

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Katja Dernulovec

Koncept črnega turizma: primer Černobila

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Katja Dernulovec

Mentor: izr. prof. dr. Marjan Hočevar

Koncept črnega turizma: primer Černobila

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

Koncept črnega turizma: primer Černobila

Trend k alternativnim oblikam turizma, kamor spada tudi črni turizem je v današnjem času v porastu. Posameznike vodijo motivi po doživljanju nečesa novega, neraziskanega in avtentičnega. Eno izmed razvpitejših destinacij predstavlja območje ekološke katastrofe v Černobilu. Močan vpliv na povečanje obiska takih destinacij imajo predvsem mediji in zabavna industrija, ter različni dejavniki in motivi, ki jih lahko razdelimo v dve skupini – to so »pull« in »push« dejavniki.

V diplomski nalogi je predstavljen primer Černobila, ki je ena izmed ključnih destinacij črnega turizma. Opremljeni so ključni pojmi, ki so pomembni za razumevanje širšega kontekstualnega okvirja razvoja črnega turizma, kot tudi ključni dejavniki in motivi, ki ženejo posameznike k obisku določene destinacije, pojem turistične atrakcije, turistične in kulturne izkušnje, avtentičnosti ter vpliv medijev v kontekstu turizma. Drug del naloge se osredotoča na fenomen črnega turizma in na primeru razdela zgoraj opisane pojme. V nadaljevanju je predstavljen potek katastrofičnih dogodkov v Černobilu in mestu Pripjat ter razvoj črnega turizma v kontekstu proučevanega primera, vpliv medijev na povečanje turizma v Černobilu, ter avtentičnost destinacije same. Naloga se osredotoča tudi na vpliv turizma na lokalno okolje.

Ključne besede: črni turizem, Černobil, avtentičnost, turistična izkušnja.

Concept of Dark Tourism: Case of Chernobyl

Trend towards alternative forms of tourism, one of them being dark tourism, is encountering significant increase. Individuals are being led by motives to experience something new, unexplored and authentic. One of the most notorious destinations is Chernobyl exclusion zone, area of ecologic catastrophe. Media and entertainment industry represent one of the strongest influences, others being »pull and push« factors and motives.

Thesis presents the case of Chernobyl, one of key destinations of dark tourism. Key factors are presented and defined for understanding of wider contextual frame, which lead an individual to visit specific destination, also concept of tourist attraction, touristic and cultural experience, authenticity and role of media in tourism. Second part of thesis focuses on phenomenon of dark tourism and explains concepts on particular case, followed by the events of the environmental disaster in Chernobyl and Pripjat. Thesis also explains influence of the media on increase of annual visit and authenticity of destination itself. Thesis also focuses on impact and significance on local environment.

Key words: dark tourism, Chernobyl, authenticity, tourist experience.

KAZALO

1 UVOD	5
2 OPREDELITEV POJMOV	6
3 ČRNI TURIZEM.....	11
4 ČERNOBIL IN PRIPJAT	14
5 VPLIV TURIZMA NA LOKALNO OKOLJE.....	21
6 SKLEP.....	23
7 LITERATURA.....	25

1 UVOD

V današnji post-moderni dobi se povečuje povpraševanje po specifičnih turističnih destinacijah. Prenasičenost trga s klasičnimi destinacijami in turističnimi atrakcijami žene posameznike k iskanju novega, neraziskanega dela sveta in turističnih atrakcij, ki so namenjene manjšim (zaprtim) skupinam. Te posamezniki želijo izkusiti nekaj novega, doživeti globljo turistično izkušnjo ter avtentičnost posamezne turistične destinacije. Ni jim mar, če pri tem ogrožajo svoje zdravje in se izpostavljajo ekstremnim razmeram. V tem kontekstu lahko rečemo, da se tudi črnemu turizmu v zadnjih letih namenja vedno več pozornosti. Alternativne oblike turizma predstavljajo alternativo klasičnemu množičnemu turizmu, ter pobeg od vsakdana. Naj si gre za ekstremni turizem in ekstremne športe, ekološki turizem ali črni turizem posamezniki posegajo po takih oblikah, ker želijo doživeti nekaj novega, presesti svoje meje in dokazati družbi in okolici, da se razlikujejo od večine. Mediji in zabavna industrija so še dodali piko na i s prikazovanjem ekstremnih destinacij, raznimi filmi zombijev, socialnimi omrežji, kjer kar mrgoli »bizarnih« slik, ki kličejo radovedne posameznike naj se odpravijo na svojo naslednjo avanturo. V zadnjih letih se alternativne oblike turizma povečujejo in nič čudnega ni, da se tudi črnemu turizmu v zadnjih letih namenja vedno več pozornosti. Z različnih zornih kotov so ga proučevali različni avtorji na številnih področjih družboslovja in znanosti.

V svoji diplomski nalogi bom načrtala teoretske okvire in predstavila pojme turizma, črnega turizma, motivov, ki ženejo posameznike za obisk določene destinacije, predstavila bom pojem avtentičnosti v okviru turističnih študij in turistične atrakcije, opredelila turistično atrakcijo, kulturno in turistično izkušnjo. Zanimalo me bo kako mediji vplivajo na trženje in prepoznavnost določene destinacije/atrakcije, na koncu pa bom predstavila vpliv turizma na lokalno okolje. Vse skupaj želim sintetizirati in urediti v zaokroženo epistemološko enoto ter razložiti na primeru Černobila in Pripjata. Analizirala sem zakulisje Černobilske izkušnje, kot tudi širše kulturne posledice na povečanje turizma.

2 OPREDELITEV POJMOV

Za razumevanje proučevane problematike je potrebno razložiti pojme, ki igrajo ključno vlogo pri razlagi teorij in izpeljavah, do katerih bomo prišli tekom diplomske naloge – turizem, družbene dejavnike in motivacijske sile, avtentičnost, turistično atrakcijo, kulturno in turistično izkušnjo.

Turizem

Poznamo različne vrste turizma, ki jo jih različni avtorji z različnih družboslovnih področij obravnavali z različnih zornih kotov. Za začetek bi rada opredelila pojem turizma, kot ga definira Svetovna turistična organizacija Združenih narodov (UNWTO): » Turizem je splet dejavnosti oseb, ki potujejo in bivajo v kraju zunaj svojega običajnega okolja zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve, poslov ali iz drugih razlogov, in sicer najmanj en dan (z najmanj eno prenočitvijo), vendar ne več kot eno leto (365 dni) brez prekinitve« (SURs 2014).

Definicija, ki jo poda turistična organizacija je za našo raziskavo preveč splošna, v njej namreč niso zaobjete različne turistične prakse, ki jih bom tekom naloge obravnavala.

Izpostavila bom bistvene značilnosti, ki jih izpostavi Urry:

- Turizem opredeli kot prostočasno dejavnost, katere nasprotje je regulirano in organizirano delo.
- Turizem vključuje nek premik v prostoru, potovanje in bivanje v drugem kraju, ki ni del vsakdanje okolice. Vendar pa je jasno, da so ta bivanja v drugih krajih kratkotrajne narave in da obstaja jasen namen vrnitve domov.
- Ti kraji so izbrani na podlagi pričakovanj, predvsem tistih, ki se izražajo skozi sanjarjenje, fantazijo in intenzivne občutke. Ponavadi so le-ta ustvarjena s pomočjo dejavnosti, kot so: film, televizija in revije, katere še dodatno okrepijo turistični pogled.
- Turistični pogled se usmerja v nevsakdanje znamenitosti, opazovanje objekte pa se ovekoveči v obliki fotografij, filmov in razglednic, da jih posameznik lahko ponovno podoživi.
- Turistični pogled se konstruira skozi znake, turizem pa je zbirka znakov.
- Različni turistični strokovnjaki poskušajo reproducirati nove objekte turističnega pogleda (Urry 2005, 2–3).

