

UNIVERZA V MARIBORU
FAKULTETA ZA TURIZEM

Luka Gošek

**GENERACIJA Z IN ATRAKCIJE TEMNEGA
TURIZMA NA OSNOVI SERIJSKIH
MORILCEV**

Magistrsko delo

Brežice, september 2023

UNIVERZA V MARIBORU
FAKULTETA ZA TURIZEM

Luka Gošek

**GENERACIJA Z IN ATRAKCIJE TEMNEGA
TURIZMA NA OSNOVI SERIJSKIH
MORILCEV**

Magistrsko delo

Mentorica: zasl. prof. dr. Jana Goriup

Brežice, september 2023



Univerza v Mariboru

Fakulteta za turizem

IZJAVA O AVTORSTVU IN ISTOVETNOSTI TISKANE IN ELEKTRONSKE OBLIKE ZAKLJUČNEGA DELA

Ime in priimek študenta: Luka Gošek

Študijski program: magistrsko delo

Naslov zaključnega dela: Generacija Z in atrakcije temnega turizma na osnovi serijskih morilcev

Mentorica: zasl. prof. dr. Jana Goriup

Podpisani študent Luka Gošek

- izjavljam, da je zaključno delo rezultat mojega samostojnega dela, ki sem ga izdelal ob pomoči mentorice;
- izjavljam, da sem pridobil vsa potrebna soglasja za uporabo podatkov in avtorskih del v zaključnem delu in jih v zaključnem delu jasno in ustrezno označil;
- na Univerzo v Mariboru neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve avtorskega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico ponuditi zaključno delo javnosti na svetovnem spletu preko DKUM; sem seznanjen, da bodo dela deponirana/objavljena v DKUM dostopna široki javnosti pod pogoji licence Creative Commons BY-NC-ND, kar vključuje tudi avtomatizirano indeksiranje preko spleta in obdelavo besedil za potrebe tekstovnega in podatkovnega rudarjenja in ekstrakcije znanja iz vsebin; uporabnikom se dovoli reproduciranje brez predelave avtorskega dela, distribuiranje, dajanje v najem in priobčitev javnosti samega izvirnega avtorskega dela, in sicer pod pogojem, da navedejo avtorja in da ne gre za komercialno uporabo;
- dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v zaključnem delu in tej izjavi, skupaj z objavo zaključnega dela;
- izjavljam, da je tiskana oblika zaključnega dela istovetna elektronski obliki zaključnega dela, ki sem jo oddal za objavo v DKUM.

Datum in kraj:

Podpis študenta:

18. 09. 2023, Sevnica

ZAHVALA

Rad bi se zahvalil vsem, ki so mi z reševanjem ankete pripomogli k pripravi zaključnega dela, ter družini za podporo v času pisanja. Največja zahvala pa gre mentorici zasl. prof. dr. Jani Goriup, ki je bila od moje prve omembe želje po izdelavi naloge na to tematiko pripravljena sodelovati, me mentorirati in je s svojimi komentarji, pripombami in idejami močno pripomogla k nastanku dela.

GENERACIJA Z IN ATRAKCIJE TEMNEGA TURIZMA NA OSNOVI SERIJSKIH MORILCEV

Temni turizem je podvrst turizma, ki v zadnjih časih pridobiva vse več zanimanja s strani javnosti, še vseeno pa obstajajo področja temnega turizma, ki so deloma neznana in neraziskana. Takšen je na primer temni turizem na osnovi dejanj serijskih morilcev. Turisti, ki se uležujejo takšnih atrakcij, si želijo unikatnosti, drugačnosti in izstopa iz vsakdanjosti. Enake želje na potovanjih pa imajo tudi pripadniki generacije Z, ki so rojeni med leti 1995 in 2015. V nalogi smo s pomočjo analize literature postavili definicijo temnega turizma na osnovi dejanj serijskih morilcev. Prav tako smo s pomočjo analize anketnega vprašalnika, v katerem je sodelovalo 416 pripadnikov slovenske generacije Z, ugotovili, da je produkt temnega turizma na osnovi serijskega morilca atraktiven za slovenske pripadnike generacije Z. Spoznali smo njihove želje glede oblikovanja takšnega produkta in ugotovili, da bi pripadniki generacije Z lahko predstavljali ciljno skupino za takšen turistični produkt.

Ključne besede: temni turizem, serijski morilci, generacija Z

UDK: 338.48-6:343.91:343.611-051(043.2)

GEN Z AND DARK TOURISM ATTRACTIONS BASED ON SERIAL KILLERS

Dark tourism is a subtype of tourism that has been gaining more and more interest from the public in recent times, but there are still areas of dark tourism that are partly unknown and unexplored. Such is, for example, dark tourism based on serial killers. Tourists who visit such attractions want uniqueness and detachment from everyday life. Members of generation Z, who were born between 1995 and 2015, have the same wishes when travelling. In the assignment, with the help of literature analysis, we set the definition of dark tourism based on the actions of serial killers. Also, with the help of the analysis of a survey questionnaire in which 416 members of the Slovenian generation Z participated, we found that the product of dark tourism based on serial killers is attractive to the Slovenian members of the generation Z. We found out their wishes regarding the creation of such a product and found that generation Z could represent the target group for such touristic products.

Key Words: dark tourism, serial killers, Gen Z

UDK: 338.48-6:343.91:343.611-051(043.2)

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	Namen in cilji zaključnega dela	3
1.2	Raziskovalna vprašanja in hipoteze	3
1.3	Predpostavke in omejitve zaključnega dela	4
1.4	Predvidene metode zaključnega dela	5
2	TEMNI TURIZEM	6
2.1	Temni turisti.....	9
2.2	Serijski morilci.....	10
2.3	Turizem v povezavi s serijskimi morilci	12
2.3.1	Jack Razparač	14
2.3.2	Cream city cannibal tour: Jeffrey Dahmer	14
2.3.3	Devil and the white city: H. H. Holmes	15
2.3.4	Beacon Hill Crime Tour: Bostonski davilec.....	16
2.3.5	Capitol Hill True Crime Tour in The Hunt for Ted Bundy: Ted Bundy	16
2.3.6	San Francisco's Dark Side Tour: Charles Manson, Richardz Ramirez in Morilec Zodiaka 16	
2.3.7	Druge atrakcije, povezane s serijskimi morilci.....	17
2.3.8	Analiza produktov.....	18
2.4	Slovenska serijska morilca	19
2.4.1	Metod Trobec	19
2.4.2	Silvo Plut	21
2.5	Mediji in serijski morilci	22
3	GENERACIJA Z.....	24
3.1	Definicija generacije Z	24
3.2	Pripadniki generacije Z kot turisti	26
4	METODOLOGIJA	27
4.1	Sestava anketnega vprašalnika.....	28
4.2	Izvedba anketnega vprašalnika	29
4.3	Analiza anketnega vprašalnika.....	31
5	UGOTOVITVE	39
5.1	Analiza zastavljenih ciljev	39
5.2	Analiza raziskovalnih vprašanj	42
5.3	Preverjanje zastavljenih hipotez.....	43
6	ZAKLJUČEK.....	46
7	LITERATURA IN VIRI	49

8	PRILOGE	62
----------	----------------------	-----------

KAZALO SLIK

Slika 1: Spektrum temačnosti temnega turizma.....	8
Slika 2: T-test pripravljenost za udeležbo glede na spol	44
Slika 3: T-test pripravljenost za udeležbo glede na zgodovino gledanja filmov in serij.....	45

KAZALO TABEL

Tabela 1: Spol anketirancev	30
Tabela 2: Razporeditev anketiranih po slovenskih regijah.....	30
Tabela 3: Izobrazba anketiranih	31
Tabela 4: Status zaposlitve anketiranih	31
Tabela 5: Poznavanje termina temni turizem	31
Tabela 6: Želja anketiranih po obisku atrakcij temnega turizma	31
Tabela 7: Udeležba v atrakcijah temnega turizma	32
Tabela 8: Tipi temnih atrakcij, ki so se jih anketirani že udeležili	32
Tabela 9: Ali bi se anketirani v prihodnje udeležili atrakcij temnega turizma?	32
Tabela 10: Poznavanje anketiranih serijskih morilcev in z njimi povezanih produktov.....	33
Tabela 11: Kako bi anketirani želeli, da bi bil produkt oblikovan.....	37
Tabela 12: Kako bi si anketirani želeli, da bi bil produkt izveden.....	37
Tabela 13: Kakšen tip produkta bi si želeli, da bi bil	37
Tabela 14: Kaj bi si anketirani želeli, da bi bilo vključeno v produkt	38

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Pripravljenost anketiranih za udeležbo v turističnih produktih vezanih na serijske morilce	33
Graf 2: Želja anketiranih po obisku turističnih atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev, bi bila večja, potem ko bi njihovo zgodbo delno spoznal/a v medijih ali preko ekranov	34
Graf 3: Osebe v mojem ožjem krogu bi se z menoj udeležile atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev	34
Graf 4: Mislim, da so produkti temnega turizma osnovani na dejanjih serijskih morilcev zanimivi in unikaten način spoznavanja zgodovine določene destinacije.....	35
Graf 5: Udeležil/a bi se produkta temnega turizma na osnovi slovenskega serijskega morilca Metoda Trobca	35
Graf 6: Koliko bi bili pripravljeni anketirani plačati za produkt temnega turizma osnovanega na dejanjih Trobca.....	36
Graf 7: Kolikšna bi bila za anketirane zelena optimalna dolžina produkta.....	36
Graf 8: Slovenske regije glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev	40
Graf 9: Najvišja dosežena izobrazba anketiranih glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev.....	41
Graf 10: Status zaposlitve anketiranih glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev.....	41
Graf 11: Frekvenca potovanja anketiranih glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev.....	42
Graf 12: Motivi za potovanje anketiranih glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev.....	42
Graf 13: Pripravljenost za udeležbo v turističnih produktih vezanih na serijske morilce glede na spol	44
Graf 14: Delež anketiranih, ki bi se udeležile temnih atrakcij, vezanih na serijske morilce glede na zgodovino gledanja filmov in serij.....	45

1 UVOD

Potovanje v nove dežele in spoznavanje tujih lokacij je že od nekdaj predmet zanimanja ljudi. Že v antičnih časih so ljudje potovali v oddaljene kraje, bodisi zaradi raziskovanja, trgovine, želje po pridobitvi novih surovin ali romanja. Globalizacija in vse hitrejši načini potovanja do želene lokacije pa so ljudem odprli ogromno možnosti za spoznavanje njim še neznanega, hkrati pa je ta fenomen odprl novo področje akademskega raziskovanja (Jayapalan, 2001). Pri raziskovanju turizma lahko le-tega delimo na več načinov, odvisno od tematike, ki nas pri trenutnem raziskovanju zanima (Tureac in Turtureanu, 2010). Ena izmed vrst turizma je tudi dediščinski turizem. Tega bi lahko opredelili kot obiskovanje zgodovinskih in kulturno pomembnih lokacij. Ta vrsta turizma je ena izmed najhitreje rastočih in razvijajočih se v turistični industriji (Hargrove, 2002). Podvrst dediščinskega turizma pa predstavlja tudi temni turizem; pojem, ki ga nekateri opisujejo kot stičišče smrti in dediščine (Roberts in Stone, 2014).

Light (2017) je identificiral različna področja zanimanja v raziskavah temnega turizma. Med njih tako spadajo območja povezana z vojno in konflikti, ki so daleč najbolj raziskano področje temnega turizma. Drugi tipi atrakcij, ki tudi vzbujajo veliko zanimanja, so lokacije povezane s holokavstom in zaporniškim ustanovami. Med manj raziskane pa spadajo lokacije posamičnih ali množičnih umorov, lokacije smrti znanih oseb, 'ghost tour' in temne turistične atrakcije z namenom zabave.

Glede na omenjena področja raziskav v temnem turizmu poznamo v evropskem prostoru več atrakcij temnega turizma, čeprav včasih za nekatere sploh ne bi predpostavljali, da spadajo v to vejo turizma. Tako med tovrstne atrakcije spadajo:

- koncentracijska taborišča (kot sta Auschwitz na Poljskem in Dachau v Nemčiji);
- vojna območja (kot je na primer Waterloo);
- pokopališča (kot je tisto v Veli Luki na Hrvaškem) in
- območja katastrof (kot je območje jedrske katastrofe Černobil v Ukrajini).

Na območju Slovenije lahko kot atrakcije temnega turizma označimo muzej na prostem Kolovrat, Kobariški muzej, razstavo o slovenskih izgnancih na gradu Rajhenburg, Predjamski grad idr.

V magistrski nalogi smo se osredotočili na turistične atrakcije, ki so povezane z dejanji serijskih morilcev. Glede na razporeditev akademskega raziskovanja temnega turizma, ki jo je opravil Light (2017), bi lahko turistične atrakcije, povezane z dejanji serijskih morilcev, uvrstili med lokacije posamičnih ali množičnih umorov. Seveda pa se lahko te atrakcije nahajajo tudi stran od teh lokacij.

Ko se na nekem območju pojavijo serijski umori, so posledice teh dejanj zelo negativne. Poveča se strah med ljudmi, ki postanejo bolj previdni, zmanjša se njihova aktivnost v družbi, s tem pa se zmanjša tudi njihova poslovna dejavnost. Pri tem pojavu pa obstajajo tudi manjše izjeme, kjer določena industrija občuti »pozitivne posledice«. Tako se poveča prodaja orožja za samoobrambo, več posameznikov se odloči za nakup psov, nekateri se odločijo za nakup alarmnih in varovalnih videonaprav; pozitivne posledice pa ima lahko tudi turistični sektor (Gibson, 2006).

Čeprav ugotavljamo, da fenomen obiskovanja lokacij in atrakcij, ki so povezane s smrtjo in trpljenjem, narašča, pa se, posledično, zaradi turistov zanje zanimajo tudi mediji in akademsko okolje. Kljub povečanemu zanimanju literatura ostaja šibka in eklektična (Stone, 2006). Med drugim mediji poskušajo to področje približati ljudem tudi z oddajami, kot je na primer 'Dark Tourist' na platformi Netflix, kjer predstavljajo temne turistične atrakcije sveta (IMDb, 1990–2023a).

V zadnjih letih so se na ekranih in v priljubljene kulturi začele pojavljati tudi številne podobe in upodobitve povezanih s serijskimi umori. Seveda so ti bili tam deloma prisotni že prej, kot na primer v filmu *Ko jagenčki obmolknejo*, kjer je glavni lik Hannibal, izmišljen serijskih morilec. Tudi danes lahko zasledimo na ekranih izmišljene serijske morilce, kot je na primer Joe Goldberg v Netflixovi seriji *You* (Jimenez, 2022). Med drugimi pa vse več zanimanja žanjejo dokumentarne serije in filmi, ki predstavljajo resnične serijske morilce. V zadnjih letih si lahko tako ogledamo serije in filmske priredbe dogodkov povezanih s serijskimi morilci, kot so Ted Bundy, Jeffrey Dahmer (Cheung, 2022), Andrew Cunanan (Damlag, b. d.) in Richard Ramirez (German, 2021).

Eden izmed najbolj prepoznavnih slovenskih kriminalcev in prvi izmed dveh slovenskih serijskih morilcev je (bil) Metod Trobec. Trobec je bil zadnja oseba v zgodovini Slovenije, ki je bila obsojena na smrtno kazen zaradi umora vsaj petih žensk, sicer se je kasneje na podlagi pritožbe zaporna kazen zmanjšala na 20 let (Slovenska tiskovna agencija (v nadaljevanju STA), 2006). V svojem življenju je bil Trobec večkrat v navzkrižju z zakonom; največkrat zaradi kraje. Svoje žrtve je spoznal v gostilnah, od koder jih je po prvem srečanju odpeljal k sebi domov, kjer jih je najprej posilil ter nato zadavil (Kunšič, 1980). Vse umore je zagrešil v letu 1978. Njihovih ostankov se je poskušal znebiti s pomočjo krušne peči, v kateri je njihova trupla sežgal. Odkritje posmrtnih ostankov žrtev je bilo zgolj naključno, saj je policija njegov dom preiskala v zvezi z ropom nemškega turista, med preiskavo pa so našli na sežgane ter zoglele ostanke njegovih žrtev (STA, 2006).

Med pregledom literature smo ugotovili, da so turistične atrakcije temnega turizma, ki so povezane z dejanji serijskih morilcev, predvsem popularne v Združenih državah Amerike. V evropskem prostoru smo zasledili le atrakcije v Združenem kraljestvu, ki so vezane na dejanja Jacka Razparača. V magistrskem delu smo raziskovali, ali slovenske pripadnike generacije Z zanimajo in privlačijo turistične atrakcije, vezane na serijske morilce in ali bi se bili pripadniki generacije Z pripravljene udeležiti produkta temnega turizma oblikovanega na dejanjih slovenskega serijskega morilca. Generacijo Z predstavljajo osebe, ki so bile rojene med leti 1995 in 2011, torej so v letu te raziskave (2023) stare od 12 do 28 let. Generacija Z predstavlja prvo generacijo, ki je v celoti odrasla s hitrim razvojem tehnologije, kar je močno vplivalo na njihov razvoj. Pripadniki te generacije so samostojni realisti, ki si želijo pridobiti čim več znanja (Smaliukiene, Kocai in Tamuleviciute, 2020).

Z magistrsko nalogo smo želeli odgovoriti na vprašanje zanimanja in motivacije za nišne produkte temnega turizma, vezane na dejanja serijskih morilcev med pripadniki generacije Z. Ker je ta podvrst temnega turizma slabo raziskana, smo želeli ugotoviti tudi, ali bi se pripadniki slovenske generacije Z zanimali in udeleževali takšnih produktov ter ali bi bilo smiselno produkt temnega turizma v luči dejanj serijskih morilcev oblikovati tudi na slovenskem področju.

1.1 Namen in cilji zaključnega dela

Namen magistrske naloge je na podlagi teoretičnih izhodišč, s pomočjo dosedanjih raziskav in izvedene ankete, predstaviti in ugotoviti, kakšni so pogledi pripadnikov slovenske generacije Z na produkte temnega turizma, osnovanih na dejanjih serijskih morilcev, s čimer bi pripomogli k razumevanju njihovih motivacij in pripravljenosti za udeležbo v nišnih produktih temnega turizma.

Za potrebe magistrske naloge smo si zastavili naslednje cilje:

C 1: Opisati pojav temnega turizma, njegove značilnosti in motivacije turistov, ki se udeležujejo takšnih produktov.

Za razumevanje te podvrsti turizma smo najprej opredelili pojav in spoznali, kakšne so lastnosti in zanimanja turistov, ki se udeležujejo takšnih atrakcij. To smo dosegli z analizo literature in dosedanjih raziskav.

C 2: Pojasniti, kako slovenski predstavniki generacije Z gledajo na produkte temnega turizma na osnovi serijskega morilca.

Področje temnega turizma vezanega na dejanja serijskih morilcev je slabo raziskano, raziskave odnosa med to podvrstjo turizma in pripadniki generacije Z pa ne obstajajo. Zato smo želeli s pridobljenimi empiričnimi podatki pojasniti odnos med pripadniki slovenske generacije Z in temnim turizmom na osnovi serijskih morilcev.

C 3: Opisati značilnosti pripadnikov slovenske generacije Z, ki se zanimajo za produkte temnega turizma, vezanih na dejanja serijskih morilcev.

Ker je področje temnega turizma vezano na dejanja serijskih morilcev slabo razvito, smo želeli definirati skupne karakteristike pripadnikov slovenske generacije Z, ki bi se takšnih produktov udeležili.

C 4: Oceniti, ali bi razvoj produkta temnega turizma, oblikovanega na dejanjih slovenskega serijskega morilca, bil smiseln.

Z analizo dobljenih empiričnih podatkov smo želeli ugotoviti, ali bi bil razvoj produkta temnega turizma na dejanjih serijskega morilca smiseln v slovenskem prostoru in ali bi predstavniki generacije Z predstavljali ciljno skupino.

1.2 Raziskovalna vprašanja in hipoteze

Za potrebe raziskovalnega dela smo si zastavili dve raziskovalni vprašanji, saj nas je zanimalo:

RV 1: Kako je opredeljen temni turizem na dejanjih serijskih morilcev?

RV 2: Kakšne so lastnosti in motivacije turistov, ki se udeležujejo atrakcij temnega turizma?

Prav tako smo si za potrebe raziskovanja zastavili tri raziskovalne hipoteze, s katerimi smo predvidevali, da:

H1: bi se večina slovenskih pripadnikov generacije Z udeležila produkta temnega turizma osnovanega na dejanjih serijskih morilcev;

H2: obstaja statistično značilna razlika glede na spol pripadnikov generacije Z in njihove pripravljenosti za udeležbo v produktu temnega turizma, osnovanega na dejanjih serijskih morilcev;

H3: bi se tisti, ki so si že ogledali film ali serijo vezano na serijskega morilca, bolj verjetno udeležili produkta temnega turizma na osnovi dejanj serijskega morilca.

1.3 Predpostavke in omejitve zaključnega dela

Pri raziskovanju in pisanju magistrske naloge smo predvidevali, da bomo imeli težave z iskanjem literature, ki zadeva področje temnega turizma (predvsem temnega turizma vezanega na dejanja serijskih morilcev), saj to področje sodi med manj raziskane. Področje temnega turizma je postalo bolj razširjen predmet raziskav v zadnjih dveh desetletjih, vendar je bilo malo pozornosti posvečene dejanjem serijskih morilcev. Zaradi tega smo predvidevali, da bo treba v nalogi prenašati ugotovitve z drugih področij temnega turizma na naš raziskovalni problem. Predpostavljali smo tudi, da bo treba veliko dela vložiti tudi v širjenje anketnega vprašalnika, s katerim smo želeli zajeti čim več oseb generacije Z iz različnih delov Slovenije in z različnimi motivi za potovanje, za pridobitev čim ustrežnejšega reprezentativnega raziskovalnega vzorca.

Omejitve, s katerimi smo predvidevali, da se bomo srečevali med raziskovanjem, so bile:

- *nizka stopnja raziskanosti področja temnega turizma vezanega na dejanja serijskih morilcev*; ker je temni turizem že v osnovi manj znan in raziskan, podvrst le-tega, ki je vezana na dejanja serijskih morilcev (predvsem v povezavi z generacijo Z), pa skoraj neobstoječa. Težavo nizke stopnje raziskanosti tega področja turizma smo nameravali rešiti z uporabo in primerjavo literature podobnih atrakcij temnega turizma;
- *pridobivanje zadostnega števila anketirancev*. Omejitev pridobivanja zadostnega števila anketirancev smo dosegli z direktnimi pozivi in prošnjami za deljenje in izpolnjevanje le-tega na višješolske institucije in organizacije, s pomočjo česar smo želeli doseči več oseb;
- *ustreznost sodelujočih v raziskavi*. Omejitev anketnega vprašalnika se je pokazala kot nezmožnost preverjanja ustreznosti sodelujočih v raziskavi. Zaradi tega smo anketo delili preko kanalov, kjer smo ciljali večinoma na našo ciljno skupino, v anketnem vprašalniku pa smo jih poskusili izločiti s prvim vprašanjem, vezanim na njihovo letnico rojstva;
- *termin izvedbe anketnega vprašalnika*. Pridobivanje podatkov za empirično raziskavo smo načrtovali pred začetkom poletja, ker smo predvidevali, da bomo v času počitnic in dopustov imeli več težav s pridobivanjem zanimanja anketirancev.
- *polarizacija vzorca*. Razmerje med anketiranci glede na spol, regijo, iz katere prihajajo, in izobrazbo je bilo neenakomerno in ni odražalo vzorca celotne populacije, kar nam ne omogoča popolnega prenašanja ugotovitev raziskave na celotno generacijo.

1.4 Predvidene metode zaključnega dela

Med raziskavo in pripravljanjem zaključnega dela smo uporabili kombinirano metodo raziskovanja, kjer smo združili kvalitativno in kvantitativno metodo. Tako je magistrska naloga razdeljena na dva dela. Prvi del je teoretični del, v katerem smo raziskovali pojav temnega turizma in karakteristike temnih turistov. V tem delu smo uporabljali sekundarne vire informacij, ki so tisti viri, ki posredno pričajo o nekem dogodku oziroma pojavu. Le ti prikazujejo svojo interpretacijo, komentar in opis teh dogodkov. Takšni viri so na primer članki, knjige, druga literatura in spletna mesta (Univerza v Ljubljani, b. d.).

Za analizo sekundarnih virov smo uporabili kvalitativno analizo podatkov. Takšna analiza se uporablja v raziskovanju, ko proučujemo nemerljive podatke. Pri takšnih analizah se osredotočimo na razumevanje in sklepanje glede na podatke, ki jih imamo. Pri takšnem tipu raziskovanja se največkrat sprašujemo z vprašalnicama 'zakaj' in 'kako' (Smith, 2022). Z analizo sekundarnih virov smo izoblikovali definicijo temnega turizma na osnovi serijskih morilcev, ki smo ji sledili v našem delu, dobili vpogled v temne atrakcije ter se podrobneje seznanili s karakteristikami temnih turistov in z že obstoječimi produkti temnega turizma oblikovanimi na dejanjih serijskih morilcev.

Drugi del magistrske naloge je empirične narave, saj smo v njem zbirali primarne vire informacij in jih analizirali. Primarni viri nam ponujajo informacije o nekem dogodku ali temi brez posrednikov, tako rečeno iz prve roke. Predstavljajo najbolj pravilne poglede in mišljenja o teh temah, saj so podani s strani oseb, ki so bodisi bile priča dogodkom bodisi so bile ustvarjene ali storjene iz njihove strani. Med takšne vire lahko uvrščamo pisma, avtobiografije, dnevnike, zapiske, intervjuje, ankete ter slikovna in video gradiva (Delozier, b. d.).

Za pridobivanje primarnih virov informacij smo uporabili tehniko anketiranja. Anketni vprašalnik smo delno sestavili samostojno in delno na osnovi že opravljenih raziskav, ki so se ukvarjale s podobnimi raziskovalnimi problemi. Anketiranje smo izvedli na internetu s pomočjo internetne strani Ika, ki nam je omogočila lažje oblikovanje ankete, zbiranje podatkov, deljenje in na koncu analizo zbranih podatkov. Analizo in predstavitev pridobljenih empiričnih podatkov, pridobljenih s pomočjo ankete, smo opravili s pomočjo spletne strani Ika, Microsoft Excel in programa SPSS Statistics.

2 TEMNI TURIZEM

Številni viri poročajo, da se v zadnjem času povečuje zanimanje turistov za nedavne smrti in katastrofe, ki so se zgodile na določenih območjih. Nekoč lokacije umorov, požarov, grozodejstev in naravnih katastrof danes postajajo turistični produkti. Želja po obiskovanju takšnih krajev pa je v človeški naravi že dalj časa. Ena izmed najstarejših vrst turizma je romanje, potovanje, kjer so posamezniki ali skupine potovali na mesta, največkrat povezana s smrtjo. Po navadi so te smrti bile povezane z verovanjem in ideologijami, ki so jim sledili romarji (Lennon in Foley, 2000). Pojem temni turizem tako označuje potovanje oseb na destinacije, ki so jih zaznamovale razne katastrofe, smrti, tragedije, stiske in žalost. Temni turizem je začel privlačiti pozornost v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, njegova priljubljenost in udeleževanje oseb v aktivnostih, ki spadajo pod to vrsto turizma, pa sta se močno povečala v zadnjih letih (Stainton, 2021).

Izraz temni turizem sta prvič uporabila raziskovalca Lennon in Foley leta 1996, ki sta ga opisala kot razmerje med turistično atrakcijo ter zanimanjem turistov o smrti in temačnih dogodkih (Dale in Robinson, 2011). Ocenila sta, da je temni turizem produkt sedanje kulture, in kot začetek zanimanja za takšne tematike označila leto 1912, ko se je potopil Titanik. Prepričana sta bila, da je razvoj globalnih komunikacijskih omrežij in sistemov obveščanj imel močan vpliv na zanimanje oseb za takšne dogodke in z njimi povezane atrakcije (Lennon in Foley, 2000).

