppruna- og áreiðanleika heldur aðeins skoðað ljósmyndir og safngripi um atburðinn og þar af leiðandi flokkar Miles (2002) þetta safn á ljósari enda skalans.

3 Skilgreiningar á myrkvaferðamennsku

Skilgreiningar á myrkvaferðamennsku einblína á sambandið á milli ferðalaga og dauða. Í fræðilegri umfjöllun um myrkvaferðamennsku er aðallega stuðst við þrjár skilgreiningar og verður gerð grein fyrir þeim hér að neðan. Hægt er að flokka myrkvaferðamennsku í nokkra flokka og oft skarast þessir flokkar. Hér að neðan verður fjallað um helstu flokka myrkvaferðamennsku.

3.1 Black Spot

Fyrstur til að skilgreina myrkvaferðamennsku undir heitinu *Black Spot* var Chris Rojek. Hann skilgreindi *Black Spot* sem staði tengda atburðum þar sem frægir einstaklingar eða stór hópur fólks hefur dáðið á óvæntan og/eða ofbeldisfullan hátt (Rojek, 1993). Hann vitnar til fólks sem flykkist að stöðum þar sem stórslys hafa orðið eins og t.d. þar sem Herald of Free Enterprise ferjan hvolfdi fyrir utan hafnarmynnið í Zeebrugge í Belgíu árið 1987 með þeim afleiðingum að 193 menn drukknuðu eða í Lockerbeie þar sem flugvél brotlenti og 270 einstaklingar létust árið 1988 (Rojek, 1993).

Með heitinu *Black Spot* vildi Rojek sýna fram á tvíþætta merkingu myrkvaferðamennsku. Í fyrsta lagi vísar það til staða sem tengjast dauðanum eins og t.d. kirkjugarðar þar sem frægt fólk hvílir eða minnisvarðar þeirra. Í öðru lagi vísar *Black Spot* til staða þar sem stórslys hafa orðið, mannrán, eftirför eða umsátur á sér stað eða hefur nýlega átt sér stað. Þessa staði kallar Rojek sérstaka „skynjunar/upplifunar/tilfinninga“ staði (e. sensation sites), en þangað ferðast ferðamaðurinn bæði í draumórum sínum og í orðsins fyllstu merkingu. Þessir staðir veita ferðamanninum dýpri upplifun og skynjun á aðstæðum heldur en ef ferðast er í kirkjugarða eða til að sjá minnisvarða. Þetta getur átt sér stað, bæði með því að fara á staðinn og/eða horfa á hann í sjónvarpi. Þessir staðir hafa þau áhrif að ferðamaðurinn gefur ímyndunaraflinu lausan tauminn og sér fyrir sér atburðinn og staðinn. Dæmi um þetta eru útrýmingarbúðir nasista í Auschwitz og staðurinn þar sem John F. Kennedy var ráðinn af dögum í Dallas (Rojek, 1997). Rojek bætir við að þessir staðir eru oft söluvæddir til þess að laða að ferðamenn. Hann telur einnig að tengsl nútímans við myrkvaferðamennsku séu mjög mikil þar sem margir af þessum frægu stöðum sem fólk ferðast til byggja oft á vel gerðum endurlíkingum, tæknivæðingu og miðlum (Rojek, 1993).

3.2 Dark Tourism

Hugtakið *Dark Tourism* eða myrkvaferðamennska var myndað af Malcolm Foley og John Lennon árið 1996. Að þeirra mati felur myrkvaferðamennska í sér upplifanir ferðamanna á raunverulegum og söluvæddum dauða og stórslysastöðum (Foley & Lennon, 1996a og b). Í bókinni *Dark tourism: The Attraction of Death and Disaster* (2000) betrubæta þeir skilgreiningu sína og segja að hugtakið vísi til nútímavæðingar. Samkvæmt rannsóknum Lennon og Foley (2000) er dauði, stórslys og hörmungar meðhöndlað á allt annan hátt í dag en áður fyrr. Þessir áfangastaðir eru gerðir að söluvörum með hjálp tækninnar, ólíkt því sem áður var. Að mati Lennon og Foley (2000) er kveikjan að þessum gríðarlega mikla áhuga á myrkvaferðamennsku sú tækniþróun sem hefur átt sér stað á síðustu áratugum. Við sjáum það í formi bóka, auglýsinga, heimildamynda, vefsíðna og síðast en ekki síst sú mikla fréttaumfjöllun sem verður þegar atburðir sem tengjast dauðanum eiga sér stað.

Auk nútímavæðingar bættu Lennon og Foley (2000) við skilgreiningu sína á *Dark Tourism* hvaða hegðun teljist til myrkvaferðamennsku og hvað ekki. Sem dæmi þá telst það ekki til myrkvaferðamennsku samkvæmt þeim þegar vinir og fjölskylda heimsækja staði tengda dauðanum. Aftur á móti eru þeir sem fara í skipulagðar ferðir ferðaskrifstofa, ferðamenn sem ferðast á staðina fyrir tilviljun eða forvitnir ferðamenn undirstaða myrkvaferðamennsku.

Lennon og Foley (2000) fjalla einnig um sambandið á milli kvíða, óvissu, hræðslu og myrkvaferðamennsku. Að þeirra mati teljast staðir sem skilja eftir sig þessar tilfinningar til myrkvaferðamennsku og nefna þeir í því sambandi minnisvarða um Víetnamstríðið. Hins vegar kvikna tilfinningar eins og stolt, barátta og vilji þegar ferðamenn heimsækja staði sem tengjast sjálfstæðisbaráttu Skota og teljast þeir því ekki til myrkvaferðamennsku.

3.3 Thanatourism

Seaton (1996) segir í grein sinni *From Thanatopsis to Thanatourism: Guided by the Dark* að erfitt sé að skilgreina thanatúrisma. Orðið *thana* á rætur sínar að rekja til forngríska orðsins *thanatos* sem vísar til persónugervingar á dauðanum. Að mati Seaton (1996) er thanatúrismi ferðalag á áfangastað sem að nokkru eða öllu leyti er farið í gagnert til þess að komast í einhvers konar snertingu við dauðann hvort sem um ræðir raunverulega eða

táknræna snertingu, en ekki eingöngu til þess að upplifa ofbeldisfullan dauða. Til frekari skilgreiningar bætir Seaton við tveimur þáttum.

Í fyrsta lagi telur hann að thanatúrismi sé atferlistengdur þ.e.a.s. að hugtakið er skilgreint útfrá hvötum ferðamannsins í stað þess að horfa á tiltekin sérkenni áfangastaðarins. Ólíkt hugtaki Foley og Lennon spila einstaklingsbundnar hvatir stórt hlutverk í dauða og harmleiksferðamennsku (Seaton, 1996).

Í öðru lagi að thanatúrismi er ekki algildur, hann er aftur á móti byggður upp á samfelldum styrk sem er gerður úr tveimur þáttum. Fyrri þátturinn eru stakar hvatir eða ein af mörgum og seinni þátturinn er hversu mikinn áhuga einstaklingurinn hefur á dauðanum (Seaton, 1996). Útfrá þessu myndaði Seaton (1996) fimm mismunandi flokka eftir löngun ferðamanna til þess að komast í snertingu við dauðann. Þeir eru eftirfarandi:

1. Ferðast til að sjá fólk tekið af lífi t.d. hengingar eða aftökur.
2. Ferðast til áfangastaða eftir að dauðsfall eða dauðsföll hafa átt sér stað t.d. Auschwitz.
3. Ferðast til að skoða minnisvarða t.d. kirkjugarðar.
4. Ferðast til áfangastaða þar sem atburðir eru settir á svið með leikmunum og leikurum t.d. endurgerð á borgarastyrjöld.
5. Ferðast til staða þar sem hægt er að skoða hluti eins og t.d. föt, vopn, dagbækur myndir og fleira frá atburðum sem tengjast dauðanum t.d. söfn.

Ólíkt Rojek (1993) og Lennon og Foley (2000) telur Seaton (1999) að saga myrkvaferðamennskunnar eigi sér mun lengri sögu eða allt aftur til miðalda. Seaton telur að fólk hafi lengi dregist að stöðum, aðdráttaröflum og viðburðum sem tengjast þjáningu, ofbeldi, hörmungum eða dauða. Sem dæmi má nefna ferðir til að horfa á skylmingaþræla í Róm til forna og opinberar aftökur í Bretlandi (Seaton, 1999).

3.4 Samanburður og gagnrýni á skilgreiningum myrkvaferðamennsku

Þegar þessar þrjár skilgreiningar á myrkvaferðamennsku eru bornar saman má sjá að Rojek (1993) og Lennon og Foley (1996a og b) eru sammála um tvo lykilþætti. Þeir telja að upphaf myrkvaferðamennsku megi rekja til nútímans og að fjölmiðlar og tækniþróun síðustu aldar hafi skipt sköpum í þróun hennar. Auk þess segja þeir að dauðinn sé sífellt

gerður að söluvöru fyrir ferðamenn. Seaton (1996) talar einnig um mikilvægi fjölmiðla en hann telur þá ekki hafa markað upphaf myrkvaferðamennsku, heldur hjálpað til við þróun hennar. Ólíkt Rojek (1993) og Lennon og Foley (1996 a og b) segir Seaton (1996) í skilgreiningu sinni á myrkvaferðamennsku að það séu hvatir ferðamanna sem skipta höfuðmáli, en ekki nútíma- og söluvæðing dauðans.

Í grein Stone og Sharpley (2008) kemur fram gagnrýni á skilgreiningar Rojek (1993) og Lennon og Foley (1996) en þar segir að þeir taki ekki nægilega mikið til greina hverjar hvatir einstaklinga eru fyrir ferðalögum á myrka áfangastaði og halda Lennon og Foley því fram að ferðamenn fari á þessa staði fyrir tilviljun eina og eiga erfitt með að trúá því að þeir sækji í myrka áfangastaði með jákvæðu hugarfari. Helsta gagnrýnin sem hefur komið á skilgreiningu Seaton (1996) er sú að hann flokkar myrkvaferðamennsku í fimm flokka og tekur ekki aðra þætti til greina (Stone & Sharpley, 2008).