Za nadaljnjo raziskovanje moramo razdelati tudi definicijo turista, ki po Svetovni turistični organizaciji pravi, da so turisti začasni obiskovalci, ki v obiskani državi ostanejo vsaj 24 ur, namen njihovega obiska pa so prostočasne aktivnosti ali posel (Cohen 1984, 374). Seveda obstaja več definicij, vendar nas bo bolj kot to, kdo je turist zanimalo, kakšni so njegovi motivi, ki so odločilni, da se sploh odloči za obisk turističnih atrakcij ter tujih dežel. Osredotočili se bomo predvsem na turiste, ki izbirajo alternativne oblike turizma napram množičnem turizmu.

Družbeni dejavniki in motivacijske sile v kontekstu turizma

Motivi in motivacije so tisto, kar žene in motivira posameznike, da se odločijo za obisk določene destinacije. Vsakega posameznika pa ženejo drugi motivi. Na splošno jih lahko razdelimo v kulturne, ekonomske, politične ter duhovne.

»Motivacije so tisti dejavniki, ki omogočajo turistom da kupijo želen izdelek ali storitev« (Swarbrooke in Horner 2007, 413). Maslowa teorija motivacije iz leta 1970 vsebuje hierarhijo potreb, ki je bila prvotno razvita za klinično psihologijo, vendar jo lahko uporabimo tudi na drugih področjih, v našem primeru na področju študij turizma. Maslow opredeli samoaktualizacijo kot najvišjo stopnjo potreb (Ryan 2002, 28–9).

Turistično vedenje je zapleten dejavnik, ki še danes nima splošno določenega koncepta turistične motivacije. Razumevanje turističnih motivacij lahko pomaga pri načrtovanju boljših izdelkov in storitev ter pri učinkovitem marketingu in razvoju zanimivosti za obiskovalce (Bowen in Clarke 2009, 88–97).

V turističnih študijah se pogosto uporablja koncept »push in pull« dejavnikov za razvrščanje in prepoznavanje različnih motivacijskih sil, kot tudi za študijo medsebojne povezanosti med »push« in »pull« dejavniki.

»Push dejavniki« so tisti, ki posamezniku pomagajo zadovoljiti svoje potrebe in so opredeljeni kot notranji motivi – npr: želja po pobegu, avantura, socialna interakcija, počitek ali sprostitev. »Pull« dejavniki pa so ciljno usmerjene sile, kot so športni objekti, plaže ali kulturne znamenitosti, ki privabljajo turiste na izbrano destinacijo (Crompton 1979). Klenosky (2002 v Hsu in Huang 2008) pravi, da enotni »pull« faktor lahko sproži različne asociacije različnim posameznikom – npr.: plažo lahko vidijo, kot kraj spoznavanja ljudi in zabave, kraj, kjer se bodo sončili, kot kraj kjer lahko uživajo v naravi in se sproščajo (Hsu in Huang 2008, 18–21).

Avtentičnost v kontekstu turizma

Pojem avtentičnosti lahko v širšem pomenu razumemo kot nekaj resničnega, neponarejenega in pristnega. Avtentičnost na področju turizma bom razložila na primeru objektivizma, konstruktivizma in post-modernizma.

OBJEKTIVIZEM

MacCannell (1999) je vpeljal pojem avtentičnosti na področje turizma. Kot avtentično je razumel tisto, kar je pristno, resnično, neponarejeno in originalno. To lahko razložimo na nekem umetniškem delu, ki je moralo iti skozi vrsto kriterijev, da je doseglo status pristnega. Tudi turistična atrakcija potrebuje potrditev s strani določenih avtoritet, da jo označijo kot avtentično.

KONSTRUKTIVIZEM

Avtentičnost je konstruirana skozi oči posameznika in ne predstavlja objektivnega univerzalnega dejstva. Meethan (Meethan 2001, 90) pravi, »da jo je treba opazovati, kot kategorijo, ki je ustvarjena in poustvarjena v pogojenih okoliščinah in včasih služi utrjevanju ideoloških ter političnih položajev kot tudi skrbi za turistični trg«.

Kljub subjektivizmu družbene realnosti, pa avtentičnost še vseeno igra pomembno vlogo v življenju turistov, ki so v iskanju avtentičnosti. Ti namreč ne iščejo objektivne avtentičnosti, marveč simbolno – le-ta pa je rezultat družbene konstrukcije (Wang 1999, 356).

POSTMODERNIZEM

Moderna, industrijska družba je ustvarila nov tip post-turista. »Le-ta namesto zaskrbljenosti in obremenjenosti s avtentičnim raje ironično in igrivo uživa v površinskosti pogosto izrazito neavtentičnih stvari« (Cohen 2008, 331–332).

Turistična atrakcija, kulturna in turistična izkušnja

Dean MacCannell (MacCannell 1999, 23–5) pravi, da so vse turistične atrakcije kulturne izkušnje. Le-te pa so sestavljene iz dveh delov. Prvi del predstavlja reprezentacija vidika življenja na odru - model, drugi del pa je spremenjena oz. ustvarjena misel ali čustvo, ki je zgrajeno na modelu - vpliv.

Kulturni produkti oz. kulturne izkušnje vsebujejo igre, parade, proteste in zgodovinske spominke. Množični mediji so sokrivci pri ustvarjanju kulturnih izkušenj, prav tako vse vlade poskušajo nadzirati te kulturne izkušnje v vsaki državi. Kulturno izkušnjo doživijo vsi prebivalci in obiskovalci določenega območja. Te izkušnje pa so različne in jih vsak posameznik dojema drugače. Ti kulturni modeli in kulturne izkušnje so privlačni, ker vsebujejo moralne, etnične in psihološke superiornosti nad vsakdanjim življenjem in prav to je tisto, kar privlači ljudi. Vsaka stvar, ki se dogaja v mestih, ki so povezana z nekimi kulturnimi produkti in modeli se vedno odraža v vsakodnevnem življenju (npr. v Černobilu sedaj tržijo turizem in grozo – trpljenje kot vir zaslužka).

Kulturne izkušnje so povezane z vsemi stvarmi okoli nas in si jih ljudje vsakodnevno izmenjujemo.

Goffman pravi, da je turistična atrakcija odnos med turistom, znamenitostjo in označbo (to je del informacije o znamenitosti). Te označbe so lahko vodiči, prezentacije in spominki.

Turistične atrakcije predstavljajo različne atrakcije kot so pisarne, trgovine, storitvene dejavnosti, različne objekte, hiše ter celotno urbano strukturo. Poleg tega razdeli tudi vprašanje avtentičnosti in razdeli turistični prostor na »sprednje« in »zadnje« dele. V nekaterih primerih je težko razločiti med ospredjem in ozadjem in včasih sta te dva pojma prepletata ali pa sta spremenjena en v drugega. Kar je pokazano turistom ni nujno zaodre, ampak je lahko razumljeno kot oder za ozadjem. Lahko se tudi zgodi da je vstop v zaodre, vstop na oder, ki je vnaprej organiziran za turistične obiskovalce.

Goffman (v Urry 2002, 9) je opredelil 6 odrov:

1. Goffmanov ospredje, to je prostor kjer se turisti zbirajo
2. turistično ospredje, ki je opremljeno, da izgleda kot ozadje (ta del je popolnoma v ospredju)
3. ospredje ki je zorganizirano kot ozadje (tu je že težje razločiti med resničnim ozadjem in ospredjem)
4. ozadje odprto za outsajderje
5. ozadje, ki je zelo pospravljeno, saj je možnost da kakšen turist pokuka noter
6. ozadje, kjer je socialni prostor, ki motivira turistično vest

»Sprednje« je tisto, kar se turistu prikaže kot resnično, vendar pa so vse stvari ki so mu dane na ogled bile vnaprej pazljivo premišljene in načrtovane. Kar vidi je pravzaprav lažna realnost. Avtentična realnost je dosegljiva le tistim turistom, ki jim uspe predreti pregrado, ki

loči postavitev avtentičnosti in je očem turistom skrito. Ta edini pravi in težko dosegljiv prostor je Goffman poimenoval »zaodre«.