Za številne temni turizem predstavlja podvrst turizma, ki jim omogoča spoznavanje zgodovine in kulture nekega območja, tudi z negativnimi lastnostmi. Atrakcije temnega turizma obiskovalcem omogočajo spoznavanje in razumevanje tragičnih zgodovinskih dogodkov in, posledično, refleksijo v vsakem posamezniku, zaradi česar je temni turizem v nekaterih aspektih močno povezan z izobraževalnim turizmom (ibid.). Skozi čas se je v akademskih krogih razvilo več poimenovanj za to podvrst turizma, med drugimi jo:

- Seaton (1996) poimenuje 'thana tourism',
- Blom (2000) 'morbidni turizem',
- Rojek (1993) v Sharpley (2009) 'black spot tourism', ter
- Tunbridge in Ashworth (1996) dediščina grozodejstev (v Smith, MacLeod in Hart Robertson, 2010).

Vsem poimenovanjem pa je skupen dejavnik povezanosti tragičnih dogodkov s turizmom (Sharpley, 2009). Z različnimi poimenovanji so avtorji tudi na različne načine opredelili to podvrst turizma. Rojek (1993) je v Smith, MacLeod in Hart Robertson (2010) na primer opredelil 'black spot tourism' kot lokacije, kjer so se zgodile smrti oziroma nesreče, ki so vodile v smrt znanih oseb. Takšne lokacije so nato množično obiskane s strani turistov, ki na njih puščajo spominke in sporočila umrlim. Ti so lahko v fizični obliki kot pisma, rože in grafiti ali pa v nefizični obliki. Kot primer nefizične oblike navaja Oboževalski klub James Deana, ki vsako leto ponovi in uprizori njegovo zadnje potovanje pred smrtjo. Seaton (1996) je opredelil svoj pojem 'thana tourism' kot pojav, ki izvira že iz srednjega veka, katerega motiv predstavlja želja po približanju lokacij smrti, ki so v večini bile nasilne. Opazil je, da želja po obisku takšnih lokacij narašča s prepoznavnostjo osebe oziroma oseb, ki so tam umrli.

Tako kot različni avtorji uporabljajo različna imena in opredelitve, se tudi njihova dela razlikujejo v deljenju te turistične podkategorije. Dann (1998 v Sharpley, 2009) je na primer temni turizem razdelil na pet kategorij:

- *nevarna mesta*, ki predstavljajo destinacije, ki so bile nevarne v preteklosti ali še vedno so;
- *hiše groze*, ki označujejo stavbe povezane z grozotami in smrtjo, kot so na primer ječe; usodna polja, ki označujejo zemljišča in območja, kjer so se dogajala grozodejstva, kot so na primer razna vojna območja in območja holokavsta;
- *ture muk*, ki predstavljajo posamezne atrakcije povezane z grozodejstvi, kot so na primer nesreče in umori, tudi v povezavi z razvpitimi osebami; in
- *tematski thanatos*, ki predstavlja razne muzejske zbirke vezane na grozodejstva.

Stone (2006) pa je identificiral sedem različnih tipov atrakcij temnega turizma:

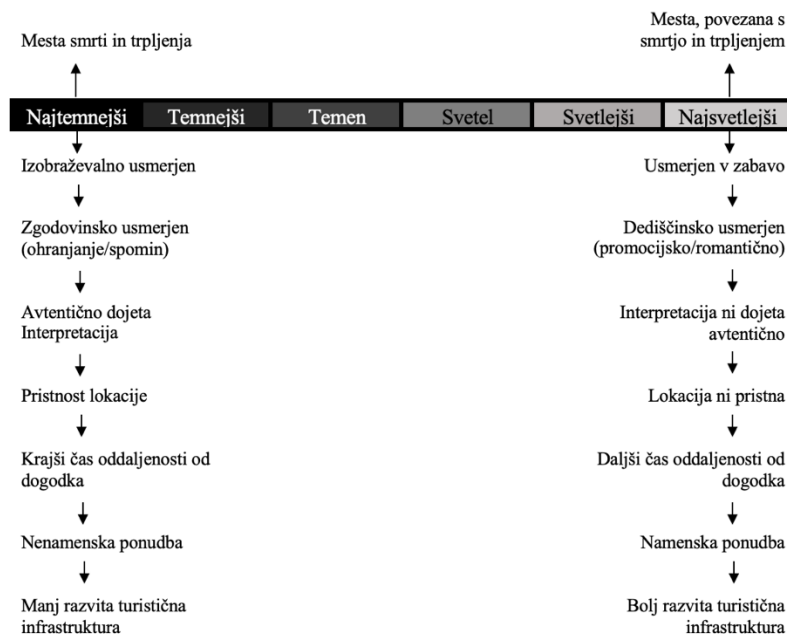
- *'temne tovarne zabave'*, ki temeljijo na načelu zabave in užitka. Takšne atrakcije imajo na voljo dobro razvito turistično infrastrukturo in so v osnovi namenjene sprostitvi. Njihova tematika temelji največkrat na 'svetlejših' elementih temnega turizma. Med takšne atrakcije spadajo na primer londonske ječe ter hiše strahov;
- *temne razstave*, ki so zasnovane kot možnosti za učenje. Namen temnih razstav je razumevanje, spominjanje in učenje glede temnih dogodkov v preteklosti. Takšne razstave so po navadi locirane stran od dejanskih lokacij temnih dogodkov, ki jih predstavljajo. Med te bi tako lahko uvrstili razne razstave v muzejih;
- *temne ječe*. S tem izrazom označujemo atrakcije in lokacije, ki so povezane s temno preteklostjo sodnih sistemov in kaznovanj. Med njih lahko štejemo na primer zapor Alcatraz (ibid.);
- *počivališča oziroma pokopališča*, ki označujejo mesta, kjer turisti obiščejo pokopališča ali nagrobnike (Seaton, 2002 v Stone, 2006). Med te lahko štejemo pokopališče Hollywood forever in ljubljanske Žale;
- *temna svetišča*, ta predstavljajo lokacije, ki služijo kot spomin na nedavno umrle. Po navadi se takšna svetišča oblikujejo na kraju neke nesreče ali v njegovi neposredni bližini (ibid.). Dober primer takšnih svetišč je nastal ob nedavni smrti kraljice Elizabete II., ko so žalujoči obiskovalci v Zelenem parku (Green park) v Londonu, ki se nahaja v neposredni bližini Buckinghamske palače, puščali plišaste medvedke in marmeladne sendviče, v spomin na kraljico (Dye, 2022);
- šesti tip temnih atrakcij so *temna konfliktna mesta*. S tem označujemo lokacije, ki so povezane z vojno in velikokrat že sestavljajo pomemben del turistične ponudbe nekega območja, zaradi njihove izobraževalne narave (Smith, 1998 v Stone 2006). Med njih lahko uvrstimo slovenski muzej na prostem Kolovrat, ki prikazuje območje Soške fronte;
- zadnji tip temnih atrakcij, ki jih identificira Stone, so *temni genocidni kampi*, ki predstavljajo, kot že pove samo ime, lokacije, povezane z genocidom in grozodejstvi povezanimi z njim. Takšne lokacije po navadi spadajo med temnejše atrakcije temnega turizma. Predstavniki teh lokacij so na primer Toul Sleng muzej v Kambodži in Auschwitz na Poljskem (Keil, 2005 v Stone 2006).

Stone (2006) je prav tako razvil spekter temačnosti temnega turizma, saj je področje temnega turizma zelo razvejano in težavno že zaradi narave dogodkov, ki so njihova glavna sestavina. Stone tako trdi, da je pojem »temni turizem« mogoče preširok oziroma le krovni pojem za različne stopnje temačnosti te podvrste turizma. Miles (2002) v Stone

(2006) zagovarja, da lahko atrakcije, vezane na isti dogodek, predstavljajo različne stopnje temačnosti. Kot primer je predstavil koncentracijsko taborišče v Auschwitzu, ki predstavlja dejansko lokacijo smrti in trpinčenja številnih žrtev in s tem spada v najtemnejšo kategorijo temnega turizma. Na drugi strani pa muzeji, ki predstavljajo iste zgodovinske dogodke, kot je na primer Holocaust Memorial muzej v Washington DC, spadajo v odtенок ali dva manj temačno kategorijo, saj se ti dogodki niso zgodili na tistem mestu, še vseeno pa predstavljajo temačen del zgodovine.

Spekter temačnosti je tako razdeljen na 6 delov (Slika 1): najtemnejši, temnejši, temen, svetel, svetlejši in najsvetlejši. Pri tem najtemnejši predstavlja dejanske lokacije smrti, katastrof in nesreč, ki so bile povod za oblikovanje turističnih produktov. Takšni produkti so oblikovani zgolj zaradi učenja in spoznavanja dogodkov in ne zaradi zabave. Prav tako njihova lokacija in zgodba predstavljata avtentičnost. Atrakcije in lokacije, ki jih označujemo za najtemnejše, imajo po navadi med dogodkom in časom razvoja le-teh krajši čas, kar je razlog za kategorizacijo v najtemnejši del temnega turizma, saj lahko ponekod še vedno opazimo sledi dogodkov in dejanj, ki so tam predstavljeni. Turistična infrastruktura okoli teh atrakcij je po navadi tudi manj razvita in le osnovna (Stone, 2006).

Slika 1: Spektrum temačnosti temnega turizma



Prerejeno po: Stone, 2006, 151

Na drugi strani pa najsvetlejši spekter temnega turizma predstavljajo lokacije, ki so povezane s smrtjo, katastrofami in nesrečami, pri katerih je med dogodkom, ki ga predstavljajo, preteklo že več časa (včasih tudi več stoletij). Zaradi tega so te včasih bolj orientirane na zabavo. Ravno zato so potem sprejete kot neavtentične, saj se velikokrat nahajajo tudi daleč stran od lokacij, kjer so ti temačni dogodki potekali. Za takšne atrakcije je značilno še, da je turistična infrastruktura bolj dopolnjena in napredna, da zagotavlja čim večje zadovoljstvo in zabavno doživetje obiskovalcev (ibid.).

Vseeno pa je treba biti pri klasifikaciji turističnih atrakcij temnega turizma previden pri določanju temačnosti in razporejanju v tipe atrakcij, kot jih je (na primer) razdelil Stone. Večina dogodkov, ki služijo kot osnova za nastanek takšnih atrakcij, so v neki meri

povzročili trpljenje, smrti in travme, ki se jih lahko še vedno spominjajo tisti, ki so jim ti dogodki blizu in so jih preživeli (Dalton, 2015).

Glede na to, da obstajajo številne definicije pojma temni turizem in različne delitve, smo v magistrski nalogi za enotno razumevanje upoštevali, da je *temni turizem pojav, ki zajema zavedno obiskovanje destinacij in udeleževanje v atrakcijah, povezanih z dogodki v preteklosti ali sedanjosti, ki so imeli na skupnost in okolje, kjer so se odvili, negativen vpliv*. Takšni dogodki so največkrat naravne nesreče, smrti, trpljenja, vojne, genocidi in druga grozodejstva.

Številni napačno ocenjujejo in opredeljujejo temni turizem kot obsedenost s smrtjo, vendar je treba pri tej podvrsti turizma imeti odprt um. Zavedati se je treba, da je smrt neizbežen del vsakega življenja, kar se lahko odraža tudi v turizmu (Biran in Hyde, 2013). Temni turizem predstavlja tudi odlično priložnost za desezonalizacijo turističnih prihodov, saj takšni produkti niso odvisni od sezonskosti. Vsekakor pa je treba biti pri oblikovanju takšnih produktov previden in misliti na etičnost ter pravice oseb, ki so bile del teh tragedij. Pristop k oblikovanju takšnih produktov mora izražati politično zrelost in razumevanje zgodovinskih dogodkov, na osnovi katerih je produkt oblikovan (Šerić, Mihanović in Tolj, 2020).

Pri oblikovanju izkušenj, vezanih na temačne dogodke v preteklosti, je glavni cilj oblikovanja predati sporočilo o pomembnosti teh dogodkov in njihovih vplivov na lokalno skupnost (Grimwade in Carter, 2000).

2.1 Temni turisti

Obiskovalci temnih turističnih atrakcij in destinacij predstavljajo širok demografičen nabor oseb z različnimi motivacijami in željami poznavanja in podoživljanja zgodovine. Njihove motivacije so velikokrat želja po učenju in spoznavanju neznanega ter želja po razumevanju preteklih dogodkov ipd. Večina temnih turistov pa je motiviranih tudi za spoznavanje in doživetje nečesa drugačnega in nevsakdanjega (Stainton, 2021).

Raine (2013) je na osnovi izvedene raziskave oblikoval štiri skupine temnih turistov, ki se udeležujejo temnih lokacij. Turiste je razdelil glede na njihove motive za obisk, ki so bili osnovani predvsem na njihovi povezanosti z lokacijo, tako:

- pripadnike prve skupine združuje predanost, med njih spadajo romarji in tisti, ki za nekom žalujejo. V večini imajo pripadniki te skupine osebno ali duhovno navezanost na lokacijo, kjer so. Označi jih kot najtemnejšo skupino temnih turistov, ki si želijo mistične izkušnje;
- v drugo skupino je uvrstil tiste, ki si želijo izkušenj. Opisal jih je kot radovedneže, ki jih zanimajo morbidne tematike in iščejo vznemirjenje. Označil jih je kot svetlejšo med temnimi turisti, saj nimajo nikakršne osebne povezave z lokacijo, ki jo obiskujejo;
- tretjo skupino predstavljajo tisti, ki iščejo nove informacije in obiskovanje temnih lokacij razumejo kot hobi; in
- zadnjo skupino temnih turistov označuje naključnost. To so turisti, ki po navadi ne načrtujejo obiska takšnih lokacij in se tam znajdejo po naključju, brez kakršnegakoli posebnega motiva. Ta skupina je med temnimi turisti najsvetlejša.

Nekateri izmed raziskovalcev so prepričani, da so temni turisti definirani glede na njihove motivacije ter obnašanje, saj definicija ni vezana le na same lokacije obiska (Seaton, 1996). To si lahko razložimo na primeru Rajhenburškega gradu, na katerem se nahaja več razstav. Samo lokacijo lahko označimo kot atrakcijo temnega turizma zaradi razstav o slovenskih izgnancih v drugi svetovni vojni, in ne nazadnje, tudi zaradi legend o lobanjah graščaka in njegovega brata, katerih naj bi se še vedno držali njuni duši. Vendar turistov, ki so prišli na grad z namenom spoznavanja izdelovanja čokolade in življenja menihov na gradu, ne moremo označiti za temne turiste. Iliev (2021) je prav tako mnenja, da niso vsi turisti, ki obiskujejo temne atrakcije, temni turisti. Motivacije turistov, ki obiskujejo takšne atrakcije, označuje kot željne po učenju in razumevanju zgodovine. Po njegovo se temne turiste lahko označi za takšne, ko neko turistično atrakcijo ali lokacijo razumejo za temno, torej glede na njihovo doživljanje le-teh. Po prepričanju Farrier in Horan (2018) se temni turisti izogibajo navadnim in popularnim turističnim atrakcijam, ker se raje udeležijo takšnih, ki so morbidne, grozljive, in po mnenju številnih, nore.

Farmaki (2013) je raziskovala, kaj motivira obiskovalce temnih atrakcij na Cipru za obisk. Ugotovila je, da je bil primarni motiv lokalnih obiskovalcev za obisk teh atrakcij učenje. S strani tujih turistov pa je veliko obiskovalcev dejalo, da so tja prišli, ker so bile te atrakcije na itinerariju njihove agencije, saj predstavljajo pomembno zgodovinsko obdobje, ki je zaznamovalo to območje. Nihče pa ni izrazil izrecne želje po obisku teh atrakcij zaradi narave dogodkov, ki so se odvijali tu, so pa izrazili, da so želeli v času počitnikovanja videti nekaj drugačnega.

Blom (2000) je predstavil več motivov turistov za obisk temnih atrakcij. Nekateri turisti si želijo izkusiti nekaj drugačnega in unikatnega, drugi iščejo izkušnjo, ki bi jim pomagala sprostiti se in predelati močna čustva. Omenil je tudi vpliv različnih medijev, ki turiste izpostavljajo lokacijam in atrakcijam, ki jih ne poznajo in s tem vzbujajo zanimanje zanje in za njihov obisk.

Magano, Fraiz-Brea in Leite (2022) so v raziskavi, kjer so anketirali 993 oseb. Ugotovili so, da se jih večina udeležuje temnih turističnih atrakcij zaradi radovednosti, najmanj pa zaradi potrebe po videnju morbidnih stvari. Med motivi za obiskovanje takšnih atrakcij sta bili tudi želja po učenju in razumevanju temne preteklosti.

Vsekakor temni turizem turistom zadovoljuje potrebo po unikatnih in ekstremnih izkušnjah (Khaydarova in Joanna, 2022), ki človeku ponujajo tudi priložnost razmišljanja o najsplošnejših vprašanjih o svetu in življenju, obiskovalcem ponuja vpogled v realnost in ohranjanje družbenega reda. Takšen ontološki vidik turistom bolj kot povezovanje z mrtvimi in umiranjem ponuja priložnost povezave z njihovim življenjem in spoštovanjem (Stone in Sharpley, 2008).

2.2 Serijski morilci

Ko želimo definirati pojem serijski umor, se srečamo z različnimi definicijami, ki so si dokaj podobne. Zagotovo vse izpostavljajo, da je serijski umor dejanje, kjer je umorjenih več oseb (Holmes in Holmes, 1998 v Holmes in Holmes, 2009; Crime Museum, 2022a; Morton in Hiltz, 2008). Se pa serijski umori razlikujejo v določenih aspektih, kot so na primer število žrtev in motivacije.

Razlikovati pa je tudi treba med masivnim in serijskim umorom, saj masivni umor predstavlja v kratkem času umorjenih več oseb, zato nekatere definicije serijskega umora

omenjajo tudi čas med umori (Crime Museum, 2022a). Johns et al. (b. d.) so tako predstavili definicijo serijskega umora kot protipravni umor dveh ali več oseb s strani istega storilca oziroma istih storilcev v različnih časovnih obdobjih.

Do leta 1970 so bili serijski morilci na splošno poimenovani kot množični morilci, tako na področju kazenskopravnega sistema kot medijev. Danes gre za jasno ločnico med serijskim morilcem in množičnim morilcem. Za razliko od serijskega umora, ki se kaže v številnih ločenih dogodkih, je množični umor enkratni dogodek, ki vključuje umor več ljudi na enem mestu. Pri množičnih umorih so žrtve bodisi naključno izbrane ali načrtovane z določenim razlogom (npr. maščevanjem). Množični umor se običajno zgodi, ko storilec, ki je navadno zelo težavna in frustracij polna osebnost, doživi živčni zlom. Za razliko od serijskih morilcev so množični morilci pogosto na kraju zločina tudi sami ubiti s strani policije in pristojnih organov zakona ali pa si storilec življenje vzame sam (Bonn, 2014).

Vronsky (2004) je v knjigi *Serial Killers: The Method and Madness of Monsters* pojasnil, da je izraz serijski morilec prvi uporabil agent FBI Robert Ressler. Ressler je predaval na policijski akademiji v Bramshillu v Angliji leta 1974, kjer je slišal opise nekaterih kaznivih dejanj, ki se pojavljajo v seriji in vključujejo posilstva, požige, rope in umore (Bonn, 2014).

Najpogosteje navedena klasifikacija serijskega umora je organizirana in neorganizirana tipologija, ki so ju navedli številni agenti FBI sredi osemdesetih let 20. stoletja. Ta dihotomija se je uveljavila kot temelj, skozi katerega je možno določiti karakteristike osebnosti storilca na podlagi informacij, pridobljenih na mestu zločina. Nekateri avtorji so podvomili o tako preprosti delitvi, vendar je bila to ustrezna podlaga za model štiridelne kategorizacije serijskih morilcev, ki sta ga izoblikovala Ronald M. Holmes in Stephen T. Holmes (1998 v Wentink in Canter, 2004) kot model štiridelne kategorizacije serijskih morilcev:

- *vizionarski tip* (ko je storilec doživel živčni zlom ali izgubil stik z realnostjo, halucinira oziroma vidi privide ali sliši glasove demonov, angelov, hudiča ali bogov, ki mu »naročajo« umor določenega posameznika ali določene vrste ljudi). V psihiatriji je storilec največkrat diagnosticiran kot bolnik s paranoidno shizofrenijo. Motiv za umor je vedno notranji, saj storilec zadovoljuje svoje osebne cilje iluzij in paranoj, ki mu umore »sugerirajo«;
- *mesijanski tip* (ki je osredotočen na samo dejanje umor). Primoran je moriti ljudi, za katere ocenjuje, da niso vredni življenja. Verjame, da je to njegovo poslanstvo;
- *morilec pripadnikov kultov* (ki ga lahko umestimo nekje med vizionarskim in mesijanskim tipom. To so t. i. spiritualni vodje, ki so zelo karizmatične osebnosti. Skozi manipulacijo, skoraj hipnozo, prepričajo svoje izbrance, da izvedejo umor določenih ljudi in na tak način preprečijo razne katastrofe biblijskih razsežnosti. Lahko pa skozi manipulacijo prepričajo svoje privržence, da izvedejo masovni samomor). Temu tipu morilcev znanstvene študije pripisujejo naslednje lastnosti: delitev sveta in ljudi na dobre in slabe, nestabilni in intenzivni medosebni odnosi, ki vsebujejo velika nihanja med idealizacijo in razvrednotenjem, impulzivna spolnost, konzumacija opojnih substanc, čustvena nestabilnost, nekontrolirani izbruhi jeze, avtodestruktivnost, negotovost glede spolne identitete in samopodobe, paranoidno razmišljanje, motnje percepcije in stika z realnostjo (Šterk, 2007); in

- *hedonistični tip* (je morilec z nekonvencionalnimi spolnimi nagnjenji oz. spolnimi parafilijami). Parafilija je skupni imenovalec za vse nenaravne spolne težnje, ki nimajo reprodukcijskega namena, ki so jo psihologi opredelili kot duševno motnjo, ki se kaže v obliki ponavljajočih intenzivnih spolnih teženj, fantazij ali dejanj, ki vključujejo nenavadne objekte, aktivnosti ali situacije in povzročajo družbeno odtujenost oziroma motnje v funkcioniranju posameznika (Verhaeghe, 2002). Najhujša oblika parafilije je erotofonofilija, kar pomeni trpinčenje, mučenje, ubijanje s ciljem spolne zadovoljitve (Lester, 1995 v Šterk, 2007).

2.3 Turizem v povezavi s serijskimi morilci

Ko se na nekem območju zgodijo kruta dejanja, kot so serijski umori, je javnost v šoku, kar je seveda normalna človeška reakcija. Ko pa mine nekaj časa in šok začne izginjati, pa številni o samem dogodku želijo izvedeti več podrobnosti. Za večino je dovolj, če preberejo kakšen dodaten članek, knjigo ali si ogledajo dokumentarno oddajo. Za nekatere pa pasivno spoznavanje dogodkov ni dovolj in si želijo поблиžje spoznati okoliščine in dogodke, ki so se odvijali (AETN UK, 2023). Te osebe so turisti, ki se udeležujejo potovanja in aktivnosti temnega turizma na osnovi serijskih morilcev.

V raziskavi (Gibson, 2006), kjer so analizirali turistične produkte na osnovi 140 serijskih morilcev, so ugotovili, da se vezano na dejanja serijskih morilcev pojavljajo različne oblike turističnih produktov, ki so jih razdelili v pet skupin tako, da:

- prvo skupino predstavljajo potovanja na lokacije, kjer so živeli in se gibali serijski morilci. V številnih primerih, ki jih analizirajo, se je turizem pojavil že takoj ob odkritju grozodejstev. Številni so začeli obiskovati lokacije, kjer so se nekoč zadrževali serijski morilci, njihove hiše, si ogledovati mesta kriminalnih raziskav in se zadrževati v bližini javnih institucij, kot so sodišča in policijske postaje, kjer so potekale raziskave. Del teh oseb je bilo samostojnih popotnikov, nekateri pa so v tem zanimanju zaznali možnost zaslužka in organizirali prevoze oseb med lokacijami, ki so si jih lahko ogledali;
- drugo kategorijo označujejo ogledi znamenitosti; le-ta si je zelo blizu s prvo kategorijo. V to kategorijo so postavili atrakcije, kjer so se umori dejansko dogajali in za ogled katerih so velikokrat morali obiskovalci tudi plačati;
- tretja skupina zajema gostoljubje, v katero spadajo storitve, kot so oddaja sob in stanovanj v bližini ali z direktnim pogledom na kraje zločinov in gostinske ponudnike, ki so izkoristili množice turistov na lokacijah temnega turizma;
- v četrto skupino spadajo spominki, vezani na serijske morilce. Spominki so v tej kategoriji mišljeni kot posebej izdelani za prodajo turistom oziroma želja oseb po imetju nečesa s kraja umorov. Adleman (1970) v Gibson (2006) tako navaja obiskovalce hiše družine Bender po aretaciji in odnašanju pohištva z željo po imetju spominkov. Jones (1980) v Gibson (2006) pa je navedel ravnanje obiskovalcev na posestvu Belle Gunnes, ki so odnašali, karkoli je bilo možno. Med njimi pa so se celo pojavili prodajalci razglednic s fotografijami žrtev;
- zadnja skupina, ki jo je predstavil Gibson (2006), pa zajema načrte komercializacije. V to kategorijo spada le peščica atrakcij vezanih na serijske morilce, ki so bile bolj podrobno načrtovane z namenom marketinga. Velikokrat so takšni načrti naleteli na močen negativen odziv javnosti in bili preprečeni. Schechter in Everitt (1996) v Gibson (2006) sta tako navedla željo po ureditvi 'morilskega dvorca' v Chicagu v muzej. Načrti so bili izničeni, ko je dvorec iz

neznanih razlogov zgorel do tal. Schwarts (1992) v Gibson (2006) je omenil tudi blok, v katerem je živel Jeffrey Dahmer, ki ga je želel kupiti neki par iz zvezne države Wisconsin in jo spremeniti v muzej, kjer bi razstavljali ostanke Dahmerjevih dejanj in njegove osebne predmete. Ponudba je bila zavrnjena, čeprav je par obljubljal, da bo izkupiček, ki bi ga dobil od nakupa vstopnic obiskovalcev, namenil prizadetim družinam.

Definicijo temnega turizma na osnovi serijskih morilcev, ki smo ji sledili v magistrski nalogi, smo izpeljali iz zastavljene definicije temnega turizma. To podvrst temnega turizma tako obravnavamo kot pojav, ki zajema zavedno obiskovanje destinacij in udeleževanje v atrakcijah, povezanih z dejanji storjenimi s strani morilcev, ki so v daljšem časovnem obdobju umorili več oseb.

Glede na spekter temačnosti temnega turizma avtorja Stone (2006) lahko produkte, na katere se osredotočamo v magistrski nalogi, vezane na dejanja serijskih morilcev, v večini kategoriziramo kot najtemnejši ali temnejši temni turizem, odvisno od lokacij, atrakcij in na kakšen način bi jih vključili v produkt. V vsakem primeru gre za zelo kruta dejanja, pri katerih je treba biti previden tudi s predstavitvijo in vključevanjem v turistično ponudbo. Le v redkih izjemah, ko po času umora preteče več časa, bi lahko določene produkte označili kot svetlejše in najsvetlejše. Takšni so na primer produkti vezani na dejanja Jacka Razparača.

Največji delež že obstoječih turističnih produktov, povezanih s serijskimi morilci, obstaja v Združenih državah Amerike. Ti produkti so osnovani na dejanjih oseb, ki so svoja grozodejstva počeli v 70., 80. in 90. letih prejšnjega stoletja. Številnim se zdi zanimivo, da je v tem obdobju bilo v eni državi toliko serijskih umorov, ki so znani še danes. Ta leta so bila celo poimenovana kot 'zlata doba serijskih morilcev'. Strokovnjaki na vprašanje, zakaj je tisti čas proizvedel toliko serijskih morilcev, odgovarjajo, da so to bili rezultati številnih spremenljivk, med drugimi so, tako menijo avtorji, na to vplivale socialne in tehnološke spremembe (Ehrlich, 2021).