4 Flokkar myrkvaferðamennsku

4.1 Hörmungarferðamennska - Disaster tourism

Margir tala um hörmungarferðamennsku og sorgarferðamennsku (e. grief tourism) sem sama hlutinn. Hörmungarferðamennska er ferðalag fólks til svæða sem hafa orðið fyrir náttúruhamförum, en í sorgarferðamennsku ferðast einstaklingar til svæða sem skilja eftir sig hörmungar af völdum mannfólksins (Kendle, 2009a). Hinn venjulegi ferðamaður ferðast til hörmungarsvæða í þeim tilgangi að verða upplýstari og til að læra. Hörmungarferðamaður ferðast hins vegar til þessara staða til að finna adrenalíníð flæða um líkamann, hann sækist ekki eftir fróðleik heldur að komast í snertingu við spennu sem hann upplifir ekki á hefðbundnu ferðalagi (Gotham, 2007).

Ritchie (2008) telur að ástæðan fyrir vaxandi áhuga á hörmungarferðamennsku sé sambland af tveimur þáttum, annars vegar eru vaxandi fjölbreytni í ferðapjónustu þar sem ferðaskrifstofur bjóða upp á skipulagðar ferðir á hörmungarsvæði og hins vegar aukinn almennur áhugi fólks á að ferðast til svæða sem hafa gengið í gegnum náttúruhamfarir. Gott dæmi um þetta er New Orleans í Bandaríkjunum. Eftir að fellibylurinn Katrina reið þar yfir fóru rútur fullar af forvitnum ferðamönnum að keyra um svæðið til að upplifa hörmungarnar (Ritchie, 2008). Annað gott dæmi er eyjan Phuket í Taílandi sem varð fyrir flóðbylgju í kjölfar jarðskjálfta árið 2004. Í grein Rittichainuwat (2008) kemur fram að helstu ástæður fyrir komu ferðamanna til Phuket eftir flóðbylgjuna eru forvitni, löngun til að aðstoða heimamenn og til að reyna að tryggja velferð þeirra og öryggi. Ferðamenn töldu það að heimsækja Phuket eftir náttúruhamfarirnar vera tækifæri sem þeir fengju ekki oft í lífinu.

Eins og fyrr sagði er afar þunn lína á milli sorgar- og hörmungarferðamennsku og eru það í raun og veru hvatir ferðamannanna sem skera úr um hvort um ræðir. Ground Zero er gott dæmi um það en þar er hægt að flokka ferðamenn í báðar þessar tegundir ferðamennsku. Ferðamenn sem heimsækja svæðið til þess að minnast látinna einstaklinga flokkast undir sorgarferðamenn á meðan ferðamenn sem fara á svæðið til þess að upplifa þessa fyrrnefndu adrenalín- og spennutilfinningu teljast til hörmungarferðamanna (Gotham, 2007).

4.2 Sorgarferðamennska - Grief tourism

Sorgarferðamennska er ein tegund af myrkvaferðamennsku en samkvæmt Slayton (2006) er það þegar einstaklingur ferðast sérstaklega til að heimsækja staði sem tengjast sorg, harmleik eða stórslysi, þrátt fyrir að hafa engin persónuleg tengsl við hina látnu. Á meðan hugtakið sorgarferðamennska er nýtt af nálinni þá er hugmyndin á bak við það ekki. Hugtakið sorgarferðamennska er í raun og veru ferðalag til fortíðar til að læra um manngæsku og eru samkvæmt mörgum tengt aldargömlum helgisiðum. Fólki ferðast á staði tengdum sorg til að upplifa létti, tengingu og samúð og er sorgarferðamennska því ákveðin leið til að halda tengslum við hina látnu. Sorgarferðamennska gefur ferðamanninum tækifæri til að ferðast til staða sem annars hefðu ekki komið upp í huga hans og með því að fara á staðinn finnst ferðamanninum hann vera hluti af sögunni, hann er þátttakandi fremur en áhorfandi (Trotta, 2006).

Einn þekktasti áfangastaður þessarar tegundar ferðamennsku eru útrýmingarbúðir nasista í Auschwitz í Póllandi. Þangað fara um milljón ferðamenn árlega til að upplifa þá sorglegu og hræðilegu atburði sem áttu sér þar stað. Um 1,3 milljónir gyðinga létu lífið í Auschwitz og geta ferðamenn fengið innsýn í aðstæður þeirra þegar svæðið er heimsótt (Lennon & Foley, 2000).

Í Bandaríkjunum hefur sorgarferðamennska verið tengd við ferðalög til Ground Zero í New York borg þar sem Tvíburaturnarnir stóðu áður fyrr. Flestir Bandaríkjamenn heimsækja Ground Zero vegna þjóðrækni og til að votta virðingu sína. Áður en turnarnir féllu heimsóttu um 1,8 milljónir einstaklingar svæðið en í dag hefur þessi tala tvöfaldast og er nú um 3,6 milljónir manna á ári. Ástæðan fyrir þessari gríðarlegu aukningu á heimsóknum til Ground Zero má rekja til þess að alls staðar í heiminum varð fólk vitni að þessum hræðilega atburði og eftir það hefur fólk viljað heiðra minningu þeirra þúsunda einstaklinga sem létust 11. september 2001 (Slayton, 2006).

4.3 Sjálfsmorðsferðamennska - Suicide tourism

Um 30.000 einstaklingar fremja sjálfsmorð í Bandaríkjunum ár hvert og er það ein algengasta dánarorsök á Vesturlöndum. Viðhorf til sjálfsvíga eru mismunandi eftir löndum, bæði með tilliti til menningar og trúarbragða. Í flestum löndum er enn glæpur að aðstoða fólk við að stytta sér aldur, en sum lönd eru þó farin að leyfa líknarmorð að einhverju

marki. Það eru hins vegar ákveðnir einstaklingar sem leita eftir tækifæri til að fremja sjálfsmorð fyrir utan þeirra vanalega umhverfi og oft á þekktum stöðum. Ekki er vitað um neina rannsókn sem hefur kannað fjölda eða eiginleika þeirra einstaklinga sem ferðast um langan veg til að fremja sjálfsmorð, en það hefur verið nefnt sjálfsmorðsferðamennska (Gross o.fl., 2007).

Hægt er að greina sjálfsmorðsferðamennsku í tvennt. Fyrst er um að ræða þegar einstaklingur ferðast burt frá heimili sínu til að fremja sjálfsmorð, oftast á frægum stað. Golden Gate brúin í San Francisco er þekkt dæmi um frægan stað þar sem margir hafa framið sjálfsmorð og í rannsókn Gross o.fl. frá árinu 2007 kom fram að um 10% af þeim sjálfsmorðum sem framin eru á Manhattan í New York eru ferðamenn sem kjósa að deyja á frægum stöðum. Aðrir þekktir staðir sem margir hafa framið sjálfsmorð á eru t.d. Empire State byggingin í New York (Kendle, 2009b).

Í öðru lagi er um að ræða einstaklinga sem ferðast til landa þar sem lög varðandi aðstoð við sjálfsmorð eru ekki eins ströng. Um er að ræða fólk sem er alvarlega veikt með banvænan sjúkdóm sem óskar eftir því að enda líf sitt á sínum eigin forsendum, á friðsælan hátt, hugsanlega með fjölskylduna við hlið sér og án þess að heilbrigðisstarfsfólk eða fjölskyldumeðlimir eigi hættu á ákæru (Kendle, 2009b). Sviss er algengasti áfangastaður þessara einstaklinga, en Holland, Belgía og Oregon fylki í Bandaríkjunum eru einnig með opnari löggjöf varðandi aðstoð við sjálfsmorð (Kendle, 2009b).

4.4 Fátæktarferðamennska - Poverty tourism

Fátæktarferðamennska er ein tegund ferðamennsku sem notið hefur aukinna vinsælda nú á síðustu árum þó að sambandið á milli fátæktar og ferðaþjónustu sé umdeilt. Ferðaþjónustan er eitt af þeim vopnum sem mörg lönd nota í baráttunni gegn fátækt en aftur á móti hafa mörg af ráðandi stórfyrirtækjum heimsins notfært sér hana með því að ráða ódýrt vinnuafli og nýta auðlindir vanþróðu landa heimsins (Britton, 1982). Regina Scheyvens (2001) segir í grein sinni *Poverty tourism* að þessi tegund ferðamennsku feli í sér ferðalag til fátæktarsvæðis. Hún bætir við að fátæktarferðamennska hafi eftirfarandi einkenni:

1. Hún byggir upp samstöðu á milli heimamanna og ferðamanna.
2. Hún felur í sér sameiginlegan skilning á virðingu, samnýtingu og jöfnuði.
3. Hún á að hámarka efnahags-, menningar- og félagslegan gróða.

Fátæktarferðamennska á ekki bara að vera eins konar afþreyingarstaður fyrir ferðamenn sem vilja vinna sjálfboðastarf á ferðalagi sínu eða veita þeim sjokkerandi upplifun á hörmulegum aðstæðum fólks. Hún á fremur að vekja upp vitund fólks á alvarleika fátæktar auk þess að fá fólki til að sjá hvaða áhrif hnattvæðingin og nýlendustefnan hafa haft á mörg lönd þriðja heimsins (Scheyvens, 2001).