Maccannell turistične atrakcije poimenuje kot znake. Njegov cilj je bil formulirati atrakcijo kot zvezo med pogledom, označevalcem (marker) in turistom, da je skladna z empiričnimi značilnostmi turistične atrakcije in če je mogoče tudi z teoretičnimi definicijami znaka kot ga poimenuje Pierce (MacCannell 1999).

Prvi kontakt, ki ga ima ogledovalec z znamenitostjo ni znamenitost sama po sebi, ampak je neka reprezentacija te znamenitosti. Informacije, ki so dane ogledovalcu o označevalcu (marker) so po navadi le ime znamenitosti, lahko je kakšna slika ali zemljevid nečesa. Konvencionalni pomen označevalca (markerja) v turističnem kontekstu se nagiba, da je omejen na informacijo, ki je objavljena zraven znamenitosti. Njegov izraz pokriva kakršnokoli informacijo o znamenitosti, vključeno s tistimi, ki so najdene v vodičih, muzejskih zloženkah, zgodbicah o ljudeh, ki so jih obiskali. Pomembno pa je razločevati med informacijami najdenimi na znamenitosti in informacijami, ki so ločene od znamenitosti. Tu avtor uporabi izraz »on-sight« označevalec in »off-sight« označevalec. Dostikrat pa označevalec vsebuje oboje, vendar pa je nujno ohraniti razlike med njima. Če se osredotočimo na primer Černobil lahko rečemo, da ogledovalec ne vidi Černobila v empiričnem pomenu, ampak vidi dele Černobila kot je npr. jedrski reaktor, lunapark in artefakte, ki jih najdemo po mestu Pripjat. Vsak del, ki se nanaša na Černobil je simbolični označevalec, saj se vsak del nanaša na označevalca. Obstaja pa tudi možnost, da npr. določenega artefakta – npr. otroških punčk, ki ležijo po tleh ne vidi kot dela Černobila in le-te predstavljajo nepomemben del njegove atrakcije. To pomeni, da je ta artefakt – npr. otroške punčke izgubil svoj označevalni del in je nepopoln del atrakcije. Situacija v kateri znamenitost nima označevalca se po navadi zgodi, ko je to nadomeščeno z neko drugo znamenitostjo ali ker človek ne pozna te znamenitosti. To se imenuje znamenitost sodelovanja (sight involvement). En rezultat tega je razočaranje, npr. v primeru, da si predstavljaš izlet v Černobil kot neko pristno izkušnjo, nato pa doživiš »predstavo za množice«.

3 ČRNI TURIZEM

Črni turizem je pojem, ki sta ga vpeljala Lennon in Foley, povezujemo pa ga s potovanji na destinacije, ki so povezane s smrtjo, katastrofami in trpljenjem posameznikov. Tarlow (2005) ga definira kot »potovanje ali obiskovanje prizorišč, kjer so se zgodile tragedije ali zgodovinsko pomembne smrti«, Miles pa opozarja, da atrakcija ne leži na samem prizorišču smrti ali nesreče.

Sharpley in Stone (2008) poudarjata, da je turizem od sredine dvajsetega stoletja doživel povečano rast in da se ljudje vedno bolj navdušujejo nad smrtjo in temnimi/črnimi turističnimi izkušnjami.

Čeprav je večina raziskovalnih del na področju črnega turizma dokaj sveža, pa Stone (2008) navaja, da ima koncept črnega turizma svoje korenine v pred moderni dobi, ko so verska romanja postala kraj trpljenja in smrti. V okviru črnega turizma se odpirajo tudi številna vprašanja z etičnega vidika in motivov turistov, ki želijo obiskati kraje trpljenja in smrti.

Lisle (2007) pokaže, da se nad črnim turizmom navdušujejo samo nekateri ljudje, ki uživajo v opazovanju nasilnih lokacij in krajev spopadov ter trpljenja, medtem, ko večino turistov takšni kraji ne pritegnejo, niti se ji ne zdijo prijeti ali privlačni. Po drugi strani pa Lennon in Foley (2000) pojasnujeta, da ni nič narobe, če turisti obišejo kraje, ki so povezani s smrtjo, ter da takšni kraji nosijo spominski in izobraževalni pomen in pomagajo turistom, da se spomnijo različnih zgodovinskih obdobj, ki vključujejo tragične dogodke (Cohen, 2011).

Turističnim dejavnostim povezanim s smrtjo in trpljenjem so različni raziskovalci pripisovali različna imena in pomene. Seaton (1996, 240) opredeli pojem »thanatourism« kot »potovanje na lokacijo, katere motiv je delno ali v celoti motiviran z željo po dejanskem ali simbolnem srečanju s smrtjo«. Trdi, da je »thanatourism« opredeljen v skladu s turističnimi motivi in kraji, kjer je prišlo do smrti. Slade (2003), v svoji analizi Gallipoli, pokaže, da so takšni motivi lahko samo naključni, kot npr. takrat, ko turisti obiskujejo kraje trpljenja in smrti in nimajo konkretnih podatkov o mestu in njegovi zgodovini. Kang, Scott Lee in Ballantyne (2012, 257), v svoji analizi Jeju, Južna Koreja, upoštevajo občutek »obveze«, kot ključne motivacije črnega turizma.

Ashworth (2008) in Kidron (2013) raziskujeta turistične izkušnje, ki jih posamezniki doživijo na takih mestih in pojasnita, da so to pogosto zelo čustvena srečanja z nasiljem, smrtjo, grozo in bolečino.

Rojek (1993, 136) govori o »točkah/atrakcijah črnega turizma« ali »usodnih znamenitosti« ter opisuje »komercialni razvoj grobišč in območij, kje so se slavne osebe ali veliko število

ljudi srečale z nenavadno in nasilno smrtjo«. Dodal je še, da je ta vrsta turizma odvisna predvsem od reprezentacije avdio-video medijev, ki naredijo tak kraj še bolj privlačen in priljubljen za turiste, ki so v iskanje postmodernih pogledov (Walter, 2009). Stone (2011, 2012) nadalje navaja, da je črni turizem mogoče razumeti kot »institucijo, ki posreduje« in omogoča gradnjo sodobnih ontoloških pomenov umrljivosti in kontemplacije tako življenja kot smrti (Jamal in Lelo, 2011).

Browman in Pezzullo (2010) ponudita kritični pogled na črni turizem. Trdita namreč, da:

»Z označevanje nekaterih turistov ali turističnih znamenitosti kot »črnih«, nastane implicitna trditev, da je na njih nekaj motečega, zaskrbljujočega, sumljivega, čudnega, morbidnega, ali perverznega, ampak kaj točno je to, je nedosegljivo in slabo opredeljeno, saj ni nihče opredelil tega. Označevanje neke lokacije kot »črne« se zdi kot zapletena stvar perspektiv in privilegijev« (Browman in Pezzullo 2010, 190–1).

Predlagata, da je bolj pomembno kot da ugotovimo ali je turizem črn ali ne, da se:

»Namesto tega razišče, kako nekateri obiski takšnih lokacij odpirajo možnosti solidarnosti, zavezništev, še posebej na tistih območjih, ki so jih prizadele okoljske katastrofe (od cunamijev, do industrijskih nesreč kot npr. v Černobilu, do škodljivih industrij, ki ogrožajo javno zdravje, izumiranja živali ...) in / ali socialnih krivic (od zaporov do političnega ali etničnega nasilja)« (Browman in Pezzullo 2010, 194).

Pezzullo (2007) uporablja izraz »strupeni turizem«, s čimer opisuje organizirane izlete v kraje okoljske degradacije v revne predele v različnih delih ZDA. »Strupeni turizem« ne more biti opredeljen samo kot oblika »črnega turizma«, ampak kot navaja Di Chiro (2000) je le ta lahko konceptualiziran kot oblika okoljskega turizma, ki se osredotoča na odnos med okoljsko in socialno degradacijo. Po Di Chiro (2000) »strupeni turizem« ponuja izkušnjo okoljskega vpliva in nevarnosti, ki izpodbija oddaljenost turističnega pogleda. Di Chiro določa »strupene izlete« kot obliko »resničnostnih izletov«. Pezzullo (2007) pokaže, da je glavni razlog organizacije »strupenih izletov« ta, da turistom postreže z vsemi možnimi informacijami in učinki onesnažujočih industrij na lokalno skupnost in okoliška zemljišča. Nekatere okoljevarstvene agencije uporabljajo isti koncept za promocijo in spodbujanje okoljske pravičnosti. Namen teh izletov torej ni samo obisk in opazovanje teh krajev, pač pa izgradnja močne politične in gospodarske podpore za boj proti okoljskim krivicam in življenjem revnih in zapostavljenih skupnosti.