Turisti se lahko danes odpravijo na različne ture, ki združujejo razumevanje in spoznavanje grozodejstev serijskih morilcev. Tako se lahko odpravijo na 'The Devil & the White City' turo, kjer se поблиžje spoznajo z ameriškim prvim serijskim morilcem. Med bolj prepoznavnimi sta tudi 'Helter Skelter' tura v Los Angelesu, ki odkriva ozadje umorov zagrešenih s strani kulta, ki ga je vodil Charles Manson in 'Zodiac Killer' tura v San Franciscu, ki temelji na najznamenitejših, a hkrati tudi nerešenih serijskih umorih. Na evropskih tleh pa je najbolj prepoznaven produkt, ki je osnovan na dejanjih serijskih morilcev, tura Jacka Razparača v Londonu (Hines, 2018). Še vseeno pa je ta podvrst turizma malo razvita, kar predstavlja nišo za izboljšanje turistične ponudbe in izstopanje iz množice turističnih produktov.

Za potrebe magistrske naloge smo analizirali nekatere produkte temnega turizma, ki so osnovani na dejanjih serijskih morilcev oziroma vsebujejo atrakcije, povezane s serijskimi morilci. Analiza že obstoječih produktov nam je pripomogla k razumevanju, kako so dejanja serijskih morilcev že vključena v turistično ponudbo drugod po svetu in kako so oglaševana.

2.3.1 Jack Razparač

Jack Razparač je bil serijski morilec, ki je živel v Londonu konec 19. in v začetku 20. stoletja. Ubil naj bi vsaj pet žensk, vse so bile prostitutke v londonskem okolišu Whitechapel. Vsi umori, ki so mu jih pripisali, so se zgodili leta 1888. Njegova resnična identiteta ni bila nikoli odkrita, čeprav so se pojavljale različne teorije o tem, kdo bi lahko to bil in so imeli tudi nekaj osumljencev, a na koncu nihče ni bil obsojen za ta dejanja. Vse njegove žrtve so bile umorjene med delom, njihovi vratovi so bili prerezani, način mutilacije telesa pa je nakazoval na posameznika, ki ima izkušnje in znanje o človeški anatomiji. Policija je med svojim iskanjem prejela tudi več pisem, ki naj bi jih poslal Jack Razparač. V enem izmed njih so prejeli tudi del ledvice, ki jo je morilec eksplantiral iz svoje žrtve (Jenkins, b. d.a).

Danes se lahko med obiskom Londona turisti podajo na različne ture, ki so osnovane na dejanjih Jacka Razparača. Podjetje See Your City ponuja obiskovalcem t. i. peš turo (Walking tour), kjer jih na dvourno pot po okrožju Whitechapel popelje profesionalni vodnik, ki ga poimenujejo Ripperologist (Razparačolog). Cena takšnega doživetja znaša 16,95 eur na osebo (GetYourGuide, 2008–2023a). Podjetje Secret Chamber Tours Ltd obiskovalcem ponuja peš turo, ki jo popestrijo s prenosnim projektorjem, ki poustvari čase, v katerih je po ulicah Londona hodil Jack Razparač. Doživetje traja uro in 45 minut, zanj pa morajo turisti odšteti 20,35 eur (GetYourGuide, 2008–2023b). Meet The Street Tours pa ponuja večerni sprehod po okolišu Whitechapel, mimo ulic, kjer je moril Jack Razparač. Obiskovalcem ponujajo večerni obisk z vodnikom. Tura traja 2 uri in stane 22,72 eur na osebo (GetYourGuide, 2008–2023c).

Vse ture vezane na Jacka Razparača uporabljajo ogromno pridevnikov, kot npr. »infamous stalker, salacious side, grim, grisly, murderous streets, secret world«. Celotno doživetje je predstavljeno kot zabava. Velikokrat poudarjajo, da se bodo lahko turisti igrali detektive in imeli možnost ugotavljanja, kdo je bil morilec, ki je zagrešil ta dejanja.

Turistični produkti, vezani na Jacka Razparača, pa zaradi njegove prepoznavnosti niso vezani le na lokacije v Londonu. Tako se lahko tudi obiskovalci Dubaja odpravijo v tematsko sobo pobega, ki je zgrajena na podlagi zgodb, vezanih nanj (Tripadvisor, 2023c).

2.3.2 Cream city cannibal tour: Jeffrey Dahmer

Jeffrey Dahmer je bil ameriški serijski morilec, ki se je rodil leta 1960 v mestu Milwaukee, v zvezni državi Wisconsin. V letih med 1978 in 1991 je umoril 17 moških, ki so v večini bili revni in pripadniki manjšin (Jenkins, b. d.b). V svojih najstniških letih je bil zelo zadržan in brez prijateljev. Želja po nekrofiliji in umorih naj bi bila prisotna od njegovega štirinajstega leta. Približno dve leti je služil v ameriški vojski v oporiščih v Nemčiji. Odpuščen je bil zaradi alkoholizma, kasneje pa so ga ob odkritju njegovih dejanj v ZDA obravnavali kot osumljenca tudi v umorih storjenih v Nemčiji v času njegovega služenja. Ob vrnitvi domov se je vselil v hišo očetove matere. Zaradi nespodobnega izpostavljanja v javnosti je bil tudi večkrat aretiran (Hearst Magazine Media, 2021b). Prvi umor je zagrešil leta 1978 v zvezni državi Ohio, čemur je sledil 9-letni premor do njegovega drugega umora (Jenkins, b. d.b). Svoje žrtve je večinoma spoznal v gejevskih barih, nakar jih je povabil k sebi domov z obljubo spolnega občevanja in plačila v zameno. Svoje žrtve je nato omamil in zadušil. Posluževal se je nekrofilije. Velikokrat je dele telesa shranil, postopek umora in razkosanja žrtev pa s pomočjo kamere tudi

»dokumentiral«. Ena izmed njegovih žrtev pa mu je med poskusom lobotomije ušla in vzbudila pozornost sosedov, ki so tudi poklicali policijo. Policista sta zaslišala Dahmerja, vendar sta ob izjavi, da sta žrtev in Dahmer ljubimca, ki sta se posluževala drog, hitro odšla, saj nista želela biti vpletena v razmere homoseksualcev. Dahmer je bil aretiran leta 1991. Dokaze njegovih dejanj je pet let za tem odkupila skupina poslovnih ljudi, ki so dokaze nato sežgali, s čimer so mesto želeli rešiti temačne zgodovine. Dahmerja je tri leta po aretaciji v zaporu umoril eden izmed sozapravnikov (Hearst Magazine Media, 2021b).

Jeffrey Dahmer je bil ponovno v središču zanimanja leta 2022, ko je na spletni platformi Netflix izšla dokumentarna serija z naslovom »Dahmer – Monster: The Jeffrey Dahmer Story« režiserja Ryan Murphyja, ki je poznan po režiranju zgodb, kot je American Horror Story (Ameriška grozljivka). Serija je že v svojem prvem tednu podirala rekorde gledanosti serij. V prvih 60 dneh od prvega predvajanja pa je dosegla milijardo ur ogledov, s čimer se je postavila ob bok serijam, kot so »Stranger Things« in »Squid Game«. Številni serijo kritizirajo, saj je bila posneta brez soglasja družin žrtev. Umore je Dahmer namreč zagrešil le pred nekaj desetletji in spomin nanje je še vedno močan (Montgomery, 2022).

Na trgu obstaja več podjetij, ki ponujajo istoimensko turo – Cream City Cannibal: Jeffrey Dahmer Walking tour. V opisih se radi pohvalijo z omembo v medijih, kot so NBC, Netflixova dokumentarna serija »Dark Tourist« in BBC. Oglašujejo jo kot turo, ki ni primerna za osebe s šibkim srcem. Opisi tur se razlikujejo od sprehoda po mestu, kjer je nekoč hodil serijski morilec in pobiral svoje žrtve do neokusnih besednih iger, kjer omenjajo, kako je svoje žrtve peljal k sebi domov na večerjo (velikokrat se je posluževal namreč tudi kanibalizma). Cene tur se gibljejo okrog 40 dolarjev na osebo, dolžina tur pa okrog eno uro in pol (Viator, 1997–2023; Hangman Tours, 2016–2021; Wisconsin Frights, 2023; Tripadvisor, 2023a).

Sicer, zaradi oddaljenosti, ture ne vključujejo obiska določenih lokacij, povezanih z Dahmerjem. Turisti pa si te lokacije lahko ogledujejo tudi sami. Tako se lahko odpravijo na primer v bližino doma, kjer je živel v otroštvu, v srednjo šolo, ki jo je obiskoval in hiše, kjer je ubil svojo prvo žrtev (McFarland, 2022).

2.3.3 Devil and the white city: H. H. Holmes

Tura 'Devil and the white city' poteka v Chicagu od leta 2006. V njej se obiskovalci spoznajo z zgodbo in dejanji serijskega morilca H. H. Holmes (Weird Chicago Tours, b. d.). H. H. Holmes velja za prvega poznanega ameriškega serijskega morilca. Že od malega se je zanimal za anatomijo in seciral živali, ki jih je ujel. Leta 1886 se je preselil v Chicago, kjer je začel delati kot farmacevt. Kmalu po prihodu je začel ubijati ljudi in si prilastil njihovo lastnino. Zgradil si je hišo, ki je bila polna skritih prehodov, zvočno neprepustnih sob in vrat, ki so se lahko zaklenila od zunaj, plinske brizgalnike, ki so zadušili njegove žrtve in celo krematorij (Jenkins, 2023b).

Ture, ki jih ponuja agencija Weird Chicago Tours, potekajo vsako soboto od 15:00 do 18:00. Cena za 3-urno turo je 30 dolarjev za odrasle in 25 dolarjev za otroke pod 12 let. Na spletni strani ni izrecno opredeljeno, kaj vse si v turi obiskovalci ogledajo (Weird Chicago Tours, b. d.). Agencija American Ghost Walks prav tako ponuja turo, osredotočeno na dejanja H. H. Holmesa, ki traja 3 ure, cena na osebo pa je 39 dolarjev (American Ghost Walks, b. d.).

2.3.4 Beacon Hill Crime Tour: Bostonski davilec

Bostonski davilec je poimenovanje za serijskega morilca v letih od 1962 do 1964. Umoril naj bi več kot 11 žensk. Čeprav policija nikoli ni prišla do konkretnih dokazov, kdo je bil ta morilec, so pa prejeli priznanje Alberta DeSalve, ki je bil od leta 1965 zapornik v umobolnici. Obsojen je bil na doživljenjski zapor, vendar mu umorov uradno niso nikoli pripisali, saj so ga obsodili za spolno zlorabo. V svojih prvih priznanjih glede umorov je ignoriral veliko pomembnih dejstev, kasneje pa je poznal podrobnosti, ki bi jih lahko poznal zgolj morilec. Žrtve, ki so preživele napad domnevnega Bostonskega davilca, tudi niso bile prepričane, da je on bil njihov napadalec. Šele leta 2013 so na podlagi DNK analize potrdili, da je bil DeSalvo morilec zadnje žrtve umorov Bostonskega davilca. Na podlagi teh odkritij so tudi uradno zaključili preiskavo in potrdili, da je on zagrešil tudi druge umore (Jenkins, 2023a).

Turo 'Beacon Hill Crime Tour' s sprehodom po predelu Beacon Hill, kjer so bile najdene tudi dve žrtvi Bostonskega davilca, ponuja podjetje Free tours by foot. Sestavljena je iz ogleda večih lokacij povezanih s kriminalnimi dejanji, vendar pa tura ni osredotočena le na Bostonskega davilca. Obiskovalcem jo ponujajo dvakrat na teden z začetkom ob 16:00. Tura traja 2 uri in je, kot nakazuje ime podjetja, brezplačna za udeležbo (Free Tours by Foot, 2023).

2.3.5 Capitol Hill True Crime Tour in The Hunt for Ted Bundy: Ted Bundy

Theodor Robert Bundy je eden izmed najbolj prepoznanih ameriških serijskih morilcev in posiljevalcev. Bundy je imel težavno otroštvo, predvsem zaradi odnosa z njegovim očimom in introvertiranostjo. Kasneje si je uspešno pridobil univerzitetno izobrazbo in na zunaj deloval kot normalen in čustveno stabilen. V letih med 1974 in 1978 je umoril vsaj 28 oseb, katerih umor je priznal, a mu pripisujejo več kot 100 žrtev. Med sojenjem je zaradi šarmantnosti in privlačnosti požel veliko zanimanja javnosti. Leta 1989 je bil usmrčen na električnem stolu v Floridi (Jenkins, b. d.c).

Podjetje Private Eye Tours obiskovalcem Seattla ponuja tura 'Capitol Hill Crime Tour', kjer se gostje spoznajo z različnimi kriminalnimi dejanji območja, med drugimi tudi z dejanji serijskega morilca Teda Bundyja. Celotna tura traja od 2,5 do 3 ure, cena na osebo pa je 45 dolarjev (Private Eye Tours, b. d.).

Na spletni strani Airbnb ponuja eden izmed uporabnikov tudi online doživetje vezano na Teda Bundyja. Doživetje je igrificirana tura in spoznavanje njegovih dejanj. Udeleženci se prelevijo v vlogo detektiva in poskušajo razrešiti umore na podlagi dejanskih podatkov in dokazov iz raziskav vezanih na njegove serijske umore. Doživetje se odvija preko spletnega orodja za komunikacijo ZOOM, traja 60 min, cena na osebo pa je 19 evrov (Airbnb, 2023b).

2.3.6 San Francisco's Dark Side Tour: Charles Manson, Richard Ramirez in Morilec Zodiaka

Podjetje Saint Francis Tours ponuja obiskovalcem mesta turo, na kateri se seznanijo s temno platjo zgodovine območja. Med turo se spoznajo z razvpitimi imeni serijskih morilcev, kot so Morilec Zodiaka, Charles Manson in Richard Ramirez, čeprav sta zadnja dva sicer večino umorov zagrešila v Los Angelesu. Cena doživetja je 64 evrov na osebo ter traja 2 uri in pol (Airbnb, 2023a).

Morilec Zodiaka je bil eden izmed najbolj razvpitih in poznanih morilcev, čeprav je njegova identiteta še vedno neznana. V šestdesetih in sedemdesetih letih prejšnjega stoletja je ubil vsaj 5 oseb, velikokrat so to bili pari na skritih lokacijah. Zanimanje javnosti je predvsem vzbudil s pošiljanjem kodiranih sporočil, ki jih je podpisoval s krogom okrog znaka plus (+). V enem izmed sporočil je celo zapisal svoje ime v kodirani obliki, vendar le-te nikoli niso dekodirali (Crime Museum, 2022b). Zaradi misterioznosti osebe za temi dejanji je bila na internetu vzpostavljena tudi spletna stran, ki se posveča njegovim dejanjem in sporočilom javnosti. Tako se lahko vsak, ki si želi odkriti identiteto Morilca Zodiaka, poda raziskovati (Zodiac killer, 2023).

Charles Manson je bil kriminallec in vodja kulta Družina Manson, ki je v šestdesetih letih prejšnjega stoletja svojo kultno sekto vodil v morilski pohod. Kult je zajemal približno 100 oseb, ki so redno jemali halucinogene droge in sledili Mansonu, ki jim je trdil, da je Jezus. Začetki kulta so bili v San Franciscu, kasneje pa so se preselili na zapuščen ranč v bližini Los Angelesa. Charles Manson je s svojo »družino« sejal smrt po mestu angelov in za vedno spremenil podobo zla. Avgusta 1969 je v bogato sošesko poslal peščico svojih najzvestejših privrženecv, ki so ga v komuni častili kot boga: Charles Watson, Susan Atkins, Patricia Krenkwinkel in Linda Kasabian so v vili režiserja Romana Polanskega 8. avgusta 1969 zvečer brutalno ubili pet ljudi in nerojenega dojenčka. Na rotnje noseče igralke Sharon Tate, naj prizanesejo vsaj slednjemu, so samo še bolj hlastno zamahovali z nožem. Na žrtvah so našli skupno 169 vbodnih ran. Dan pozneje so v bližini na podobno krut način ubili še Lena LaBianco in njegovo ženo. S krvjo žrtev so na stene pisali »svinje«, »helter skelter« in »smrt svinjam«, da bi tako za umore obtožili temnopolte. Na podlagi pesmi Beatlesov Helter Skelter, ti naj bi Mansona nagovarjali prek glasbe, ki je skušal sprožiti apokaliptično rasno vojno, v kateri bi temnopolti povsem nadvladali belce (a ne Mansona). Ker ne bi znali voditi sveta, bi to prepustili peščici belcev, ki bi globalni spopad preživel. Svetu bi tako zavladal Manson. Utopičen načrt se je izjalovil, saj so vpleteni v umore kmalu pristali za zapahi. Kult naj bi zagrešil 35 umorov (Hearst Magazine Media, 2021a).

Richard Ramirez je bil med ubijanjem in iskanjem poznan pod različnimi imeni, kot so na primer 'Walk-In Killer' (Vstopni morilec) in 'Valley Intruder' (Dolinski vsiljivec). Njegov najbolj prepoznan vzdevek pa je bil 'Night Stalker' (Nočni zalezovalec). Ramireza so po identifikaciji zadržali prebivalci ene izmed sošesk, po kateri je bežal in poklicali policijo. Pripisali so mu 13 umorov, 5 poskusov umora, 11 spolnih napadov in 14 ropov. Obsojen je bil na 19 smrtnih kazni za 19 umorov (Learish, 2021).

2.3.7 Druge atrakcije, povezane s serijskimi morilci

Večina že obstoječih turističnih produktov osnovanih na dejanjih serijskih morilcev je oblikovanih kot tura, obstajajo pa tudi nekatere druge oblike. V Združenih državah Amerike se v mestih Los Angeles in New Orleans nahajata muzeja smrti, v katerih si lahko obiskovalci ogledajo tudi predmete vezane na dejanja serijskih morilcev, kot so na primer fotografije žrtev in artifakti. Cena vstopa v muzej je 17 dolarjev (Tripadvisor, 2023d). Podoben muzej, 'The True Crime Museum', se nahaja tudi v mestu Hastings v Združenem kraljestvu. V njem si lahko obiskovalci ogledajo razstave vezane na Jacka Razparača in pisma serijskega morilca Richarda Ramireza (The True Crime Museum, b. d.a). Cene vstopnic se gibljejo med 9,5 funta za odrasle, 7,5 funta za otroke, ponujajo pa tudi družinske karte za dve odrasli osebi in dva otroka, ki stanejo 28 funtov (The True Crime Museum, b. d.b).

Obstajajo tudi številne druge atrakcije, ki so vezane na serijske morilce, vendar niso vključene v noben turistični produkt. Na Floridi se v mestu Port Orange nahaja bar 'Last Resort Bar', kjer so leta 1991 aretirali serijsko morilko Aileen Wuornos. Vanj prihajajo obiskovalci, ki si želijo popiti pijačo v zloglasnem baru, prav tako pa si ogledujejo motel v bližini, kjer je stanovala (Schmalbruch, 2018).

Na internetu smo našli spletno stran OddStops, ki turiste informira o lokacijah, povezanih z različnimi kriminalnimi dejanji. Tako si lahko s preprostim vtipkanjem imena serijskega morilca naberemo veliko informacij glede lokacij, s katerimi so povezani in kaj se je dogajalo na teh lokacijah (OddStops, 2021–2023). Ocenjujemo, da je takšna spletna stran predvsem koristna za temne turiste, ki se želijo bolje seznaniti z dejanji določenega serijskega morilca, vendar ne najdejo primernih turističnih produktov, ki bi jim te informacije podali.

Nekatere atrakcije in produkti pa so zaradi nišnosti temnega turizma, vezanega na serijske morilce, morali prenehati z izvajanjem. Takšne so bile na primer ture agencije 'Dearly Departed Tours', ki so obiskovalce Los Angelesa vodile na nenavadne lokacije, mnogokrat povezane s serijskimi morilci. Agencija je na primer nudila vodenje po lokacijah umorov kulta, ki ga je vodil znan serijski morilec Charles Manson (Tripadvisor, 2023b).

2.3.8 Analiza produktov

V nadaljevanju smo opravili analizo in primerjavo že obstoječih produktov na osnovi dejanj serijskih morilcev oziroma produktov, ki vsebujejo elemente, vezane na serijske morilce. Analiza nam je pomagala razumeti, kako so sestavljeni že obstoječi produkti na to tematiko. Z združenjem pridobljenih informacij te analize in informacijami, pridobljenimi z anketnim vprašalnikom pa smo lahko na koncu magistrskega dela podali priporočila za oblikovanje temnega turističnega produkta na osnovi slovenskega serijskega morilca Trobca.

Po pregledu že obstoječih produktov temnega turizma na osnovi serijskih morilcev smo vključene atrakcije glede na lokacijo dogodka razdelili v tri skupine, in sicer na:

- lokacije, vezane na same umore, ki predstavljajo največji delež produktov. Skoraj vse ture ponujajo ogled mest, kjer so serijski morilci bodisi umorili svoje žrtve jih našli bodisi pustili po umoru;
- lokacije življenj serijskih morilcev, ki so vezane na mesta, kjer so te osebe živele, (na zunaj) normalno življenje. Tako obiskujejo na primer šole, kjer so se izobraževali, domove, bare, kjer so se zadrževali ali ulice, po katerih so se sprehajali; ter
- lokacije posredno vezane na serijske morilce, ki predstavljajo najmanjši del atrakcij, ki so posredno vezane na serijske morilce. Večinoma so to muzeji, ki predstavljajo neko skupno tematiko, kot je na primer muzej smrti, nek mali del njih pa je tudi vezan na serijske morilce. Pod to skupino uvrščamo tudi igrificirana doživetja, ki v celoti ali le delno uporabijo zgodbo serijskega morilca za ponujanje turističnega doživetja stran od lokacij povezanih z njimi.

Cene teh produktov se gibljejo od 16 do 64 evrov, eden izmed njih je celo brezplačen. Dolžina produktov je v večini okrog 2 uri. Atrakcije vezane na serijske morilce so v turistične produkte vključene tako samostojno, torej je celoten produkt oblikovan na enem

serijskem morilcu, kot tudi skupno, kjer le del produkta predstavljajo atrakcije vezane na serijskega morilca. Produkti so aktivni (v živo ali preko interneta) ter tudi pasivni (internetne spletne strani).

Promocija produktov se med seboj razlikuje. V večini le omenjajo, kaj si bodo lahko gosti ogledali in spoznali. Nekatere celo ne vključujejo nobenih konkretnih podatkov, ampak le navajajo osebe, ki jih bodo spoznali med turo. Nekaj pa je takšnih, ki uporabljajo bolj marketinški pristop in z različnimi pridevniki in dodanimi vrednostmi poskušajo privabiti goste. Majhen delež produktov je celo igrificiran, kot so na primer tisti vezani na Jacka Razparača in en produkt, vezan na Ted Bundyja. Kot igrificiran produkt bi mogoče lahko razumeli tudi spletno stran namenjeno Morilcu Zodiaka, kjer se lahko obiskovalci prelevijo v detektive in poskušajo odkriti njegovo identiteto.

Da je temni turizem na osnovi serijskih morilcev nišna podvrst, pa dokazuje dejstvo, da je veliko lokacij povezanih z dejanji serijskih morilcev obiskanih v lastni režiji turistov. Se pa pojavljajo različni viri informacij, s katerimi si lahko turisti lažje organizirajo obiske teh lokacij in spoznajo ozadje umorov, kot so na primer spletne strani.

2.4 Slovenska serijska morilca

V slovenskem družbenem prostoru smo v zgodovini imeli dva prepoznavna morilca, ki bi ju lahko označili za serijska – Silvo Plut in Metod Trobec. Slednji je zagrešil največje število umorov in bil na naslovnica vseh pomembnih množičnih medijev dalj časa.

2.4.1 Metod Trobec

Trobec se je rodil leta 1948 v Planini pri Horjulu. Njegovo otroštvo je bilo nenavadno, bil je nezakonski sin, za katerega je skrbela le mati. Z njo sta dolga leta spala skupaj, govoriti je začel šele pri šestih letih in nikoli ni končal osnovne šole (Kanal A, 2017). Trobec je med odraščanjem močno zaostajal z razvojem za svojimi vrstniki. Hoditi je začel šele s petimi leti, in tudi kasneje se je močno razlikoval od sovrstnikov. Predvsem se je njegovo razlikovanje videlo v njegovem razpoloženju, njegova mati je na primer na sodišču pričala, kako Metod ni bil enako razpoložen kot njegovi sovrstniki. Veliko je bil osamljen, zdel se ji je bolan, vendar ga ni želela odpeljati k zdravniku, saj se je bala, da bo diagnosticiran z boleznijo, s katero so se borili številni družinski člani. Istega mnenja je bila tudi njegova prva žena (L. M., 1982).

Trobec je večkrat v svojem življenju prišel v navzkrižje z zakonom. Že pri štirinajstih letih je bil obravnavan zaradi požiga sosedovega sena, zaradi česar je bil obsojen tudi na mesec dni zapora. Štiri leta kasneje je bil znova obsojen zaradi krive ovadbe in kraje na leto zapora. V tem času je prebival v psihiatrični bolnišnici, kjer so ga zdravili z elektrošoki. Po izpustu iz bolnišnice so ga obravnavali za ozdravljenega (Kanal A, 2017). Psihiater ga je takrat označil za bolnika z nevrotično in psihopatsko histerično motnjo (Bakarić, 2002 v Metropolitan, 2023).

Trobec je bil dvakrat poročen. Prva žena je bila 21 let starejša; do nje pa se je obnašal spoštljivo. Bil je skrivnosten, na koncu se je izkazalo, da je med njunim zakonom že umoril dve ženski. Po razvezi se je 9 mesecev kasneje znova poročil in se po manj kot enem letu ponovno razvezal (ibid.). Po odsluženem vojaškem roku se je zaradi številnih nestrinjanj s sosedi in njegove vpletenosti v različna kazniva dejanja odločil, da odide v Nemčijo na delo (L. M., 1980). Tam je delal od leta 1971 do 1974 (Bregar, 1979). Od

sredine leta 1977 in vse do njegove aretacije je bil zaposlen v Metalki v Ljubljani. Iz njegovega delovnega mesta so dejali tudi, da ga ni bilo veliko na delu, saj je bil velikokrat na bolniškem dopustu (Mencinger, 1979).

Na začetku poletja leta 1979 se je na avtobusni postaji v Kranju pretvarjal za taksista starejši gospe in ji obljubil prevoz. Trobec jo je odpeljal v napačno smer, jo vrgel iz avta in se odpeljal z vso njeno prtljago in lastnino. Na ostanke žrtev njegovih dejanj so policisti naleteli naključno, ko je avgusta 1979 Trobec pretepel in oropal nemškega turista, ki ga je pozneje prijavil policiji. Prvič se je z njim srečal v Ljubljani v baru, kjer mu je Trobec izmaknil potovalko. Tatvino je turist prijavil policiji, vendar se je iskanja svoje lastnine lotil tudi sam. Tako se je s Trobcom ponovno srečal nekaj dni kasneje v Kranju. Trobec mu je dejal, da naj sede z njim v avto, da ga bo odpeljal na vikend, kjer mu bo vrnil potovalko. Namesto tega pa ga je odpeljal na cesto od Britofa do Šenčurja, kjer ga je pretepel, okradel in pustil. Celotno dogajanje je od daleč spremljal občan, ki je nemškemu turistu pomagal in ga odpeljal na policijsko postajo, kasneje pa so ga zaradi poškodb (zlomljena ključnica, čelna rana in odrgnine) odpeljali v ljubljansko bolnišnico. Policistom je podal le delno registrsko številko, saj se je ni spominjal popolnoma, vendar je to bilo dovolj, da so nekaj ur kasneje že ustavili Trobca (ibid.)