4.5 Hvernig falla flokkar myrkvaferðamennsku að skilgreiningum hennar

Myrkvaferðamennska er afar vítt hugtak sem tekur inn alls kyns tegundir af ferðaháttum. Erfitt er að skilgreina hugtakið og falla því mismunandi tegundir myrkvaferðamennsku misvel að skilgreiningunum. Persónulegt mat einstaklinga getur haft þar áhrif því hægt er að finna þætti í öllum skilgreiningunum þremur, þ.e. *Dark tourism*, *Black spot* og *Thanatourism* sem geta átt við mismunandi flokka myrkvaferðamennsku. Að mati höfundar fellur hörmungarferðamennska best undir skilgreiningu Rojek (1993) á *Black Spot*. Þó má einnig tengja hana við skilgreiningu Lennon og Foley (2000) því oft sitja eftir tilfinningar eins og hræðsla, kvíði og óvissa hjá hörmungarferðamönnum. Sorgarferðamennska er á margan hátt svipuð hörmungarferðamennsku enda er eins og áður hefur komið fram þunn lína milli þessara flokka. Hvatir ferðamanna eru það sem skera úr um hvorn flokkinn umræðir, en Seaton (1999) fjallar mikið um hvatir einstaklinga í skilgreiningu sinni á *Thanatourism* og því er hægt að tengja þessa flokka við hana. Fátækar- og sjálfsmorðsferðamennska eru líklega þeir flokkar sem erfiðast er að tengja við skilgreiningar á myrkvaferðamennsku. Ástæðan er sú að í báðum þessum tegundum eru tengslin við dauðann ekki eins sýnileg, en engu að síður upplifa ferðamennirnir sömu tilfinningar og í sorgar- og hörmungarferðamennsku.

5 Helstu áfangastaðir myrkvaferðamennsku

Í dag er að finna ótal marga áfangastaði myrkvaferðamennsku þar sem þessi tegund af ferðamennsku er sífellt að verða vinsælli. Hér að neðan verður gerð grein fyrir fjórum af helstu áfangastöðum myrkvaferðamennsku. Ástæðan fyrir vali mínu á þessum áfangastöðum er sú að þetta eru staðir sem draga flesta ferðamenn að og hafa fengið hvað mesta umfjöllun í fjölmiðlum. Einnig valdi ég þessa áfangastaði til að geta gefið ólík dæmi um flokka myrkvaferðamennsku.

5.1 Auschwitz

Frá árunum 1933 – 1945 áttu sér stað einhverjir óhugnanlegustu atburðir mannkynssögunnar, en þá myrta Nasistaflokkurinn í Þýsklandi undir stjórn Adolfs Hitlers, 6 milljónir gyðinga með skipulögðum hætti. Hitler stefndi ekki aðeins að heimsyfirráðum, heldur var hans aðalmarkmið að útrýma gyðingum. Nasistaflokkurinn setti á laggirnar svokallaðar SS sveitir en liðsmenn þeirra byggðu upp þrælkunar- og útrýmingarbúðir með það að markmiði að útrýma milljónum manna (Rees, 2005). Stærstu og þekktustu útrýmingarbúðirnar voru byggðar í gömlum pólskum herbúðum í bænum Auschwitz, sem tilheyrði þá þýska ríkinu, en útrýmingarbúðirnar samanstóðu af þremur aðalbúðum og 40 smærri búðum. Fyrsti hlutinn var Auschwitz sem voru aðalbúðirnar, en þær voru stofnaðar árið 1940. Annar hlutinn af búðunum var Birkenau, betur þekktari sem Auschwitz II, þær voru byggðar árið 1941 og voru staðsettar tæplega 5 km frá Auschwitz. Þriðji hluti útrýmingarbúðanna var byggður við hliðina á IG verksmiðjunni sem var hluti af uppbyggingu Nasistaflokksins á þessum árum (Lennon & Foley, 2000).

Upphaflega voru búðirnar í Auschwitz hugsaðar sem þrælkunararbúðir, en breyttust fljótlega í útrýmingarbúðir sem höfðu þann eina tilgang að drepa alla þá sem þangað komu. Í Auschwitz voru um 1,6 milljónir manna myrtir og voru um 90% af þeim gyðingar (Lennon & Foley, 2000).

Árið 1944 yfirgáfu Þjóðverjar búðirnar, en áður en þeir gerðu það kveiktu þeir í stórum hluta þeirra og sprengdu upp líkbrennsluhúsin og gasklefana. Einnig voru fjölmargir herskálar í Birkenau brenndir eða þeir hreinlega eyðilögðust í seinni heimsstyrjöldinni. Árið 1947 lýsti pólska þingið yfir að rústir útrýmingarbúðanna skildu varðveittar til minningar um þá sem létu lífið þar. Alþjóðlegt samkomulag um svæðið náðist ekki fyrr en árið 1973, en þá var ákveðið að Auschwitz-Birkenau skildi skráð á heimsminjaskrá UNESCO (Lennon & Foley, 2000).

Auschwitz búðirnar eru einn vinsælasti áfangastaður myrkvaferðamennsku, en hann flokkast undir sorgarferðamennsku, þ.e. þegar einstaklingar ferðast til svæða sem skilja eftir sig hörmungar af völdum mannfólksins (Kendle, 2009a). Hægt er að tengja Auschwitz við þrjár fyrrnefndar skilgreiningar á myrkvaferðamennsku. Bæði *Black Spot* og *Dark Tourism* leggja áherslu á þátt fjölmiðla en ferðamenn sem horfa t.d. á heimildamyndir eða kvikmyndir um helför gyðinga fá áhuga á staðnum og ferðast því frekar þangað. Skilgreiningin á *Thanatourism* felur í sér ferðalag gagnert til þess að komast í snertingu við dauðann og flokkar Seaton (1996) Auschwitz sem einn af fimm flokkum myrkvaferðamennsku.

Fjöldi heimsókna til Auschwitz Memorial hefur aukist gríðarlega undanfarin ár. Árið 2001 heimsóttu rétt undir 500 þúsund ferðamenn staðinn, en eftir 2007 hefur fjöldi ferðamanna aldrei farið undir milljón á ári. Árið 2009 var slegið aðsóknarmet á svæðinu en þá komu 1,3 milljónir manna til Auschwitz (Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau, 2010).

Ferðamenn sem heimsækja Auschwitz búðirnar sækjast eftir því að komast í snertingu við þær hörmungar sem gyðingar máttu þola í helförinni og komast þannig nær raunveruleikanum. Í Auschwitz geta ferðamenn skoðað þann aðbúnað sem gyðingar lifðu við, séð gasklefana þar sem mörg hundruð þúsundir manna létu lífið, skoðað „dauðavegginn“ fræga sem var þekktur aftökustaður, skoðað glerskáp fullan af hári mörg þúsund gyðinga, staðið við hliðið þar sem lestar fullar af gyðingum komu inn á svæðið og fleira í þessum dúr. Allt þetta vekur upp ótta, skilningsleysi, reiði, vanlíðan, sorg og samúð meðal ferðamannanna (Lennon & Foley, 2000). Ferðamanninum finnst hann tengjast hinum látnu betur og með því að fara á staðinn er hann orðinn hluti af sögunni, orðinn þátttakandi fremur en áhorfandi (Trotta, 2006).

5.2 Ground Zero

Annað gott dæmi um áfangastað sem flokkast undir sorgarferðamennsku er Ground Zero í New York fylki þar sem tvær farþegaþotur flugu inn í Tvíburaturnana (e. World Trade Center) með þeim afleiðingum að báðir hrundu til grunna auk annarra fimm minni bygginga. Aldrei áður hafði öryggi og friði Bandaríkjanna verið ógnað með slíkum hætti eins og hryðjuverkaárásir Al – Kaída þann 11.september 2001, en þar létust 3000 einstaklingar þar af 350 björgunarmenn auk þeirra mörg hundruðu sem slösuðust. Það má segja að New York hafi að stórum hluta dáið eftir árásirnar en flugvöllir, göng og brýr voru lokaðar og allri flugumferð hætt (Slayton, 2006).

Þessi atburður vakti gríðarlega athygli alls staðar í heiminum og með sameiginlegu átaki New York borgar og fólksins þar fóru ferðamenn að streyma aftur til borgarinnar til þess að skoða og sjá rústir Tvíburaturnanna. Innan þriggja ára eftir hryðjuverkin voru tvílyftir strætisvagnar fullir af sorgarferðamönnum farnir að streyma að Ground Zero (Slayton, 2006).

Einstaklingar sem voru í New York þennan örlagaríka dag munu eflaust aldrei gleyma þessum atburði, en fyrir þá sem upplifðu hann úr fjarlægð er boðið upp á aðgang að söfnum víðs vegar í heiminum þar sem þessa atburðar er minnst. Auk þess er fyrirhugað að opnað verði minningarhús á Ground Zero, í þeim tilgangi að minnast og heiðra þá 3000 einstaklinga sem létu lífið 11.september 2001. Í húsinu verða tvær risastórar byggingar sem líkjast Tvíburaturnunum og mun vatn renna niður hliðar þeirra og verða nöfn þeirra sem létust grafin í handrið sem mun umlykja fossana. Á þetta að vera kröftug áminning til gesta minningarhússins um þann óvænta missi sem þjóðin varð fyrir vegna árásanna. Við hliðina á minningarhúsinu mun einnig opna safn með munum frá Tvíburaturnunum sem og öðrum hlutum sem eiga að gera upplifun ferðamannanna sterkari. Þar verður t.d. að finna „stiga lífsins“ sem var notaður af hundruðum einstaklinga til að flýja burt úr turnunum. Markmið minningarhússins og safnsins er að minnast þeirra sem létust í hryðjuverkaárásunum og heiðra þá sem lifðu árásina af og þá sem tóku þátt í björgunaraðgerðum. Með heimsókn í þessi söfn kemst ferðamaðurinn í tæri við þann hræðilega atburð sem átti sér stað 11.september 2001 (9/11 Memorial, 2010).

Tengja má Ground Zero beint við skilgreiningu Rojek (1993) á *Black Spot*, en eins og kom fram hér að ofan létust um 3000 einstaklingar á óvæntan og ofbeldisfullan hátt þann

11.september 2001. Ground Zero er það sem Rojek kallar sérstakur „skynjunar/upplifunar/tilfinninga“ (e.sensation sites) staður, en hann veitir ferðamanninum djúpa upplifun og skynjun á aðstæðum, bæði með því að fara á staðinn og eins með því að horfa á hann í sjónvarpi.