Pezzullo (2007) pokaže, da takšni »strupeni izleti« lahko v turistih vzbudijo občutek transformacije. Pravi pa tudi, da »strupeni turizem« lahko postane škodljiva izkušnja za lokalne prebivalce, ki se lahko počutijo obravnavani kot predmeti.

Črni turizem kot tak na predstavlja smrti same po sebi, temveč predstavlja določene vrste smrti. Kot tak, črni turizem komercializira smrt in nesreče in jih predstavlja kot sodobno posredniško institucijo med živimi in mrtvimi. Zato lahko turistične obiske vojnih območij, bojišč, zaporov, pokopališč, mesta naravnih in umetnih nesreč umestimo v široko sfero črnega turizma (Institute of Dark Tourism 2015).

V zadnjem desetletju je bilo narejenih več interdisciplinarnih raziskav, ki so se ukvarjale s pojmom potovanj povezanih s smrtjo. V tem času tudi raste tudi medijsko zanimanje za koncept črnega turizma, naslovi, ki vsebujejo besede »črni turizem« pa nedvomno vzbuja večjo pozornost pri ljudeh (prav tam).

Vpliv medijev in zabavne industrije na črni turizem

Črnemu turizmu se zadnja leta namenja vedno večja pozornost tudi v medijih. Nedvomno naslovi, ki vsebujejo izraze »črni turizem« predstavljajo provokativen naslov. Vendar pa je veliko medijskega poročanja o tem družbenem in kulturnem fenomenu predstavljenega na subjektiven in pristranski način. Črni turizem v sodobnem potrošniku in družbi vzbuja čustvene posledice, mediji pa so ključnega pomena pri predstavljanju fenomena črnega turizma (Institute of Dark Tourism 2015).

Tarlow (2005) opozarja in izpostavlja vpliv medijev na črni turizem. Televizija, filmi in internet dajejo posamezniku možnost, da »obišče« črne turistične destinacije kar iz udobnega stola ali kavča, brez da bi zapustil dom. V današnji sodobni družbi lahko spremljamo novice od daleč stran. Lahko trpimo in sočustvujemo z žrtvami nekega ozemlja, tudi to pa lahko predstavlja razlog za obisk črnih turističnih krajev.

Družbeni dejavniki in motivacijske sile v kontekstu črnega turizma

Tarlow (2005, 54–7) pravi, da obstajajo štiri osnovna čustva, ki jih posamezniki doživljajo ob obisku črnih turističnih krajev: negotovost, hvaležnost, ponižnost in večvrednost. Obisk takšnih destinacij lahko vzbudi tudi več čustev, npr: ob obisku bojišča se posamezniku lahko prebudijo občutki romantike, ko si ta predstavlja, da so se njegovi predniki tu borili za določen ideal. Ob obisku barbarskih krajev se v posamezniku lahko vzbudi sočutje do žrtev in superiornost do storilcev ter zavedanje, kako kruti smo lahko ljudje. Obiskovalci lahko doživijo občutek mistike, še posebej če obstaja povezava med obiskovalcem in žrtvami. Bolj bližnji kot so odnosi, močnejša bo izkušnja.

Moutinho (2000, 49) pravi, da je nova generacija popotnikov v porastu. Ti popotniki so postali iskalci, motivi za potovanja pa vključujejo iskanje samega sebe ter spoznavanje različnih kultur in območij. Ti popotniki imajo potrebo po raziskovanju zanimivih, kot tudi nevarnih lokacij, da potešijo svojo potrebo po znanju in radovednosti.

4 ČERNOBIL IN PRIPJAT

Le malo ljudi še ni slišalo za Černobil, redki pa poznajo mesto Pripjat. Pripjat je mesto, ki je bilo zgrajeno za servisiranje in delovanje jedrske elektrarne Černobil. Ustanovljeno je bilo 4. februarja 1970 kot deveto jedrsko mesto v Sovjetski uniji in je služilo Černobilski nuklearni elektrarni. Kot mesto je bil uradno razglašen leta 1979, s populacijo slabih 50.000 ljudi. Pripjat ali »aromograd« je bil simbol mladih, sposobnih in naprednih v takratni Sovjetski uniji (Phillips 2004 in Stites 1989).

V zgodnjih urah v soboto, 26. aprila 1986 je dokaj rutinski eksperiment na reaktorju štiri v Černobilski elektrarni ušel izpod nadzora. S poskusom so želeli ugotoviti, kako dolgo bi podporni sistem zdržal po odstranitvi glavnega električnega omrežja. Kombinacija slabega načrtovanja in nezadostna usposobljenost je privedla do usodne napake. Avtomatski mehanizem zaustavitev je bil onemogočen kot del testa, vstavitve gorivnih palic v jedro pa je povzročila nepričakovano udarno napetost in nezmožnost zračenja nastale pare. Notranji tlak je povzročil eksplozijo reaktorja, ter odpihnil 2000 tonsko betonsko streho in jo raztresel na vse strani. Koktajl radioaktivnih snovi iz izpostavljenega jedra se je z vetrovi in zračnimi tokovi razširil po vsej severni polobli. Požar v reaktorski komori je bil hitro pogašen, vendar je jedrska reakcija še 8 dni nevidno nadaljevala in oddajala 200-krat več radioaktivnega materiala, kot bombe Nagasaki in Hiroshima visoko v ozračje (Svet zdravstvena organizacija, navedena v Fairlie in drugi 2006).

Dva člana osebja sta bila ubita takoj, ostali so umrli kasneje v bolnišnici. Prve reševalne ekipe, ki so prispele so bili gasilci, mnogi od njih so vedeli le malo ali nič podatkov o naravi nesreče. Eden izmed gasilcev je v svoji izjavi opisal občutek zbadanja in kovinskega okusa v ustih. Kmalu za tem je umrl zaradi posledic akutne radiacijske bolezni.

Ko so se oblasti začele zavedati obsega nesreče so poslali radijsko nadzorovane buldožerje, da bi počistili ruševine. Te robotski vozički in kopači naj bi poiskali in odstranili radioaktivne ruševine, vendar je bilo njihovo elektronsko vezje kmalu prežeto s sevanjem, zaradi česar so v veliki meri ostali nefunkcionalni. Na koncu so bile človeške roke tistem ki so odpravile

glavnino odpadkov. Ekipe (imenovane »bio-robotske« vojske) so bile sposobne prenašati 40 sekund izpostavljenosti naenkrat. Odpadke so zbrale in pospravile nazaj v reaktor sam.

Jedro reaktorja je gorelo do 10. maja, ko je bil ta zapečaten z več kot 5.000 tonami peska, svinca, glin in nevronov, ki absorbirajo borovo kislino. Le-to pa so s helikopterja spustili nad reaktor. Kasneje naj bi vse skupaj zaščitili z betonom in železom, s čimer bi preprečili najhujše sevanje.

V mestu Pripjat, samo 3 km od reaktorja številka štiri, so stanovalci videli eksplozijo in dim. Na začetku se ni nič zgodilo – čeprav je v enem poročilu navedeno, da je veliko ljudi zbolelo v prvih nekaj urah in doživelo kovinski okus v ustih, skupaj z neobvladljivimi napadi kašlja in bruhanja.

Sprva je bila nesreča močno zanemarjena v Sovjetskih državnih medijih. Švedski jedrski fiziki 1000 km stran so bili tisti, ki so oznanili alarm in prisilili Sovjetsko zvezo izdati javno izjavo. Posebna komisija je bila zadolžena, da razišče obseg katastrofe, sovjetski znanstveniki pa so kmalu našli dokaze razširjene radiacijske bolezni in 27. aprila ob 14:00 pozvali k takojšnji evakuaciji mesta Pripjat.