Policija je Trobca obiskala tudi na domu na Spodnji Beli, kjer so med pregledom hiše naleteli na več ukradenih predmetov, ženskih oblačil in dokumentov (Bakarić, 2002 v Metropolitan, 2023). Naleteli so tudi na številna pisma, v katerih si je dopisoval z ženskami, ki so videle njegov oglas v časopisu objavljenem z namenom bližnjih srečanj z njimi (Kanal A, 2017). V njegovi hiši so našli tudi ogromno predmetov, ki so bili ukradeni iz delovnega mesta v Metalki, ki naj bi jih Trobec prenašal mimo vratarja brez pregledovanja papirjev. Kasneje so izvedeli, da je nekatere predmete prodal, druge podaril sodelavcem, ki so varovali njegove skrivnosti, večino pa je obdržal zase. Skupno vrednost vseh ukradenih predmetov so kasneje ocenili na 128.000 dinarjev, kar bi danes znašalo približno 1460 evrov (Mencinger, 1979). Trobec za najdene predmete ni imel prepričljive razlage, zaradi česar so poglobili preiskavo (Bakarić, 2002 v Metropolitan, 2023). S pomočjo sosedov in meščanov so ugotovili, da ima v posesti tudi kmetijo v Dolenji vasi pri Polhovem Gradcu, kjer je nekoč tudi živel (Mencinger, 1979). Hišo so podrobneje pregledali in v krušni peči našli ostanke trupel njegovih žrtev (Bakarić, 2002 v Metropolitan, 2023).

Svoje žrtve je Trobec našel v ljubljanskih lokalih, kjer jih je s prijaznostjo in zapeljivostjo zvalil v svoj avto ter jih odpeljal k sebi domov. Vse njegove žrtve so imele nekaj skupnih značilnosti: bile so razočarane nad življenjem, osamljene, vendar še vedno polne optimizma. Po spolnem odnosu jih je nato zadavil in ostanke njegovih trupel sežgal v krušni peči s pomočjo bukovih drv in bencina. Njegove žrtve so bile stare med 18 in 52 let (J. O., 1980). Trobec naj bi se z idejami za umore spoznal preko literarnih del, ki jih je prebiral. Tako je na primer vedel, da če žrtvi razreže trebuh, to omogoča potop trupla v vodi. Zaradi tega znanja so nekateri verjeli, da je Trobec verjetno imel še več žrtev, za katere mu niso uspeli pripisati umora zaradi pomanjkanja dokazov. Med drugimi naj bi za svoje umore dobil navdih v romanu, ki ga je hranil doma – Lun in eksodus (Kanal A, 2017).

Med sojenjem se je Trobec zagovarjal z molkom, nič ni govoril in ni reagiral na dogajanje v sodni dvorani. Ni želel upoštevati zahtev predsednika senata in je zgolj zrl v praznino. Edinkrat, ko je prekinil to obnašanje, je bilo, ko je njegova mama kot povabljen pričatelj pričala, ves čas njenega pričanja je stal. Njegov odvetnik ga je poskušal braniti z

dejstvom, da je med prebivanjem v psihiatrični bolnišnici prejemal elektro šoke, ki naj bi bili razlog za njegovo kasnejše obnašanje in dejanja (ibid.).

Metod Trobec je bil zadnja oseba, ki so ji v Sloveniji izrekli dosmrtno zaporno kazen. Vrhovno sodišče jo je sicer kasneje omililo na 20 let, saj naj bi bil Trobec neprišteven v času njegovih dejanj (Vipotnik, 2008). Ob izreku dosmrtne kazni Trobec ni reagiral in se ni oziral na izrečeno, se pa je razburil, ko je izvedel, da mora pokriti stroške sodne kazni (Kanal A, 2017).

V zaporu so ga obravnavali kot nevarnega in nepredvidljivega, saj je večkrat poskusil napasti sozapornike in tudi paznike (Volčič, 2022). Zaradi tega je bila njegova kazen podaljšana za 15 let, kar bi pomenilo, da bi se mu iztekla leta 2014 (STA, 2021). V času bivanja naj bi večkrat tudi nagajal svojim sojetnikom in na njih zlival svoj urin, medtem ko so se ti sprehajali v parku pod njegovim oknom (Kanal A, 2017). Če se je do svojih sojetnikov obnašal grdo, pa je to bilo drugače do živali. Tako si je na primer od svojega dnevnega obroka shranil kaj, s čimer je kasneje na svojem dnevnem sprehodu hranil golobe ali mačko, ki je obiskovala zaporniški vrt (Volčič, 2017b).

V zadnjih letih življenja v zaporu se je boril z rakom na prostati. V zaporu si je večkrat skočil v lase z drugimi jetniki, zaradi česar so ga zaprli v samico. V zadnjih mesecih svojega življenja se je vse bolj zapiral vase, kar sicer ni bilo nenavadno za paznike, saj nikoli ni bil naklonjen sodelovanju. Dodatno pa naj bi ga potrla tudi dejstvo, da ga njegova sestra ni več obiskovala v zaporu zaradi bolezni in smrti njegove matere, na katero je bil močno navezan. Trobec se je 2. junija leta 2006 v svoji celici na Dobu odločil končati svoje življenje. V zgodnjih jutranjih urah se je obesil z rjuho, ki jo je privezal na vodovodni ventil nad straniščem. Tako so ga našli pazniki med delitvijo zajtrka, ko mu ni bilo več pomoči (Šubic, 2006). Pokopan je bil na državne stroške v anonimni grob na pokopališču v Šentrupertu (Stojiljković, 2016).

2.4.2 Silvo Plut

Drugi slovenski serijski morilec pa je bil Silvo Plut. Plut ni moril le na območju Slovenije, temveč med leti 1990 in 2006 tudi v Srbiji. Odraščal je v družini, v kateri je bil deležen tako psihičnega kot tudi fizičnega nasilja. Vsa ta negativna doživetja in energijo pa je stresal iz sebe z nadlegovanjem oseb okoli sebe, kar je začel že v času, ko je hodil v osnovno šolo. Svojo prvo žrtev je umoril pri dvaindvajsetih letih, ko je s kuhinjskim nožem večkrat zabodel svojo vrstnico v Metliki. Za to dejanje je bil obsojen na 15 let zavora, vendar se je po 13 letih zgledega vedenja vrnil na prostost. Sledila so razna kriminalna dejanja, kot so ropi. Ker je bil ves čas na očeh policistov, se je odločil oditi v Srbijo, kjer je umoril svojo drugo žrtev (Volčič, 2017a).

Po tem dejanju se je takoj vrnil v Slovenijo, kjer so ga prijeli zaradi ropov. V tem času je bil v Srbiji tudi obsojen za umor svoje druge žrtve, vendar tega umora ni nikdar priznal. Sodni postopek proti njemu se je zaključil na podlagi pomanjkanja dokazov, zaradi česar je bil izpuščen na prostost. Prebivalci Slovenije in Srbije so bili ogorčeni nad to razglasitvijo (STA, 2007). Zadnji umor je zagrešil na Jančah pri Ljubljani, kjer je vdrl v dom zakoncev Ulčar, ju zvezal in se začel izživljati nad Ljubico Ulčar. Možu se je uspelo rešiti in pobegniti do sosedov, od koder je potem poklical policijo (Laterner, 2007).

Aprila 2007, nekaj dni, potem ko je bil obsojen za svoja dejanja, si je Plut sodil sam. Zaužil je preveliko količino pomirjeval in drugih tablet, za katera ni znano, kako so prišla

v njegovo celico. Njegovo upepeljeno telo so na skrivaj raztrosili na mestu za raztros pepela na Žalah, zaradi nasprotovanja svojcev, ki so svoje bližnje tam že raztrosli (Volčič, 2017a).

2.5 Mediji in serijski morilci

Tudi popularna kultura in mediji imajo vpliv na zanimanje ljudi za življenja in dejanja serijskih morilcev. Že od nekdaj veliko ljudi zanimajo knjige, serije, filmi ali radijske oddaje, kjer lahko spremljamo in se bolje spoznamo z dejanji in življenji serijskih morilcev (Dobrijević, 2022). V različnih raziskavah so ugotovili, da so med dokumentarnimi filmi in serijami daleč najbolj priljubljeni tisti, ki predstavljajo dogodke, vezane na serijske morilce. Psiholog in kriminalist Scott A. Bonn je v svoji raziskavi ugotovil, da se gledalcem med gledanjem takšnih oddaj sprošča adrenalin, ki ima močan vpliv na možgane in lahko osebo celo zasvoji. Gledalci se zavedajo, da bodo predstavljene zgodbe krute, vendar se vseeno odločijo za ogled zaradi močne radovednosti. Velikokrat osebe privlači tudi dejstvo, da so se ti posamezniki uprli družbenim pričakovanjem in standardom, čeprav so ti nečloveški. Seveda so serije in filmi, ki ponazarjajo te dogodke posneti tako, da nas še bolj privlačijo, na primer z misterioznimi uprizoritvami dogodkov (Dobrijević, 2020).

Z razvojem popularne kulture in naraščanjem njenega pomena pa se je povečala tudi promocija krutih dejanj. Marketing le-teh pa je močno vplival na podobo serijskih morilcev v javnosti. Eden izmed najbolj znanih serijskih morilcev Ted Bundy, ki je zagrešil več umorov in posilstev, je bil v medijih predstavljen v popolnem nasprotju z njegovimi dejanji. Predstavili so ga v privlačni in prijetni luči in popolnoma zameglili pogled na njegova dejanja (Abou Nasr, 2022). Conrath (1994) v Abou Nasr (2022) je opisal zasvojenost medijev in željo po predstavitvi serijskih umorov na primeru Jeffreyja Dahmerja. Po odkritju njegove hiše in smrtnih ostankov žrtev so bile pravice do njegove zgodbe za uprizoritev na filmu prodane v roku ene ure.

Ameriški serijski morilci so se začeli močno zavedati moči svojih 'blagovnih znamk'. Tako je serijski morilec John Wayne Gacy navdušil ustvarjanje 42 knjig, dveh scenarijev, enega filma, gledališke predstave, 5 pesmi in več kot 5000 člankov. Serijski morilec Richard Ramirez, poznan pod vzdevkom 'nočni zalezovalec', je ustvarjal umetnine pod svojo blagovno znamko, ki so bile tako zaželeni, da so postale zbirateljski predmet. Imel je celo svojega umetniškega zastopnika (Abou Nasr, 2022).

Izjema glede medijske pozornosti pa ni bil niti slovenski serijski morilec Metod Trobec. Njegova dejanja so dolgo odmevala v medijih in so pozneje pritegnila tudi pozornost umetnikov in ustvarjalcev. Upodobljena so bila v več umetniških oblikah in bila »navdih« za različna umetniška dela. Leta 2019 je slovenski režiser Tomaž Gorkič posnel kratek film z naslovom *Metod*, ki predstavlja življenje Trobca po njegovem prihodu domov iz umobolnice (IMDb, 1990–2023b). Svetlana Makarovič je spisala pesem 'Balada o T.' kjer opeva Trobčeva dejanja (Skubic, 2012). Po Trobcu pa se je celo poimenovala hrvaška glasbena skupina iz Zagreba 'Trobceve krušne peči' (Oremović, 2013). Leta 2006 so ga celo uvrstili na Playbojevo listo moških leta in njegovo smrt označili za odhod leta (Playboy, 2007). V Muzeju slovenske policije v Tacnu so leta 2011 tudi odprli razstavo dokazov Trobčevih dejanj, ki sodijo med najbolj krute v Sloveniji. Obiskovalci si lahko tako ogledajo lastnino njegovih žrtev, kot so razni dokumenti in nakit ter ostanke kosti (S. U., 2011). Klinični psiholog Andrej Kožar, ki je na Dobu delal tudi s Trobcom, je

kasneje napisal knjigo o njegovih morilskih dejanjih in se osredotočil predvsem na njegove žrtve (Volčič, 2017b).

V različnih raziskavah so ugotovili, da med gledalci in poslušalci takšnih vsebin prevladujejo ženske. Čeprav se bojijo, da bi same postale žrtve takšnih oseb, jih serijski morilci zanimajo predvsem zaradi ozadja njihovih izkušenj in dogodkov, ki so jih pripeljali do tega, da so storili takšna grozodejstva. Nekateri raziskovalci so celo mnenja, da ženske z gledanjem in poslušanjem teh vsebin, podzavestno zbirajo informacije, kako ravnati v takšnih situacija, kako prepoznati takšne posameznike in znake, ki bi nakazovali na potencialno nasilne posledice (Dobrijević, 2022).

Serijski umor je relativno redek pojav, vendar pa je deležen velikega zanimanja. Na to temo je napisanih veliko člankov in knjig ter posnetih veliko filmov. To zanimanje širše javnosti se je pričelo v letu 1888 po vrsti nerešenih umorov prostitutk v območju Whitechapel v Londonu. Ti umori so bili zagrešeni s strani še zdaj neznanega, pa vendar vsem dobro poznane posameznika, poimenovanega »Jack the Ripper« (Federal Bureau of Investigation (FBI), 2008).

Umori in druga nasilna dejanja so deležni vse večje pozornosti medijev in širše javnosti. Ljudi že od nekdaj zanima to, kar je v družbi nezakonito in ni v skladu z normami. Umori in nasilje prav gotovo sodijo v to skupino. Sodobna tehnologija in splet omogočata dostop do raznoraznih vsebin, ki to prikazujejo in ovekovečijo. To je tudi eden izmed razlogov za vse večjo pozornost, ki jo javnost namenja serijskim morilcem (ibid.).

O serijskih morilcih je veliko literature, ki se tej temi posveča z vidika kriminologije in psihologije, vendar pa o samih dejavnikih iz okolja (v te spada tudi družina), ki vplivajo na ustroj posameznika v serijskega morilca, literature ni ravno veliko.

3 GENERACIJA Z

V tem poglavju predstavljamo generacijo Z, značilnosti njenih pripadnikov, kako le-ti gledajo na turizem, kakšno je njihovo obnašanje v vlogi turista in katerim motivacijam sledijo pri izbiri turističnih produktov.

3.1 Definicija generacije Z

Slovar slovenskega knjižnega jezika opredeli besedo generacija kot ljudi »približno iste starosti, ki živijo v istem času in imajo podobne interese ali nazore ...« (Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša Znanstvenoraziskovalni center slovenske akademije znanosti in umetnosti (v nadaljevanju ISJFR ZRC SAZU), b. d.). Meje, kje se neka generacija konča in druga začne so močno zabrisane in nejasne. Na splošno pa imajo pripadniki neke generacije značilnosti, ki jih lahko posplošimo na njeno celotno populacijo (Bencsik, Horváth-Csikós in Juhász, 2016).

Eyerman in Turner (1998) opišeta generacijo kot skupino oseb, ki živijo ob istem času in si delijo navade in kulturo, preko katerih ustvarjajo kolektivni spomin, ki služi njihovi integraciji. Ne omenjata let rojstva. Podoben pristop k opisu generacije imata tudi Koulopoulos in Keldsen (2016), ki trdita, da je generacija sicer pripisana z rojstvom v določenem času, ki ga zaznamujejo določeni pomembni dogodki. Še vseeno pa trdita, da generacijo označujejo tudi obnašanje in deljena kultura, ki so ga lahko preko zavednih izbir prevzeli posamezniki iz drugih generacij.

Trenutno imamo identificiranih pet generacij. Najstarejšo, tiho generacijo ali poimenovano tudi generacija veteranov, predstavljajo osebe, ki so stare med 78 in 95 let. Sledi ji tako imenovana 'baby boomer' generacija, ki jo predstavljajo osebe med 59 in 77. Osebe med 43 in 58 leti predstavljajo generacijo X. Milenijsko generacijo, imenovano tudi generacija Y, predstavljajo osebe med 27 in 42 let (Dimock, 2019). Generacija Z je trenutno druga najmlajša, ko so ji bili dani tudi številni drugi vzdevki, kot so na primer iGeneracija, Generacija C (črka C nakazuje na angleško besedo 'connected') in Digitalni domorodci (Sladek in Grabinger, 2014).

Mnenja glede let, v katerih so se rodili pripadniki generacije Z, se rahlo razlikujejo med avtorji, tako:

- Sladek in Grabinger (2014) ocenjujeta, da so se ti rodili med leti 1996 in 2009;
- Dimock (2019) definira generacijo Z kot tiste rojene med leti 1997 in 2012;
- Koulopoulos in Keldsen (2016) pa sta generacijo Z označila z leti rojstva med 1995 in 2015.

Ne glede na letnice rojstva pa pripadnike generacije Z združujejo skupne lastnosti. Ena izmed večjih lastnosti, ki jih združujejo, je, da nikoli niso izkusili sveta brez interneta, saj so se rodili v času, ko se je začelo hitro razvijanje svetovnega spleta in s tem posledično dostop do neskončnih podatkovnih baz (Katz, Ogilvie, Shaw in Woodhead, 2022).

Vsaka generacija ima tudi skupek vrednot, ki si jih posamezniki delijo. Te vrednote oblikujejo njihov pogled na svet in razmišljanje. Pripadniki generacije Z so željni dela in učenja, vendar znotraj področij, za katera se zanimajo. Prav tako so emocionalno odprti

in si, kljub visoki aktivnosti na spletnih omrežjih in virtualni socializaciji, želijo aktivnega sodelovanja in medsebojne povezanosti. Zaradi razširjenosti interneta in dostopnosti podatkov so ozaveščeni in znajo ločiti med avtentičnimi ter neavtentičnimi informacijami (Ovsenik in Kozjek, 2015). V raziskavi, ki so jo opravili leta 2014, so se pripadniki generacije Z opisali kot odločne, zveste, odgovorne, premišljene, sprejemajoče in sočustvene. Ugotovili so, da so jim najpomembnejše vrednote razmerja, sreča, finančna stabilnost in poklicna pot (Seemiller in Grace, 2018).

Predstavniki generacije Z se brez posebnih problemov privajajo na hitro spreminjajoče se področje tehnološkega napredka; v primerjavi s starejšimi generacijami pričakujejo spremembe platform, ki jih uporabljajo in jih z veseljem sprejemajo. Prav tako se uporaba družbenih omrežij razlikuje od prejšnjih generacij, saj generacija Z uporablja omrežja, kot so Instagram in Snapchat. Omrežja, kot je na primer Facebook, niso več močno v uporabi, uporabljajo jih namreč le za stike s pripadniki starejših generacij (Rue, 2018).

Generaciji Z je uporaba in dostop do interneta samoumevna in ena izmed človekovih pravic in povezovanje med seboj je zaznano kot potrebno za vsakogar. Za razliko od prejšnjih generacij je neuspeh, na osebnem ali profesionalnem področju, sprejet pozitivno, negotovost v različnih situacijah pa je predvidena (Koulopoulos in Keldsen, 2016). Generacija, ki je odrasla z razvojem tehnologije, ima v skladu s tem tudi nanjo vezane hobije. Številni v prostem času radi gledajo filme in serije. V zadnjem času je predvsem naraslo zanimanje za internetne platforme, ki jim omogočajo gledanje filmov in serij takrat, ko imajo za to čas. Takšne platforme so izničile čakanje na dan in uro, ko bo izšla nova epizoda, saj velikokrat izide kar celotna sezona. Zaradi tega se veliko pripadnikov generacije Z poslužuje t. i. metode »binge watch«, kjer si v enem dnevu ogledajo celotno sezono serije (Seemiller in Grace, 2018).

Nekateri avtorji izpostavljajo, da obstaja večja verjetnost dokončanja srednješolskega izobraževanja med pripadniki generacije Z v primerjavi s starejšimi generacijami. Prav tako naj bi bili bolj naklonjeni k vpisu v višje in visokošolske zavode. Pri izbiri karierne poti pa so veliko bolj previdni (Eldridge, 2023).

Leta 2020 je izšla tudi raziskava Mladina 2020, kjer so raziskovali stanje mladih od 15 do 29 let v Sloveniji. Rezultati raziskave so pokazali, da se mladi v Sloveniji želijo politično udeleževati in biti seznanjeni ter vključeni v politično dogajanje v državi. Ugotovili so tudi, da se poslužujejo političnega potrošništva, s čimer podpirajo svoje vrednote in politična prepričanja. Prav tako so ugotovili, da so mladi dandanes bolj strpni do netradicionalnih življenjskih slogov in manjšin. Opazili so porast individualizma in želje po avtonomnosti v primerjavi s prejšnjimi generacijami, na kar kaže tudi hitrejše odseljevanje od doma, s čimer se bližajo evropskim povprečjem. Še vseeno pa se jih mnogo dobro razume s starši in tudi računa na njihovo pomoč pri ključnih življenjskih spremembah (Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, Urad Republike Slovenije za mladino, 2021).

Opazili so tudi padec deleža mladih, ki nadaljujejo svoje izobraževanje na visokošolskih zavodih. Ta je iz leta 2014 padel z 49 % na 45 %, kar je še vseeno nad evropskim povprečjem. Med načini izobraževanja so opazili tudi porast neformalnega izobraževanja. Za skoraj polovico pa se je zmanjšala tudi brezposelnost med mladimi, ki je bila leta 2019 8,1 % (ibid.).

3.2 Pripadniki generacije Z kot turisti

Kot smo omenili v prejšnjem podpoglavju, so pripadniki generacije Z navajeni uporabe tehnologije in pridobivanja informacij s pomočjo svetovnega spleta. Hiter tehnološki napredek, predvsem na strani družbenih omrežij pa jih preko pametnih naprav, kot so telefoni, tablični in namizni računalniki, povezuje s preostankom sveta. Zanje je značilno, da se pred nakupom produkta podrobno pozanimajo o njegovih lastnostih. Pri promociji so bolj naklonjeni vizualnim informacijam, kot so fotografije in videoposnetki (Wattpad, 2019 v Corbisiero, Monaco in Ruspini, 2022). Predvsem pa si pri potovanjih želijo drugačnosti (Kapusy in Lógó, 2017 v Kamenidou, Vassilikopoulou in Priporas, 2021).

V raziskavi je Monaco (2018) med mladimi v Italiji ugotovil, da se pripadniki generacije Z najbolj zanašajo na informacije na spletu. Takšne informacije so zanje namreč najpomembnejši dejavnik pri odločanju glede nakupa turističnih produktov. Veliko informacij dobijo tudi od znancev in prijateljev, ki na svojih družbenih omrežjih objavljajo osebne izkušnje med potovanji. Ugotovili so tudi, da si pripadniki generacije Z želijo soustvarjati potovalno izkušnjo in so v primerjavi z drugimi generacijami bolj naklonjeni podajanju mnenj na internetnih forumih glede njihovih izkušenj.

Demeter in Bratucu (2014) sta motivacije mladih turistov razdelila v šest kategorij, ki jih zaznamujejo:

- želja po učenju,
- šport in avanture,
- prostovoljstvo, delo in potovanje,
- spoznavanje nove kulture, ter
- želja po sprostitvi.

V raziskavi, opravljeni v Franciji, pa sta Haddouche in Salomone (2018) ugotovila, da si pripadniki generacije Z želijo med potovanji doživeti nekaj, česar ne doživijo vsakdan. Želijo si torej posebne nevsakodnevne izkušnje. Ker je generacija Z mlajša od večine ostalih generacij, je za intervjuvance na potovanjih bila zelo pomembna tudi cenovna ugodnost. Raziskovalca sta ugotovila tudi, da je za generacijo Z izmenjava informacij zelo pomembna. Pripadniki te generacije si želijo predvsem stika z lokalnim prebivalstvom, da bi lažje razumeli kulturo območja, kjer se nahajajo, hkrati pa jim ta stik ponudi priložnosti za razmislek in samoevalvacijo. Ugotovila sta še, da je telefon primarno sredstvo za ustvarjanje fizičnih spominov, na drugi strani pa se med potovanji raje odklopijo od vsakodnevnega brskanja po družbenih omrežjih in raje izkoristijo ta čas za 'počitek' od družbenih omrežij.

Glede na motivacije in želje turistov generacije Z, ki si, kot smo ugotovili, želijo unikatnosti in odstopa od vsakdana, bi zanje produkt temnega turizma, osnovan na dejanjih serijskih morilcev, predstavljal potencialno zanimivo izkušnjo. Namreč, pripadniki generacije Z in temni turisti si delijo skupno karakteristiko – med potovanji si želijo drugačnosti.

4 METODOLOGIJA

V nadaljevanju predstavljamo, kako smo se lotili raziskovanja zastavljenega raziskovalnega problema magistrske naloge in katere raziskovalne metode smo uporabili za pridobivanje informacij, s katerimi smo želeli odgovoriti na zastavljena raziskovalna vprašanja ter preverili zastavljene raziskovalne hipoteze.

V magistrski nalogi raziskujemo odnos slovenskih pripadnikov generacije Z do atrakcij temnega turizma, vezanih na dejanja serijskih morilcev. Ker se omejitve let, v katerih so bili pripadniki generacije Z rojeni, med avtorji razlikujejo, smo se za raziskovalni vzorec odločili anketirati osebe, ki so bile rojene leta 1995 ali kasneje. Zaradi občutljivosti teme smo anketirali pripadnike generacije Z, ki so že oziroma bodo v letošnjem letu (2023) dopolnili 18 let. Glede na podatke Statističnega urada Republike Slovenije (b. d.) se je v letih med 1995 in 2005 v Sloveniji rodilo 197.919 oseb, ki bodo letos stare od 18 do 28 let. V anketi se je prvo zastavljeno vprašanje nanašalo na letnico rojstva. Vsi, ki so izbrali letnice od 1995 do 2005 (obe letnici vključeni), so bili obravnavani kot del raziskovalnega vzorca.

Pri vzorčenju smo uporabili naključno vzorčenje. Pri takšnem pristopu ima vsak posameznik v izbrani končni skupini enake možnosti sodelovanja. Naključno vzorčenje predstavlja eno izmed najenostavnejših metod vzorčenja. V velikih primerih naključnega vzorčenja osebe za sodelovanje naključno izbere raziskovalec (Bennett, Coleman & Co., 2023). Za našo raziskavo osebe niso bile izbrane z naše strani, saj smo anketo delili s pomočjo različnih kanalov, končna odločitev za sodelovanje pa je bila na pripadnikih generacije Z.

Kot smo že omenili, smo pri izvajanju anketiranja pričakovali omejitve. Ker pri takšnem vzorčenju obstaja možnost napačnega zastopanja s premajhnim vzorcem (ibid.), smo s pomočjo internetnega orodja za izračun ustrezne velikosti raziskovalnega vzorca izračunali minimalno število oseb, ki jih potrebujemo za zanesljive rezultate. Stopnja zaupanja je 95 %, meja napake pa 5 %. Tako smo dobili potrebno število anketirancev, tj. 384 oseb, ki so potrebni za ustrezno reprezentativnost raziskovalnega vzorca v naši raziskavi.

Ena izmed omejitev pri izvedbi anketnega vprašalnika pa je bila tudi polarizacija vzorcev. Če bi želeli rezultate našega raziskovalnega vzorca prenesti na celotno populacijo, bi bilo treba imeti enako razmerje med anketiranci in vsemi spremenljivkami (spol, regija življenja, izobrazba), kot je v celotni generaciji. Zaradi tega lahko na podlagi vzorcev le sklepamo in ne moremo popolnoma potrditi, da se ugotovitve nanašajo na celotno generacijo.