5.3 Sjötta hæðin í Dallas

Eitt illræmdasta morð 20.aldarinnar er þegar fyrrverandi forseti Bandaríkjanna John F. Kennedy var drepinn 22.nóvember 1963. Fjölmiðlar skipuðu stóran sess í lífi John F. Kennedy sem nýtti sér mátt fjölmiðla í kosningabaráttu sinni og var hann þekktur sem „sjónvarpsforsetinn“. Upp úr 1960 var talið að um 90% allra heimila í Bandaríkjunum ættu sjónvarp og urðu því margir vitni að þessu hræðilega morði á fyrrum forseta Bandaríkjanna. Stjórnvöld í Bandaríkjunum gerðu sér grein fyrir þessari miklu og varanlegu hrifningu almennings á morðinu og því sáu þeir þörfina fyrir að kynna líf hans og dauða (Lennon & Foley, 2000). Er það gert á þrennan hátt:

1. Sjötta hæðin í Dallas, en þar er safn til minningar um John F. Kennedy.
2. Bókasafn John F. Kennedy í Boston, Massachusetts.
3. Alþjóðlegi kirkjugarðurinn Arlington þar sem John F. Kennedy er grafinn.

Á þessum þremur stöðum er John F. Kennedy sjálfur, forsetatíð hans og morðið á honum nálgað á mismunandi vegu (Lennon og Foley, 2000).

Skólabókasafnið, þar sem Lee Harvey Oswald lá í leyni fyrir John F. Kennedy, er yfirleitt kallað „Sjötta hæðin“. Sjötta hæðin í Dallas veitir annars konar innsýn í líf John F. Kennedy, en þar er meðal annars að finna safn til minningar um forsetann. Sjötta hæðin var gerð að ferðamannasvæði til að mæta viddtækum kröfum ferðamanna um upplýsingar og skilning á þessum hræðilega en jafnframt mikilvæga atburði í sögu Bandaríkjanna. Safnið hefur að geyma mörg hundruð ljósmyndir af atburðinum, sex heimildamyndir auk tilbúinna gripa. Það sem gefur staðnum hins vegar aukna merkingu fyrir ferðamanninn er að hann hefur möguleika á því að sjá staðinn þar sem Lee Harvey Oswald lá í leyni og skaut Kennedy forseta. Á þennan hátt er ferðamanninum varpað inn í staðfestan raunveruleika þess dags þegar Kennedy var drepinn (Lennon & Foley, 2000). Sjötta hæðin er vinsæll ferðamannastaður í Dallas en frá árinu 1989 þegar safnið var opnað hafa meira en sex milljónir manna heimsótt það (The Sixth floor Museum at Dealey Plaza, 2010).

Bókasafn JFK er fræða- og vísindasetur sem sameinast í safn sem dregur upp mynd af lífi John F. Kennedy og hyllir afrek og líf forsetans. Þar er hægt að hlusta á upptökur af ræðum forsetans, horfa á sjónvarpsupptökur og skoða ljósmyndir af honum. Safnið var opnað í samvinnu við fjölskyldu John F. Kennedy sem vildi reisa viðeigandi minnisvarða um forsetann. Fjölskyldan vildi heiðra líf hans og afrek meðan hann lifði, en ekki einblína á daginn sem hann var myrtur (Lennon & Foley, 2000).

Í dag eru það frekar ferðamenn en syrgjendur sem heimsækja kirkjugarða. Þetta er þekkt sjón í Bandaríkjunum þar sem kirkjugarðar hafa verið settir inn í fastar útsýnisferðir ferðamanna og er gröf John F. Kennedy í kirkjugarðinum í Arlington gott dæmi um það (Sears, 1989).

Allir þessir staðir teljast til myrkvaferðamannastaða. Söfnin byggja mest á túlkun fjölmiðla á forsetatíð Kennedy sem og morðinu á honum, en ferðamaðurinn sem heimsækir þessa staði vill geta upplifað þessa atburði á öruggan hátt. Einstaklingar geta séð staðinn, snert hluti og upplifað atburðinn upp á nýtt með ljósmyndum og sjónvarpsupptökum. Ef ferðamaðurinn vill enn þá sterkari upplifun á morðinu á Kennedy getur hann farið í bílferð þá leið sem John F. Kennedy fór þennan örlagaríka dag. Meðan á bílferðinni stendur er upptaka af samræðum í bílnum, hrópandi áhorfendum og byssuskoti spiluð til að gera upplifunina sterkari (Lennon & Foley, 2000).

Erfitt er að flokka þessa tegund myrkvaferðamennsku en á hún líklega best við skilgreiningu Rojek (1993) á *Black Spot* en hún felur í sér að ferðamenn heimsækja staði þar sem frægir einstaklingar hafa dáið á óvæntan og/eða ofbeldisfullan hátt. Í sorgarferðamennsku ferðast einstaklingar til staða sem tengjast sorg eða harmleik án þess þó að hafa persónuleg tengsl við hina látnu og á það því vel við Sjöttu hæðina í Dallas. Einnig er hægt að tengja Sjöttu hæðina í Dallas við skilgreiningu Lennon og Foley (1996a og b) á *Dark Tourism*, því þeir telja að það sé ekki myrkvaferðamennska þegar vinir og fjölskylda heimsækja staði tengda dauðanum.

5.4 New Orleans

Fellibylurinn Katrina sem fór yfir New Orleans 29.ágúst 2005 eru líklega einu verstu náttúruhamfarir í sögu Bandaríkjanna. Yfir þúsund manns létu lífið í fellibylnum auk þess sem hann olli gríðarlega miklum og varanlegum skemmdum í New Orleans og voru um

80% af svæðinu, eða um 180.000 hús, undir vatni vegna flóða sem fellibylurinn olli (Miller, 2008).

Ferðaþjónustan var gríðarlega mikilvæg atvinnugrein í New Orleans fyrir fellibylinn, en talið var að hún væri í fyrsta til öðru sæti yfir stærstu atvinnugreinar þar. Frá árinu 1930 fóru stjórnvöld í New Orleans að vinna markvisst að því að efla ferðaþjónustuna. Áður en fellibylurinn Katrina reið yfir fylkið var ferðaþjónustan afar fjölbreytt þar sem helstu aðdráttaröflin voru, gamli bærinn eða French Quarter, íþróttaleikvangar og spilavíti en auk þess komu mörg skemmtiferðaskip til New Orleans og voru því stór partur af ferðaþjónustunni. Eftir fellibylinn hefur fjöldi ferðamanna fækkað og er ástæðan fyrir komu þeirra oft aðrar. Í dag heimsækja margir New Orleans með það að markmiði að skoða svæðið þar sem fellibylurinn reið yfir og flokkast því undir hörmungarferðamenn (Gladstone & Préau, 2010). Forvitnir ferðamenn heimsækja New Orleans með það að markmiði að sjá þær miklu skemmdir sem fellibylurinn olli. Margir heimamenn eru ósáttir við að ferðaþjónustan nýti sér hörmungarnar til að trekkja að ferðamenn, en ferðaþjónustan bendir á móti á að það sé mikilvægt að fólk verði upplýstari og læri af þessum hörmungum og auk þess hjálpar ferðaþjónustan mikið til við að rétta af efnahag svæðanna (Ritchie, 2008). Gotham (2007) bendir þó á í grein sinni að hörmungarferðamenn ferðist ekki í þeim tilgangi að læra, heldur er það spennan og adrenalínið sem drífur þá áfram.

Til marks um aukinn áhuga einstaklinga á að ferðast til svæða sem hafa orðið fyrir náttúruhamförum þá má finna á veraldarvefnum vefsíður sem bjóða upp á að skipuleggja þess konar ferðir. Vefsíðan www.disastertourism.com er gott dæmi um þetta. Þar er höfðað til forvitni einstaklinga og þeim boðið að komast í nálægð við hörmungar af völdum náttúrunnar hvar sem er í heiminum. Þeir taka það fram að ekki sé verið að notfæra sér sorg og missi einstaklinga heldur muni ferðalagið ögra ferðamanninum og vera honum lærdómsrík reynsla sem muni hafa varanleg áhrif á viðkomandi (Disaster tourism, 2010).

Eins og áður hefur verið nefnt eru ekki alltaf skýr skil á milli hörmungar- og sorgarferðamennsku og virðast hvatir ferðamanna ráða þar úrslitum. Heimsókn til New Orleans getur því fyrir einn ferðamann verið leið til að minnast látinna ættingja eða vina, meðan aðrir ferðast þangað til að finna adrenalínið fljóta um æðarnar þegar náttúruhamfarasvæði eru skoðuð (Gotham, 2007).

6 Fjölmiðlar og áhrif þeirra

Fjölmiðlar eru eitt af ráðandi öflum í nútímasamfélögum og hafa þeir gríðarleg áhrif á hvernig fólk hegðar sér og hugsar. Þeir segja okkur hvernig við eigum að klæða okkur, hvaða tónlist er best, hverja við eigum að kjósa og margt fleira, en auk þess segja þeir okkur hvaða áfangastaðir séu mest spennandi og athyglisverðastir. Með aukinni hnattvæðingu hafa fjölmiðlar orðið mun aðgengilegri en áður fyrr og hafa langflestir íbúar heimsins aðgang að sjónvarpi, útvarpi og veraldarvefnum. Sambandið á milli fjölmiðla og myrkvaferðamennsku er nátengt og hafa fjölmiðlar og sú mikla tækniþróun sem hefur orðið breytt sambandinu á milli einstaklinga og þeirra atburða sem eiga sér stað í heiminum (Lennon og Foley, 2000).