Jedrska elektrarna, ki ji je služilo mesto Pripjat naj bi bila ena največjih jedrskih elektrarn v Evropi. Do konca leta 1985 je imelo mesto Pripjat 47.500 državljanov, 750 novih rojstev in 750 novih priseljencev vsako leto (Leontiev 2005). Z dnem 26. aprila 1986 je Černobil postal ikona jedrske nesreče, sodobnega sovjetskega načrtovanja in tehnologije (Medvedev in Saharova 1991; Mould 2000).

Poziv k evakuaciji ljudi, ki so ga izdale oblasti je bil presenetljivo optimističen:

»Pozornost prebivalcev Pripjat! Mestni svet vas obvešča, da se zaradi nesreče v jedrski elektrarni Černobil v mestu Pripjat radioaktivne razmere slabšajo. Komunistična partija, njeni uradniki in oborožene sile so pri tem potrebne ukrepati za boj proti temu. Tovariši, začasno boste zapustili svoje rezidence. Prosimo, da poskrbite, da izklopite luči, električne naprave ter vodo in zaprete okna. Ostanite mirni in urejeni v procesu te kratkoročne evakuacije«.

V dnevih in tednih, ki so sledili se je karantenski prostor raztezal 30 km premera od reaktorja in naj bi postal znan kot »cona odtujenosti«.

Vendar pa je bilo nekaj posameznikov, ki so prezrli ukaze v celoti. Lahko si predstavljamo, kako čudno je moralo to zveneti, zlasti za starejše generacije, ki jim je bilo naročeno naj zapustijo svoje hiše, zaradi strahu pred okužbo s smrtno nevidno energijo. Medtem, ko je bilo več kot 100.000 ljudi poslanih v nove domove v neprizadetih območjih v provinci Kijev, je 300 ljudi še vedno prebivalo v coni. Od takrat se je populacija Černobilske cone povečala na 700 ljudi.

Medtem ko je bila černobilska katastrofa dramatičen dogodek in je posledično pripeljala do evakuacije mesta Pripjat, ne obstajajo natančne časovne ali prostorske meje, ki jih je katastrofa zadala. Ni konkretnih števil in dokazov, katera področja so bila najbolj izpostavljena, katere bolezni so nastale kot posledica eksplozije reaktorja. Obseg in naravo nevarnosti znanost v celoti ne razume, niti ni fiksna ali stabilna (Henderson 2006).

International Journal of Cancer leta 2006 izpostavlja, da je bila nesreča v Černobilu odgovorna za približno 0,01% vseh evropskih okužb z rakom, vse od nesreče in da bi bolj realistično oceno dosegli leta 2065, ko naj bi bilo približno »16.000 primerov raka ščitnice ter 25.000 drugih primerov vrst raka«.

Delo se dandanes nadaljuje, cona pa je te dni večinoma poseljena z delavci v reaktorju, ki ima zaposlenih okoli 2.500 ljudi. Stopnja sevanja ostaja visoka (okrog 35-krat višja od naravne ravni telesa), skupine ljudi pa zato delajo v izmenah, nikoli več kot 5 dni na teden, s tem da 15 dni vsak mesec preživijo izven cone.

Tako pa ne bo ostalo za vedno, čeprav naj bi bila površina po poročilih Ukrajinskih uradnikov popolnoma bivalna v roku 20.000 let.

Razvoj črnega turizma na primeru Černobila in Pripjata

Potem ko so prebivalce mesta Pripjat evakuirali, mesto danes ni le mesto duhov, marveč spomenik z ikoničnim statusom, ki opozarja na nesreče, ki jih lahko prinese jedrska energija. Skoraj popolna odsotnost človeške dejavnosti in 30 km neposeljeno območje je postalo nekakšen naravni rezervat (Mycio 2005). Brez stalnega človeškega delovanja, so številne živali in rastline bile sposobne vzpostaviti ravnovesje narave. Znotraj območja izključenosti in v bližini prizadetega reaktorja ter zapuščenega mesta Pripjat je narava dosegla to ravnovesje. Drevesa in trava so začela mehčati robove modernističnega betona, mah in lišaji so se razrasli na kritinah streh ter v stavbah. Med volkovi, medvedi, merjasci in drevesi še danes živi nekaj državljanov, večinoma starejših, ki živijo življenje na robu sicer zapuščenega mesta (Fairlie et al 2006; Petryna 2002).

Poleg ekip inženirjev in delavcev za delo na reaktorju, so bili »plenilci« eni izmed prvih civilnih obiskovalcev cone. Nekateri od njih so se enostavno vrnili po svoje stvari, ko pa je postalo jasno, da gre v resnici za nekaj drugega so državni organi napovedali začasno tridnevno evakuacijo. Poleg tega so bili tu tudi oportunisti, tisti ki so vstopali v cono in iskali vredne predmete, pohištvo in odpadne kovine.

Težko je reči, kdaj točno so začeli prihajati prvi turisti. Ukrajinska vlada je dovolila plačane obiske že od leta 2002, vendar je njihova odobritev služila zgolj kot legitimitiziranje obstoječega prometa v coni.

Leta 2004 je cono obiskalo 870 obiskovalcev, ki so plačali za svoj obisk. Do leta 2009 se je številka povečala na 7.500, poročila za leto 2011 pa kažejo da naj bi cono obiskalo okrog 10.000 ljudi, vsak od njih pa naj bo plačal približno 100 funtov za vstop.

Posel je prišel pod resen drobnogled v letu 2011, ko je bil Ukrajinski minister izrednih razmer, politični organ, ki je bil odgovoren za upravljanje spletnih strani obtožen dobičkarstva. Tiskovni predstavnik generalnega tožilca je komentiral:

»Vemo, da je bilo zasluženega veliko denarja, vendar ne vemo v čigavem žepu je končal konec leta. Zakaj nebi dali denar v proračun in ga uporabili za reševanje problemov v coni?«

Vsi izleti so bili prekinjeni za kratek čas, kar je služilo temu, da se je Černobil spet pojavil v ospredju novic. V kratkem času so bili uradni izleti ponovno na voljo, s tem da so vključevali dostop na območja reaktorjev samih – to je povzročilo povečano prodajo vstopnic.

Ob pregledovanju spletnih strani ponudnikov izletov po Černobilu in Pripjatu je zaznati cenovno diskriminacijo za domače in tuje turiste. Ponudnik A zaračunava Ukrajinskim državljanom 29\$ za izlet, tujim državljanom, ki se udeležijo vodenih izletov z Ukrajinsko govorečim vodnikom 89\$, angleško govoreče izlete pa minimalno 129\$. Privatni izleti so seveda občutno dražje in z lahkoto lahko rečemo, da je Černobilski turizem nedvomno postal velik posel.

Vpliv medijev in zabavne industrije na povečanje turizma v Černobilu

Leta 1979 je Andrei Tarkovski posnel film *Stalker*, v katerem profesionalni vodnik – »the Stalker« vodi dva popotnika na duhovno pot po prepovedani coni v iskanju skrivne sobe, kjer se posamezniku uresniči ena želja. Film je bil sneman v zapuščeni elektrarni v Estoniji in pripoveduje sago, ki črpa navdih iz romana z leta 1972 »Roadside Picnic«. V filmu najdemo neverjetne podobnosti z dejansko katastrofo, ki se je zgodila kasneje v Černobilu, tako da ga so ga kasneje videli kot preroškega za Černobilsko katastrofo (Dyer 2009).

Zgodbe o Černobilu in njegovi »mrtvi« coni postajajo vedno bolj popularne v popularni kulturi, medijih in zabavni industriji. Primer je video igra *S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl* in *S.T.A.L.K.E.R.: Call of Pripjat* ali grozljiv mutantski film *Chernobyl Diaries*, ki ponazarja »ekstremni turizem« v ekskluzivni coni, ter fikcijski romani kot so *Chernobyl Murders*. Te združijo meta-narative, v katerih se sodoben turist Černobila sreča z

industrijskimi ruševinami, okoljsko kontaminacijo in političnim razpadom. Z naraščujočim številom internetnih blogov in spletnih fotografskih galerij posvečenih Černobilu in Pripjatu, ustvarijo potrebo po »strupenih počitnicah (Stone 2013).