Anketa predstavlja kvantitativno tehniko raziskovanja z vnaprej pripravljenimi vprašanji, ki sestavljajo anketni vprašalnik. S tem načinom pridobivanja informacij smo le-te ločili od posameznikov. Pri oblikovanju anketnega vprašalnika smo bili pozorni, da smo sledili namenu raziskave in vanj nismo vključili vprašanj, ki za zastavljeni raziskovalni problem niso pomembna. Priporočljivo je, da pri oblikovanju uporabimo tudi vprašanja iz drugih podobnih raziskav, s čimer si zagotovimo njihovo relevantnost (Veal, 2017 v Prevolšek in Alegro, 2021). Pozitivne strani pridobivanja informacij s pomočjo anketnega vprašalnika so, da zaradi napredovanja moderne tehnologije in možnosti za ustvarjanje in deljenje le-teh na internetu, ne potrebujemo nobenih finančnih sredstev. Vprašalniki so

tudi primerni za analizo podatkov tako majhnih kot tudi velikih skupin, so anonimni in se lahko rešujejo v tempu, ki si ga anketiranec zastavi sam. Velikokrat pa se lahko zgodi, da določene osebe ne zaključijo vprašalnika, ki kasneje ni uporaben pri raziskavi (Bhandari, 2022).

Kvantitativna analiza podatkov vključuje analiziranje merljivih podatkov, ki so lahko merljivi. Takšen tip analize podatkov je objektiven in se osredotoča na številke, statistiko in meritve. Kvantitativen način analize podatkov je primeren za obravnavanje manjšega kot tudi večjega števila podatkov. Pri takšni analizi največkrat odgovarjamo na vprašalnico 'koliko' (Smith, 2022). S kvantitativno analizo podatkov pridobljenih s pomočjo ankete pričakujemo, da bomo pridobili podatke, s katerimi bomo lahko ovrgli ali nezavrgli zastavljene hipoteze. Za preverjanje statistično pomembnih razlik smo s pomočjo programa SPSS opravili T-test. Izveden je bil T-test za neodvisne vzorce, ki nam je podal informacije o tem, ali se dve skupini, ki sta med seboj neodvisni, statistično razlikujeta (Statistik, 2013–2023).

Da bi ugotovili, kakšen odnos imajo pripadniki slovenske generacije Z do atrakcij temnega turizma na osnovi serijskih morilcev in katere so skupne značilnosti oseb, ki bi se jih udeleževali, smo izdelali anketo s pomočjo spletnega orodja za izdelovanje anket Ika. Anketa je bila objavljena v slovenskem jeziku. Sestavljena pa je bila iz petih sklopov.

4.1 Sestava anketnega vprašalnika

V tem podglavju predstavljamo sestavo anketnega vprašalnika in vprašanja, ki smo jih zastavili anketirancem. Izpis celotnega vprašalnika je v Prilogi 1.

SKLOP 1 – DEMOGRAFSKI PODATKI

V prvem sklopu anketnega vprašalnika smo želeli zbrati demografske podatke o anketirancih, ki so nam kasneje pomagali pri opredelitvi in prepoznavanju morebitnih skupnih lastnosti, ki jih imajo osebe, ki bi se udeležile atrakcij temnega turizma osnovanih na serijskih morilcih. Zbirali smo podatke o letu rojstva, spolu, iz katerega dela Slovenije anketirani prihajajo, najvišji stopnji izobrazbe in statusu zaposlitve. Pri prvem vprašanju, ki se je nanašalo na leto rojstva, smo postavili pogoj za nadaljevanje ankete le za tiste, ki so bili rojeni v letih med 1995 in 2005. Drugi pa so bili vezani na zaključno stran, kjer smo se jim zahvalili za sodelovanje. S tem smo zagotovili, da so anketo izpolnile le osebe, ki so del našega raziskovalnega vzorca.

SKLOP 2 – POTOVALNE NAVADE

Poznavanje potovalnih navad anketirancev nam je pomagalo pri opredelitvi potovalnih navad tistih, ki bi se udeležili produkta temnega turizma na osnovi serijskih morilcev. Povprašali smo jih o frekvenci potovanja in motivih potovanja. Odgovore, ki so jih imeli na voljo kot motive potovanja, smo zapisali na podlagi raziskave, v kateri sta Demeter in Bratucu (2014) razdelila motivacije mladih turistov za potovanje.

SKLOP 3 – POZNAVANJE TEMNEGA TURIZMA IN IZKUŠNJE

V tretjem sklopu smo želeli ugotoviti, ali so anketiranci seznanjeni s pojmom temni turizem in ali so se kdaj že udeležili produkta temnega turizma – vzeto iz Kulcsár in Simon (2015). Naslednja stran je anketirance seznanila s pojmom temni turizem, preko

definicije, ki smo jo oblikovali in ji sledimo v naši nalogi: Temni turizem je pojav, ki zajema zavedno obiskovanje destinacij in udeleževanje v atrakcijah, povezanih z dogodki v preteklosti ali sedanjosti, ki so imeli na skupnost in okolje, kjer so se odvijali, negativen vpliv. Takšni dogodki so na primer naravne nesreče, smrti, trpljenja, vojne, genocidi in druga grozodejstva. Po predstavitvi pojma smo jih vprašali, ali so si kdaj želeli obiskati kakšno atrakcijo temnega turizma (Kulcsár in Simon, 2015). Če so odgovorili pritrdilno, se je odprlo podokno, kjer so bile opredeljene temne atrakcije, kot jih opredelita Dann (1998 v Sharpley, 2009) in Stone (2006). Dodali smo še odgovora 'območja naravnih in človeško povzročenih katastrof' in 'drugo'. Na koncu tega sklopa smo jih vprašali, ali bi se kdaj v prihodnje udeleželi kakšnih temnih turističnih atrakcij.

SKLOP 4 – TEMNI TURIZEM in SERIJSKI MORILCI

V tem sklopu smo anketiranim zastavili različna vprašanja in trditve v zvezi s temnim turizmom na osnovi dejanj serijskih morilcev. Prva vprašanja so se nanašala na njihovo poznavanje in seznanjenost s serijskimi morilci in produkti vezanimi na njih. Zastavili smo jim vprašanja, na katera so potem lahko odgovorili z 'Nisem', 'Nisem prepričan/a' ter 'Sem'. V drugem delu tega sklopa smo jih prosili, da s pomočjo Likertove lestvice ocenijo njihovo strinjanje s trditvami, kjer je 1 predstavljala se popolnoma ne strinjam, 2 se strinjam, 3 se niti ne strinjam niti strinjam, 4 se strinjam in 5 se popolnoma strinjam.

SKLOP 5 – IDEJNI PRODUKT

V zadnjem sklopu anketnega vprašalnika smo želeli ugotoviti, kako bi si anketirani želeli, da bi bil sestavljen produkt osnovan na dejanjih slovenskega serijskega morilca Metoda Trobca. Na vrhu strani smo vstavili obvestilo: Vprašanja v nadaljevanju se nanašajo na idejni produkt zasnovan na dejanjih slovenskega serijskega morilca Metoda Trobca. Vprašali smo jih o tem, koliko bi bili za takšen produkt pripravljeni plačati, kolikšna bi bila popolna dolžina, kako bi bil takšen produkt oblikovan in izveden (glede na analizo že obstoječih produktov). Zadnje vprašanje se je nanašalo na vsebino produkta, dani odgovori so bile vse lokacije povezane s Trobcom, ki smo jih spoznali preko pregleda literature in informacije, ki smo jih opisali v podpoglavju 2.4.1.

Po sestavi anketnega vprašalnika smo se najprej postavili v vlogo anketiranca in preizkusili vprašalnik, ugotovili smo tehnične napake glede možnosti napredovanja brez podajanja odgovorov na vprašanja, kar smo popravili. Za tem smo izvedli še neformalno pilotsko raziskavo s petimi osebami, da smo preverili razumljivost in logično zasnovo vprašalnika. Testni anketiranci so vsi bili pripadniki generacije Z. Z njihovo pomočjo smo preverili dolžino vprašalnika, ali se pojavljajo nerazumevanja v določenih delih glede tega, kaj sprašujemo anketirance in zbrali predloge za boljšo zasnovo. Njihovi komentarji so se nanašali na zastavitev vprašanj in ocenjevanja s trditvami v 4. sklopu, zaradi česar smo sklop delili na dva dela, kjer so v prvem delu trditve ocenjevali z 'nisem', 'nisem prepričan/a' in 'sem'. V drugem delu pa so trditve ocenjevali s pomočjo Likertove lestvice. Po opravljenih popravkih smo ocenili, da je vprašalnik pripravljen za delitev.

4.2 Izvedba anketnega vprašalnika

Anketni vprašalnik smo objavili dne 27. 04. 2023 in ga zaključili dne 21. 05. 2023. Skupno je bil vprašalnik na voljo za izpolnjevanje 25 dni. Delili smo ga s pomočjo družbenih omrežij, kot so Facebook, Instagram in LinkedIn, kjer smo ustvarili objavo, ki so jo kasneje delili tudi drugi uporabniki omrežij. Prošnjo za deljenje med svoje dijake in

študente smo s pomočjo internetnih seznamov naslovili tudi na slovenske srednje šole (Edus, b. d.) in fakultete (Študentski, 2000–2023).

Vprašalnik je izpolnilo 1220 anketiranih, 568 jih je bilo izpolnjenih ustrezno, 416 vprašalnikov pa je bilo primernih za analizo. Razliko 152 vprašalnikov predstavljajo osebe, ki so jih bodisi rešile le delno (112) bodisi anketiranci niso bili pripadniki generacije Z (40). Od tega je bilo med anketiranimi 315 oseb ženskega spola, 97 oseb moškega spola ter 4 osebe, ki svoj spol opredeljujejo drugače (Tabela 1).

Tabela 1: Spol anketirancev

SPOL	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Ženski	315	75.7
Moški	97	23.3
Drugo	4	1.0
Skupaj	416	100.0

Največji delež anketiranih je prihajal iz Savinjske regije (24,5 %), sledili so jim anketirani iz Posavske (21,2 %) in Podravske regije (19,5 %). Najmanjši delež anketiranih je prihajal iz Obalno-kraške, Goriške, Primorsko-notranjske in Jugovzhodne Slovenije (Tabela 2).

Tabela 2: Razporeditev anketiranih po slovenskih regijah

REGIJA	FREKVENCA	ODSTOTEK(%)
Osrednjeslovenska	47	11.3
Koroška	17	4.1
Podravska	81	19.5
Pomurska	25	6.0
Obalno-kraška	6	1.4
Goriška	6	1.4
Gorenjska	15	3.6
Primorsko-notranjska	7	1.7
Jugovzhodna Slovenija	10	2.4
Posavska	88	21.2
Zasavska	12	2.9
Savinjska	102	24.5
Skupaj	416	100.0

Anketirani so imeli raznoliko najvišjo doseženo stopnjo izobrazbe, od osnovnošolske do magistrske. Nihče od anketiranih ni imel doktorata znanosti. Največ anketiranih je pridobilo gimnazijsko oziroma srednje poklicno tehniško izobrazbo, sledili pa so jim anketirani z visokošolsko strokovno in univerzitetno izobrazbo (Tabela 3). Večina anketiranih je bila študentov (343; med njih spadajo tudi dijaki), dobrih 14 % je bila zaposlenih, 3.4 % anketiranih pa je bilo brezposelnih (Tabela 4).

Tabela 3: Izobrazba anketiranih

STOPNJA IZOBRAZBE	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Osnovnošolska	22	5.3
Nižje poklicna izobrazba	4	1.0
Srednja poklicna izobrazba	72	17.3
Gimnazijska/srednja poklicna tehniška	166	39.9
Višješolska strokovna izobrazba	23	5.5
Visokošolska strokovna in univerzitetna	110	26.4
Magistrska	19	4.6
Skupaj	416	100.0

Tabela 4: Status zaposlitve anketiranih

STATUS ZAPOSLOTITVE	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Študent/ka	343	82.5
Zaposlen/a	59	14.2
Brezposeln/a	14	3.4
Skupaj	416	100.0

4.3 Analiza anketnega vprašalnika

Analizo dobljenih empiričnih podatkov smo izvedli s pomočjo računalniških programov SPSS Statistics in Microsoft Excel. Večina anketirancev (307 oz. 74 %) se je v anketi prvič srečala s terminom temni turizem. Le manj kot tretjina (109 oz. 26 %) pa je ta termin že poznala (Tabela 5).

Tabela 5: Poznavanje termina temni turizem

POZNAVANJE TERMINA TEMNI TURIZEM	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Poznajo	109	26
Ne poznajo	307	74
Skupaj	416	100.0

Po predstavitvi termina pa sta se skoraj dve tretjini anketiranih (263 oz. 63.2 %) strinjali, da so si v preteklosti že želeli obiskati kakšno atrakcijo temnega turizma. 89 anketiranih oz. 21.4 % si nikoli ni želelo obiskati temnih atrakcij, 64 oz. 15.4 % pa jih o tem ni bilo prepričanih (Tabela 6).

Tabela 6: Želja anketiranih po obisku atrakcij temnega turizma

ŽELJA PO OBISKU ATRAKCIJ TEMNEGA TURIZMA	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
So si želeli	263	63.2
Si niso želeli	89	21.4
Niso prepričani	64	15.4
Skupaj	416	100.0

40 % anketiranih se še nikoli ni udeležilo atrakcij temnega turizma, malo več (42 %) pa se jih je. Preostali (18 %) o tem niso bili prepričani (Tabela 7). Izmed anketiranih, ki so se že udeležili atrakcij temnega turizma, so prevladovali tisti, ki so obiskali temne razstave, torej razne muzeje in muzejske zbirke, teh je bilo 78 %. Sledili so jim anketirani, ki so obiskali temne ječe in zapore (65 %) ter temna počivališča (50 %). Najmanjše število anketiranih je obiskalo temne atrakcije vezane na območja naravnih in človeško povzročenih katastrof, ture muk in nevarna mesta. Kot drugo sta dva anketirana navedla še muzej svetovne vojne, ki spada v najbolj obiskano kategorijo (Temne razstave) ter obisk Trga sv. Marka (Tabela 8).

Tabela 7: Udeležba v atrakcijah temnega turizma

UDELEŽBA V ATRAKCIJAH TEMNEGA TURIZMA	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Že udeležili	173	42
Niso udeležili	167	40
Niso prepričani	76	18
Skupaj	416	100.0

Tabela 8: Tipi temnih atrakcij, ki so se jih anketirani že udeležili

TIP TEMNIH ATRAKCIJ	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Temne razstave	135	78
Temne ječe in zapori	113	65
Temna počivališča	87	50
Temne zabavne atrakcije	83	48
Genocidni kampi	79	46
Konfliktna področja	63	36
Temna svetišča	50	29
Območja naravnih in človeško povzročenih katastrof	36	21
Ture muk	25	14
Nevarna mesta	24	14
Drugo	2	1

Vprašanju, ali bi se v prihodnje udeležili temnih atrakcij, je več kot polovica anketiranih (63 %) pritrdila. 16 % jih je navedlo, da se v prihodnje ne bi udeležili takšnih atrakcij, 21 % pa ni bilo prepričanih (Tabela 9).

Tabela 9: Ali bi se anketirani v prihodnje udeležili atrakcij temnega turizma?

UDELEŽBA V ATRAKCIJAH TEMNEGA TURIZMA V PRIHODNJE	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Bi se udeležili	262	63
Se ne bi udeležili	67	16
Niso prepričani	87	21
Skupaj	416	100.0

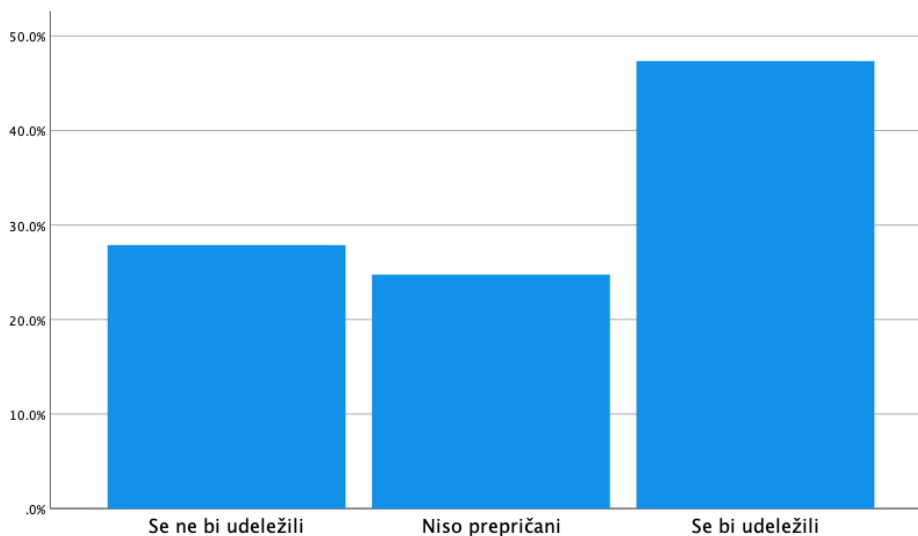
Večina anketiranih je že slišala za vsaj enega serijskega morilca in si ogledala kakšen film ali serijo o serijskih morilcih. Le 8 % anketiranih ni poznalo nobenega serijskega morilca oziroma niso bili o tem prepričani. 17 % pa si bodisi ni ogledalo filma ali serije o serijskih morilcev oziroma niso bili o tem prepričani. 42 % vseh anketiranih se je zavedalo, da obstajajo turistični produkti, ki temeljijo na dejanjih serijskih morilcev. Čeprav se je veliko anketiranih zavedalo obstoja takšnih produktov, pa se jih večina (83 %) ni udeležila. Takšnih produktov se je udeležilo le 23 anketiranih, kar predstavlja 6 %. Preostalih 11 % ni bilo prepričanih ali so se že udeležili takšnih produktov (Tabela 10).

Tabela 10: Poznavanje anketiranih serijskih morilcev in z njimi povezanih produktov

VPRAŠANJE	NISO	NISO PREPRIČANI	SO
Ste že slišali za vsaj enega serijskega morilca?	17 4 %	18 4 %	381 92 %
Ste si že ogledali kakšen film ali serijo o serijskem morilcu?	42 10 %	30 7 %	344 83 %
Ste vedeli, da obstajajo turistični produkti in atrakcije vezani na dejanja serijskih morilcev?	164 39 %	76 18 %	176 42 %
Ste se že udeležili turističnega produkta osnovanega na dejanjih serijskega morilca?	347 83 %	46 11 %	23 6 %

Skoraj polovica anketiranih pripadnikov slovenske generacije Z (48 %) bi se udeležila turističnih produktov, ki bi bili osnovani na dejanjih serijskih morilcev. 27 % anketiranih se takšnih atrakcij ne bi udeležilo, preostalih 25 % pa se s trditvijo »udeležil/a bi se turističnih atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev« niso niti strinjani niti nasprotovali (Graf 1).

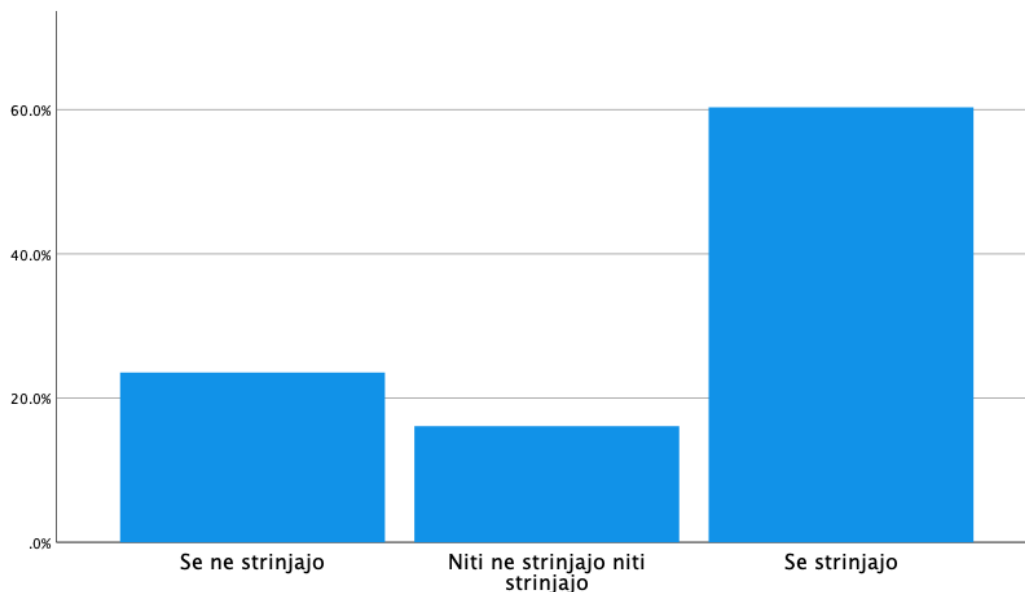
Graf 1: Pripravljenost anketiranih za udeležbo v turističnih produktih vezanih na serijske morilce



Večina anketiranih (60 %) se je strinjala, da bi se njihovo zanimanje za temne turistične atrakcije osnovane na dejanjih serijskega morilca povečalo, če bi njegovo zgodbo delno

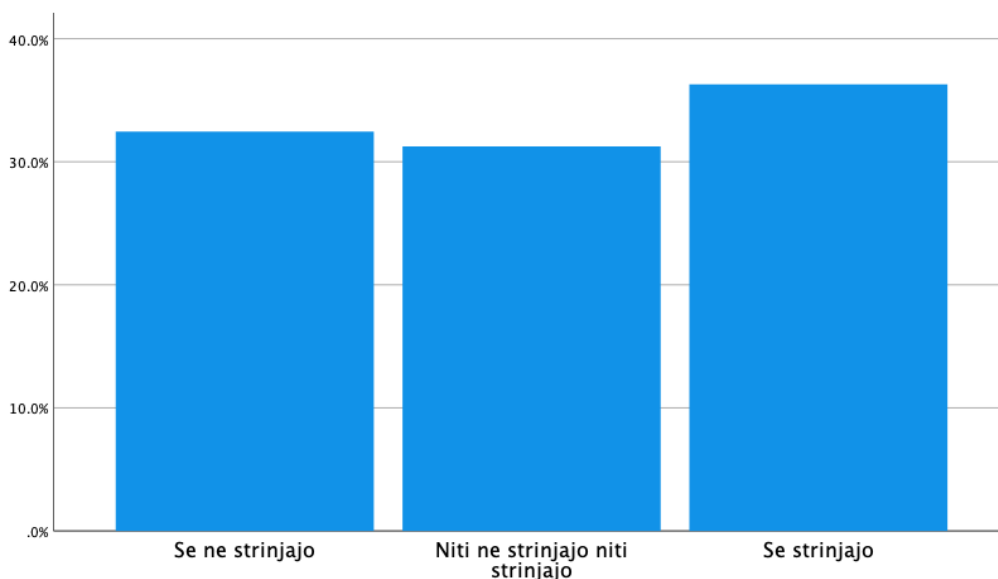
spoznali v medijih ali preko ekranov. Kar 24 % anketiranih se s to trditvijo ni strinjalo (Graf 2).

Graf 2: Želja anketiranih po obisku turističnih atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev, bi bila večja, potem ko bi njihovo zgodbo delno spoznal/a v medijih ali preko ekranov



Pri trditvi »Osebe v mojem ožjem krogu bi se z menoj udeležile atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev« so se anketirani razdelili na tri skoraj enake dele. S trditvijo se ni strinjalo 33 % anketiranih, medtem ko se jih je 37 % strinjalo. Preostalih 31 % anketiranih pa se ni niti strinjalo niti trditvi ni nasprotovalo (Graf 3).

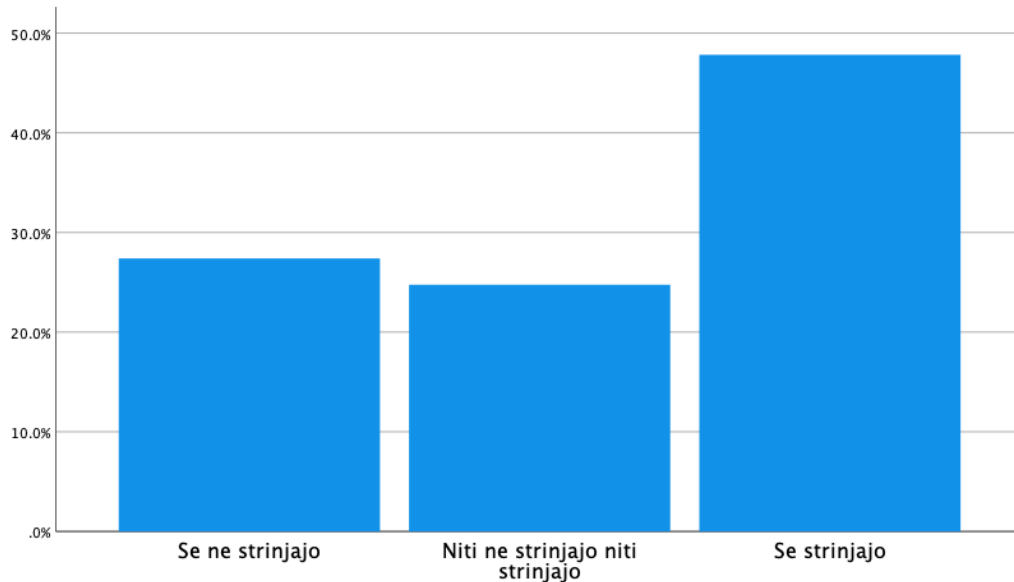
Graf 3: Osebe v mojem ožjem krogu bi se z menoj udeležile atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev



Skoraj polovica anketiranih (47,8 %) je ocenila, da so produkti temnega turizma, ki so osnovani na dejanjih serijskih morilcev, zanimiv in unikaten način spoznavanja zgodovine določene destinacije. S to trditvijo se 28 % anketiranih ni strinjalo, 25% pa je

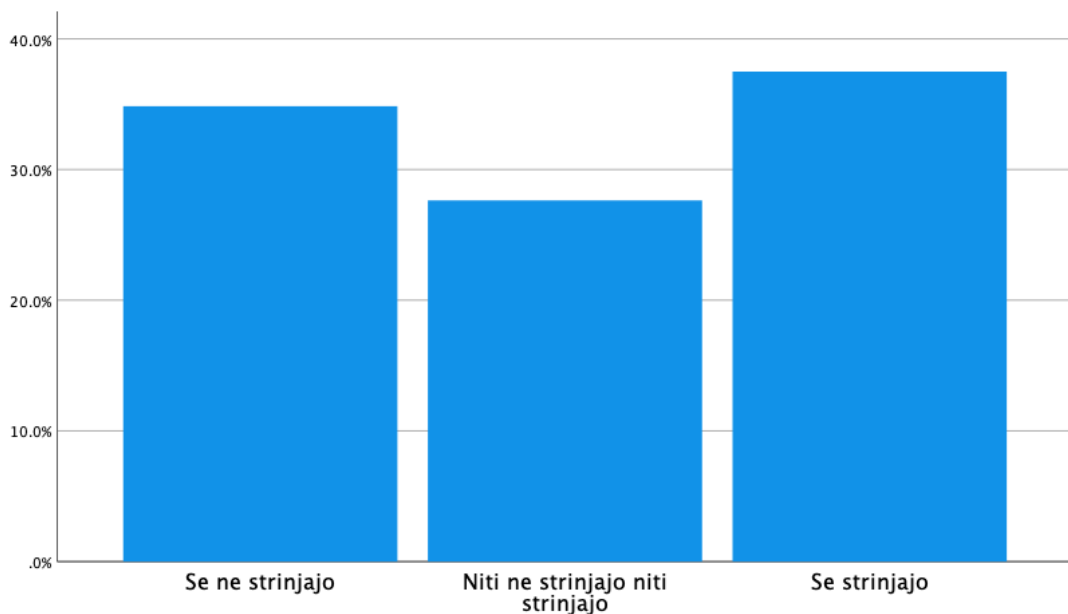
ostalo nevtralnih (Graf 4). Navedeno potrjujejo teoretske ugotovitve iz pregleda literature, saj si pripadniki generacije Z želijo unikatnega spoznavanja zgodb in zgodovine nekega območja, kar jim ponuja temni turizem na osnovi serijskih morilcev. Takšni produkti predstavljajo popoln odstop od vsakdana in vpogled v dogodke, ki so številnim nepredstavljeni.