Ferðamenn sem ferðast til áfangastaða sem þeir hafa kynnst í gegnum fjölmiðla kallast fjölmiðlapílagrímar, en oftast eru þetta staðir sem geyma mikla og langa sögu sem hefur fengið athygli í gegnum frásagnir fjölmiðla (Couldry, 2008). Kvikmyndir hafa mikið vald til að breyta, mynda og styrkja ákveðnar ímyndir áfangastaða og eru þær oft mjög fræðandi. Kvikmyndir hafa einnig mikil áhrif á ákvarðanatöku ferðamanna þar sem þær virka sem hvati fyrir þá til að heimsækja áfangastaði sem þeir sjá í kvikmyndum (Niki, 2004). Dæmi um það eru kvikmyndirnar *Titanic* sem fjallar um skemmtiferðaskipið Titanic sem sökk árið 1912 og kvikmyndin *Schindler's List* sem fjallar um líf pólskra gyðinga í helförinni, en þær vöktu báðar gríðarlega athygli og áhuga einstaklinga á þessum atburðum. Í kjölfar þeirra heimsóttu fleiri myrkvaferðamenn staði tengda þessum atburðum og fundu starfsmenn þessara áfangastaða fyrir sterkari áhuga ferðamanna á að fræðast meira um söguna (Lennon & Foley, 2000).

Dauðinn er það sem öll samfélög eiga sameiginlegt og eru þau tilneydd til þess að takast á við hann því annars er hætt við því að félagslegi rammi samfélagsins hrynji. Það getur verið erfitt að takast á við dauðann, því stöðugt er verið að endurmeta gildi og þýðingu hans í nútímasamfélögum. Stone og Sharpley (2008) halda því fram að með nútímanum sé dauðanum ýtt úr okkar daglega lífi þar sem einstaklingar upplifa vanlíðan, einangrun og hræðslu þegar líður að dauðanum eða þegar rætt er um hann. Dauðinn verður því hálfgerð bannorð og oft á tíðum hunsaður. Líður í þessu er sú einkavæðing sem hefur átt sér stað á

dauðanum en að þeirra mati hefur hann færst inn á stofnanir eins og spítala. Dauðinn er aftur á móti afar vinsælt efni í dag og sést hann mikið í sjónvarpinu, kvikmyndum, vinsældarmenningu, nútímalist, fjölmiðlum og jafnvel gamanmáli. Þessi miðlun sem verður á dauðanum gerir það að verkum að okkur langar til að fræðast meira um hann og fá betri innsýn í hann og þar af leiðandi færast hann aftur inn í vitund fólks. Myrkvaferðamennska er þáttur í þessari miðlun en hún býður okkur að horfast í augu við dauðann bæði okkar og annarra. Einstaklingar geta því horft á hann án þess að snerta sem gefur þeim ákveðna fjarlægð. Þessi fjarlægð gerir það að verkum að hægt er að tengja sig dauðanum og velta ýmsum hliðum hans upp ásamt því að horfa á sitt eigið líf í tengslum við hann. Við þetta er dauðinn settur í félagslegt samhengi og verður því minna ógnvekjandi. Dauðinn verður hluti af lífinu í gegnum örugga fjarlægð frá honum. Myrkvaferðamennska í sínum mörgu myndum gerir einstaklingum kleift að svala forvitni sinni á dauðanum í samfélögum þar sem dauðinn er ekki litinn hornauga. Við það gefst einstaklingum tækifæri á að mynda sér sína eigin skoðun á dauðanum og um leið viðurkenna að hann er óumflýjanlegur (Stone & Sharpley 2008).

6.1 „Push“ og „Pull“ þættir í ferðamennsku

Þegar fjallað er um hvað hefur áhrif á hvatir ferðamanna eru yfirleitt tveir þættir sem koma við sögu, „push“ og „pull“. Fyrri þátturinn vísar til þarfa einstaklinga til að ferðast en seinni þegar ákveðinn áfangastaður er valinn til að svala þessum þörfum. Best er að útskýra þessa þætti með dæmi, en ef aðal „push“ þáttur einstaklings er að geta slakað á þá væri aðal „pull“ þáttur viðkomandi líklega strendur, sól og sjór (Avraham & Ketter, 2008).

Fjölmiðlar geta virkað sem „push“ og „pull“ þættir í ferðamennsku. Eins og áður sagði hafa fjölmiðlar skipt sköpum í því að koma upplýsingum til almennings og hafa gert í langan tíma, jafnvel fyrir tíma rafrænna samskipta. Margir halda því fram að fyrsti alvöru hnattræni atburðurinn hafi verið þegar skipið Titanic sökk árið 1912. Þá birtust fréttir í dagblöðum fljótlega eftir að skipið sökk og voru upptökur af fólki sem bjargaðist úr skipinu sendar í kvikmyndahús víðs vegar um heiminn (Lennon & Foley, 2000). Aftur á móti hefur sú gríðarlega þróun í tækni sem hefur átt sér stað auðveldað mjög fyrir og gert alla miðlun þægilegri. Talið er að þessi tækniþróun og miðlar hafi mótað skynjun einstaklinga á því hvaða þættir eru mikilvægir í sögu tuttugustu aldarinnar. Vafalaust búa

einhverjir staðir yfir sögulegu mikilvægi, en ef þeir hafa ekki fangað athygli fjölmiðla þá eru þeir ókunnir almenningi (Lennon & Foley, 2000).

Margir myrkvaferðamannastaðir nýta sér tækniþróun og fjölmiðla og eru söfn og minningarsetur gott dæmi um það. Safnið á Sjöttu hæðinni í Dallas nýtir sér efni frá fjölmiðlum, en auk þess hefur vaxandi áhugi fjölmiðla á safninu gert það að verkum að fleiri ferðamenn koma þangað. Í dag er safnið aðalferðamannastaður fylkisins og trekkir að um hálf milljón einstaklinga ár hvert (Lennon & Foley, 2000).

Á þessu má sjá að fjölmiðlar geta vakið upp ákveðna löngun hjá ferðamönnum að heimsækja staði tengda myrkvaferðamennsku og að sama skapi vekja þeir áhuga einstaklinga á ákveðnum áfangastöðum. Með öðrum orðum þá geta fjölmiðlar ýtt (push) ferðamanninum af stað og dregið (pull) hann að ákveðnum myrkvaferðamannastöðum (Avraham & Ketter, 2008).

6.2 Fjölmiðlar halda ferðamönnum frá áfangastöðum

Þegar fjölmiðlar birta neikvæðar fréttir og myndir frá stöðum þá minnka líkurnar á því að ferðamenn ferðist þangað. Á þennan hátt hafa fjölmiðlar ákveðið vald því þeir stjórna alfarið hvað þeir birta og þar af leiðandi hvaða mynd einstaklingar fá af ákveðnum stöðum (Lennon & Foley, 2000). Nokkrum mánuðum eftir að fellibylurinn Katrina reið yfir New Orleans birtust fréttir um að enn væru lík að finnast á hamfarasvæðinu og að glæpatíðni hefði aukist til muna. Þetta dró úr áhuga fólks á að fara og skoða svæðið og að taka þátt í hjálparstarfi. Þarna má sjá dæmi um neikvæða umfjöllun fjölmiðla sem dregur jafnframt úr vilja fólks til að heimsækja áfangastaði myrkvaferðamennsku (Oberman, 2006).

6.3 Fjölmiðlar í nútímanum

Fjölmiðlar byrja að hafa áhrif á einstaklinga á þeirra heimaslóðum, þegar þeir lesa dagblöð, horfa á sjónvarpið, hlusta á útvarpið eða vafra í gegnum netið. Forvitni, samviskubít, saga, arfleifð, dauðinn eða fortíðarþrá sem kviknar vegna áhrifa fjölmiðla getur verið það sem ýtir ferðamanninum af stað, en ástæðan er misjöfn eftir einstaklingum. Fjölmiðlar ýta ekki bara ferðamanninum af stað heldur draga þeir þá að vissum áfangastöðum því þeir skipa stórt hlutverk á myrkvaferðamannastöðum. Með ljósmyndum, hljóðupptökum,

kvikmyndum og öðrum tækninýjungum tekst myrkvaferðamannastöðum að vekja áhuga einstaklinga og ögra þeim og þannig draga þá að staðnum, safninu eða sýningunni sem um ræðir. Með öðrum orðum er hægt að segja að fjölmiðlar séu milliliðir á milli hvata einstaklinga, ferðamannsins og áfangastaðarins (Lennon & Foley, 2000).

Ekki er hægt að undirstrika nægilega mikið hversu mikill áhrifamáttur fjölmiðla og hnattvæðingar er fyrir myrkvaferðamennsku. Ungt fólk sem var t.d. ekki uppi á þeim tíma sem helför gyðinga var getur fengið ógrynni af upplýsingum um þá atburði auk þess skoðað ljósmyndir og hlustað á hljóðupptökur. Einnig hafa margar heimildamyndir og kvikmyndir verið gerðar um helförina. Allt þetta getur fólk alls staðar að úr heiminum skoðað og þannig orðið fróðari um þennan merka en jafnframt hræðilega atburð. Hægt væri að segja að ef yngri kynslóðir nútímans hefðu ekki aðgang að þessum upplýsingum væri áhugi þeirra á atburðum frá fyrri tímum ekki jafn mikill. Í dag berast okkur fréttir af hryðjuverkum, náttúruhamförum og dauða frægra einstaklinga um leið og þeir gerast og þannig viðhalda fjölmiðlar áhuga einstaklinga á þessum atburðum (Couldry, 2008).