Zgoraj omenjena video igra S.T.A.L.K.E.R. je še dodatno povzročila povečanje popularnosti cone med pristaši omenjene video igre, mnogi pristaši pa so se ilegalno pretihotapili in posegli v območje cone. Lokalne oblasti so posledično povečale nadzor nad območjem in omogočile izlete imenovane »Cherno-Tours«, katerih se je v zadnjih letih udeležilo tisoče turistov. Turistom je omogočen izlet pod okriljem »Stalker« vodnika in večerja v Černobilski gostilni. Prav tako se lahko sprehajajo po mestu Pripjat in hranijo nenavadno velike, deformirane some, ki prebivajo v ribniku poleg elektrarne (prav tam).

Turistična izkušnja in obisk Černobila

Za mnoge obiskovale je opuščeno mesto Pripjat glavna atrakcija. Mesto, ki ima šole, bolnišnice, gledališča, bazene in športne dvorane. Večina obiskovalcev se pridruži vodenemu ogledu naprej dogovorjenih poti skozi mesto duhov, kjer ustvarjajo zanimive fotografije vzdolž poti same. Od časa do časa je obiskovalcem dovoljeno več svobode, da lahko raziskujejo skrite koticke mesta.

Razumljivo je, da imajo nekateri ljudje pomisleke glede dolgotrajnega sevanja mesta samega. Resnica pa je, da je učinek enodnevnega izleta zanemarljiv. Stopnja sevanja, ki jo telo absorbira v okviru tipičnega izleta v Černobil je nekaj mikrosivertov na uro.

To je daleč od smrtnih odmerkov, ki se gibljejo med 3-5 siverti v istem obdobju. Resnica je taka, da večina tujih obiskovalcev absorbira več sevanja med letalskim poletom, kot pa z obiskom cone same.

Logično je, da so nekatera območja bolj radioaktivna kot druga. V bližini elektrarne je sevanje okoli 1,7 mikrosivertov na uro, medtem ko ikonični lunapark v središču mesta ostaja mestno radiaktivno žarišče in običajno oddaja nekje med 0,4 in 9,5 mikrosivertov na uro. Dejansko ni nevarnosti za obiskovalce, še vseeno pa si ne želite živeti tu.

Seveda obstajajo določeni varnostni ukrepi pri vstopu v cono, vendar so ti omejeni predvsem na uporabo zdrave pameti. Obiskovalci morajo nositi dolge rokave in zaprte čevlje, vkolikor nase dobijo pesek ali blato je to potrebno sprati z vodo, poleg tega ni dovoljeno domov nositi nikakršnih spominkov, hrano in pijačo pa je potrebno hraniti v zaprti vrečki. Poleg tega so vodniki opremljeni z merilniki sevanja, vsak obiskovalec pa je pred odhodom skeniran z detektorji sevanja.

Težko si je predstavljati, da pod jeklom in betonom, v kleti reaktorja štiri leži morda najbolj nevaren predmet na svetu. Strjena, črna formacija lave, ki je produkt taljenja središča, predmet neverjetne mase in gostote, ki oddaja 10.000 rentgenov na uro, kar je več kot štiri in pol milijona slik prsnega koša in lahko ubije človeka v nekaj minutah.

Okoliška drevesa pričajo svojo zgodbo, le-ta so absorbirala ogromne količine sevanja in obarvale lubje v rdečkasto-rjavo barvo. Vse od takrat je področje znano kot rdeč gozd.

Kot del čistilne akcije je bil veliko število dreves podrtih in požganih, vendar še danes lahko najdemo marsikatero ostanke. Brez reaktorjev pa celotno območje izgleda kot katerokoli drugo mesto. Gozdovi in travniki so zeleni in polni življenja.

Černobil se prav nič ne razlikuje od ostalih zapuščenih mest in con, ki jih lahko najdemo po vsej nekdanji ZSSR. Pričara namreč enako arhitekturo in vzdušje kot katerokoli drugo zapuščeno mesto.

Večina Černobila je brez posebnosti. To ni puščinja, niti muzej. Je živ del ukrajinskega podeželja, ki priča svojo zgodbo o preteklih dogodkih in tok nevidne nevarnosti, ki predstavlja kontrast z okolico, ki ga obdaja, vsaj kar se tiče večinskega ozemlja. Pripjat je izjema tega pravila, kjer sama zapuščenost mesta priča svojo zgodbo.

Namestnik vodje potovalne agencije ChornobylInterInform, zavrača predlog, da je bilo območje nesreče spremenjeno v turistično atrakcijo: »Pravi, da to ni turistično poslovanje, niti predstava, temveč edinstveno mesto, ki predstavlja največjo človeško katastrofo, kjer se na tisoče strokovnjakov dnevno ukvarja z odpravljanjem posledic nesreče« (Vilkos 2006).

Stopnja avtentičnosti na primeru Černobila

Černobilska »izključena cona« si je prislužila slavo nenavadne turistične destinacije in je v mnogih pogledih stičišče črnega turizma in urbanega raziskovanja.

Pripjat se pogosto prikazuje kot Meko med urbani raziskovalci, fotografije mesta pa so pogosto predstavljene kot ene najbolj razširjenih tovrstnih na spletu. Kljub temu, da fotografije Pripjata pogosto predstavljajo definicijo urbanega raziskovanja, se mesta ne da doživeti samo skozi fotografije, temveč se je za resnično doživetje potrebno odpraviti na izlet, saj vsak posameznik doživi drugačno izkušnjo (Goatcher 2011).

Težko je govoriti o avtentičnosti turistične izkušnje, saj le to vsak posameznik doživi drugače. Poleg tega se pojavlja dvom o verodostojnosti mnogih artefaktov, ki jih lahko najdemo znotraj cone. Nekatere izmed najbolj znanih slik, ki jih najdemo na spletu so tiste s stotinami

plinskih mask, ki ležijo na tleh šolske menze, sovjetska propaganda, ki še danes visi v učilnicah, otroške punčke, ki ležijo povsod in so jih otroci pustili tam 30 let nazaj.

Na tem mestu se sprašujem, ali so glavne atrakcije tiste, ki jih predstavijo vodiči? So to plinske maske, otroške punčke, socialistična propaganda ali je to le oder, ki se ga predstavlja turistom, oder, ki ga posamezniki želijo videti? Mar je izlet v Černobil živalski vrt za turiste, kjer se posamezniki med seboj grebejo kdo bo posnel boljšo fotografijo in pozabljajo na zgodovinsko pomembnost tega prostora. Kakšen je učinek, če vsak izmed 10.000 obiskovalcev letno predstavlja predmete in artefakte, ki so razstavljeni v coni v lovu za najboljšo fotografijo? Po analizi slik in spletnih forumov sem prišla do spoznanja, da nekateri posamezniki v lovu za dobro zgodbo preteklih dni obiščejo cono in pišejo zgodbe, ki jih kreirajo s pomočjo lastno izdelanih prizorov. V imenu žrtev pripovedujejo zgodbe in kreirajo resnico s pomočjo slik, ki ne izražajo dejanskega stanja cone.

Moja kritika izletov v Černobil in resnice, ki jo poda posamezni vodič se ne nanaša na to, da je vse neresnica, vendar se sprašuje koliko resnice pokažejo obiskovalcu in kaj prikrivajo.

Obisk Černobila v okviru izleta s skupino je določen s strogimi itinerarji, ki obiskovalca popeljejo z ene priljubljene »turistične destinacije« na drugo. Na tem mestu se sprašujem kdo pripisuje pomen kaj bodo množice dojele kot »turistično destinacijo«. Vprašanje, ki zahteva nadaljnje raziskave je stopnja avtentičnosti, ter koliko raziskovanja se dopušča?