Graf 4: Mislim, da so produkti temnega turizma osnovani na dejanjih serijskih morilcev zanimivi in unikaten način spoznavanja zgodovine določene destinacije



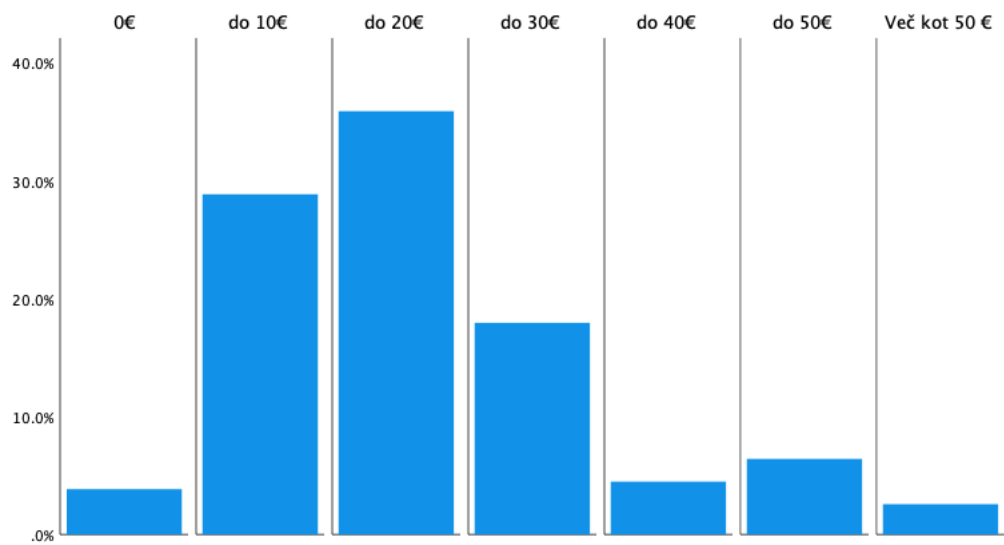
Malo več kot tretjina anketiranih (35 %) je navedla, da se ne bi udeležili temnih atrakcij povezanih s slovenskim serijskim morilcem Trobcom. 25 % anketiranih je bilo neopredeljenih, 37 % anketiranih pa bi se takšnega produkta udeležilo (Graf 5).

Graf 5: Udeležil/a bi se produkta temnega turizma na osnovi slovenskega serijskega morilca Metoda Trobca



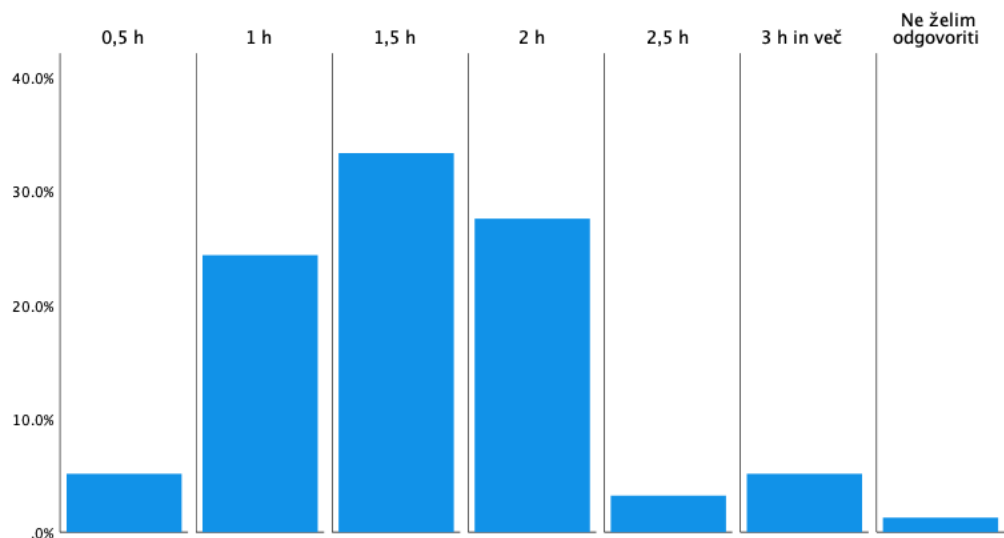
Analizirali smo še odgovore, ki se nanašajo na produkt temnega turizma, osnovanega na dejanjih slovenskega serijskega morilca Trobca. Analizirali smo podatke, pridobljene od anketiranih, ki bi se udeležili takšnega produkta. Večina izmed njih (35,9 %) se je strinjala, da bi zanj bili pripravljeni odšteti do 20 evrov. Malo več kot 28 % anketiranih bi zanj bili pripravljeni odšteti do 10 evrov, najmanjša deleža anketiranih pa sta bila na obeh skrajnostih, in sicer 0 evrov bi bilo pripravljenih odšteti 3,8 % anketiranih, več kot 50 evrov pa 2,6 % (Graf 6).

Graf 6: Koliko bi bili pripravljeni anketirani plačati za produkt temnega turizma osnovanega na dejanjih Trobca



Po navedbah tretjine anketiranih bi bila popolna dolžina takšnega produkta 1 uro in pol. Na drugem mestu je bila dolžina 2 ur (27,6 %) na tretjem pa 1 ura (24,4 %). Za vsako od preostalih opcij se je odločilo manj kot 5 % anketiranih (Graf 7). Dobljeni rezultati potrjujejo že izbrane dolžine obstoječih produktov vezanih na dejanja serijskih morilcev, ki smo jih analizirali v podpoglavju 2.3

Graf 7: Kolikšna bi bila za anketirane želena optimalna dolžina produkta



Na vprašanje, kako bi si želeli, da bi bil takšen produkt osnovan, je večina (71 %) anketiranih navedla, da bi si želeli, da bi bil produkt osnovan na zgodovini umorov v Sloveniji, kjer bi bil vključen tudi Metod Trobec. Skoraj polovica anketiranih pa se je tudi strinjala, da bi si želeli, da bi bil takšen produkt samostojen in v celoti osredotočen na primeru Trobca (Tabela 11).

Tabela 11: Kako bi anketirani želeli, da bi bil produkt oblikovan

OBLIKOVANJE PRODUKTA	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Samostojen produkt osredotočen le na serijskem morilcu.	76	49
Del produkta temnega turizma umorov v Sloveniji.	111	71
Del produkta temnega turizma Slovenije.	64	41
Ne želim odgovoriti.	4	3

Skoraj vsi anketirani si želijo, da bi se takšen produkt izvedel v živo. Le 15 % anketiranih je izbralo izvedbo preko interneta, 14 % pa si želi, da bi bil produkt pasiven, kjer bi lahko sami s pomočjo knjižnih vodnikov in spletnih strani raziskovali primer Trobca (Tabela 12).

Tabela 12: Kako bi si anketirani želeli, da bi bil produkt izveden

IZVEDBA PRODUKTA	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
V živo	145	93
Preko interneta	23	15
Pasivno (knjižni vodniki in spletne strani z informacijami)	22	14
Ne želim odgovoriti	3	2

Večina anketiranih si želi, da bi bil takšen produkt izveden kot vodenje (78 %), bodisi s kolesom ali s prevozom ali pa igrificirano doživetje (74 %). Malo več kot polovica anketiranih si želi, da bi produkt predstavljal muzej, tretjina (33 %) pa bi želela imeti internetno stran, na kateri bi bili dostopni vsi podatki, 23 % pa bi potrebovala knjižnega vodnika, s pomočjo katerega bi lahko samostojno spoznavali to temno plat zgodovine (Tabela 13).

Tabela 13: Kakšen tip produkta bi si želeli, da bi bil

TIP PRODUKTA	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Vodenje	121	78
Muzej	82	53
Knjižni vodnik	36	23
Igra	115	74
Internetna stran	51	33

V spodnji tabeli lahko vidimo tudi, kaj bi si anketirani, ki bi se udeležili produkta temnega turizma na osnovi dejanj slovenskega serijske morilca Trobca, želeli spoznati v produktu. Največ anketiranih bi si želelo spoznati Trobčevo življenje in njegove žrtve. Večina bi si

želela obiskati tudi Trobčevo hišo, se sprehoditi mimo ljubljanskih gostiln, kjer se je zadrževal in pobiral svoje žrtve, spoznati sodni postopek zoper Trobcu, obiskati Policijski muzej v Tacnu ter zapor na Dobu, kjer je Trobec prestajal svojo kazen (Tabela 14). Glede na ugotovljene skupine atrakcij vezanih na serijske morilce v poglavju 2.3.8, so anketiranci največ zanimanja izrazili za lokacije in informacije direktno vezane na samega serijskega morilca in žrtve (vezane na umore in Trobčevo življenje).

Tabela 14: Kaj bi si anketirani želeli, da bi bilo vključeno v produkt

KAJ BI BILO VKLJUČENO V PRODUKT	FREKVENCA	ODSTOTEK (%)
Predstavitve Trobčevega življenja	142	91
Predstavitve žrtev	136	87
Predstavitve slovenskega sodnega sistema	52	33
Predstavitve sodnega postopka proti Trobcu	118	76
Predstavitve pojma serijski morilec in opravljene študije	66	42
Obisk lokacije Trobčeve hiše	124	79
Sprehod po Ljubljani mimo gostiln, kjer je Trobec pobiral svoje žrtve	120	77
Obisk njegovega delovnega mesta	72	46
Obisk zapora na Dobu, kjer je Trobec prestajal svojo zaporno kazen	112	72
Obisk Trobčevega groba	64	41
Obisk Policijskega muzeja v Tacnu, ki hrani dokaze najdene ob preiskavi Trobčeve hiše	116	74
Drugo	1	1

5 UGOTOVITVE

V magistrski nalogi smo želeli na podlagi teoretičnih izhodišč v literaturi, s pomočjo dosedanjih raziskav in dobljenih empiričnih podatkov lastne raziskave, predstaviti in ugotoviti, kakšni so pogledi pripadnikov slovenske generacije Z na produkte temnega turizma, osnovanih na dejanjih serijskih morilcev, s čimer bi pripomogli k razumevanju njihovih motivacij in pripravljenosti za udeležbo v nišnih produktih temnega turizma. V ta namen smo si zastavili štiri cilje, 2 raziskovalni vprašanji in 3 raziskovalne hipoteze.

5.1 Analiza zastavljenih ciljev

Za potrebe magistrskega dela smo si zastavili 2 raziskovalna cilja, ker smo želeli:

C 1: Opisati pojav temnega turizma, njegove značilnosti in motivacije turistov, ki se udeležujejo takšnih produktov – smo dosegli.

S pomočjo analize literature in različnih definicij temnega turizma smo v magistrski nalogi spoznali, da je temni turizem pojav, ki zajema zavedno obiskovanje destinacij in udeleževanje v atrakcijah, povezanih z dogodki v preteklosti ali sedanjosti, ki so imeli na skupnost in okolje, kjer so se odvijali, negativen vpliv. Temni turizem predstavlja butično skupino turističnih produktov, ki temeljijo na temni dediščini določenega območja, kot so razne smrti, naravne in človeško povzročene nesreče, genocidi, vojne, trpljenja in druga grozodejstva. Večina temnih turistov si želi doživeti nekaj, česar ne doživijo vsak dan; nekaj drugačnega, zaradi česar se odločajo za obiskovanje temnih atrakcij. Temne turiste je najbolje definirati glede na njihove motive, saj se velikokrat lahko udeležujejo potovanj na destinacije, ki niso doumete kot del ponudbe temnega turizma, vendar imajo temne koščke dediščine, ki privlačijo temne turiste.

C 2: Pojasniti, kako gledajo na produkte temnega turizma na osnovi serijskega morilca slovenski predstavniki generacije Z – smo dosegli.

Ugotovili smo, da večina anketiranih (74 %) ni poznala pojma temni turizem (Tabela 5), vendar si je več kot polovica (63 %) že želela obiskati atrakcije, ki jih obsega (Tabela 6). Skoraj polovica anketiranih (42 %) pa se je zavedala, da obstajajo turistične atrakcije vezane na dejanja serijskih morilcev. Le 6 % anketiranih pa se je takšnih produktov tudi udeležilo (Tabela 10). Ugotovili smo, da bi se skoraj polovica anketiranih udeležila produktov temnega turizma osnovanih na dejanjih serijskih morilcev (Graf 1). Prav tako je skoraj polovica anketiranih ocenila, da turistični produkti, osnovani na dejanjih serijskih morilcev predstavljajo zanimiv in unikaten način spoznavanja neke destinacija (Graf 4). Ugotovili smo tudi, da se osebe v njihovih ožjih krogih enakomerno razdelijo med tiste, ki bi se takšnih produktov udeležile z njimi, in tiste, ki se jih ne bi (Graf 3).

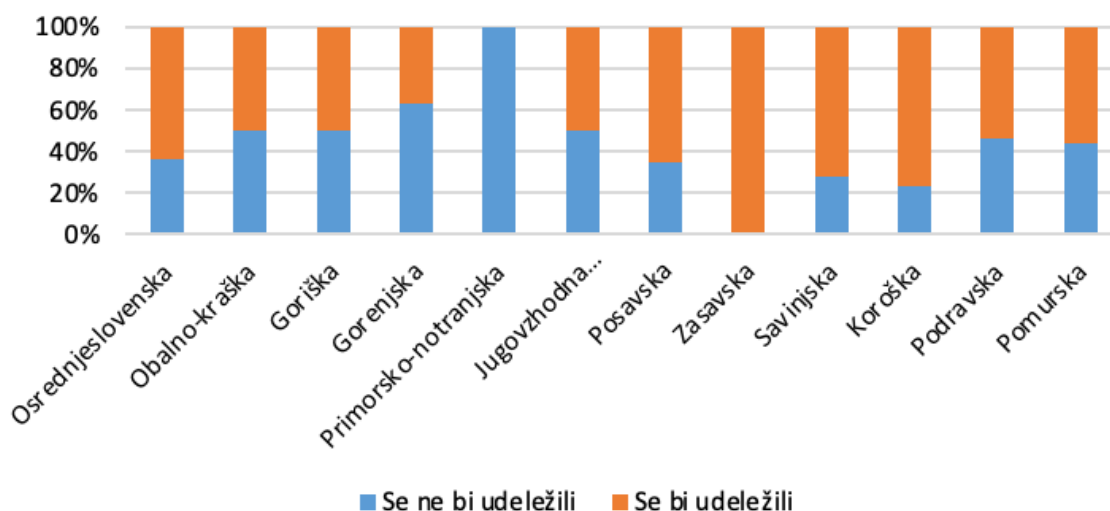
Na osnovi dobljenih empiričnih podatkov lahko razberemo, da so produkti temnega turizma vezani na dejanja serijskih morilcev doživetja, ki bi se jih udeleževali pripadniki generacije Z. Kot smo ugotovili v teoretičnem delu, se pripadniki generacije Z radi udeležujejo produktov in izkušenj, kjer se naučijo kaj novega (Demeter in Bratucu, 2014) in doživijo nekaj nevsakdanjega (Haddouche in Salomone, 2018). Poleg tega, takšna doživetja ne zahtevajo prevelikega finančnega vložka, kar smo ugotovili v analizi že obstoječih produktov na osnovi serijskih morilcev (poglavje 2.3.8), nekaj, kar je

pomembno tudi pripadnikom generacije Z, ko izbirajo turistična doživetja. Ker pa si želijo tudi spoznavanja in razumevanja zgodovine območja, ki ga obiskujejo (ibid.), so produkti temnega turizma na osnovi serijskih morilcev odlična priložnost za unikatni pogled na zgodovino območja.

C 3: »Opisati značilnosti pripadnikov slovenske generacije Z, ki se zanimajo za produkte temnega turizma, vezanih na dejanja serijskih morilcev.« – smo dosegli.

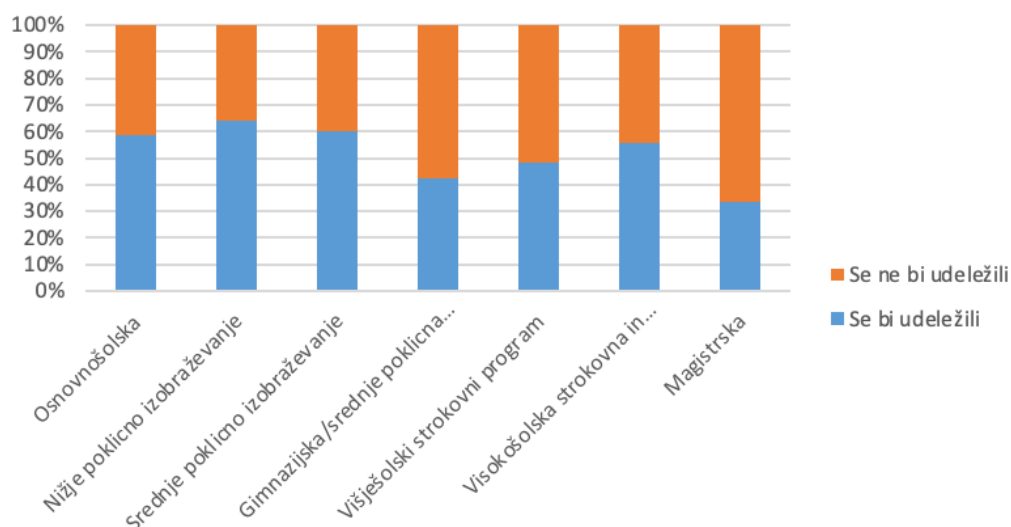
Za doseg tega cilja smo med anketiranimi izbrali tiste, ki so se z izjavo »Udeležil/a bi se turističnih atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev (ture, muzeji, igre...)« strinjali (tiste, ki so izbrali odgovore se strinjam in se popolnoma strinjam). Nato smo na podlagi teh odgovorov analizirali njihove odgovore, s pomočjo katerih smo opisali njihove značilnosti. Glede na njihov kraj bivanja v slovenskih geografskih regijah smo ugotovili, da je v primerjavi z anketiranimi, ki se takšnih atrakcij ne bi udeležili, največji delež pripadnikov slovenske generacije Z, ki so se pripravljene in bi si želeli udeležiti temnih turističnih atrakcij vezanih na serijske morilce, iz Zasavske, Koroške, Savinjske, Posavske in Osrednjeslovenske regije (Graf 8).

Graf 8: Slovenske regije glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev

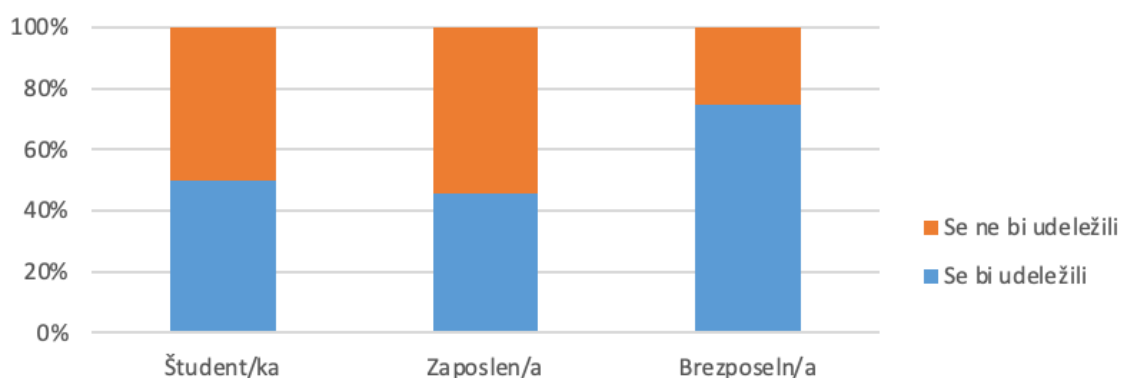


Med anketiranimi, ki bi se udeležili takšnega produkta temnega turizma, bi najverjetneje bili tisti, katerih najvišja dosežena izobrazba je nižje poklicno izobraževanje ali srednje poklicno izobraževanje. Najmanj verjetno pa bi to bili anketirani z gimnazijsko oziroma srednjo poklicno ter magistrsko izobrazbo (Graf 9). Glede na status zaposlitev bi se takšnih atrakcij najverjetneje udeleževali brezposelni. Pri študentih in zaposlenih pa je delež tistih, ki bi se in se ne bi udeleževali, skoraj enak (Graf 10).

Graf 9: Najvišja dosežena izobrazba anketiranih glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev

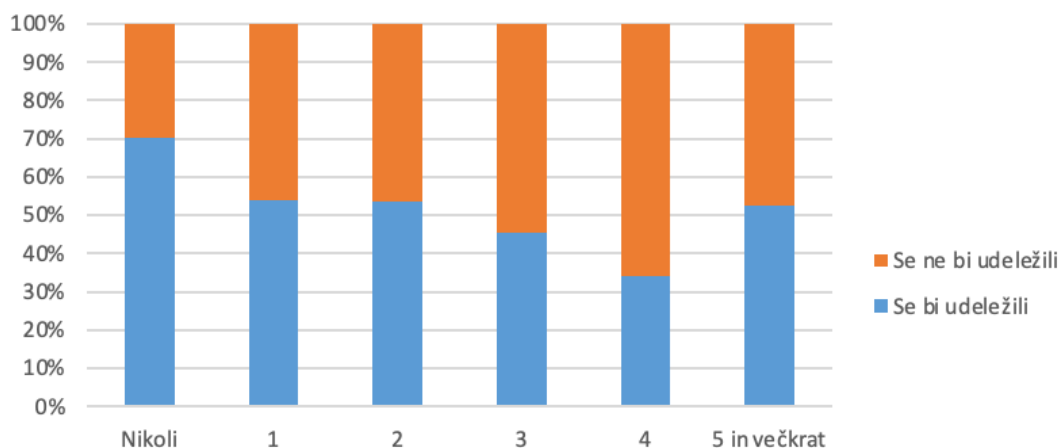


Graf 10: Status zaposlitve anketiranih glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev

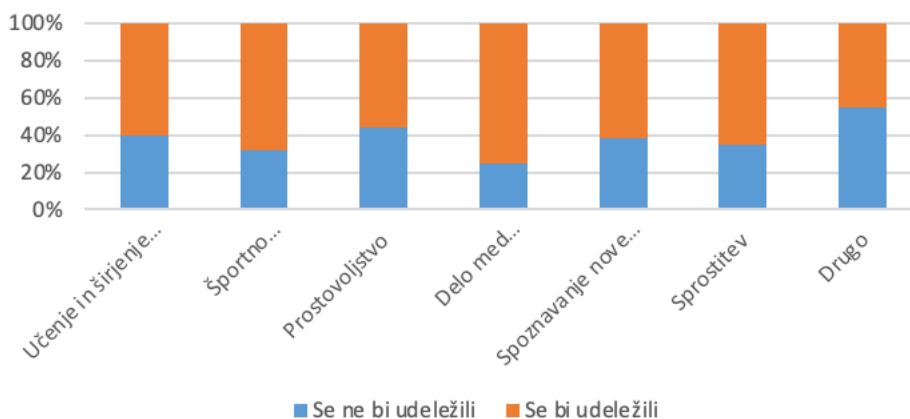


Analizirali smo tudi potovalne navade anketiranih pripadnikov generacije Z, ki bi se udeležili temnih atrakcij povezanih s serijskimi morilci. Ugotovili smo, da bi se najverjetneje takšnih atrakcij udeležili anketirani, ki potujejo enkrat ali dvakrat na leto in tudi tisti, ki ne potujejo. Najmanj pa je bilo zanimanja za takšne produkte med anketiranimi, ki potujejo štirikrat letno (Graf 11). Glede na motive potovanja bi se takšnih produkt najverjetneje udeleževali tisti, ki potujejo zato, da delajo med potovanjem, se športno udeležujejo, sprostijo in spoznavajo novo kulturo (Graf 12).

Graf 11: Frekvenca potovanja anketiranih glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev



Graf 12: Motivi za potovanje anketiranih glede na pripravljenost za udeležbo v produktih temnega turizma na osnovi serijskih morilcev



C 4: »Oceniti, ali bi razvoj produkta temnega turizma, oblikovanega na dejanjih slovenskega serijskega morilca, bil smiseln.« – smo dosegli.

Z analizo odgovorov anketiranih smo namreč ugotovili, da bi bil razvoj takšnega produkta smiseln, saj se zanj zanima več kot tretjina anketiranih (37 %, Graf 5). Zasnova takšnega turističnega produkta bi bila predvsem smiselna, saj si pripadniki generacije Z želijo drugačnih, unikatnih in nevsakdanjih izkušenj, kar produkti temnega turizma na osnovi serijskih morilcev predstavljajo. Produkt bi sicer moral biti oblikovan v skladu z njihovimi pričakovanji in željami, ki so predstavljene v grafih 6 in 7 ter tabelah 11 do 14. Zanimivo je predvsem to, da bi si večina anketiranih želela spoznati zgodbo Trobca preko igrificiranega doživetja. Sklepamo, da je to zaradi tega, ker so se rodili kasneje, ko njegova dejanja niso več odmevala. Prav tako temni turizem predstavlja novo nišo turizma, ki v Sloveniji še ni močno razvita in je tako potencialen za privabljanje novih skupin turistov.

5.2 Analiza raziskovalnih vprašanj

Analizirali smo odgovore anketirancev na raziskovalni vprašnji, saj nas je zanimalo:

RV 1: »Kako je opredeljen temni turizem na dejanjih serijskih morilcev?«

Ker v literaturi ni natančno opredeljena definicija temnega turizma, osnovanega na dejanjih serijskih morilcev, smo v nalogi s pomočjo literature in definicij pojma temni turizem in serijski morilec oblikovali definicijo te podvrsti, ki se glasi: »Temni turizem osnovan na dejanjih serijskih morilcev je pojav, ki zajema zavedno obiskovanje destinacij in udeleževanje v atrakcijah, povezanih z dejanji storjenimi s strani morilcev, ki so v daljšem časovnem obdobju umorili več oseb.«

RV 2: »Kakšne so lastnosti in motivacije turistov, ki se udeležujejo atrakcij temnega turizma?«

Ugotovili smo, da temne turiste za udeležbo v temnih atrakcij privablja predvsem človeška radovednost, želja po spoznavanju neznanega, doživljanju drugačnosti ter želja po učenju. Na te atrakcije jih lahko veže tudi osebna povezanost na dogodke oziroma osebe, ki so bile del teh dogodkov. Pomembno je, da razumemo tudi, da temne turiste ne definiramo kot take le na podlagi lokacij, iz katerih je takoj razvidno, da spadajo v sklop temnega turizma. Opredelimo jih tudi glede na motivacije obiska, čeprav neka lokacija prvotno ni predstavljena oziroma razumljena kot temna.

5.3 Preverjanje zastavljenih hipotez

Ker smo si za razumevanje pogleda slovenskih pripadnikov generacije Z na atrakcije temnega turizma zastavili tudi tri raziskovalne hipoteze, smo na osnovi dobljenih empiričnih podatkov le-te tudi preverili. Tako ugotavljamo, da je:

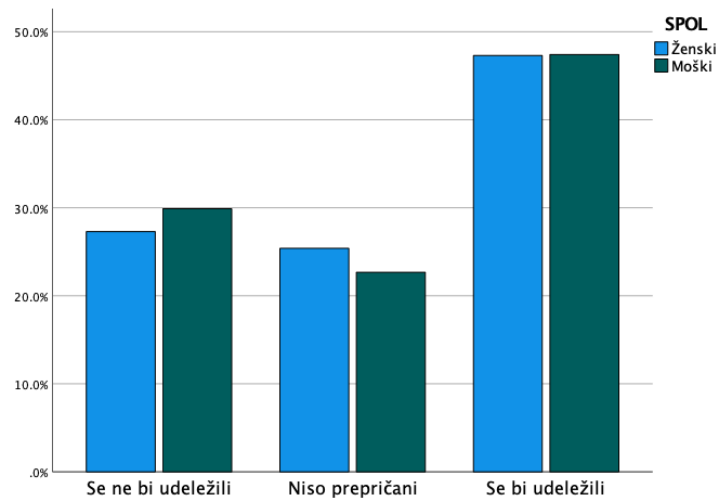
H 1: s katero smo predvidevali, da bi se večina slovenskih pripadnikov generacije Z udeležila produkta temnega turizma osnovanega na dejanjih serijskega morilca.« – je ovržena.