7 Hvatir að ferðalögum á myrkvaáfangastaði

Hver hvati einstaklinga er þegar ferðalög eru annars vegar er ekki hægt að skýra á einfaldan hátt og enn þann dag í dag er ekki til nein ein skilgreining á hver helsti hvati ferðamanna er. Það er mikilvægt fyrir fyrirtæki og þá sem standa að skipulagningu ferða að vita og skilja betur hverjar hvatir ferðamanna eru, en það getur hjálpað til við að skipuleggja ferðir og þjónustu, myndað betri aðdráttaröfl fyrir ferðamenn og samskiptin í ferðaþjónustunni verða betri (Bowen & Clarke, 2009). Crompton (1979) setti fram skilgreiningu á hvötum ferðamanna, en hann flokkaði þær í sjö flokka sem eru flótti frá daglegri rútinu, afslöppun, flótti frá félagslega skipuðum hlutverkum, sjálfsmat og hugleiðing, rækta sinn innri mann, bæta samband fjölskyldunnar og auka félagsleg samskipti. Margir einstaklingar ferðast ávallt til sömu staðanna og finnst best að vera í ákveðnu öryggi á meðan aðrir sækjast stöðugt eftir einhverju nýju. Sem dæmi velur einstaklingur sem er að ferðast í fyrsta skipti líklega ferð sem er skipulögð í þaula af ferðaskrifstofu, en nokkrum árum seinna þegar viðkomandi hefur öðlast meiri reynslu fer hann að skipuleggja ferðirnar sjálfur. Hvatir einstaklinga breytast þegar þeir eldast og öðlast meiri reynslu af ferðalögum (Bowen & Clark, 2009). Það eru ákveðnir innri hvatar eins og ævintýraþrá, löngun til að flýja, slökun og fleira sem ýtir einstaklingum af stað og fær þá til að ferðast. Að sama skapi hafa áfangastaðir ákveðið aðdráttarafl eins og strandir og menningu sem dregur ferðamenn að og er ástæðan fyrir því að þeir velja ákveðinn áfangastað. Einn áfangastaður getur þó uppfyllt margar kröfur ferðamannsins t.d. ef hann ferðast til sólarlanda þá hittir hann fólk, skemmtir sér, slakar á í sólinni og nýtur náttúrunnar allt á sama stað. Einstaklingar sem lifa hefðbundnu lífi leita oft frekar eftir meiri örvun og spennu á ferðalögum sínum en að sama skapi leita einstaklingar sem upplifa mikið áreiti í sínu hefðbundna lífi eftir friði og ró á ferðalögum sínum (Hsu & Huang, 2008).

Þar sem myrkvaferðamennska er tiltölulega nýtt hugtak hafa fáar rannsóknir verið gerðar á því hvaða hvatir liggja að baki þegar ferðamenn ferðast til áfangastaða myrkvaferðamennsku. Í grein Stone (2006) er bent á nokkra þætti sem hvetja fólk til

myrkvaferðamennsku eins og t.d. hræðsla við drauga, en þá eru einstaklingar að takast á við hræðslu úr barnæsku, leit að nýjungum eða einfaldlega „blóðþorsti“. Tarlow (2005) nálgast viðfangsefnið á annan hátt og segir að það séu fjórar grunntilfinningar sem ferðamenn upplifa og sækja í þegar þeir ferðast til áfangastaða myrkvaferðamennsku. Þetta eru þakklæti, tilfinning um að hafa það betra en aðrir, auðmýkt og óöryggi. Lennon og Foley (1996a) telja hins vegar að helsti hvati myrkvaferðamanna séu menntun, minningar og skemmtun en þetta á ferðamaðurinn að geta upplifað á staðnum og heima hjá sér að stórum hluta í gegnum fjölmiðla. Þeir halda því fram að aðalhvatin fyrir áhuga á myrkvaferðamannastöðum sé það sem fólk sér, les og heyrir frá fjölmiðlum.

Hér að neðan verður gerð grein fyrir helstu ástæðum þess að fólk ferðast til áfangastaða myrkvaferðamennsku.

7.1 Arfleifð

Arfleifð er undirstaða ferðaþjónustunnar á mörgum áfangastöðum víðs vegar um heiminn. Ár hvert ferðast fjöldinn allur af fólki vegna almenns áhuga á því sem hinir mismunandi áfangastaðir bjóða upp á, en einnig eru margir sem ferðast bæði innanlands og utanlands vegna arfleifðar sinnar (Timothy, 1997). Þessir ferðamenn hafa oft á tíðum mjög ólíkan bakgrunn en eiga það allir sameiginlegt að reyna að styrkja sjálfsmynd sína með því að leita að uppruna sínum (Hudman & Jackson, 1992). Lowenthal (1975) heldur því fram að einstaklingar þarfnist fortíðarinnar til þess að geta tekist á við nútímann og því er algengt að einstaklingar sem eru tengdir dauða eða hörmungum fari aftur til staðarins þar sem atburðurinn átti sér stað. Endurfundir fyrrverandi hermanna og ferðir til fornra vígstaða er ein tegund af ferðamennsku sem sífellt fær meira vægi (Smith, 1996). Þessir hermenn eru tengdir áfangastaðnum beint en einnig er algengt að afkomendur og/eða vinir fórnarlamba ferðist á þessa staði vegna arfleifðar (Timothy, 1997). Að votta virðingu sína látnum einstaklingi sem þeir tengja sig við, getur hjálpað þeim að byggja upp arfleifð sína (Rojek, 1993). Dæmi um þetta er þegar gyðingar heimsækja útrýmingarbúðir Þjóðverja í Póllandi en þar geta þeir tengst fortíðinni og endurmetið trúarlegar skoðanir sínar. Þar geta þeir einnig séð grafir forfeðra sinna með öðrum sem vilja einnig sjá þær og syrgja óháð því hvort viðkomandi er fjölskyldumeðlimur eða ekki (Lennon & Foley, 2000).

Þess ber þó að geta að ferðamenn sem ferðast vegna arfleifðar tengjast ekki bara áfangastöðum dauða og hörmunga heldur geta þeir einnig sótt í söfn eða endurgerða staði (Timothy, 1997).

7.2 Fortíðarþrá

Fortíðarþrá felur í sér samanburð á fortíðinni og nútímanum. Þegar einstaklingar horfa til baka á gamla tíma sjá þeir þá oft í hyllingum og tengja við jákvæða þætti eins og fegurð, ánægju, skemmtun og gleði. Aftur á móti er horft á nútímann sem dökkan, ljótan, gleðisnauðan, ógnvekjandi og fullan af stressi og því reynir fólk oft að flýja hann eða þrauka hinn dökka hversdagsleika (Caton & Santos, 2007). Tarlow (2005) bendir á að til þess að skilja kraftinn í myrkvaferðamennsku verði að tengja hana við fortíðarþrána. Ferðaðþjónusta býr yfir ákveðinni tegund af fortíðarþrá sem nær að koma til skila hinum eina sanna sannleika um söguna, auk þess að takast á við nútímann. Með fortíðarþrá í ferðaðþjónustu náum við að komast í snertingu við hättuna án þess þó að vera í raun í henni. Rojek (1993) nefnir forna vígstaði í þessu sambandi þar sem hann telur að margir vildu ekki taka þátt í stríðinu í raun og veru, en hefðu engu að síður löngun til þess að upplifa þennan sögulega og sorglega atburð. Annað dæmi um fortíðarþrá í ferðamennsku eru heimsóknir í kirkjugarða en Rojek (1993) telur að tilfinningar fólks snúist þar um hvað lífið var miklu betra þegar hinir látnu voru enn þá á meðal okkar.

7.3 Forvitni

Samkvæmt Uzzel (1989) er forvitni ein af þeim hvötum sem ýtir einstaklingum af stað í ferðalög. Hann segir að forvitni fólks á hörmungum sé óseðjandi því fólk sé mannlegt og sé því drifið áfram af sálfræðilegum hvötum eins og spennu, samúð, vorkunn og reiði. Uzzel heldur áfram og segir að vöruvæðing á dauðanum og hrylling sé staðreynd, því fjöldinn allur af ferðamönnum hafi mikla löngun til þess að komast í snertingu við dekkstu þætti sögunnar. Rojek (1993) er sammála Uzzel og segir að þessi áhugi fólks geti litið út fyrir að vera ósmekklegur en engu að síður væri rangt að neita honum.

Dauðinn hefur oft verið hunsaður og gerður að hálfgerðu „taboo“ sem ýtir undir áhuga og forvitni fólks á honum. Það sem fólk má ekki vill það frekar gera. Með myrkvaferðmennsku er ferðamönnum boðið upp á að horfast í augu við dauðann, bæði

annarra og þeirra sjálfra. Ferðamenn horfa á hann frekar en að snerta sem býður upp á ákveðna fjarlægð og gefst þeim því tækifæri á að velta upp ýmsum hliðum dauðans og skoða sitt eigið líf í tengslum við hann (Stone & Sharpley, 2008).

7.4 Ný reynsla

Reynsla ferðamanna er mjög margvísleg og þess vegna sækjast þeir stöðugt eftir nýrri reynslu því það sem þeir þróa er stöðugt að breytast. Þrá ferðamanna eftir einhverju nýju er í raun gríðarlega öflugur kraftur sem magnast í gegnum frásagnir og reynslu annarra. Að koma á nýjan stað er oft einstök upplifun og lífsreynsla þar sem ferðamenn taka andköf sem þeir upplifa ekki aftur á sama áfangastað. Að sama skapi búa sumir ferðamannastaðir yfir ákveðinni áru eins og t.d. þar sem John Lennon var drepinn. Með henni finnum við fyrir einhvers konar nálægð við staðinn sem veldur því að þessi nýja reynsla sem ferðamennirnir upplifa verður mun sterkari (Bendix, 2002). Rojek (1997) bætir við að þessi ára búi yfir segulmagnaðri orku sem veitir okkur löngun til þess að ferðast og sjá staðina með okkar eigin augum.

7.5 Fórarlömb, eftirlifendur, vinir og skyldmenn

Algengt er að hermenn og eftirlifendur ferðist aftur til fornra vígstaða bæði til að minnast látinna vina og til þess að rifja upp gamla tíma. Þessir einstaklingar glíma oft við sálræn vandamál og geta ferðirnar bæði hjálpað til við að takast á við þau sem og dýpka og styrkja trú þeirra (Shackley, 2001). Auk þess er talið að einstaklingar sem ferðast til myrkraáfangastaða fari þangað til þess að fá staðfestingu á liðnum atburðum. Þetta á mjög vel við breska ferðamenn sem ferðuðust til Belgíu þar sem orrustan um Waterloo var háð, en þar var her Napóleons keisara borinn ofurliði af sameinuðum herjum hins sjöunda sambandshers. Ferðamennirnir fóru ekki til þess að sjá hvernig var umhorfs heldur frekar til að fagna því sem þeir þegar vissu (Seaton, 1999).

Það eru ekki bara fórarlömb eða eftirlifendur sem vilja ferðast til áfangastaða sem tengjast dauðanum og hörmungum heldur einnig skyldmenn og vinir. Þessir tveir hópar ferðast til þessara áfangastaða til að votta látnum einstaklingum virðingu sína og til þess að átta sig

betur á og skilja harmleikinn sem þeir gengu í gegnum (Dunkley, Morgan & Westwood, 2010).

Þess ber þó að geta að Lennon og Foley (2000) telja að vinir eða skyldmenn sem heimsækja áfangastaði myrkvaferðamennsku uppfylli ekki skilgreiningu þeirra á henni.

7.6 Menntun

Leopold (2007) og Panakera (2007) eru sammála því að löngun til að læra og fræðast um myrkvaáfangastaði spilar stórt hlutverk sem hvati fyrir ferðamenn. Ferðamenn vilja vita hvað gerðist í raun og veru og með því að ferðast á staðinn geta þeir myndað sér sína eigin skoðun á atburðum myrkvaáfangastaða. Menntunin felur einnig í sér að ferðamennirnir skilja betur af hverju og hvernig atburðurinn gat átt sér stað og þá sérstaklega fyrir þá ferðamenn sem hafa misst einhvern nákominn sér (Dunkley o.fl., 2010).

Í Washington í Bandaríkjunum er safn um helför gyðinga og er aðalmarkmið þess að fræða og upplýsa gesti um hvernig reynt var að útrýma heilum kynstofni og hvernig átti að framkvæma það. Að sama skapi var safnið á Sjöttu hæðinni í Dallas, þar sem John F. Kennedy var myrtur, stofnað vegna kröfu almennings á upplýsingum og skilningi á þessum hræðilega atburði (Lennon & Foley 2000). Hugsanlegt er að með aukinni fræðslu muni komandi kynslóðir draga lærdóm af þessum atburðum og eru þannig betur í stakk búnar að takast á við erfiðar aðstæður (Dunkley o.fl., 2010).

8 Framtíð myrkvaferðamennsku

Í hinu hraða nútímasamfélagi verða miklar breytingar á stuttum tíma og því þurfa fyrirtæki innan ferðaþjónustunnar að hafa skilning á þessum breytingum og vita hvaða áhrif þær geta haft til að standa öðrum framur þegar kemur að samkeppni í ferðaþjónustunni. Undanfarna áratugi hafa orðið miklar breytingar á umhverfi ferðaþjónustunnar þar sem náttúran, stjórnmál, efnahagur, tækninýjungar, hnattvæðing og áhugi ferðamannsins sjálfs hefur haft mikil áhrif. Hnattvæðing hefur gert það að verkum að aðgangur ferðamanna að stöðum erlendis er mun betri og eykur samkeppni milli landa (Dwyer, Edwards, Mistilis, Roman & Scott, 2009). Ferðaþjónustan er nátengd umhverfinu, en náttúra og loftslag eru mikilvæg aðráttaröfl áfangastaða. Breytingar á loftslagi hafa áhrif á margt í náttúrunni eins og hækkun á sjávarmáli, bráðnun jökla, hækkun hitastigs og fleira og mun það hafa áhrif á val á áfangastöðum ferðamanna (Dwyer o.fl., 2009). Stjórnmál hafa einnig áhrif á framtíð ferðamenskunnar. Það er mikilvægt að friður, öryggi ferðamannsins og stjórnmálalegt öryggi sé til staðar svo ferðaþjónustan haldi áfram að þróast. Hryðjuverk og sjúkdómar eru þættir sem ferðamenn hafa í huga nú til dags og er það hlutverk stjórnvalda að tryggja öryggi í sínu landi (Dwyer, o.fl., 2009).

Ný tækifæri skapast fyrir tilstilli tækninýjunga en þær geta hins vegar einnig verið ógnun fyrir ferðaþjónustuna. Ferðaþjónustan er mjög háð tækninni, en hún þarf stöðugt á nýbreytni að halda til að endurnýja og þróa þjónustuna. Hin mikla þróun og bylting sem hefur orðið á tækninni mun halda áfram að hafa áhrif á umhverfi ferðaþjónustunnar sem og ferðamanninn sjálfan (Dwyer o.fl., 2009). Tæknin felur í sér bæði veraldarvefinn og betri samgöngur, en þetta tvennt hefur gert líf ferðamannsins mun auðveldara. Aðrir þættir sem hafa einnig áhrif á ferðamennsku framtíðarinnar er sú þéttbýlisþróun sem er til staðar, en það hefur í för með sér að stórar borgir þurfa að vinna hörðum höndum að því að laða ferðamenn til sín, þar sem flestir ferðamenn sækja frekar í staði sem eru fámennari. Auk þessara þátta eru margir aðrir þættir sem munu hafa áhrif á ferðaþjónustu framtíðarinnar. Má þar nefna heilsu, en fólk hugar betur að heilsunni í dag og fjölbreytileg reynsla þar sem ferðamenn vilja geta valið úr mismunandi athafnasemi á áfangastaðnum. Ferðamenn velja frekar gæði fram yfir minni kostnað og það nýjasta er að ferðamaðurinn vill læra eitthvað á ferðalögum sínum og því er frið ekki lengur „neysla“ á einhverju heldur ákveðin

fjárfesting (Dwyer o.fl., 2009). Fjöldi ferðamanna er líka að aukast jafnt og þétt og er talið að árið 2020 muni um 1,6 billjónir einstaklinga ferðast en árið 2007 voru þetta um 903 milljónir einstaklinga.

Gera má ráð fyrir því að myrkvaferðamennska verði einnig fyrir áhrifum af ofangreindum þáttum í framtíðinni. Menntun og fræðsla eru mikilvæg fyrir framtíð myrkvaferðamennsku, en gott upplýsingaflæði er lykilatriði í að fræða komandi kynslóðir og þannig viðhalda áhuga einstaklinga á áfangastöðum myrkvaferðamennsku. Mikilvægt er að unga kynslóðin þekki arfleifð sína og sögu (Lennon & Foley, 2000). Áfangastaðir myrkvaferðamennsku hafa einnig brugðið á það ráð að halda hátíðleg ákveðin tímamót í sögunni. Má nefna að haldin var sérstök hátíð þegar 30 ár voru liðin frá láti John F. Kennedy, einnig þegar 80 ár voru liðin frá fyrri heimsstyrjöldinni og þegar 50 ár voru liðin frá því að kjarnorkusprengjurnar sprangu í Hiroshima og Nagasaki. Með þessu tekst áfangastöðunum að fanga athygli fjölmiðla, en þáttur þeirra er eins og áður hefur komið fram mjög mikilvægur í því að laða að fleiri ferðamenn og viðhalda þannig vinsældum myrkvaferðamennsku. Myrkvaferðamannastaðir reyna stöðugt að fylgja eftir hröðum breytingum nútímans og bjóða sífellt upp á nýjungar fyrir ferðamanninn. Dæmi um nýjungar sem þessar eru bílferðir sem boðið er upp á í Frakklandi þar sem Dána prinsessa lést, en þá er ekið í samskonar bíl og hún ók í og farið þá leið sem prinsessan fór áður en hún lést (Lennon & Foley, 2000).

Dauði og hörmungar er eitthvað sem mun líklega ávallt vekja áhuga fólks. Forvitni er hvöt sem allir finna fyrir og margir taka skrefið í að svara henni. Myrkvaferðamennska hefur notið mikilla vinsælda síðustu ár og má gera ráð fyrir að svo verði áfram. Hún er afar fjölbreytt tegund ferðamennsku þar sem flestir finna eitthvað við sitt hæfi og hafa flestir einhvern tíma komist í snertingu við hana (Stone & Sharpley, 2008).

Því miður munu stríð áfram geysa, frægir einstaklingar deyja, náttúruhamfarir verða, hugsanlega hryðjuverkaárásir og fleira sem flokkast undir myrkvaferðamennsku. Allt þetta mun í náinni framtíð vekja áhuga fólks og draga ferðamenn að áfangastöðum þar sem slíkir atburðir hafa orðið. Auk þess má gera ráð fyrir að áfangastaðir myrkvaferðamennsku í framtíðinni læri af núverandi áfangastöðum, þar sem t.d. er vitað að ferðamenn koma með fjármuni inn á svæðið og geta þannig aðstoðað við uppbyggingu svæðanna samanber New Orleans eftir fellibylinn Katrina (Miller, 2008).

Eins og staðan er í dag eru ekki nægilega skýr skil á milli skilgreininga á myrkvaferðamennsku og flokkum hennar. Í ljósi vinsælda hennar er mikilvægt að fleiri fræðigreinar verði skrifaðar og rannsóknir gerðar til að auka þekkingu á henni og skilning. Margir flokkar myrkvaferðamennsku skarast og oft er erfitt að staðsetja þá innan ákveðinna skilgreininga og getur það valdið ruglingi fyrir hinn almenna ferðamann.

9 Lokaorð

Myrkvaferðamennska er tiltölulega nýtt hugtak þó rekja megi hana langt aftur í aldir en ferðamenn eru jafnvel enn í dag að stunda þessa tegund ferðamennsku án þess að átta sig á því. Erfitt hefur verið að skilgreina myrkvaferðamennsku þar sem ekki eru allir sammála um hvað flokkast undir hana, en helstu skilgreiningarnar koma frá Rojek, Seaton og Lennon og Foley. Áherslumunur er á þessum þremur skilgreiningum en allir eru þeir sammála um áhrifamátt fjölmiðla. Fjölmiðlar hafa aukið vinsældir myrkvaferðamennsku til muna með umfjöllun um sögulega atburði og viðhaldið áhuga einstaklinga á áfangastöðum myrkvaferðamennsku.

Ferðaþjónustan hefur tekið miklum breytingum síðustu hálfa öld. Val ferðamanna á mismunandi tegundum ferðamennsku hefur aukist mikið og er myrkvaferðamennska ein af þeim. Fræðileg umfjöllun um myrkvaferðamennsku er af skornum skammti en það var ekki fyrr en á síðari hluta tuttugustu aldarinnar sem farið var að skilgreina hugtakið. Enn þá minna er vitað um hvers vegna ferðamenn sækjast í dauða og hörmungar. Þær rannsóknir sem gerðar hafa verið sýna fram á að hvatir einstaklinga til myrkvaferðamennsku eru nokkrar og eru það yfirleitt nokkrar ástæður sem ýta ferðamanninum af stað. Auk þess hafa líffræðilegir þættir eins og kyn og aldur áhrif sem og aðrir þættir eins og reynsla, peningar, fjölskyldumynstur og fleira. Ljóst er að skoða þarf betur hvaða hvatir liggja að baki ferðalögum einstaklinga til myrkvaáfangastaða, en það er mikilvægt fyrir fyrirtæki í ferðaþjónustu að þekkja hvatir ferðamanna til að geta mætt þörfum þeirra.

Úrval áfangastaða myrkvaferðamennsku er sífellt að aukast, en í dag eru Auschwitz og Ground Zero þekktustu og vinsælustu staðirnir. Ferðaþjónustan er farin að gera sér betur grein fyrir möguleikum myrkvaferðamennsku og er hún orðin stór liður í uppbyggingu staðanna með því að koma með mikla fjármuni inn í samfélagið.

Eins og farið var yfir í þessari ritgerð er myrkvaferðamennska afar fjölbreytt og býður upp á ýmsa undirflokkana eins og sorgar-, hörmungar- og fátæktarferðamennsku sem dæmi. Líklegt er að vinsældir hennar haldi áfram að aukast þar sem dauðinn er og hefur alltaf verið viðfangsefni sem kveikir áhuga einstaklinga. Spennandi verður að fylgjast með

framgangi myrkvaferðamennsku í framtíðinni sem þrátt fyrir vaxandi vinsældir undanfarin ár er enn þá óþekkt meðal fjölda einstaklinga. Mikilvægt er að fleiri rannsóknir og greinar verði skrifaðar um hana og hvaða hvatir liggja þar að baki til að öðlast betri þekkingu á þessari tegund ferðamennsku.

Heimildaskrá

- 9/11 Memorial (2010). *About the Memorial*. Skoðað 16.ágúst 2010 á http://www.national911memorial.org/site/PageServer?pagename=New_Memorial_About
- Avraham, E & Ketter, E. (2008). *Media strategies for marketing places in crisis: Improving the image of cities, countries and tourist destinations*. USA: Elsevier.
- Bendix, R. (2002). Capitalizing on memories past, present, and future. *Anthropological Theory*, 2(4), 469 – 487.
- Bowen, D. & Clarke, J. (2009). *Contemporary Tourist Behaviour: Yourself and Others as Tourists*. Bretland: Cambridge University Press.
- Britton, S. (1982). The political economy of tourism in the third world. *Annals of Tourism Research*, 9(3), 331 – 358.
- Caton, K. & Santos, C.A. (2007). Heritage Tourism on Route 66: Deconstructing Nostalgia. *Journal of Travel Research*, 45(4), 371 -386.
- Couldry, N. (2008). Pilgrimage in mediaspace: Continuities and transformations. *Anthropological journal*. Ethnofoor
- Crompton, J. (1979). Motivations of pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408 – 424.
- Disaster tourism (2010). *Disaster tourism*. Skoðað 11.ágúst 2010 á <http://disastertourism.co.uk/disaster-tourism.html>
- Dunkley, R., Morgan, N. & Westwood, S. (2010). Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. Væntanleg í *Tourism Management*.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C. & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for tourism future. *Tourism Management*, 30(1), 63 – 74.

- Foley, M. & Lennon, J.J. (1996a). Dark Tourism: A Fascination with Assassination. *International Journal of Heritage Studies* 2(4), 198 – 211.
- Foley, M. & Lennon, J.J. (1996b). Heart of Darkness. *International Journal of Heritage Studies* 2(4), 195 – 197.
- Gladstone, D. & Préau, J. (2010). Gentrification in tourist cities: Evidence from New Orleans before and after Hurricane Katrina. *Housing Policy Debate*, 19(1), 137 – 175.
- Gotham, K.F. (2007). *Disaster Tourism*. Skoðað 28.júlí 2010 á vef Blackwell Encyclopedia of Sociology: http://www.sociologyencyclopedia.com/public/tocnode?id=g9781405124331_yr2010_chunk_g978140512433110_ss1-47
- Gross, C., Piper, T.M., Bucciarelli, A., Tardiff, K., Vlahov, D. & Galea, S. (2007). Suicide Tourism in Manhattan, New York City, 1990 – 2004. *Journal of Urban Health*, 84(6), 755 – 765.
- Hsu, C. H.C. & Huang, S.S. (2008). Travel Motivation: a Critical Review of the Concept's Development. Í A. Woodside & D. Martin (ritstj.), *Tourism Management, Analysis, Behaviour and Strategy* (bls.14 - 27). England: CAB.
- Hudman, L.E. & Jackson, R.H. (1992). Mormon Pilgrimage and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 107 – 121.
- Kendle, A. (2009a). *Disaster tourism: How Soon Is Too Soon After a Natural Disaster?* Skoðað 29.júlí 2010 á vef Vagabondish: <http://www.vagabondish.com/disaster-tourism-travel-tours/>
- Kendle, A. (2009b). *Suicide Tourism: Landmark Deaths and Traveling to Die*. Skoðað 27.júlí 2010 á vef Vagabondish: <http://www.vagabondish.com/suicide-tourism-travel-tours/>
- Lennon, J.J. & Foley, M. (2000). *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*. London: Thomson.
- Leopold, T. (2007). A proposed code of conduct for war heritage sites. Í C.Ryan (ritstj.), *Battlefield tourism: History, place and interpretation* (bls 49 – 58). Oxford: Elsevier.

- Lisle, D. (2007). Defending Voyeurism: Dark Tourism and the problem of Global Security. Í P. M. Burns & M. Novelli (ritstj.), *Tourism and politics: global frameworks and local realities* (bls 333 - 343). England: Elsevier.
- Lowenthal, D. (1975). Past Time, Present Place: Landscape and Memory. *Geographical Review* 65,(1), 1 – 36.
- Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau (2010). *Changes for Individual Visitors*. Skoðað 9.ágúst 2010 á http://en.auschwitz.org.pl/z/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=1
- Miles, W.F.S. (2002). Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1175 – 1178.
- Miller, D.S. (2008). Disaster tourism and disaster landscape attractions after Hurricane Katrina. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(2), 115 – 131.
- Niki, M. (2004). Understanding the Film-Induced Tourist. Í W.Frost, G.Croy & B.Sue (ritstj.), *International Tourism and Media Conference Proceedings* (bls. 86 - 97). Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University.
- Oberman, M. (2006). *New Orleans Tourism Lags A Year After Katrina*. Skoðað 16.ágúst 2010 á vef Terradaily: http://www.terraily.com/reports/New_Orleans_Tourism_Lags_A_Year_After_Katrina_999.html
- Panakera, C. (2007). World War Two and tourism development in Solomon Islands. Í C.Ryan (Ritstj.), *Battlefield tourism: History, place and interpretation* (bls.125 – 142). Oxford: Elsevier.
- Rees, L. (2005). *Auschwitz: A New History*. New York: Public Affairs Books.
- Ritchie, B.W. (2008). *Crisis and Disaster Management for Tourism*. England: Short Run Press Ltd.
- Rittichainuwat, N. (2008). Responding to Disaster: Thai and Scandinavian Tourists' Motivation to visit Phuket, Thailand. *Journal of Travel Research*, 46(4), 422 – 440.

- Rojek, C. (1993). *Ways of Escape*. Macmillan: Basingstoke.
- Rojek, C. (1997). Dragging and the Social Construction of Tourist Sights. Í C. Rojek & J. Urry (Ritstj.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory* (bls. 52 – 74). London: Routledge.
- Scheyvens, R. (2001). Poverty tourism. *Development Bulletin*, 55, 18 – 21.
- Sears, J.F. (1989). *Sacred Places, American Tourist Attractions in the Nineteenth century*. New York: Oxford University press.
- Seaton, A.V. (1996). Guided by the Dark: From Thanatopsis to Thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234 – 244.
- Seaton, A.V. (1999). War and Thanatourism: Waterloo 1815 - 1914. *Annals of Tourism Research* 26(1), 130 – 158.
- Shackley, M. (2001). *Managing sacred sites*. London: Continuum.
- Slayton, S.L. (2006). *Ground Zero – Tragedy, Terror, and Grief Tourism*. Skoðað 26.júlí 2010 á vef Grief Tourism: <http://www.grief-tourism.com/ground-zero-tragedy-terror-and-grief-tourism/>
- Smith, V.L. (1996). War and its Tourist Attractions. Í A. Pizam & Y. Mansfeld (ritstj.), *Tourism, Crime and International Security Issues* (bls 247 – 264). New York: Wiley.
- Stone, P.R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2), 145 – 160.
- Stone, P. & Sharpley, R. (2008). Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574 – 595.
- The Sixth floor Museum at Dealey Plaza (2010). *About the Museum*. Skoðað 10.ágúst 2010 á <http://www.jfk.org/go/about>

- Tarlow, P.E. (2005). Dark Tourism: The appealing „dark side“ of tourism and more. Í M. Novelli (ritstj.), *Niche Tourism – Contemporary Issues, Trends and Cases* (bls 47 – 58). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Timothy, D.J. (1997). Tourism and the personal heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 751 – 754.
- Trotta, J. (2006). *Grief Tourism definition*. Skoðað 26.júlí 2010 á vef Grief Tourism: <http://www.grief-tourism.com/grief-tourism-definition/>
- Uzzel, D.L. (1989). The Hot Interpretation of War and Conflict. Í D.L. Uzzel (ritstj.), *Heritage Interpretation: The Natural and Built Environment* (bls. 33 – 46). London: Belhaven.