Pripjat težko raziskujemo v okviru urbanega raziskovanja. Definicija urbanega raziskovanja namreč velja za zapuščene kraje, kamor se posamezniki odpravijo raziskovat objekte, prostore... ki so množicam nepoznani, poleg tega pa nihče ne služi na njihov račun, posamezniki sami raziskujejo takšne kraje in pogosto tvegajo, da jih bo priprla policija.

Čeprav so ulice Pripjata prazne se letno tam gnete masa ljudi, itinerarji so skrbno določeni kaj je lahko vidno očem obiskovalcev. Vedno pa se najde nekaj posameznikov, ki želijo doživeti in obiskati tudi prepovedane kraje v coni, ki so proti pravilom. Černobilska policija lahko namreč pridrži in kaznuje vsakega obiskovalca, ki se po območju sprehaja brez vodiča, ne glede na to, ali posameznik le prečka cesto ali obišče trgovino brez lokalnega vodiča.

5 VPLIV TURIZMA NA LOKALNO OKOLJE

O nekem prostoru oz. kraju, ki ga lahko doživimo, si reprezentacije ustvarjamo preko lokalnega prebivalstva, ki nam poda svoje socialno vedenje. Če pripadamo nekemu kraju, to pomeni, da poznamo simbolne forme in kolektivne pomene (vedenje), pomene, ki so pripisani spomenikom, stavbam in dediščini, kot tudi norme, kaj je prav in kaj ne. Na osnovi teh vsebin se ustvari razlika med domačini in turisti.

Pojavlja se vprašanje ali turizem vpliva na vedenje lokalnih skupnosti, ali predstavlja grožnjo identitetam ali mogoče deluje kot vir preko katerega se identitete ustvarjajo.

Ko turisti prečkajo mejo, prečkajo tudi kulturne prepreke in s seboj prinesejo svoje kulturne vzorce vedenja, obnašanja, pričakovanja ... Turisti so tranzitni obiskovalci zato lahko ostanejo za lokalno skupnost anonimni, kot tudi obratno. Pojavi se vprašanje čigavim interesom se naj ustreže, interesom lokalne skupnosti ali gostovim. Tukaj moramo upoštevati interakcijo turizma z oblikami reprezentacij prostora, ter oblikami vedenja, ki zadeva pripadnost in identiteto.

Vplive turizma moramo deliti na ekonomske (zaposlitev v turizmu) in socio-kulturne (spremembe v vzorcih obnašanja in materialni kulturi). Pri širjenju turizma (večji turistični obiskanosti) imajo lahko lokalni prebivalci lahko občutek »socialnega onesnaženja« - lahko se počutijo, da so žrtvovali svoj kraj za potrebe turistov. Odnos med domačini in turisti se lahko kontrolira preko previdnega upravljanja in manipulacije razvoja turizma. Pojavlja se vprašanje ali ločiti turizem od (življenja) lokalne skupnosti ali ustvariti višjerazredni (upmarket) turizem, kjer bi imeli manj klientele (enak dobiček, manj kulturne degradacije). Vendar pri upmarket turizmu je vprašljivo - čeprav se zdi, da je manj turistov lažje kontrolirati, bi zaradi visoke kupne moči bogatih turistov lahko nastale večje razlike med turisti in domačini.

Pri manjših zgodovinskih mestih obstaja skrb, da so podredili svoj prostor potrebam turistov. Črni turizem pogosto predstavlja ekonomsko privlačno strategijo za države, saj lahko z njim ustvarjajo prihodke in zaposlovanje. Poleg tega na ta način zagotavljajo pozitiven odnos z javnostjo in način s katerim prikažejo, da država priznava težke trenutke svoje preteklosti (Olick 2007).

Priča smo tudi spremembam pomena prostora, kjer se prostori, ki so prej služili potrebam domačinov, spreminjajo v prostore, ki služijo turistom - meje so lahko ali simbolične, lahko pa so tudi fizične.

Lahko pride do neskladja med pričakovanji turistov in domačinov glede tega kaj predstavlja javno in kaj privatno. Domačini pogosto »uprizarjajo« svojo kulturo turistom, da bi preprečili poseganje turistov v njihovo privatno sfero. Pri ločevanju na javno in privatno, ter pri interpretaciji neke domorodske kulture, je pomembna vloga posrednika - turističnega vodiča. V bistvu je on tisti, ki turistom predstavi kulturo in če je npr. jezikovna prepreka velika, je lahko vloga vodiča osnovnega pomena za turistovo razumevanje neke kulture.

Ko vse skupaj pogledamo, vidimo, da imajo turisti vplive na lokalni kulturo, ki jih lahko razumemo kot bolj ali manj negativne.

V primeru Černobila bi lahko trdili, da je vse prilagojeno potrebam turistov, saj lokalno prebivalstvo ne živi več tu, razen majhne skupine posameznikov, ki se niso zmenili za evakuacijo iz kontaminiranega ozemlja.

6 SKLEP

Dandanes je zaznati vedno večji porast specifičnih potovanj, ter upad »klasičnih« potovanj. Ljudje si želijo doživeti čim več stvari na potovanjih, naj si gre za športne aktivnosti, potovanja v nerazvite kraje, iskanje samega sebe ali obiske morbidnih krajev. Črni turizem se je nedvomno pojavil že odkar so imeli ljudje sredstva in motivacijo za potovanja v okviru prostega časa. Na primer: lahko bi rekli da so bila prisotnost na rimskih gladiatorskih igrah in obiski vojnih bojišč »začetki« črnega turizma.

Černobila ne moremo obravnavati samo v kontekstu črnega turizma, temveč tudi v kontekstu strupenega in s tem tudi okoljskega turizma, ki opozarja na nevarnosti jedrske energije. Razumemo ga lahko kot prostor nasprotij in dualnosti, kot tudi prostor fizične reprezentacije in namišljenih pomenov.

Prezentacija v različnih medijih, pojavom filmov ter video iger je še dodatno pripomogla k povečanemu obisku in prepoznavnosti Černobilske cone. Ljudje imajo različne razloge za obisk Černobila, pri turistični izkušnji pa veliko vlogo odigra vodič, ki ljudi poduči o zgodovini, pomenu in tragediji.

Ne strinjam se s trditvijo, da je Pripjat nekaka profana časovna kapsula. Obiskovalci namreč iz dneva v dan spreminjajo podobo mesta. Nekateri se namreč obnašajo nadvse agresivno in odlagajo odpadke v grmovje, pišejo imena v prah in na različne načine vstopajo v interakcijo z okolico.

Poleg tega je obiskovalcem prikazan samo del realnosti, ki ne odraža prave resničnosti, to je le oder, ki je postavljen za množice in narejen, da privablja vedno večje število ljudi z vsega sveta. To je enako kot govoriti o dožitju Severne Koreje medtem, ko te na vsakem koraku spremlja vodič. Verjamem, da neko turistično atrakcijo doživimo iz pogovora z domačini, skozi arhitekturo in zgodovinske artefakte, ne pa s slikami, ki jih posnamemo in so označene kot tista »prava turistična atrakcija«. Za dožitje pristnega Černobila je potrebno vstopiti v rezidence, ki niso na itinerarjih, kjer lahko vidimo osebne predmete ljudi, ki so nekoč živeli tam in to je tista pristna izkušnja, ki jo iščemo. Po drugi strani pa se postmodernisti, kot je že Cohen opredelil ne obremenjujejo z avtentičnostjo ter uživajo v neavtentičnih stvareh. Morda je prav to razlog za naplavo fotografij plinskih mask in otroških igračk, ki v nas vzbujajo grozo ter porajajo vprašanja, če je to tisto po čemer se spomnimo Černobila.

Pripjat ni časovna kapsula, kot tudi ne mesto duhov v strogem pomenu. Je neke vrste »radioaktivni Disneyland«, ultimatívna atrakcija fotografov.