Na osnovi dobljenih empiričnih podatkov v prejšnjem poglavju smo ugotovili, da bi se skoraj polovica anketirancev (48 %) udeležila produkta temnega turizma na osnovi serijskega morilca (Graf 1). Prvo hipotezo tako ovržemo, saj so večji del anketirancev predstavljali tisti, ki se takšnih produktov ne bi udeležili oziroma o tem niso prepričani.

H 2: s katero smo predvidevali, da obstaja statistično značilna razlika glede na spol pripadnikov generacije Z in njihovo pripravljenostjo za udeležbo v produktu temnega turizma, osnovanega na dejanjih serijskih morilcev.« – je ovržena.

Analizirali smo delež anketiranih glede na spol in njihovo strinjanje oziroma nestrinjanje s trditvijo, da bi se bili pripravljene udeležiti turističnih atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev. Pri obeh spolih se je malo več kot 47 % anketiranih strinjalo, da bi se bili pripravljene udeležiti turističnega produkta osnovanega na dejanjih serijskega morilca (Graf 13). Med anketirankami se jih 27,3 % ne bi udeležilo takšnih produktov, med anketiranci pa 29,9 %. Med anketiranimi so bile tudi 4 osebe (1 %), ki se ne identificirajo kot pripadniki ženskega ali moškega spola, vendar predstavljajo premajhen delež za primerjavo rezultatov z ostalimi anketiranci (Tabela 1).

Graf 13: Pripravljenost za udeležbo v turističnih produktih vezanih na serijske morilce glede na spol



Za preverjanje statistično značilne razlike glede na spol pripadnikov smo izvedli T-test neodvisnih vzorcev na primerih, kjer smo anketirance povprašali o pripravljenosti za udeležbo v produktih in atrakcijah vezanih na serijske morilce in specifično na slovenskega serijskega morilca Trobca. Rezultati so pokazali, da v obeh primerih ne obstaja statistično značilna razlika v pripravljenosti anketirancev za udeležbo v takšnih produktih glede na spol, saj je vrednost dvostranskega p večja od 0.05 ($p = 0.747$ in $p = 0.943$, Slika 2). Hipoteza 2 je torej ovržena, saj smo ugotovili, da ne obstaja statistično značilna razlika glede na spol pripadnikov slovenske generacije Z in njihovo pripravljenostjo za udeležbo v produktu temnega turizma osnovanega na dejanjih serijskih morilcev.

Slika 2: T-test pripravljenost za udeležbo glede na spol

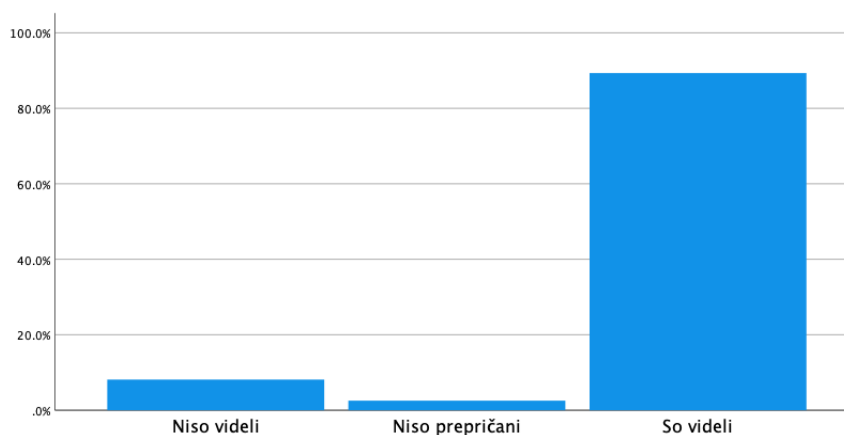
		Levenov test za enakost odstopanj		t-test za enakost sredstev			
		F	Pomembnost	t	df	Pomembnost	
						Enostranski p	Dvostranski p
Udeležba v atrakcijah vezanih na serijske morilce	Predpostavljena enaka odstopanja	.380	.538	.322	308	.374	.747
	Enaka odstopanja niso predpostavljena			.320	123.148	.375	.750
Udeležba v produktu temnega turizma osnovanega na dejanjih slovenskega serijskega morilca Trobca	Predpostavljena enaka odstopanja	.017	.895	.071	295	.472	.943
	Enaka odstopanja niso predpostavljena			.071	109.357	.472	.943

V teoretični raziskavi smo sicer ugotovili, da naj bi bile dokumentarne serije o serijskih morilcih bolj zanimive ženskemu spolu, saj naj bi tako zbirale podatke o tem, kako prepoznati takšne posameznike in znake, ki nakazujejo na potencialne negativne posledice (Dobrijević, 2022). Razlika v slovenskem prostoru verjetno ni tako opazna, saj sta se v zadnjih 50 letih na slovenskih tleh pojavila »le« dva serijska morilca, in zadnji je v medijih odmeval v času, ko so anketiranci bili stari največ 12 let in verjetno niso niti posvečali veliko pozornosti tem zgodbam. Zaradi tega ocenjujemo, da v slovenskem prostoru strah pred serijskimi morilci, kljub temu da sta oba serijska morilca v večini ciljala na ženski spol, ni tako močno razvit kot kje drugje, kot na primer v zvezni državi Illinois, kjer je bila ta raziskava izvedena. Ne nazadnje so Združene države Amerike na prvem mestu po številu serijskih morilcev (World Population Review, 2023).

H 3: s katero smo predvidevali, ali bi se tisti, ki so si že ogledali film ali serijo vezano na serijskega morilca, bolj verjetno udeležili produkta temnega turizma na osnovi dejanj serijskega morilca.« – je ovržena

Analizirali smo odgovore anketiranih, ki so se strinjali s trditvijo »Udeležil/a bi se turističnih atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev (ture, muzeji, igre ...).« ter analizirali njihove odgovore na vprašanje »Ali ste si že ogledali kakšen film ali serijo o serijskem morilcu?«. Ugotovili smo, da si je večina anketiranih, ki bi se udeležili produkta temnega turizma osnovanega na dejanjih serijskega morilca, že ogledala film ali serijo o kakšnem serijskem morilcu. Od vseh anketiranih, ki so pritrdili, da bi se udeležili takšnega produkta, jih je 89.3 % že videlo film ali serijo o serijskem morilcu, 2.5 % jih o tem ni bilo prepričanih, 8.1 % pa takšnih filmov ali serij še ni videlo (Graf 14). Prav tako je iz Grafa 2 razvidno, da se več kot polovica anketiranih (60 %) strinja s trditvijo, da bi se njihova želja po obisku turističnih atrakcij vezanih na dejanja serijskih morilcev povečala, potem ko bi njihovo zgodbo delno spoznali v medijih in preko ekranov.

Graf 14: Delež anketiranih, ki bi se udeležile temnih atrakcij, vezanih na serijske morilce glede na zgodovino gledanja filmov in serij



Za bolj natančne rezultate in razumevanje ali obstaja razlika glede na zgodovino gledanja, smo opravili tudi t-test. Želeli smo ugotoviti, ali obstaja statistično značilna razlika med udeleženci, ki so si že ogledali filme ali serije, vezane na serijske morilce in tistimi, ki si jih še niso ogledali ter njihovo pripravljenost za udeležbo v temnih atrakcijah vezanih na serijske morilce. Ugotovili smo, da med anketiranimi ni statistično pomembne razlike, saj je dvostranski p višji od 0.05 ($p = 0.063$, Slika 3). S temi ugotovitvami Hipotezo 3 ovržemo, saj med tistimi, ki so si ogledali filme in serije na osnovi serijskih morilcev in tistimi, ki si jih niso, ne obstaja statistično značilna razlika, kar nakazuje, da bi se takšnih produktov udeleževali tako tisti, ki so si jih že ogledali, kot tudi tisti, ki si jih še niso.

Slika 3: T-test pripravljenost za udeležbo glede na zgodovino gledanja filmov in serij

		Levenov test za enakost odstopanj		t-test za enakost sredstev			
		F	Pomembnost	t	df	Pomembnost	
						Enostranski p	Dvostranski p
Udeležba v atrakcijah temnega turizma na osnovi serijskih morilcev	Predpostavljena enaka odstopanja	3.973	.047	-1.870	294	.031	.063
	Enaka odstopanja niso predpostavljena			-1.766	37.787	.043	.086

6 ZAKLJUČEK

V magistrski nalogi smo raziskovali področje temnega turizma. Ta podvrst turizma velja za eno izmed bolj butičnih, saj se osredotoča na dediščino, ki je imela negativen vpliv na svoje okolje. Turisti, ki se udeležujejo takšnih atrakcij, se imenujejo temni turisti. Za njih je značilno, da si želijo izkusiti nekaj drugačnega, nevsakdanjega. Zato se odpravljajo na lokacije, ki so jih zaznamovale vojne, smrti, muke in katastrofe. V nalogi smo se osredotočili na področje temnega turizma vezanega na dejanja serijskih morilcev. S pomočjo pregleda literature in definicij krovnega pojma smo oblikovali tudi definicijo za to podvrst temnega turizma, ki smo ji sledili skozi raziskovalni proces. To podvrst temnega turizma smo obravnavali kot pojav, ki zajema zavedno obiskovanje destinacij in udeleževanje v atrakcijah, povezanih z dejanji storjenimi s strani morilcev, ki so v daljšem časovnem obdobju umorili več oseb.

Osebe, ki se udeležujejo produktov temnega turizma, imenujemo temni turisti, ti predstavljajo širok demografski nabor oseb, ki si v večini želijo med potovanjem izkusiti nekaj unikatnega in drugačnega od njihovega vsakdana. Temne atrakcije tem turistom omogočajo odmik od popularnih atrakcij in spoznavanje nečesa, kar je za številne včasih preveč morbidno in noro. Temni turisti se želijo poučiti o zgodovini nekega območja in razumeti, kako je le-ta vplivala na razvoj in na prebivalstvo, čeprav je ta imela negativen vpliv. Številni avtorji so mnenja, da vsakega turista, ki obišče destinacijo ali atrakcijo, ki ima temno zgodovino, ne moremo označiti za temne turiste. Iliev (2021) je na primer predlagal, da se temne turiste označi za takšne takrat, ko neko izkušnjo oziroma obisk destinacije razumejo kot temno.

Produkte te podvrsti temnega turizma bi lahko po kategorizaciji, ki jo je ustvaril Stone (2006) uvrstili med temnejše ali najtemnejše, saj je večina serijskih morilcev živela pred manj kot 50 leti, šele takrat se je namreč tudi natančneje razvila klasifikacija in razlikovanje med serijskim in množičnim morilcem. Mala časovna razlika od teh dogodkov pa pomeni, da se številni še spominjajo časov, ko so njihova grozodejstva odmevala v medijih. Zaradi občutljive tematike teh produkt je treba biti pri njihovi zasnovi tudi pozoren na etičnost in se ozirati na osebe, ki so jih ta dejanja prizadela. Danes se večina že razvitih turističnih produktov na osnovi serijskih morilcev odvija v Združenih državah Amerike, kjer imajo v zgodovini države celo obdobje poimenovano »Zlata doba serijskih morilcev«, ki označuje 70., 80. in 90. leta prejšnjega stoletja. V Evropi je najbolj prepoznaven produkt osnovan na serijskem morilcu Jacku Razparaču, ki je razširjen tudi zunaj območja, kjer je Jack Razparač moril (Whitechapel okoliš v Londonu), obstaja namreč tudi soba pobega na tematiko dogodkov vezanih na tega serijskega morilca v Dubaju.

V magistrski nalogi smo raziskovali pogled slovenskih pripadnikov generacije Z na to podvrst turizma in njihovo željo za udeleževanje atrakcij, ki ji pripadajo. Generacija Z je prva generacija, ki je odrasla z internetom in hitrim razvojem tehnologij, kar je tudi vplivalo na njihov razvoj in pogled na svet. Pripadniki generacije Z so željni učenja o tematikah, ki jih zanimajo in si želijo biti povezani med seboj, čeprav preko interneta. Odraščanje skupaj s hitrim tehnološkim napredkom jih je naučilo, kako ločiti med avtentičnimi in neavtentičnimi informacijami ter izpililo njihove virtualne sposobnosti. Kot turisti se pripadniki generacije Z odločajo za destinacije glede na informacije podane na spletu in po cenovni dostopnosti. Na potovanjih si želijo učenja, avantur, sprostitve, spoznavanje nove kulture, številni pa se odpravijo na potovanje tudi zaradi prostovoljstva

in dela med potovanjem. Raziskovalca Haddouche in Salomone (2018) sta ugotovila tudi, da si pripadniki generacije Z želijo na potovanjih nevsakdanjih izkušenj, ki jim ponudijo priložnost tudi za razmislek in samorefleksijo. Vse te želje in motivacije pa močno ustrezajo karakteristikam temnih atrakcij, zaradi česar temni turizem predstavlja odličen potencial za privabljanje te generacije turistov in nudenje unikatnih izkušenj.

Glede na različne omejitve let, ki jih podajajo avtorji za rojstvo pripadnikov generacije Z, smo se v nalogi držali, da so bili pripadniki generacije Z rojeni leta 1995 in kasneje. V izvedenem anketnem vprašalniku pa smo zajeli osebe, ki so bile rojene v letih 1995 do 2005, saj smo zaradi občutljive tematike želeli zajete osebe, ki so oziroma bodo letos dopolnile 18 let ali več. V anketi smo zajeli 416 pripadnikov generacije Z (za ustrezno reprezentativnost raziskovalnega vzorca smo potrebovali najmanj 384 oseb). Med izvedbo anketnega vprašalnika smo se soočali z omejitvijo polarizacije raziskovalnega vzorca, saj rezultatov ni mogoče popolnoma prenesti na celotno populacijo zaradi neenakomerne porazdelitve anketirancev glede na spremenljivke, kot so starost, spol, izobrazba ...

Ugotovili smo, da večina anketiranih ni poznala pojma temni turizem, vendar so se že udeležili produktov, ki spadajo v to podvrst turizma. Med najbolj obiskanimi so bile temne razstave, ki vključujejo razne muzeje in razstave ter temne ječe in zapori. Večina anketiranih je prav tako že slišala oziroma poznala vsaj enega serijskega morilca, prav tako pa so v večini vsi ocenili, da je spoznavanje neke destinacije skozi produkte temnega turizma osnovane na serijskih morilcih, zanimivo in unikatno.

Na osnovi dobljenih empiričnih podatkov smo ugotovili, da bi se skoraj polovica anketiranih udeležila produkta temnega turizma osnovanega na dejanjih slovenskega serijskega morilca. Prav tako je polovica anketiranih bila mnenja, da je turistični produkt osnovan na dejanjih serijskega morilca unikatni način za spoznavanje neke destinacije. Glede na pridobljene rezultate smo ugotovili, da bi bilo v Sloveniji oblikovanje produkta temnega turizma na osnovi serijskega morilca smiselno, če bi cena takšnega produkta bila do 20 evrov in trajala okoli 1,5 ure. Večina (71 %) si bi želela, da bi se produkt izvedel v živo in bi zajemal zgodovino umorov v Sloveniji. Polovica pa bi se udeležila tudi samostojnega produkta, ki bi bil osredotočen le na enem serijskem morilcu – Trobču. Glede tematik se bi največ oseb želelo spoznati Trobčevo življenje in njegove žrtve. Obiskati pa bi si želeli lokacijo njegove hiše, lokacije lokalov, kjer je pobiral svoje žrtve in in policijski muzej v Tacnu, ki hrani dokaze in ostanke iz Trobčeve hiše.

S pomočjo t-testa smo ugotovili, da med njimi ni statistično pomembne razlike med pripravljenostjo za udeležbo v teh produktih in spolom udeležencev. Pri obeh spolih se je malo več kot 47 % udeležencev strinjalo, da bi se udeležili takšne atrakcije. Predvidevamo, da je razlog za neobstoječo razliko v tem, da sta se v slovenskem prostoru pojavila »le« dva serijska morilca, zadnji v času, ko so najstarejši pripadniki generacije Z ravno stopali v najstništvo in teh zgodb niso doželi, slišali ali pa so jih pred njimi skrili starši. Zaradi tega menimo, da se v podzavesti ni razvil strah pred takšnimi osebami, kot v drugih državah, kot so na primer Združene države Amerike, ki so na prvem mestu na svetu glede števila serijskih morilcev.

Ugotovili smo tudi, da ogledi filmov in serij na zgodbah serijskih morilcev vplivajo na zanimanje za udeležbo v teh produktih. Namreč, izmed tistih, ki bi se udeležili atrakcij temnega turizma na osnovi serijskih morilcev, jih le 10.6 % ni videlo takšnih vsebin. Več kot tretjina anketiranih se je strinjala, da bi se udeležila produkta temnega turizma

oblikovanega na dejanjih slovenskega serijskega morilca Metoda Trobca. Pri slednjem nas je predvsem presenetilo dejstvo, da bi si njegovo zgodbo večina anketiranih želela spoznati preko igrificiranega doživetja, ne glede na to, da so njegova dejanja dokaj 'sveža'. Spekulativno zato sklepamo, da je razlog njihovo kasnejše leto rojstva, ko Trobčeva dejanja niso bila več tako odmevna in se o njih ni več razglabljalo.

Pri oblikovanju takšnega produkta bi seveda bilo treba veliko pozornosti nameniti pravilni predstavitvi dogodkov in se izogniti vzburjanju fasciniranja nad morilcem in vzpodbuditi kritično razmišljanje nad storjenimi dejanji. Glede na to, da si predstavniki generacije Z želijo priložnosti za razmislek, samoevalvacijo in povezanosti, bi bilo zanimivo v takšen produkt vključiti diskusijo med udeleženci o socialnih problemih, ki privedejo do takšnega vedenja posameznikov in kako reševati takšne probleme.

Z raziskavo smo torej ugotovili, da bi bila zasnova produkta temnega turizma na osnovi dejanj slovenskega serijskega morilca Metoda Trobca smiselna za predstavnike generacije Z, saj predstavlja unikatno spoznavanje zgodovine države ter nudi nevsakdanjo izkušnjo. Produkti temnega turizma so v osnovi zelo butični, kar ustreza tudi slovenski turistični strategiji, ki stremi k razvoju butične turistične ponudbe.

Ker je področje temnega turizma vezanega na dejanja serijskih morilcev slabo raziskano, raziskav odnosa med to podvrstjo turizma in pripadniki generacije Z pa ni, smo z našo raziskavo doprinesli k razumevanju odnosov in pogledov pripadnikov slovenske generacije Z na to podvrst turizma. V ta namen smo oblikovali definicijo na osnovi definicij temnega turizma in serijskih umorov ter doprinesli k razumevanju odnosa generacije Z kot temnih turistov v slovenskem prostoru. Analiza empiričnih podatkov je doprinesla k spoznanju, da bi oblikovanje produkta temnega turizma na osnovi dejanj slovenskega serijskega morilca bilo smiselno in da bi pripadniki generacije Z lahko predstavljali ciljno skupino. Raziskava je potrdila, da si pripadniki generacije Z želijo drugačnih in nevsakdanjih izkušenj, kjer temni turizem na osnovi serijskih morilcev predstavlja popoln turistični produkt za ugoditev njihovim željam.

V prihodnjih raziskavah bi bilo dobro opraviti tudi primerjavo med zanimanjem za takšen produkt med drugimi generacijami, predvsem tistimi, katerih pripadniki so bili že živi in se spominjajo let, ko so se odvijala ta grozodejstva. S tem bi lahko tudi točneje določili ciljno skupino za takšen produkt temnega turizma v Sloveniji oziroma potrdili, da je generacija Z najbolj primerna ciljna skupina takšnih produktov. Sicer predvidevamo, da bi se pri starejših generacijah manj oseb zanimalo za igrificiran produkt in bi jih bolj, če sploh, zanimal voden ogled po lokacijah ali muzeju. Prav tako bi za prihodnje raziskave glede zasnove takšnega produkta bilo zanimivo raziskati vključevanje digitalnih komponent, kot je navidezna resničnost (VR). To bi bilo predvsem atraktivno za mlajše generacije, saj bi jim nudilo dodatno izkušnjo in vrednost k osnovnemu produktu.

7 LITERATURA IN VIRI

- Abou Nasr, G. (2022). Serial Killers and their Representation in Pop Culture. *Arcadia*. Pridobljeno iz <https://www.byarcadia.org/post/serial-killers-and-their-representation-in-pop-culture>, 11. 04. 2023.
- AETN UK. (2023). *The 'murder tourism' sites that true crime obsessives flock to*. Pridobljeno iz <https://www.crimeandinvestigation.co.uk/article/the-%25E2%2580%2598murder-tourism-sites-that-crime-buffs-flock-to>, 10. 04. 2023.
- Airbnb. (2023a). *Raziščite temno stran San Francisca*. Pridobljeno iz https://sl.airbnb.com/experiences/1118177?_set_beve_on_new_domain=1672139526_NGNkYzEwMzI0NTRi, 12. 04. 2023.
- Airbnb. (2023b). *The Hunt for Ted Bundy*. Pridobljeno iz https://sl.airbnb.com/experiences/2272019?_set_beve_on_new_domain=1672139526_NGNkYzEwMzI0NTRi, 12. 04. 2023.
- American Ghost Walks. (b. d.). *The Devil in the White City Tour*. Pridobljeno iz <https://www.americanghostwalks.com/tour/the-devil-in-the-white-city>, 12. 04. 2023.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G. in Juhász, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of competitiveness*, 8(3), 90–106.
- Bennett, Coleman & Co. (2023). What is 'Random Sampling'. *The Economic Times*. Pridobljeno iz <https://economictimes.indiatimes.com/definition/random-sampling>, 10. 04. 2023.
- Bhandari, P. (2022). Questionnaire design | Methods, questions types & examples. *Scribbr*. Pridobljeno iz <https://www.scribbr.com/methodology/questionnaire/>, 02. 10. 2022.
- Biran, A. in Hyde, K. F. (2013). New perspectives on dark tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 191–198.

- Blom, T. (2000). Morbid tourism – a postmodern market niche with an example from Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift*, 54(1), 29–36.
- Bonn, S. (2014). *Why We Love Serial Killers: The Curious Appeal of the World's Most Savage Murderers*. New York: Skyhorse.
- Bregar, I. (1979). Iskali so potovalko, našli pa so ostanke treh trupel. *Delo*. Pridobljeno iz http://www.dlib.si/listalnik/URN_NBN_SI_DOC-3FU6ZI3L/12/index.html#zoom=z, 19. 01. 2023.
- Cheung, M. (2022). Media Romanticization of Serial Killers. *The Oracle*. Pridobljeno iz <https://gunnoracle.com/23529/uncategorized/media-romanticization-of-serial-killers/>, 10. 04. 2023.
- Corbisiero, F., Monaco, S. in Ruspini, E. (2022). *Millennials, Generation Z and the Future of Tourism*, 7. Bristol: Channel View Publications.
- Crime Museum. (2022a). *Serial killers vs. Mass murderers*. Pridobljeno iz <https://www.crimemuseum.org/crime-library/serial-killers/serials-killers-vs-mass-murderers/>, 05. 04. 2023.
- Crime Museum. (2022b). *The Zodiac Killer*. Pridobljeno iz <https://www.crimemuseum.org/crime-library/serial-killers/the-zodiac-killer/>, 12. 04. 2023.
- Dale, C. in Robinson, N. (2011). Dark Tourism. V P. Robinson, S. Heitmann in P. Dieke (ur.), *Research Themes for Tourism*, (str. 205–217). Wallingford: CAB International.
- Dalton, D. (2015). Dark tourism and crime. *Routledge Advances in Tourism*. Oxon: Routledge.
- Damslag. (b. d.). *The Assassination of Gianni Versace: American Crime Story (2018)*. Pridobljeno iz <https://elcinema.com/en/work/2053114/>, 10. 04. 2023.
- Delozier, A. (b. d.). Primary sources – An introductory guide. *University libraries: Seton hall university*. Pridobljeno iz <https://library.shu.edu/primarysources>, 02. 10. 2022.

- Demeter, T. in Bratucu, G. (2014). Typologies of youth tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 7(1), 115–122.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1–7.
- Dobrijević, K. (2020). Zakaj so dokumentarne serije o serijskih morilcih tako priljubljene? *24ur.com*. Pridobljeno iz https://www.24ur.com/popin/film_tv/zakaj-so-dokumentarne-serije-o-serijskih-morilcih-tako-priljubljene.html, 11. 04. 2023.
- Dobrijević, K. (2022). Zakaj je med gledalci vsebin o serijskih morilcih več žensk kot moških? *24ur.com*. Pridobljeno iz https://www.24ur.com/popin/film_tv/zakaj-je-med-gledalci-vsebin-o-serijskih-morilcih-vec-zensk-kot-moskih.html, 11. 04. 2023.
- Dye, E. (2022). Mourners asked to stop leaving toy Paddington bear tributes and marmalade sandwiches in honour of the Queen – with bosses at Green Park urging people to stick to flowers instead. *Daily Mail*. Pridobljeno iz <https://www.dailymail.co.uk/news/article-11202125/Mourners-asked-stop-leaving-Paddington-bears-marmalade-sandwiches-honour-Queen.html>, 17. 09. 2022.
- Edus. (b. d.). *Seznam srednjih šol*. Pridobljeno iz <https://paka3.mss.edus.si/registriweb/Seznam2.aspx?Seznam=3010>, 03. 05. 2023.
- Ehrlich, B. (2021). *Why were there so many serial killers between 1970 and 2000 – and where did they go?* Pridobljeno iz <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/serial-killers-1970s-2000s-murders-1121705/>, 18. 09. 2022.
- Eldridge, A. (2023). Generation Z. *Britannica*. Pridobljeno iz <https://www.britannica.com/topic/Generation-Z>, 26. 03. 2023.
- Eyerman, R. in Turner, B. S. (1998). Outline of a Theory of Generations. *European Journal of Social Theory*, 1(1), 91–106.

- Farmaki, A. (2013). Dark tourism revisited: A supply/demand conceptualisation. *International Journal of Culture, tourism and hospitality Research*, 7(3), 281–292.
- Farrier, D in Horan, P. (2018). *Dark Tourist: Latin America* [televizijska oddaja]. Nova Zelandija: Razor Films Fumes.
- Federal Bureau of Investigation (FBI). (2008). *Serial murder: Multi-Disciplinary Perspectives for Investigators*. Pridobljeno dne 01. 02. 2017 na: <https://fbi.gov/stats-service/publications/serial-murder>.
- Free Tours by Foot. (2023). *Beacon Hill Crime Tour*. Pridobljeno iz <https://freetoursbyfoot.com/beacon-hill-crime-tour/>, 12. 04. 2023.
- German, K. (2021). Netflix's Night Stalker captures the terror of a murder spree I recall well. *C Net*. Pridobljeno iz <https://www.cnet.com/culture/entertainment/netflixs-night-stalker-captures-the-terror-of-a-murder-spreed-i-recall-well/>, 10. 04. 2023.
- GetYourGuide. (2008–2023a). *London: Jack the Ripper Guided Walking Tour*. Pridobljeno iz <https://www.getyourguide.co.uk/london-157/london-jack-the-ripper-interactive-guided-walking-tour-t359535/>, 12. 03. 2023.
- GetYourGuide. (2008–2023b). *London: Jack the Ripper Walking Tour with Ripper-Vision*. Pridobljeno iz <https://www.getyourguide.co.uk/london-157/jack-the-ripper-tour-with-ripper-vision-t104249/>, 12. 03. 2023.
- GetYourGuide. (2008–2023c). *London: Jack the Ripper 2-Hour Evening Walking Tour*. Pridobljeno iz <https://www.getyourguide.co.uk/london-157/jack-the-ripper-evening-walking-tour-t54688/>, 30. 03. 2023.
- Gibson, D. C. (2006). The relationship between serial murder and the American tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), 45–60.
- Grimwade, G. in Carter, B. (2000). Managing Small Heritage Sites with Interpretation and Community Involvement. *International Journal of Heritage Studies*, 6(1), 33–48.