Posamezniki, ki obišejo Černobil pod okriljem organiziranih izletov se slepijo, da beležijo trenutke zgodovine. Z vsako fotografijo ki jo posnamejo je tu še tisoč drugih, s katerimi obiskovalci posnemajo lep prizor, ki so ga po možnosti priredili, tako da izgleda čim bolj pristno in šokantno. Zdi se, da je območje postalo vir zaslužkarstva, posamezniku pa je prikazan le oder, ki je vnaprej pripravljen in dramatiziran.

7 LITERATURA

1. Ashworth, G. J. 2008. The memorialization of violence and tragedy: Human trauma as heritage. v B. Graham in P. Howard. *The Ashgate research companion to heritage and identity*. 231–244. Aldershot: Ashgate.
2. Bowen, D. in Clarke, J. 2009. *Contemporary Tourist Behaviour: Yourself and Other as Tourists*. Wallingford: CABI.
3. Bowman, Michael S. in Phaedra C. Pezzullo. 2009. What's so Dark about Dark Tourism? : Death, Tours, and Performance. *Tourist Studies* 9 (3): 187–202.
4. Cohen, E. 1985. The tourist guide: The origin, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research* 12: 5–29.
5. Cohen, E. H. 2011. Educational dark tourism at an In Populo site: The Holocaust Museum in Jerusalem. *Annals of Tourism Research* 38 (1): 193–209.
6. Cohen, Erik. 2008. The changing faces of contemporary tourism. *Society* 45 (4): 333–3.
7. Crompton. 1979. v Albanese, P. in Boedeker, M. 2003. *Matkailumarkkinointi*. Helsinki: Edita Publishing Oy.
8. Di Chiro, G. 2000. *Bearing witness or taking action? Toxic tourism and environmental justice. Reclaiming the environmental debate: The politics of health in a toxic culture*. V R., Hofrichter. 275–300. Cambridge, MA: MIT Press.
9. Dyer, G. 2009. *Danger! High-radiation arthouse!* Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/film/2009/feb/06/andrei-tarkovsky-stalker-russia-gulags-chernobyl> (2. avgust 2015).
10. Fairlie, Ian, David Sumner in Angelina Nyagu. 2006. *The Other Report on Chernobyl (TORCH): An Independent Scientific Evaluation of Health and Environmental Effects 20 Years After the Nuclear Disaster Providing Critical Analysis Of A Recent Report by the International Atomic Energy Agency (IAEA) and the World Health Organization (WHO)*. Berlin, Brussels, Kiev: The Altner Combecher Foundation and the Hatzfeldt-Foundation.
11. Goatcher, Jeff in Brunsdon, Viv. 2011. Chernobyl and the Sublime Tourist. *Tourist Studies* 11 (2): 115–137.
12. Henderson, M. 2006. Danger from Radiation is Exaggerated Say Scientists, *The Times*, 8 (10 julij).
13. Hsu, C.H.C. in Huang, S. 2008. Travel Motivation: a Critical Review of the Concept's development. V *Tourism management: analysis, behaviour and strategy*. A.G., Woodside in D., Martin. 14–27. Cambridge MA:CABI Publishing.
14. *Institute of Dark Tourism*. Dostopno prek: <http://dark-tourism.org.uk> (3. avgust 2015).

15. Jamal, T. in Lelo, L. 2011. Exploring the conceptual and analytical framing of dark tourism: From darkness to intentionality. V *Tourist experience: Contemporary perspectives*. R. Sharpley in P. Stone. 29–42. London: Routledge.
16. Kang, Ej, Scott, N., Lee, Tj, in Ballantyne, R. 2012. Benefits of visiting a ‘dark tourism’ site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management* 33 (2) : 257–265.
17. Lennon, J. in Foley, M. 2000. *Dark tourism – the attraction of death and disaster*. Hampshire: Cengage Learning.
18. Leontiev, Y. 2005. *Pripyat: Short Introduction*. Dostopno prek: <http://pripyat.com/en/pripyat-and-chernobyl/pripyat-short-introduction.html> (26. avgust 2015).
19. Lisle, D. 2007. Defending voyeurism: Dark tourism and the problem of global security. V *Tourism and politics: Global frameworks and local realities*. P. Burns in M. Novelli. 333–347. Amsterdam: Elsevier. Ministry of Emergencies.
20. MacCannell, Dean. 1999. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley/London: University of California Press.
21. Medvedev, Grigorii in Andrei D. Sakharov. 1991. *The Truth About Chernobyl*. London: Tauris.
22. Meethan, Kevin. 2001. Tourism in global society. *Place, culture, consumption*. Hundmills Basingstoke: Palgrave.
23. Mould, Richard F. 2000. *Chernobyl Record: The Definitive History of the Chernobyl Catastrophe*. Philadelphia: Institute of Physics Publishing.
24. Moutinho, L. 2000. *Strategic Management in Tourism*. Wallingford: CABI.
25. Mycio, Mary. 2005. *Wormwood forest: A natural history of Chernobyl*. Washington: Joseph Henry Press.
26. Olick, Jeffrey K. 2007. *The politics of regret: Collective memory in the age of atrocity*. London, New York: Routledge.
27. Petryna, A. 2002. *Life Exposed: Biological Citizens After Chernobyl*. Princeton, NJ, Oxford: Princeton University Press.
28. Pezzullo, P. C. 2007. *Toxic tourism: Rhetorics of pollution, travel, and environment justice*. Alabama: The University of Alabama Press.
29. Phillips, S. D. 2004. Chernobyl’s Sixth Sense: The Symbolism of an Ever-Present Awareness. *Anthropology and Humanism* 29 (2): 159–85.

30. Podoshen, Jeffrey S. 2013. Dark tourism motivations: Simulation, emotional contagion and topographic comparison. *Tourism Management* 35 (4): 263–271.
31. Rojek, Chris. 1993. *Ways of escape: Modern transformations in leisure and travel*. London: Sage.
32. Ryan, Chris. 2002. Motives, behaviors, body and mind. *Continuum* 27–57.
33. Seaton, A. V. 1996. »Guided by the dark: From Thanatopsis to Thanatourism«. *International Journal of Heritage Studies* 2 (4): 234–244.
34. Slade, P. 2003. Gallipoli thanatourism: The meaning of ANZAC. *Annals of Tourism Research* 30 (1): 779–794.
35. Stone, Philip. 2011. Dark tourism and the cadaveric carnival: Mediating life and death narratives at Gunther von Hagens' Body Worlds. *Current Issues in Tourism* 14 (7): 685–701.
36. Stone, Philip in Richard Sharpley. 2008. Consuming dark tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research* 35 (2): 574–595.
37. Stone, Philip. 2012. Dark tourism and significant other death. Towards a Model of Mortality Mediation. *Annals of Tourism Research* 39 (3): 1565–87.
38. Stone, Philip. 2013. Dark Tourism, Heterotopias and Post-Apocalyptic Places: The Case of Chernobyl. *Dark Tourism and Place Identity*. Dostopno prek: http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1035&context=philip_stone (29. avgust 2015).
39. *Statistični urad RS*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/StatWeb/pregled-podrocja?idp=24&headerbar=21> (4. julij 2015).
40. Swarbrooke, John. in Horner, Susan. 2007. *Consumer behaviour in tourism*. London: Elsevier Butterworth-Heinemann.
41. Tarlow, Peter. 2005. Dark Tourism: the appealing dark side of tourism and more. *Niche Tourism Contemporary issues, trends and cases* 47-57. Turizam/Turizam%20Srbije/Niche%20Tourism.pdf (28. avgust 2015).
42. Urry, John. 2005. *The Tourist Gaze*. London: SAGE publications.
43. Vilkos, Y. 2006. Travel Agencies Cashing in on Trips to Chornobyl. *Kyiv Post*, 26. april. Dostopno prek: <http://www.kyivpost.com/content/ukraine/travel-agencies-cashing-in-on-trips-to-chornobyl-24356.html> (17. avgust 2015).
44. Walter, Tony. 2009. Dark tourism: mediating between the dead and the living. V *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*. Sharpley, Richard in Phillip Stone. Bristol: Channel View Publications.
45. Wang, Ning. 1999. Rethinking authenticity in tourism experience. *Annal of Tourism Research* 26 (2): 349–70.