- Haddouche, H. in Salomone, C. (2018). Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 69–79.
- Hangman Tours. (2016–2021). *Our world famous tours*. Pridobljeno iz <https://www.hangmantours.com>, 30. 03. 2023.
- Hargrove, C. M. (2002). Heritage tourism. *CRM-WASHINGTON*, 25(1), 10–11.
- Hearst Magazine Media. (2021a). Charles Manson. *Biography*. Pridobljeno iz <https://www.biography.com/crime/charles-manson>, 12. 04. 2023.
- Hearst Magazine Media. (2021b). Jeffrey Dahmer. *Biography*. Pridobljeno iz <https://www.biography.com/crime/jeffrey-dahmer>, 30. 03. 2023.
- Hines, N. (2018). *8 serial killer tours for the true-crime obsessed*. Pridobljeno iz <https://matadornetwork.com/read/8-serial-killer-tours-true-crime-obsessed/>, 18. 09. 2022.
- Holmes, R. M. in Holmes, S. T. (2009). *Serial murder*. London: Sage.
- Iliev, D. (2021). Consumption, motivation and experience in dark tourism: A conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 963–984.
- IMDb. (1990–2023a). *Dark Tourist*. Pridobljeno iz <https://www.imdb.com/title/tt8725166/>, 18. 09. 2022.
- IMDb. (1990–2023b). *Metod*. Pridobljeno iz <https://www.imdb.com/title/tt11229872/>, 07. 09. 2022.
- ISJFR ZRC SAZU. (b. d.). *Zadetki iskanja: generacija*. Pridobljeno iz <https://fran.si/iskanje?View=1&Query=generacija&hs=1>, 26. 03. 2023.
- J. O. (1980). Petkratni morilec kmalu pred sodniki. *Primorski dnevnik*. Pridobljeno iz <http://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:DOC-KX3RR8H2/0e56fc0a-75ed-4b1b-99d4-e731b2bad444/PDF>, 16. 01. 2023.
- Jayapalan, N. (2001). *Introduction to tourism*. Pridobljeno iz [https://books.google.hr/books?hl=en&lr=&id=HFWjoeVCLk0C&oi=fnd&pg=PA1&dq=Jayapalan,+N.+\(2001\).+Introduction+to+tourism.+Atlantic+Publishers](https://books.google.hr/books?hl=en&lr=&id=HFWjoeVCLk0C&oi=fnd&pg=PA1&dq=Jayapalan,+N.+(2001).+Introduction+to+tourism.+Atlantic+Publishers)

+%26+Dist.&ots=hzrxIDe3EH&sig=yOvnjW4aiQkaSKe_3fcX2ZNj7pA&redir_esc=y#v=onepage&q=Jayapalan%2C%20N.%20(2001).%20Introduction%20to%20tourism.%20Atlantic%20Publishers%20%26%20Dist.&f=false, 26. 06. 2023.

Jenkins, J. P. (b. d.a). Jack the Ripper: English murderer. *Britannica*. Pridobljeno iz <https://www.britannica.com/biography/Jack-the-Ripper>, 12. 03. 2023.

Jenkins, J. P. (b. d.b). Jeffrey Dahmer. *Britannica*. Pridobljeno iz <https://www.britannica.com/biography/Jeffrey-Dahmer>, 30. 03. 2023.

Jenkins, J. P. (b. d.c). Ted Bundy. *Britannica*. Pridobljeno iz <https://www.britannica.com/biography/Ted-Bundy>, 12. 04. 2023.

Jenkins, J. P. (2023a). Boston Strangler. *Britannica*. Pridobljeno iz <https://www.britannica.com/biography/Boston-Strangler>, 12. 04. 2023.

Jenkins, J. P. (2023b). H. H. Holmes. *Britannica*. Pridobljeno iz <https://www.britannica.com/biography/H-H-Holmes>, 12. 04. 2023.

Jimenez, M. (2022). How Serial Killers Captured Popular Culture. *Tufts now*. Pridobljeno iz <https://now.tufts.edu/2022/10/31/how-serial-killers-captured-popular-culture>, 10. 04. 2023.

Johns, L. G., Keel, T. G., Malkiewicz, S. F., McNamara, J. J., Mellecker, K. R., O'Toole, M. E., Resch, D. T., Safarik, M., Schowalter, A. A. in Trahern, R. L. (b. d.). Definition of serial murder. V R. J. Morton in M. A. Hilts (ur.). *Serial murder: Multi-disciplinary perspectives for investigators* (7–9).

Kamenidou, I., Vassilikopoulou, A. in Priporas, C. V. (2021). New Sheriff in Town? Discovering Generation Z as Tourists. V N. Stylos, R. Rahimi, B. Okumus in S. Williams (ur.), *Generation Z Marketing and Management in Tourism and Hospitality* (121–140). Cham: Springer Nature Switzerland AG.

Kanal A. (2017). KRIMINALNE ZGODBE: Ženske so končale v krušni peči. *24ur.com*. Pridobljeno iz <https://www.24ur.com/kronika/kriminalne-zgodbe-zenske-so-koncale-v-krusni-peci.html>, 18. 01. 2023.

- Katz, R., Ogilvie, S., Shaw, J. in Woodhead, L. (2022). *Gen Z, explained: The art of living in a digital age*. Chicago: University of Chicago Press.
- Khaydarova, L. in Joanna, I. (2022). Dark tourism: Understanding the concept and the demand of new experiences. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, 11(1), 59–63.
- Koulopoulos, T. in Keldsen, D. (2016). *Gen Z effect: The six forces shaping the future of business*. New York: Routledge.
- Kulcsár, E. in Simon, R. Z. (2015). The magic of dark tourism. *Management & Marketing Journal*, 13(1), 124–136.
- Kunšič, M. (1980). Večkratni morilec je svoje žrtve sežigal v krušni peči. *Delo*. Pridobljeno iz http://www.dlib.si/listalnik/URN_NBN_SI_DOC-CWY8FLET/index.html#zoom=z, 07. 09. 2022.
- L. M. (1980). Trobčeva mati kot priča. *Gorenjski glas*. Pridobljeno iz https://arhiv.gorenjskiglas.si/digitar/15908610_1980_88_L.pdf, 19. 01. 2023.
- L. M. (1982). Pričala tudi Trobčeva mati. *Gorenjski glas*. Pridobljeno iz https://arhiv.gorenjskiglas.si/digitar/15908610_1982_69_L.pdf, 16. 01. 2023.
- Laterner, B. (2007). Silvo Plut: Napisal poslovilno pismo in pojedel pest pomirjeval. *Dnevnik*. Pridobljeno iz <https://www.dnevnik.si/243046>, 03. 06. 2023.
- Learish, J. (2021). Richard Ramirez: The story, the evidence, the Night Stalker. *CBS News*. Pridobljeno iz <https://www.cbsnews.com/pictures/richard-ramirez-night-stalker-murders/>, 12. 04. 2023.
- Lennon, J. in Foley, M. (2000). *Dark tourism: The attraction of death and disaster*. London: Continuum.
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism management*, 61, 275–301.

- Magano, J., Fraiz-Brea, J. A. in Leite, A. (2022). Dark Tourists: Profile, Practices, Motivations and Wellbeing. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19).
- McFarland, F. (2022). Strange attraction: Inside the morbid world of 'dark tourists' who love serial killers like Jeffrey Dahmer & flock to areas where they lived. *The U.S. sun*. Pridobljeno iz <https://www.the-sun.com/news/6447113/dark-tourists-visit-jeffrey-dahmer-home-serial-killer/>, 10. 04. 2023.
- Mencinger, L. (1979). Srhljiva najdba. *Gorenjski glas*. Pridobljeno iz https://arhiv.gorenjskiglas.si/digitar/15908610_1979_75_L.pdf, 15. 01. 2023.
- Metropolitan. (2023). Serijski morilci so praviloma zakompleksani in osamljeni (in slovenski niso nič drugačni). *Metro novice*. Pridobljeno iz <https://www.metropolitan.si/novice/kronika/serijski-morilci-so-praviloma-zakompleksani-in-osamljeni-in-slovenski-niso-nic-drugacni/>, 14. 01. 2023.
- Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, Urad Republike Slovenije za mladino. (2021). *Mladina 2020: Položaj mladih v Sloveniji*. Pridobljeno iz https://mlad.si/e-katalogi/Mladina_2020/, 29. 03. 2023.
- Monaco, S. (2018). Tourism and the new generations: emerging trends and social implications in Italy. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 7–15.
- Montgomery, H. (2022). Monster: Jeffrey Dahmer: Did TV go too far in 2022?. *BBC*. Pridobljeno iz <https://www.bbc.com/culture/article/20221213-monster-jeffrey-dahmer-did-tv-go-too-far-in-2022>, 30. 03. 2023.
- Morton, R. J. in Hilts, M. A. (2008). *Serial Murder: Multi-Disciplinary Perspectives for Investigators*. Quantico: National Ctr for the Analysis of Violent Crime (NCAVC) FBI Academy.
- OddStops. (2021–2023). *OddStops*. Pridobljeno iz <https://oddstops.com>, 12. 04. 2023.
- Oremović, A. (2013). Napokon objavljen "izgubljeni" album Trobecovih krušnih peči. *Večernji list*. Pridobljeno iz <https://www.vecernji.hr/kultura/napokon-objavljen-izgubljeni-album-trobecovih-krusnih-peci-556386>, 07. 09. 2022.

- Ovsenik, R. in Kozjek, D. (2015). Vrednote generacij. *Revija za univerzalno odličnost*, 4(2), 17–32.
- Playboy. (2007). Playbojevi moški leta 2006. *Metropolitan*. Pridobljeno iz <https://www.metropolitan.si/novice/playbojevi-moski-leta-2006/>, 16. 01. 2023.
- Prevolšek, B. in Alegro, T. (2021). Opredelitev načina raziskovanja; med kvali- in kvantitativnim. V M. Turnšek (ur.), *Priročnik za pisanje in urejanje besedil Fakultete za turizem Univerze v Mariboru*, (str. 35–54). Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.
- Private Eye Tours. (b. d.). *Private Eye on Seattle Ghost & True Crime Tours*. Pridobljeno iz <http://www.privateeyetours.com/crime>, 12. 04. 2023.
- Raine, R. (2013). A dark tourist spectrum. *International Journal of Culture, tourism and hospitality Research*, 7(3), 242–256.
- Roberts, C. in Stone, P. (2014). Dark tourism and dark heritage: Emergent themes, issues and consequences. *Displaced heritage: Responses to disaster, trauma and loss*, 9–18.
- Rue, P. (2018). Make way, millennials, here comes Gen Z. *About Campus*, 23(3), 5–12.
- S. U. (2011). Razstava morilskih ostankov Metoda Trobca. *Slovenske novice*. Pridobljeno iz <https://old.slovenskenovice.si/novice/slovenija/razstava-morilskih-ostankov-metoda-trobca>, 16. 01. 2023.
- Schmalbruch, S. (2018). 15 vacations for true crime buffs. *Insider*. Pridobljeno iz <https://www.insider.com/best-true-crime-vacations-2018-5>, 12. 04. 2023.
- Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International journal of heritage studies*, 2(4), 234–244.
- Seemiller, C. in Grace, M. (2018). *Generation Z: A century in the making*. Oxon: Routledge.

- Sharpley, R. (2009). Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction. V R. Sharpley in P. Stone (ur.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, (str. 3–22). Bristol: Channel view publications.
- Skubic, J. (2012). *Svetlana Makarovic – Balada o T*. Pridobljeno iz <https://www.youtube.com/watch?v=Z-K1n-mDDBw>, 07. 09. 2022.
- Sladek, S. in Grabinger, A. (2014). Gen Z: The first generation of the 21st Century has arrived!. *XYZ University*. Pridobljeno iz https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-dl1.pdf, 30. 06. 2023.
- Smaliukiene, R., Kocai, E. in Tamuleviciute, A. (2020). Generacija Z i korištenje: Kako komunikacijsko okruženje oblikuje odabire mladih. *Medijske studije*, 11(22), 24–45.
- Smith, T. (2022). Qualitative Analysis. *Investopedia*. Pridobljeno iz <https://www.investopedia.com/terms/q/qualitativeanalysis.asp>, 02. 10. 2022.
- Smith, M., MacLeod, N. in Hart Robertson, M. (2010). *Key Concepts in Tourist Studies*. London: SAGE Publications.
- STA. (2006). Trobec ni kazal znakov samomorilnosti. *Dnevnik*. Pridobljeno iz <https://www.dnevnik.si/182461>, 07. 09. 2022.
- STA. (2007). *Plutu zastalo srce*. Pridobljeno iz https://web.archive.org/web/20070430005008/http://24ur.com/naslovnica/novice/crnakronika/20070428_3096119.php, 03. 06. 2023.
- STA. (2021). Najdaljše zaporne kazni v Sloveniji: kdo so storilci in kaj so zagrešili. *24ur.com*. Pridobljeno iz <https://www.24ur.com/novice/crna-kronika/kazniva-dejanja-za-katera-so-storilci-dobili-najdaljse-zaporne-kazni.html>, 18. 01. 2023.
- Stainton, H. (2021). *The Importance of Dark Tourism: The Black/Thanatourism Tourism Industry Explained*. Pridobljeno iz <https://www.youtube.com/watch?v=iimJK6wmZPs>, 14. 01. 2023.

- Statistični urad Republike Slovenije. (b. d.). *Osnovni podatki o rojenih, Slovenija, letno*. Pridobljeno iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/05J1002S.px/table/tableViewLayout2/>, 30. 06. 2023.
- Statistik. (2013–2023). *T-test*. Pridobljeno iz https://www.statistik.si/t-test/?gclid=CjwKCAjwxOymBhAFEiwAnodBLHEmFs0_UEDUVy8TFwCH68ZfcUBZfOSSM0iUjK5_iN2PB4ooD1Xe1hoC1DgQAvD_BwE, 16. 08. 2023.
- Stojiljković, G. (2016). Okrogli obletnici slovenskih morilcev Trobca in Pluta, ki sta si na koncu sodila sama. *Dnevnik*. Pridobljeno iz <https://www.dnevnik.si/1042734754>, 18. 01. 2023.
- Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 145–160.
- Stone, P. in Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of tourism Research*, 35(2), 574–595.
- Šerić, N., Mihanović, A. in Tolj, A. (2020). Model for the Development of a Specialized Dark Tourist Product. *Transactions on Maritime Science*, 9(02), 324–330.
- Šubic, S. (2006). Metod Trobec se je obesil. *Gorenjski glas*. Pridobljeno iz https://arhiv.gorenjskiglas.si/digitar/16298754_20060602_L.pdf, 16. 01. 2023.
- Šterk, K. (2007). *Serijski morilec, normalen psihopat patološke matere*. Ljubljana: Študentska založba.
- Študentski. (2000–2023). *Fakultete in visoke šole v Sloveniji*. Pridobljeno iz <https://studentski.net/studij/fakultete-in-visoke-sole>, 03. 05. 2023.
- The True Crime Museum. (b. d.a). *Exhibits*. Pridobljeno iz <https://www.truecrimemuseum.co.uk/exhibits/>, 12. 04. 2023.
- The True Crime Museum. (b. d.b). *Online Museum Entry Tickets*. Pridobljeno iz <https://www.truecrimemuseum.co.uk/shop/museum-tickets/online-tickets/>, 13. 04. 2023.

- Tripadvisor. (2023a). *Cream City Cannibal: Jeffrey Dahmer Walking Tour*. Pridobljeno iz https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g60097-d23983034-Cream_City_Cannibal_Jeffery_Dahmer_Walking_Tour-Milwaukee_Wisconsin.html, 30. 03. 2023.
- Tripadvisor. (2023b). *Dearly Departed Tours – CLOSED*. Pridobljeno iz https://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g32655-d1453242-r474390815-Dearly_Departed_Tours-Los_Angeles_California.html, 12. 04. 2023.
- Tripadvisor. (2023c). *Escape Room: Escape Hunt Dubai – Jack the Ripper*. Pridobljeno iz https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g295424-d16677074-Escape_Room_Escape_Hunt_Dubai_Jack_The_Ripper-Dubai_Emirate_of_Dubai.html, 12. 04. 2023.
- Tripadvisor. (2023d). *Museum of Death*. Pridobljeno iz https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g60864-d7951659-Reviews-Museum_of_Death-New_Orleans_Louisiana.html, 12. 04. 2023.
- Tureac, C. E. in Turtureanu, A. (2010). Types and forms of tourism. *Acta Universitatis Danubius Œconomica*, 4(1), 92–103.
- Univerza v Ljubljani. (b. d.). *Učinkovito iskanje in uporaba informacij v psihologiji* [PowerPoint]. Pridobljeno iz http://psy.ff.uni-lj.si/Katedre/psimet/gradiva/P1_Uvod_v_iskanje_informacij.pdf, 26. 05. 2022.
- Verhaeghe, P. (2002). *Ljubezen v času osamljenosti*. Ljubljana: ORBIS.
- Viator. (1997–2023). *Cream City Cannibal: Jeffrey Dahmer Walking tour*. Pridobljeno iz <https://www.viator.com/tours/Milwaukee/Cream-City-Cannibal-Jeffery-Dahmer-Walking-Tour/d22412-341640P3>, 30. 03. 2023.
- Vipotnik, M. (2008). V pasti novega zakonika. *Dnevnik*. Pridobljeno iz <https://www.dnevnik.si/307955>, 16. 01. 2023.

- Volčič, S. (2022). 'Od Metoda Trobca do Silva Pluta... vmes pa pestrih 35 let'. *24ur.com*. Pridobljeno iz <https://www.24ur.com/novice/slovenija/od-metoda-trobca-do-silva-plutavmes-pa-pestrih-35-let.html>, 18. 01. 2023.
- Volčič, S. (2017a). Kriminalist o Silvu Plutu: Ko je beseda nanesa na spolnost, je povetil pogled. *24ur.com*. Pridobljeno iz <https://www.24ur.com/novice/crna-kronika/serijski-morilec-ki-je-zelel-postati-nogometas.html>, 03. 06. 2023.
- Volčič, S. (2017b). Morilec, ki je hranil golobe. *24ur.com*. Pridobljeno iz <https://www.24ur.com/novice/slovenija/morilec-ki-je-hranil-golobe.html>, 18. 01. 2023.
- Vronsky, P. (2004). *Serial killers: The method and madness of monsters*. New York: Penguin.
- Weird Chicago Tours. (b. d.). *Weird Chicago*. Pridobljeno iz <https://www.weirdchicago.com>, 12. 04. 2023.
- Wentink, N. in Canter, D. V. (2004). An empirical test of Holmes and Holmes's serial murder typology. *Criminal justice and behavior*, 31(4), 489–515.
- Wisconsin Frights. (2023). *Jeffrey Dahmer Tour*. Pridobljeno iz <https://www.wisconsinfrights.com/jeffrey-dahmer-tour-milwaukee/>, 30. 03. 2023.
- World Population Review. (2023). *Countries with the most serial killers*. Pridobljeno iz <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/countries-with-the-most-serial-killers>, 17.08. 2023.
- Zodiac Killer. (2023). *Zodiac Killer.com*. Pridobljeno iz <https://zodiackiller.com>, 12. 04. 2023.

8 PRILOGE

Priloga 1: Vprašalnik	63
------------------------------------	-----------

Priloga 1: Vprašalnik

Število vprašanj:	22
Število spremenljivk:	67
Status:	Aktivna od: 27.04.2023 Aktivna do: 21. 05. 2023

Pozdravljeni,

Sem Luka Gošek, študent magistrskega programa na Fakulteti za turizem v Brežicah, Univerze v Mariboru. V okviru pisanja magistrske naloge raziskujem odnos pripadnikov generacije Z do atrakcij temnega turizma osnovanih na dejanjih serijskih morilcev. Vprašalnik je namenjen osebam, ki so se rodile med leti vključujoč 1995 in 2005.

Vprašalnik je anonimen in vam bo vzel približno 7 minut za izpolnitev. Zbrani podatki bodo obravnavani strogo zaupno in uporabljeni zgolj za namene priprave magistrske naloge.

Zahvaljujem se vam za vaše sodelovanje,
Luka Gošek

Q11AGE - V katerem letu ste se rodili?

- Pred 1995
- 1995–2005
- Po 2005

(1) Q11AGE = [2]

Q12SEX - Prosimo, opredelite svoj spol:

- Ženska
- Moški
- Drugo

IF (1) Q11AGE = [2]

Q13SLO - Iz katerega dela Slovenije prihajate?

- Osrednjeslovenska
- Obalno-kraška
- Goriška
- Gorenjska
- Primorsko-notranjska
- Jugovzhodna Slovenija
- Posavska
- Zasavska
- Savinjska
- Koroška
- Podravska
- Pomurska

IF (1) Q11AGE = [2]

Q14EDU - Katera je vaša najvišja stopnja dosežene izobrazbe?

- Osnovnošolska (II.)
- Nižje poklicno izobraževanje (III.)
- Srednje poklicno izobraževanje (IV.)
- Gimnazijska/srednje poklicna tehniška (V.)
- Višješolski strokovni program (VI/1.)
- Visokošolska strokovna in univerzitetna (VI/2.)
- Magistrska (VIII/1.)
- Doktor znanosti (VIII/2.)

IF (1) Q11AGE = [2]

Q15WORK - Kakšen je vaš trenutni status zaposlitve?

- Študent/ka
- Zaposlen/a
- Brezposeln/a

(1) Q11AGE = [2]

Q21TRAVEL - Kolikokrat na leto potujete?

- Nikoli
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 in večkrat

IF (1) Q11AGE = [2]

Q22MOTIVE - Na potovanje se odpravim zaradi želje po ...

- Možnih je več odgovorov
- Učenju in širjenju obzorij
- Športnem udejstvovanju in avanturi
- Prostovoljstvu
- Delu med potovanjem
- Spoznavanju nove kulture
- Sprostitvi
- Drugo:

(1) Q11AGE = [2]

Q31KNOW - Ali poznate pojem temni turizem?

- Da.
- Ne.

IF (1) Q11AGE = [2]

QDARKTOUR - Temni turizem je pojav, ki zajema zavedno obiskovanje destinacij in udeleževanje v atrakcijah, povezanih z dogodki v preteklosti ali sedanjosti, ki so imeli na skupnost in okolje, kjer so se odvili, negativen vpliv. Takšni dogodki so na primer naravne nesreče, smrti, trpljenja, vojne, genocidi in druga grozodejstva.

(1) Q11AGE = [2]

Q32WANTED - Ali ste si, sedaj ko veste, kaj zajema temni turizem, kdaj želeli obiskati atrakcijo temnega turizma?

Da.
Ne.
Nisem prepričan/a.

IF (1) Q11AGE = [2]

Q33VISITED - Ste se že kdaj udeležili kakšne atrakcije temnega turizma?

Da.
Ne.
Se ne spomnim. / Nisem prepričan/a.

IF (2) Q33VISITED = [1]

Q34TYPES - Prosim, opredelite, kakšnih atrakcij temnega turizma ste se udeležili.

Možnih je več odgovorov

Temne zabavne atrakcije (hiše strahov, sobe pobega ...)

Temne razstave (muzeji, muzejske zbirke, razstave ...)

Temne ječe in zapori (ječe, zapori, mučilnice ...)

Temna počivališča (pokopališča)

Temna svetišča (lokacije, na katerih so umrle znane in prepoznane osebe)

Konfliktna področja (trenutna ali nekdanja vojna območja, območja spopadov ...)

Genocidni kampi

Nevarna mesta (mesta in lokacije, ki so bila nekoč ali še vendo so nevarna)

Ture muk (atrakcije povezane z grozodejstvi storjenimi s strani enega ali več posameznikov)

Območja naravnih in človeško povzročenih katastrof

Drugo:

IF (1) Q11AGE = [2]

Q35WOULD - Ali bi se v prihodnje kdaj udeležili atrakcij temnega turizma?

Da.
Ne.
Nisem prepričan/a.

(1) Q11AGE = [2]

Q41HAVEALR - Ali ste...

	Nisem	Nisem prepričan/a	Sem
že slišali za vsaj enega serijskega morilca?			
si že ogledali kakšen film ali serijo o serijskem morilcu?			
vedeli, da obstajajo turistični produkti in atrakcije vezani na dejanja serijskih morilcev?			
se že udeležili turističnega produkta osnovanega na			

dejanjih serijskega morilca?			
------------------------------	--	--	--

IF (1) Q11AGE = [2]

Q42AGREE - S pomočjo lestvice ocenite, ali se strinjate s spodnjimi izjavami.

	Se popolnoma ne strinjam	Se ne strinjam	Se niti ne strinjam niti strinjam	Se strinjam	Se popolnoma strinjam
Udeležil/a bi se turističnih atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev (ture, muzeji, igre ...).					
Moja želja po obisku turističnih atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev, bi bila večja, potem ko bi njihovo zgodbo delno spoznal/a v medijih ali preko ekranov.					
Osebe v mojem ožjem krogu (prijatelji, družina) bi se z menoj udeležile atrakcij povezanih z dejanji serijskih morilcev.					
Mislím, da so produkti temnega turizma					

osnovani na dejanjih serijskih morilcev zanimiv in unikaten način spoznavanja zgodovine določene destinacije.					
Udeležil/a bi se produkta temnega turizma na osnovi slovenskega serijskega morilca Metoda Trobca.					

IF (1) Q11AGE = [2]

Q50TROBEC - Vprašanja v nadaljevanju se nanašajo na idejni produkt osnovan na dejanjih slovenskega serijskega morilca Metoda Trobca.

IF (1) Q11AGE = [2]

Q51PRICE - Koliko bi bili pripravljeni plačati za turistični produkt osnovan na dejanjih serijskega morilca (Trobca)?

0 EUR

do 10 EUR

do 20 EUR

do 30 EUR

do 40 EUR

do 50 EUR

Več kot 50 EUR

Ne želim odgovoriti.

IF (1) Q11AGE = [2]

Q52TIME - Popolna dolžina takšnega produkta bi bila...

0,5 h

1 h

1,5 h

2 h

2,5 h

3 h in več

Ne želim odgovoriti.

IF (1) Q11AGE = [2]

Q53FOCUS - Produkt osnovan na slovenskem serijskem morilcu bi moral biti ...

Možnih je več odgovorov

Samostojen produkt osredotočen le na serijskem morilcu.

Del produkta temnega turizma umorov v Sloveniji.

Del produkta temnega turizma Slovenije.

Ne želim odgovoriti.

IF (1) Q11AGE = [2]

Q54MODE - Produkt bi moral biti izveden...

Možnih je več odgovorov

V živo

Preko interneta

Pasivno (knjižni vodniki in spletne strani z informacijami)

Ne želim odgovoriti

IF (1) Q11AGE = [2]

Q55PRODUCT - Produkt bi moral biti ...

Možnih je več odgovorov

Vodenje (peš ali s prevozom)

Muzej

Knjižni vodnik za samostojno spoznavanje

Igra (escape room, detektivska igra ...)

Internetna stran s podatki o morilcu in njegovem življenju ter predstavitvijo lokacij vezanih na njegova dejanja

IF (1) Q11AGE = [2]

Q56PRODUCT - Kaj bi si želeli, da bi bilo vključeno v produkt?

Možnih je več odgovorov

Predstavitev Trobčevega življenja

Predstavitev žrtev

Predstavitev slovenskega sodnega sistema

Predstavitev sodnega postopka proti Trobcu

Predstavitev pojma serijski morilec in opravljene študije

Obisk lokacije Trobčeve hiše

Sprehod po Ljubljani mimo gostiln, kjer je Trobec pobiral svoje žrtve

Obisk njegovega delovnega mesta

Obisk zapora na Dobu, kjer je Trobec prestajal svojo zaporno kazen

Obisk njegovega groba

Obisk Policijskega muzeja v Tacnu, ki hrani dokaze najdene ob preiskavi Trobčeve hiše

Drugo: