



Universitetet
i Stavanger

EVEN JORDBRÆK, MAGNUS KRAFT LARSEN, LILLY THAI
VEILEDER: ÅSA GRAHN

Dark tourism

Hvilke motiver ligger i grunn for menneskers fascinasjon med steder og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien og hvorfor er det en økende interesse for dark tourism?

Bacheloroppgave, 2024

Hotelledelse & reiselivsledelse

Universitetet i Stavanger

Norsk Hotellhøgskole



Forord

Denne oppgaven er fullført i sjette semester av hotelledelse og reiselivsledelse ved Norsk Hotellhøgskole i 2024. Vi vil takke Universitetet i Stavanger for tre fantastisk minneverdige og lærerike år. Vi vil også takke Åsa Grahn som behjelpelig tok seg tid til å veilede oss gjennom skriveprosessen.

Sammendrag

I denne teksten utforsker vi menneskers fascinasjon for steder og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien og hvorfor det er en økende interesse for dark tourism. Ettersom vi har en todelt problemstilling har vi også en todelt metode, og todelt konklusjon. Metoden vi har brukt for finne de første resultatene inkluderer en grundig litteraturstudie gjennom databaser som Google Scholar og Oria for å finne fagfellevurderte artikler og studier. Vi har gjennomført systematiske søk for å begrense søket til relevante artikler, hvor vi har analysert resultatene for å identifisere motiver og følelser knyttet til dark tourism. Sentrale resultater om motivene for å reise til mørke steder, har vi beskrevet som læring, emosjonelle drivere og escapism. For det andre kan besøk til dark sites utvikle seg til å bli positive opplevelser og styrke personlige resurser ved hjelp av blant annet broaden og build teorien som beskriver hvordan følelser kan transformeres og bidra til menneskelig blomstring og velvære.

Andre sentrale resultater av analysen av studiene avdekket at motivasjonene bak dark tourism inkluderer læring/nysgjerrighet, historisk interesse, emosjonelle drivere og ønske om å forstå

menneskelig natur. Underkategorier inkluderer blant annet; minnes/refleksjon, emosjonell tilknytning og psykologisk utfordring. Konklusjonen viste at dark tourism ikke bare omhandler ferie som nisje turisme, men i tillegg en gyllen mulighet for læring, emosjonell reise og personlig vekst. Økt interesse for dark tourism kan bidra til historisk forståelse, økt empati og personlig refleksjon.

(Antall ord: 8 288)

Innholdsfortegnelse

.....	i
Forord	ii
Sammendrag	ii
Innholdsfortegnelse	iv
Innledning	1
1.0 Definisjon av begreper	2
2.0 Litteratur	3
2.1 Om fenomenet Dark tourism	3
2.2 Dark tourism som nisjeturisme	5
2.3 Introduksjon til reisemotivasjon	6
2.4 Push og pull motivasjon i lys av spøkelsesturisme	8
2.5 Motivasjonsfaktorer ved slagmarker og krigsassosierte destinasjoner fra Chen et al. (2019)	10
2.6 Motivasjonsfaktorer i tre kategorier fra Zheng et al. (2018)	11
2.7 Motivasjonsfaktorer for andre død- og katastrofe-assosierte attraksjoner	11
2.8 B&B i konjunksjon med dark tourism	14
3.0 Metode	16
3.1 Inklusjons- og eksklusjons-kriterier	18
Inklusjonskriterier	18
Eksklusjonskriterier	18
3.2 Søkemetode	19
4.0 Analyse og resultater	22
4.1 Analyse	23

4.2 Resultater	24
4.3 Andres resultater	25
5.0 Diskusjon	27
5.1 Metodediskusjon.....	27
5.2 Resultatdiskusjon og drøfting.....	29
7.0 Konklusjon og avslutning	32
7.1 Videre forskning	33
Litteraturliste	33
Vedlegg	38
Tematisk oppdeling av meningsbærende enheter	38
Artikkel 1	39
Artikkel 2	40
Artikkel 3	41
Artikkel 4	42
Artikkel 5	43
Artikkel 6	44
Artikkel 7	45
Artikkel 8	46
Tabeller og figurer	47
Tabell 1. Inklusjons- og eksklusjons-kriterier	47
Tabell 2. Litteratur	48
Tabell 3. Hovedkategorier og underkategorier	50

Innledning

I flere århundrer har destinasjoner forbundet med død vært sammenflettet med reise og turisme, til tross for at begrepene offisielt etablerte seg som spesial interesseområde innen turisme i 1996. 'Dark tourism' har i omtrent tre tiår økt i popularitet som underholdning, forskningsfelt, diskusjonsfelt og fritidsaktivitet (Kunwar et al., 2019, s. 42-43) (Martini et al., 2020, s. 679). Siden 2011 har denne formen av nisjeturisme vokst til å bli et mangfold av underkategorier som "blackspot" turisme, morbid turisme, katastrofe turisme, skrekk turisme, thanatourism, konflikt turisme, tragedie turisme, dissonant arv turisme, etc. (Pereira et al., 2022) (Kunwar et al., 2019, s. 43). Vi vil i denne bacheloroppgaven forsøke å forklare hva dark tourism innebærer. Vi tar for oss motivasjonene bak slike besøk, i tillegg til å studere grunnen for den økende interessen. Hvorfor er mennesker så fascinert av død og steder tilknyttet mørke kapitler i historien? Svarene kan hjelpe oss å forstå turismeatferd bedre, utforske aspekter ved atferdspsykologi, samt fremme innsikt og forståelse bak mørk turisme. Gjennom å utforske disse aspektene av dark tourism, håper vi å oppnå en dypere forståelse av menneskelig motivasjon, samtidig som vi bidrar til å fremme innsikt og forståelse bak denne fascinerende, men ofte kontroversielle, formen for turisme. Dette er viktig fordi motivasjonsfaktorene som har blitt avdekket, kan bidra til videre forskning rundt dark tourism og kan brukes som en bruksanvisning for attraksjoner, basert på mørke hendelser, for å tiltrekke seg flere gjester. Det er også et repetitivt forskningsfelt da vi ser at forskning rundt dette startet i 1996 og holder på til den dag i dag, da det allerede er publisert i underkant av 10 000 studier om dark tourism, så langt i år på Google Scholar. Vi valgte å gjøre litteraturstudie fordi det er et godt representativt utvalg av artikler som diskuterer dette område, og vi hadde mest sannsynlig ikke fått like gode svar ved hjelp av en spørreundersøkelse.

Artiklene vi har valgt er fagfelle-vurderte som betyr at de har et representativt utvalg av respondenter. Vi kan argumentere for at problemstillingen vår er viktig fordi den gir et konkret svar på hva motivasjonsfaktorene for turister er, for å reise til mørke destinasjoner. Dette er et viktig forskningsområde som kan gi næringsdrivende for mørke attraksjoner en bedre forståelse om hva forbrukere er ute etter.

1.0 Definisjon av begreper

I denne delen av bacheloren har vi inkludert definisjoner av nøkkelbegreper og teorier for å gi leseren et fundament for å forstå temaet mørk turisme samtidig som sentrale motivasjonsteorier. Disse begrepene er essensielle for å bygge opp et rammeverk rundt temaet og problemstillingen, samt for å veilede leseren gjennom tankeprosessen i bacheloren.

Dark tourism handler om å reise til destinasjoner forbundet med død, lidelse, grusomhet, tragedie og kriminalitet. Herunder faller underkategorier som sorg turisme, thanatourism, katastrofe turisme, fengselsturisme, fattigdomsturisme, dissonant arv turisme, gravplass turisme, og spøkelsesturisme (Stone et al., 2018, s. 2) (Kunwar et al., 2019, s. 44). Vi har valgt å ta det engelske begrepet, 'dark tourism', i anvendelse, da det er den internasjonale betegnelsen vi vil knytte oppgaven opp til.

Broaden & build (B&B) teorien beskriver hvordan positive opplevelser og følelser utvider ens tanke- og handlings-repertoar. Ytterligere kan dette belønne seg ved å forsterke blant annet utholdenhet samt andre personlige ressurser; intellektuelt, fysisk, sosialt og psykologisk (Fredrickson, 2001).

Mørk turisme steder / dark sites er destinasjoner eller gjenskapte områder som er knyttet til dødsfall, lidelse, skam eller andre makabre hendelser. Når det gjelder mørke turiststeder er det avgjørende å forstå hva som motiverer folk til å besøke dem, slik at en kan utforme opplevelser som tilfredsstiller deres behov (Magano et al., 2022).

Dissonant arv turisme omhandler besøk til steder hvor hendelser med en belastet eller konfliktfylt historie preger turismen (Kamber et al., 2016). Disse stedene kan være knyttet til krig, tragedier, menneskers rettighetsbrudd eller andre negative hendelser som har formet samfunn og kulturer (Kamber et al., 2016).

Push and Pull faktorer- beskriver motivasjoner til å reise. *Push* faktorer refererer til egenskaper innad i turister som innretter vedkommende til å reise (e.g. vær, natur, etc.), mens *pull* faktorer omhandler destinasjoners kapasitet til å tiltrekke seg individer (e.g. nostalgi, flukt fra hverdagen, etc.) (Dann, 1977).

2.0 Litteratur

2.1 Om fenomenet Dark tourism

Mennesker har alltid hatt en iboende nysgjerrighet og vært tiltrukket av steder og hendelser forbundet med død, katastrofe, lidelse, vold og drap (Lennon, 2017 s. 3). Fra romertiden når gladiatører kjempet for sitt liv i arenaen, til offentlige henrettelser i London, har død og grusomme hendelser holdt en appell (Lennon, 2017 s. 3). Det var ikke før i 1996 da Lennon og Foley foreslo det nye begrepet 'dark tourism' i en temautgave av International Journal of Heritage Studies at begrepet ble anerkjent i det akademiske forlag (Light, 2017). Det har vært

mange uttalelser om eksakt hva dark tourism er. Ifølge Hartman (2018) er destinasjoner assosiert med død og lidelse ofte omgjort til turistattraksjoner, og tiltrekker turister som er fascinert av makabre historie (Hartman et al., 2018). Også artikkel nr. 4 av Zheng et al. (2018) sier seg enig i at praksisen å besøke mørke turistdestinasjoner er definert av fokuset på død (Zheng et al., 2018). Etter å ha gjort en casestudie knyttet til attraksjonen som handler om president Kennedys død, hevdet Foley og Lennon at, mørk turisme var et postmoderne fenomen der hendelser knyttet til død, har blitt til skuespill og reproduksjon, hvor det er fokus på presentasjon og tolkning av hendelsen. De definerte det mørke, som "presentasjonen og forbruket (av besøkende) av ekte og varemerkede døds- og katastrofesteder" - Lennon & Foley, 1996 (Light 2017 s. 278). Seaton derimot, definerte thanaturisme på en annen måte: "*travel to a location wholly, or partially, motivated by the desire for actual or symbolic encounters with death, particularly, but not exclusively, violent death*" (Light, 2017, s. 278). Det fokuset som utelukkende rettes mot døden, indikerer at thanaturisme har et snevrere omfang enn dark tourism. Seaton utviklet konseptet thanaturisme som en form for kulturarrturisme, og han anerkjente at dette ikke var en fast form, men varierte i intensitet avhengig av om det var turistens eneste motivasjon eller eksisterte sammen med andre motiver. Thanaturisme deler seg i to deler og i den ene enden handler det om reiser motivert utelukkende av en fascinasjon for døden i seg selv (uavhengig av hvem sin død); mens på den andre enden handlet det om reiser til steder knyttet til døden der de døde var kjente og verdsatt av besøkende (Light, 2017, s. 278).

I neste del avklarer vi nærmere hvordan dark tourism har blitt omtalt, etterfulgt av motivasjonsfaktorer turister har for både å reise og besøke mørke destinasjoner, hentet fra litteraturen.

2.2 Dark tourism som nisjeturisme

Artikkel nr. 1 av Pereira et al. (2022) anerkjenner at dark tourism er en form for nisjeturisme i hurtig utvikling. Artikkelen undersøker motivasjoner til å besøke en gravplass assosiert med død og sorg, som kan fremkalle ukomfortable emosjonelle reaksjoner, hvilket er et fundamentalt trekk i dark tourism (Pereira et al., 2022). I artikkelen presenteres forskjellige beskrivelser av dark tourism, blant annet Rojeks 'Black Spots'. Eksempler på black spots er steder hvor naturkatastrofer har hatt store konsekvenser, sites der kjendiser eller en gruppe mennesker, omkom på plutselig eller voldelig vis og andre makabre turistdestinasjoner (Pereira et al., 2022). Seatons argument blir også inkludert, hvor han påstår at dark tourism er reisedimensjonen av 'thanatopsis', som beskriver reise til et sted som helt eller delvis er motivert av ønsket om reelle eller symbolske møter med døden - spesielt, men ikke utelukkende, voldelig død (Pereira et al., 2022). Tunbridge og Ashworths begrep, dissonant arv, etterfulgt av Bloom forklarer at morbid turisme som turisme med fokus på plutselig død, og tiltrekker mange mennesker (Pereira et al., 2022). Videre belyser Pereira et al. (2022) definisjonen formulert av Stone; "*the act of travelling to places associated with death, suffering, and the seemingly dreadful*" (Pereira et al., 2022). Ytterligere i artikkel nr. 1 fremlegges hvordan Kang et al. (2012) påpeker at dark sites inkluderer alt fra massedrap og død, slagmarker, kirkegårder, mausoleer og tidligere hjem til avdøde kjendiser (Pereira et al., 2022). Med andre ord er det altså en bred variasjon av steder som kan betraktes som mørke destinasjoner. Mørk turisme blir definert på litt forskjellig måter av ulike forskere, dog alle så og si er enige i at fenomenet mørk turisme handler om å reise til destinasjoner forbundet med død, lidelse, grusomhet, tragedie, kriminalitet o.l. Herunder faller underkategorier som sorg turisme, thanatourism, katastrofe turisme, fengsel turisme, fattigdom turisme, dissonant arv turisme, gravplass turisme, spøkelse turisme og grusomhet turisme

(Kunwar et al., 2019, s. 44). I Pereira et al., (2022) sine studier var det konkludert at besøket på Recoleta-kirkegården kan frembringe refleksjon, opplevelser av escapisme, til og med empatisk forbindelse (Pereira et al., 2022). Til tross for sin kategorisering som dark tourism, opplever besøkende følelser av avslapning og fred heller enn frykt (Pereira et al., 2022). Motivasjon for besøkende inkluderer søk etter kunnskap, ferie og sosiale aktiviteter med familie og venner (Pereira et al., 2022).

Reynolds (2018), en av forfatterne i artikkelen "The history of dark tourism" av Hartman et al. (2018), kritiserer dark tourism-teorien for å fokusere for mye på turisme i en moderne, globalisert verden, og mener den undervurderer reisendes opplevelser ved å bare se dem som forbrukere. I sin egen forskning om Holocaust-relatert turisme unngås begrepet "dark tourism", da han mener det ikke fullt fanger opp grusomheten. Han mener at å kalle Holocaust "dark" er for mildt eufemistisk og nedtoner betydningen av slike reiser for deltakere, spesielt overlevende og deres etterkommere (Hartman et al., 2018) som besøker slike steder for å blant annet finne trøst, takknemmelighet, en dypere forståelse (Hanafiah et al., 2021), eller for å vise respekt for ofrene (evt. familie), eller nostalgi fra krigen (Chen et al., 2017). Slike motivasjoner for å besøke dark sites blir klassifisert som 'emotional motivators' av blant annet Chen et al. (2017). Videre i neste del dykker vi videre inn i hvilke motivasjonsfaktorer som får en til å reise.

2.3 Introduksjon til reisemotivasjon

Dann (1977) har gjennomgått omfattende turistmotivasjonslitteratur og konstaterer at svarene på spørsmålet "hva får turister til å reise?" kan anta et sosiologisk tilsnitt (Dann, 1977). Man møter

på uttalelser som: *“Den største grunnen til å reise kan oppsummeres med ett ord, “flukt”: flukt fra den kjedelige, daglige rutinen; flukt fra det kjente, det vanlige og det ordinære; flukt fra jobben, sjefen, kunden, pendlingen, huset, plenen og de lekkende kranene”* (Dann,1977). Selv om sitatet gjerne peker ut “den største grunnen til å reise” finnes det ingen empirisk bevis som demonstrer dette; heller får man ikke vite om hvilken type turist det er og grunnen for å reise (Dann,1977). Tidligere undersøkelser indikerte også at forskjellen mellom “push” og “pull” faktorer innen turisme generelt hadde blitt akseptert. “Pull” faktorer er de som tiltrekker turisten til et bestemt feriested, eksempelvis solskinn, hav, strender, varme, og andre verdier som å sees å ligge i reisemålet (Dann, 1977). “Push” faktorer derimot, referer til turisten som subjekt og omhandler de faktorene som disponerer vedkommende å reise (eksempelvis flukt, nostalgi, læring, nysgjerrighet, forståelse om arv, personlig vekst, etc.) (Dann, 1977).

Dann (1977) diskuterer videre to reisemotivasjoner, ‘anomi’ og ego-forsterkning. Anomi refererer til en følelse av meningsløshet og mangel på sosial integrasjon, som kan føre til konflikter, økonomisk ustabilitet og sosiale problemer (Dann,1977). Dette kan påvirke en persons mentale velvære og sosiale tilhørighet, og reiselysten kan være respons på følelsen av isolasjon og manglende på tilknytning (Dann, 1977). Ego-forsterkning handler om behovet for anerkjennelse og å føle seg overlegen i forhold til andre. Reiser kan tilfredsstillere dette behovet ved å skape illusjonen av høyere status i eksklusive omgivelser, eller ved å dominere over andre i et sårbart samfunn (Dann, 1977). Å reise blir sett på som en kilde til selv-ankjennelse og tilfredsstillere det dype behovet for å bli sett og verdsatt av andre (Dann, 1977). Begge motivasjonene uttrykker følelser av ensomhet, behov for tilhørighet, ønske om anerkjennelse og søken etter selvverd (Dann, 1997). Begrepene utforsker hvordan følelsene kan påvirke en

persons atferd, valg og hvordan reisen kan være en respons på både indre og ytre konflikter (Dann 1977). Både anomi og ego-forsterkning kan betraktes som reisemotivasjoner. De symboliserer ulike psykologiske behov og følelser som kan drive en person til å ønske å reise. Motivasjonene reflekterer individets indre følelser og behov som kan være viktige drivkrefter bak reiseadferd (Dann 1977). Yoon & Uysals studie fra 2005 belyser også indre og ytre motivasjoner som påvirker turistenes generelle tilfredshet under reisen (Yoon et al., 2005). Ytterligere viser funnene deres at turistenes opplevelse og tilfredshet under reisen kan påvirkes av kunnskap om destinasjonen, ønsket om å oppleve noe nytt og tilgjengeligheten av fasiliteter.

2.4 Push og pull motivasjon i lys av spøkelsesturisme

Spøkelsesturisme er en ytterligere kategori innenfor mørk turisme (Dancausa et al., 2023). Spøkelsesturisme handler om turistenes interesse for spøkelser, hvilket innebærer å besøke steder der det sies at man kan oppleve spøkelser, altså det paranormale (Dancausa et al., 2023). Både "push" og "pull" motivasjoner spiller en rolle i beslutningen til turister om å delta i en spøkelsestur. "Push" motivasjoner driver turister til å være interessert i spøkelsesturisme som helhet, mens "pull" motivasjoner leder dem til å velge en bestemt attraksjon, opplevelse eller destinasjon innenfor spøkelsesturismen (Dancausa et al., 2023).

Dancausa et al. (2023) påpeker at turister er motivert til å delta i spøkelsesturisme av grunner som søken etter nye, unike, emosjonelle, underholdende opplevelser og kognitiv stimulering, altså push faktorer (Dancausa et al., 2023). Denne jakten på emosjonelle og kognitive opplevelser fremheves som viktige push-motivasjoner for potensielle spøkelsesturister (Dancausa et al.,

2023). Forskning av benevnte Rodríguez og Thompson indikerer at turister tiltrekkes av spøkelsesturer for underholdning og andre generelle motiver, og ikke bare utelukkende for muligheten for å møte spøkelser eller åndelige opplevelser (Dancausa et al., 2023). Andre push faktorer innebærer “*“search for pleasure” (fun or enjoyment)*” og “*“search for authenticity” (this category mentioned haunting, paranormal, curiosity and the desire for a new experience)*”, “*interest in horror and the macabre*” og “*interest in learning about the past*” (Dancausa et al., 2023).

Turister blir tiltrukket, altså pull motiver, til spøkelsesturisme på grunn av attraksjonen sin atmosfæriske lokasjon. Dette kan være på steder som kirkegårder, fengsler og slott, spesielt på natten hvor stemningen forsterkes av stillhet, fysisk miljø og historien til stedet. (Dancausa et al., 2023). Forskerne mener at organiseringen og attraksjonen bak spøkelseturen er identifisert som en betydelig pull-faktor som påvirker turistens atferdsmessige intensjoner om å delta i spøkelsesturisme (Dancausa et al., 2023). Underholdende guider bruker humor og spennende historiefortelling for å skape en liminal atmosfære. Muligheten til å oppleve det overnaturlige, enten gjennom skuespillere eller spesielle effekter, og medieeksponering bidrar også til turens popularitet og appell (Dancausa et al., 2023).

Samlet sett antyder disse studiene at kombinasjonen av push- og pull- motivasjoner spiller en avgjørende rolle i å forme turistens beslutninger om å delta og engasjere seg på spøkelsesturisme, med interne ønsker og eksterne attraksjoner som begge bidrar til den totale turistopplevelsen i denne unike og spennende nisjen innen turisme (Dancausa et al., 2023).

2.5 Motivasjonsfaktorer ved slagmarker og krigsassosierte destinasjoner fra Chen et al. (2019)

I denne studien om motivasjonen til turister som drar til slagmarken på Kinmen Island, fant forskerne fem hovedkilder til motivasjon for turister som besøker den mørke plassen (Chen et al., 2019). Disse fem motivene var: personlige, åndelige, erfaringsmessige, fysiske og emosjonelle perspektiver (Chen et al., 2019). Motivasjonene reflekterer turistens behov for personlig vekst, åndelig opplevelse, historisk forståelse, fysiske aktiviteter og følelsesmessig tilknytning til stedet (Chen et al., 2019). Videre viste resultatene at alder og nasjonalitet er viktige dimensjoner for å segmentere turister i forhold til slagmarken (Chen et al., 2019). Eldre turister viste høyere motivasjon for slagmarken sammenlignet med yngre turister, og turister fra ulike nasjonaliteter ble motivert av ulike faktorer (Chen et al., 2019). Det kan tenkes, eldre turister viser høyere motivasjon fordi de kan ha en dypere interesse og tilknytning til historiske steder på grunn av deres livserfaring, kunnskap om historien og kanskje personlige tilknytninger til hendelsene som fant sted der (Chen et al., 2019). De kan også være mer reflekterte og interessert i å forstå historiske kontekster og betydningen av krigshandlinger.

I forhold til kulturelle og nasjonale perspektiver avdekket studien at spesifikt kinesiske turister var spesielt interessert i fysiske fasiliteter, som for eksempel bunkere, kanoner, og aktiviteter knyttet til slagmarken på Kinmen. Videre viste alle nasjonaliteter viktige fellesmotiver knyttet til de åndelige, erfaringsmessige og emosjonelle aspektene (Chen et al., 2019). Dette viser at selv besøkende med ulik kulturell bakgrunn kan ha felles motivasjoner når det gjelder historiske steder.

2.6 Motivasjonsfaktorer i tre kategorier fra Zheng et al. (2018)

I artikkel nr. 4 av Zheng et al. (2018) omtales tre kategorier for motivasjon med tre faktorer for hver motivasjon. Disse er som følger;

‘Obligation and education’;

"Accept education related to patriotism", "feeling of obligation as a native person" og "to keep in mind the humiliation of the event for the continuation of national memory" (Zheng et al., 2018).

‘Social reasons’;

"Visit with friends", "friends and relatives recommended that I visit" og "accompany friends and relatives to visit when they come to Nanjing" (Zheng et al., 2018).

‘Curiosity and contemplating life and death’;

"Fulfil curiosity related to the site of the Nanjing Massacre and view the original remains", "contemplate life and death" og "be interested in the site of a massacre" (Zheng et al., 2018).

Av disse kategoriene ga faktorene under ‘obligation and education’ høyest utslag hos respondentene (Zheng et al., 2018).

2.7 Motivasjonsfaktorer for andre død- og katastrofe-assosierte attraksjoner

I case studiet til Isaac & Cakmak (2014) tar de for seg transittleiren i Westerbork i Nederland, hvor nederlandske jøder ble transportert til konsentrasjonsleirer i østlige Europa under andre verdenskrig (Isaac et al, 2014). De undersøkte reisemotivasjonen til besøkende på Westerbork. Noen viktige funn fra studien er at besøkende hovedsakelig kom av grunner som selvforståelse, nysgjerrighet, samvittighet, å se på det som et “må-se”-sted og søken etter “eksklusivitet” (Isaac

et al, 2014). Case studiet utfordrer videre forestillingen om at mørke turister først og fremst er motivert av fascinasjon for døden, da ingen av deltakerne nevnte slike motiver (Isaac et al, 2014). Motivasjonen for besøkende til Westerbork strekker seg utover en fascinasjon for døden og omfatter heller en rekke følelser og opplevelser. Forskningen til Isaac & Cakmak (2014) peker på at besøkende til steder med mørk historie har ulike motivasjoner og opplevelser (Isaac et al., 2014).

Artikkel nr. 6 av Lewis et al. (2022) undersøker ulike turistenes holdninger og motivasjoner for å besøke dark tourism destinasjoner. Hovedfunnene deres viser at turister viser nysgjerrighet, interesse og fascinasjon for mørke opplevelser, spesielt rundt de paranormale aktivitetene, og dette påvirker deres reisevalg basert på personlig tro og preferanser (Lewis et al, 2022). Videre blir det påpekt i artikkel nr. 6 at mørke opplevelser ble identifisert som den mest innflytelsesrike faktoren blant de forskjellige konseptene innen dark tourism som ble testet, når det gjaldt holdninger og subjektive normer (Lewis et al, 2022). Turister søker videre etter spesifikke egenskaper når de velger å besøke mørke reisemål og det blir sett en positiv sammenheng mellom mørke opplevelser og holdningene deres til å besøke slike steder (Lewis et al. 2022). En ser også i artikkelen til Lewis et al. (2022) at fascinasjon for død og døden ikke var den mest dominerende motivasjonsfaktoren for turister, men det eksisterte likevel en nysgjerrighet rundt dark tourism og et ønske om å oppleve noe nytt (Lewis 2022).

I studien til Hanafiah et al. (2021) utforsker de Aceh Tsunami Museums besøkendes motivasjon, opplevelse og emosjonelle reaksjoner. Den 26 desember 2004 var det et jordskjelv som ble utløst i det indiske havet som resulterte i en tsunami (Hanafiah et al., 2021). Et funn ved denne studien

var at besøkende utrykte følelser av takknemlighet for å leve i nåtid og ikke i fortiden (Hanafiah et al., 2021). Besøkende fikk også en dyp forståelse samt trøst i å lære, dele tristheten og smerten etter tsunamikatastrofen med andre som hadde blitt berørt på tilsvarende vis (Hanafiah et al., 2021). Studien gjennomført av Hanafiah et al. (2021) understreker den dype emosjonelle innvirkningen museet hadde for besøkende, fra følelser av takknemlighet og forståelse til trøst og lettelse, da disse reaksjonene speiler et bredt spekter av menneskelige følelser (Hanafiah et al., 2021). Dette bidro også til et betydelig skifte i oppfatninger om katastrofen, da besøkende følte at det ikke kun var en lærerik opplevelse, men også terapeutisk, som hjalp individer å bearbeide sine følelser og skape en harmonisk ro (Hanafiah et al., 2021).

Artikkel nr. 8 handler om innvirkningen av holdninger, motivasjonsfaktorer og følelser tilknyttet omdømmet av et dark site og ofrenes etterkommeres ønske om å besøke det (Abraham et al., 2022). Det vil si etterkommere av de overlevende fra f.eks. Auschwitz-Birkenau svarte på en undersøkelse hvor de ble stilt spørsmål om hva oppfatningen deres var av stedet, og hvorvidt de ønsker å besøke stedet (Abraham et al., 2022). Flere motivasjonsfaktorer, som nevnes i denne studien, for å reise til Holocaust-minnesteder er historiefakta, altså «Educational motive», religiøse følelser og minnestund, forsterkning av identitet og forståelse av grusomhetene, samt søken etter familiær sammenheng (Abraham et al., 2022). Minnesmerkets og museets omdømme spilte en viktig rolle i å formidle respondentenes holdninger, følelser av fiendskap og sorg, arvemotiver og intensjonen om å besøke destinasjonen (Abraham et al., 2022). Respondentenes følelser ovenfor Polen, hvor Auschwitz ligger, var altså en viktig faktor for å påvirke ønske om å besøke stedet (Abraham et al., 2022). Følelser spiller en viktig rolle i dark tourism, selv om de ikke er eneste eller det avgjørende trekket (Abraham et al., 2022). Likevel hevdes det at naturen

til disse følelsene skiller mørk turisme fra andre former for turisme (Abraham et al., 2022).

Forskerne fant også ut at å oppdage flere fakta, «Educational motivator», om Holocaust er en sentral motivasjonsfaktor (Abraham et al., 2022), tilsvarende det som er nevnt i tidligere forskning. Omsider, antyder studien også at omdømmet til destinasjonen er positivt assosiert med ønsket om å oppdage mer om Holocaust (Abraham et al., 2022). Funnene belyser det komplekse samspillet mellom holdninger, følelser og motivasjoner som påvirker ofrenes etterkommere i valget om å besøke arv-relaterte turismesteder (Abraham et al., 2022).

Jallianwala Bagh i India, har etter 1919 vært en destinasjon for mørk turisme, mer spesifikt dissonant arv turisme (dark heritage tourism). I nyligere tid har Ravi Dandotiya & Arun Aggarwal gjennomført en studie som viser at mennesker med sterk nasjonal identitet har en tendens til å være lojale mot mørke turiststeder fordi de føler seg knyttet fortiden og samhandler med ulike sosiale grupper der, noe som styrker deres tilhørighet og selvrespekt (Dandotiya et al., 2023). Dissonant arv teori oppstår som et resultat av menneskelig fascinasjon for historie og kulturarv, selv om den er knyttet til smerte og lidelse. Studien gjennomført av Ravi Dandotiya & Arun Aggarwal bruker Jallianwala Bagh som utgangspunkt fordi det har blitt en unik destinasjon turister kan besøke for å se lidelsen og anerkjenne de pårørende.

2.8 B&B i konjunksjon med dark tourism

I studien til Lundin et al. (2023) brukes Broaden and Build for å forklare besøkendes følelsesmessige reiser ved dark tourism-destinasjoner. Modellen antyder at positive følelser utvider individets tanker og handlinger, noe som fører til oppbygging av personlige ressurser over tid (Lundin et al., 2023). Ved å bruke denne modellen på opplevelser ved dark tourism har

forskningen funnet ut at besøkendes ubehagelige følelser kan transformeres til positive, noe som bidrar til personlig vekst og trivsel. (Lundin et al., 2023). Det kan derfor spille en betydelig rolle for menneskelig utvikling og kreativ blomstring. Mer spesifikt kan positive følelser fremkalle nye og kreative handlinger, ideer og bygge sosiale broer, som igjen kan bidra til å bygge individets personlige ressurser, altså fysiske, intellektuelle, sosiale og psykologiske ressurser (The Royal Society, 2004).

Spesifikt hjelper Broaden og Build modellen med å forklare besøkendes følelsesmessige reise ved dark tourism – destinasjoner på følgende måter:

Utvidelse av tanker og handlinger: Positive følelser opplevd under besøket utvider besøkendes perspektiver, slik at de kan utforske nye tanker og handlinger (Lundin et al., 2023). Denne utvidelsesprosessen gjør at besøkende kan vurdere et bredere spekter av reaksjoner på dark tourism, noe som fører til økt bevissthet og mulighet for personlig vekst (Lundin et al., 2023).

Oppbygging av personlig vekst: Positive følelser bygger personlige ressurser som ferdigheter, motstandskraft, sosiale nettverk og en følelse av sosial ansvarlighet (Lundin et al., 2023). Gjennom den følelsesmessige reisen ved dark tourism destinasjoner kan besøkende oppnå disse ressursene som bidrar til langsiktig funksjon og læring (Lundin et al., 2023)

Transformative emosjonelle reiser: Besøkende ved dark tourism destinasjoner kan først oppleve negative følelser som tristhet og sjokk. Imidlertid, gjennom broaden and build modellen, kan disse ubehagelige følelsene utvikle seg til positive resultater, som stolthet over ens arv eller motivasjon til å jobbe for å rette opp urettferdigheten som har hendt (Lundin et al., 2023).

Nye tanker og handlinger: Besøkendes følelsesmessige opplevelser ved dark tourism-destinasjoner leder til nye tanker, aktiviteter og relasjoner (Lundin et al., 2023). Disse opplevelsene utløser et dypere nivå av selvrefleksjon, emosjonell mestrings evne, motivasjon til handling og utvikling av sosiale bånd, noe som bidrar til en oppadgående spiral av motstandskraft og personlig vekst (Lundin et al., 2023).

Som en oppsummering gir broaden og build-modellen et verdifullt perspektiv for å forstå hvordan besøkendes emosjonelle reiser ved dark tourism-destinasjoner kan føre til positive transformasjoner, personlig vekst og oppnåelse av varige psykologiske ressurser for trivsel og aktivisme (Lundin et al., 2023).

Iliev forklarer i sin studie fra 2021 hvordan mørk turisme bidrar til interesse og forståelse av arv og kultur samt ved prosessering av egne indre konflikter og håndtering av negative følelser og terror (Iliev, 2021).

3.0 Metode

Litteraturstudie, eller skrivebordsmetode, er en kvalitativ metode som hovedsakelig består av å samle og analysere eksisterende informasjon til fordel for å gjennomføre feltarbeid eller undersøkelser (Rustlie, u.å.). Vi brukte denne metoden for å besvare vår problemstilling, **hvilke motiver ligger i grunn for menneskers fascinasjon med steder og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien og hvorfor er det en økende interesse for dark tourism?** Fordi dette er en empirisk utforskende oppgave, har vi valgt å gjøre litteratursøk og systematisk plukke ut relevante artikler, studier og informasjon tilpasset vår problemstilling. Den krever at vi

beskriver, avgrensar, drøfter, fortolker og forklarar hva mørk turisme er og hvilke motiver turister har for å besøke mørke destinasjoner, samt å forklare hvorfor det er en økende interesse i dark tourism.

Initialt, for å bli mer belest på emnet vi vidare skulle fordype oss i, gjorde vi generelle søk som blant annet “*dark tourism*”. Vi fant flere relevante artikler og forskere og dannet en idé om hvordan vi skulle gå fram for å besvare problemstillingen. Disse ledet oss til interessante artikler som vidare refererte til andre relevante artikler. Etter hvert som vi trykket oss vidare for et mer fullstendig overblikk av litteraturen på området i forkant av skrivingen, satt vi igjen med perspektiver og fagbegreper fra blant annet artikler som “*Dark Tourism: Understanding the Concept and Recognizing the Values*” av Kunwar, R. R. & Karki N., Publisert i 2019 og boken av Light, D. (2017), “*Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism*”. Disse tekstene forklarte hva mørk turisme er, samt noe motivasjon for mørk turisme. Videre leste vi oss opp på teori som “*A Broaden-and-Build Theoretical Perspective on Dark Tourism Visitors' Transformative Emotional Journeys*” av Lundin, E., Soulard, J., & Stewart, W. (2023). Med disse publikasjonene dannet vi oss et grunnlag for oss å bli bedre kjent med emnet og relevante perspektiver før endelig søkemetode.

Litt etter litt var forinformasjonsbehovet nådd ettersom flere artikler ble repeterende. I all hovedsak har vi brukt databaser som Google Scholar og Oria for å finne fagfelleverderte artikler og studier, deretter funnet relevant stoff som både støtter, utfordrer og kritiserer vår tidlige forståelse av temaet. Ved systematisk gjennomgang av litteraturen valgte vi ut tekster med høy kvalitet som passer til vår problemstilling. Ved å fokusere på repeterende navn på forskere og

forfattere samt liknende formuleringer i ulike artikler, fant vi både tillitsverdige data og høykvalitets-kilder som var behjelpelige under besvarelse av vår problemstilling. Ved å trekke flere artikler og teorier fram i lyset, kan vi sammenligne argumenter og danne et mer fullstendig bilde av litteraturen. Slik kan en analysere tema fra forskjellige perspektiver. Gradvis, med alle aspekter tatt i betraktning, kan vi forsøke å besvare problemstillingen.

3.1 Inklusjons- og eksklusjons-kriterier

Etttersom vi har valgt litteratursøk metoden er det likevel viktig med et rammeverk med kriterier for hvilke artikler vi er ute etter. Derfor laget vi en tabell som har inkluderings- og eksklusjons-kriterier, som gjør at vi som en gruppe kan avgrense oss, og gjennomføre søkene på en strategisk måte ved hjelp av søkemotorene Oria & Google Scholar (se tabell 1)

Tabell 1. Inklusjons- og eksklusjons-kriterier

Inklusjonskriterier	Eksklusjonskriterier
Studien må ha blitt publisert innen de siste 10 årene (2014-2024)	Studier før 2014 ekskluderes
Studiene må være fagfellesvurdert	Artikler spesifikt ang; Service bransjen
Publiseringen skal være på Engelsk	Utilgjengelige artikler
Forskningen må presentere hvilke motiver som ligger i grunn for menneskers fasinasjon med steder og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien	Ikke fagfelles vurdert forskning
Artikler som inkluderer; Turisme, Turist atferd, Dark tourism, Motiver, Psyko-sosiale	Artikler som inkluderer irrelevante destinasjoner.

motiver, motivasjonsfaktorer, fascinasjon, thanatourism	
---	--

Artiklene vi undersøkte brukte kvantitativ metode og presenterte objektiv data gjennom statistikk og tall, noe vi mener kan gi oppgaven vår et pålitelig grunnlag for å hjelpe oss i å svare på problemstillingen vår på hvorfor er det en økende interesse og hvilke motiver finnes det for turister som drar til steder hvor det er hendelser knyttet til mørke kapitler i historien. Kvantitativ metode er en forskningsmetode som innebærer innsamling og analyse av kvantitative data, som tall eller andre mengdeenheter (Grønnmo, 2023).

3.2 Søkemetode

Første søket var gjort 08.05.2024. I førsteomgang benyttet vi søkemotoren Google Scholar med følgende søkeord: “dark tourim, motives, motivational factors for travel, tourist behaviour, fascination” dette gav oss hele 18.000 treff. Ved start brukte vi avansert søk funksjonen som inkluderte artikler fra 2014-2024. Dette var i grunn for å få en oversikt om hvilket typer studier som er der ute. Vi hadde i midlertidig lest oss opp i andre artikler som relaterer til tema, og konkluderte med å bruke noen frekvent gjentakende begrep innenfor fagfeltet for å avgrense søket en smule. Grunnen til at Google Scholar ble først brukt er fordi når vi prøvde Oria med disse søkeordene fikk vi null treff. Etersom vi har lest relevante litteraturer fra anerkjente forskere valgte vi å inkludere i søkeordet “macabre” foran “fascination” slik at søket ble “Dark tourism” and “motives” and “motivational factors for travel” and “tourst behaviour” and “macabre fascination”. Fra 18.000 treff var vi kommet til 5 580. Fordi vi er ute etter nyere data

som har en “viss” forståelse endret vi filtreringen fra årstall (2014-2024) til (2019-2024), også la på søkeordet “Dark history” da endte vi opp med søkeordet “ dark tourism motives and motivational factors for travel and tourist behaviour and macabre fascination and dark history” dette gav oss 2800 søketreff. Deretter tilføyde vi trinnvis “growing interest for dark tourism”, “thanatourism”, “motivation theory”, “dark heritage”, “morbid fascination”, background for human fascination and atrocity sites” og satt igjen med 65 treff før vi endelig, omsider rundet søkeprosessen på google scholar ved å legge til det behjelpelige begrepet “schadenfreude” med 16 treff (schadenfreude kan tolkes som fryd over andres skade, men har blitt utelatt med hensyn til vårt forskningsspørsmål).

Disse 16 artiklene ble silt ut ved å lese abstrakt- og konklusjons-delen. Andre artikler ble ekskludert, eksempelvis fordi de omhandlet andre forskningsspørsmål eller ikke var fagfellevurdert. Eksempelvis var en PhD oppgave som ikke gikk videre under dobbeltsjekk av fagfellevurdering på Oria. Nedkokingen resulterte i 8 artikler med relevans for vår problemstilling, som vi videre kategoriserte strategisk.

For å systematisere og sammenlikne artiklene fant vi individuelle stikkord fra abstrakt og konklusjonskapitlene fra alle tekstene, fulgt av å finne passende kategorier, eller meningsbærende enheter. Fra Dancausa et al. (2023) fant vi syv hovedinndelinger for reisemotivasjon til mørke destinasjoner, som vi anvendte som inndelingskategorier. Under disse plasserte vi artiklene der vi så et tematisk samsvar, i tillegg til å identifisere ytterligere tema som gikk igjen i andre artikler.

Tabell 2. Litteratur

Tittel	Forfatter	År	Land	Formål	Metode	Database
Motivations and Constraints for the Ghost tourism: A Case Study in Spain	Genoveva Dancausa, Ricardo D. Hernandez & Leonor M. Perez	2023	Spania	Undersøke motivasjonene for deltakelse i ghost tourism vha. push-pull-teorien, identifisere og analysere motivasjonene og begrensningene som påvirker turistens intensjon om å delta i ghost tourism.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Tourist motivations in relation to a battlefield: a case study of Kinmen	Chien-Min Chen, Tsai Tsung-Hsien	2019	Taiwan	Identifisere de viktigste motivasjonene for å besøke Kinmen Island i Taiwan, samt forstå hvordan demografiske faktorer som alder og nasjonalitet påvirker disse motivasjonene.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Exploring Aceh Tsunami Museum Visitors 'Motivation, Experience and Emotional Reaction	Mohd Hafiz Hanafiah, Maisarah Abd Hamid, & Hakim Muttaqim	2021	USA	Fylle inn hullene i den begrensede forskningen om besøkendes motivasjoner, opplevelser og emosjonelle reaksjoner på "dark museum sites"	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Dark tourism: motivations and visit intentions of tourists	Heather Lewis, Thomas Schrier, Shuangyu Xu	2022	USA	Anvende Theory of Planned Behavior (TPB) samt fire konsepter innen mørk turisme, for å få bedre forståelse for adferd og intensjoner til turister som har besøkt eller planlegger å besøke mørke turistmål.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
The impact of attitudes, motivational factors, and emotions on the image of a dark tourism site and the desire of the victim's "descendants" to visit it	Villy Abraham, Pizam Abraham, & Marcos Medeiros	2022	USA	Undersøke hvordan holdninger, motivasjonsfaktorer og følelser, påvirker omdømmet av et Holocaust-turismested, og hvorvidt etterkommere av ofrene ønsket å besøke stedet, gjennom en nettbasert spørreundersøkelse.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
The inner struggle of	Chunchui Zheng, Jie	2018	Kina & USA	Sammenhengen mellom begrensninger og	Kvantitativ metode -	Oria

visiting “dark tourism” sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations	Zhang, Lili Qian, Claudia Jurowski, Honglei Zhang & Bingjin Yan			motivasjonsfaktorer som påvirker turistens beslutning om å besøke minnesmerket for ofrene for massakren i Nanjing i Kina.	spørreundersøkelse	
Understanding visitors' motivation at sites of death and disaster: The Case of former transit camp Westerbork, the Netherlands	Rami Khalil Isaac & Erdinc Cakmak	2014	Nederland	Forskningen ønsket å øke kunnskapen om hvorfor folk besøker steder assosiert med død og tragedier ved å samle inn og analysere data om besøkendes motivasjoner.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Dark tourism: analysis of relationship between motivations, and benefits of visitors at Recoleta Cemetery, Argentina	Tercio Pereira, Melise de Lima Pereira, & Pablo Flores Limberger	2022	Argentina	Fylle kunnskapshullet om hvorfor folk besøker mørke steder, spesielt steder med historie preget av død og lidelse, og å bidra til en mer helhetlig forståelse av mørk turisme og motivasjoner	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria

4.0 Analyse og resultater

Hensikt: finne ut hvorfor det er en økt interesse for dark tourism og hvilke

motiver ligger i grunn for menneskers fascinasjon med steder

og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien?

4.1 Analyse

Hovedresultater fra artikkel nr. 1-8:

Artikkel 1: refleksjon, escapisme, empati ovenfor ofrene, følelser av avslapning og fred heller enn frykt, søk etter kunnskap, ferie og sosiale aktiviteter med familie og venner (Pereira et al., 2022).

Artikkel 2: "søk etter nytelse" (moro eller nytelse) og "søk etter autentisitet" (denne kategorien nevnte hjemsøking, søken etter det paranormale, nysgjerrighet og ønsket om en ny opplevelse)", "interesse for skrekk og det makabre" og "interesse for å lære om fortiden» (Dancausa et al., 2023).

Artikkel 3: Fem fellesmotivene var personlig vekts, åndelig opplevelse, erfaringsmessige, fysiske aktiviteter og emosjonelle perspektiver, altså følelsesmessig tilknytting til stedet, samt søken etter mer kunnskap om historien og kanskje personlige tilknytninger (Chen et al., 2019). -Kimmen

Artikkel 4: "Obligation and education"; *"Accept education related to patriotism"*, *"feeling of obligation as a native person"* og *"to keep in mind the humiliation of the event for the continuation of national memory"*, 'Social reasons'; *"Visit with friends"*, *"friends and relatives recommended that I visit"*, *"accompany friends and relatives to visit when they come to Nanjing"* (Zheng et al., 2018), 'Curiosity and contemplating life and death'; *"Fulfil curiosity related to the site of the Nanjing Massacre and view the original remains"*, *"contemplate life and death"* og *"be interested in the site of a massacre"* (Zheng et al., 2018).

Artikkel 5: Selvforståelse, nysgjerrighet, samvittighet, ‘must-see’ destinasjon, søken etter ‘eksklusivitet’ (Isaac et al, 2014).- Westerbork

Artikkel 6: Nysgjerrighet, interesse, paranormale aktiviteter, personlig tro, ønsket om å oppleve noe nytt (Lewis et al, 2022).

Artikkel 7: Emosjonelle faktorer; takknemlig for å leve i nåtiden, dyp forståelse, trøst, smerte, samhold, lærerik opplevelse, terapeutisk, bearbeide følelser, harmonisk ro (Hanafiah et al. 2021).

Artikkel 8: historiefakta/educational motive, religiøse følelser og minnestund, forsterkning av identitet, forståelse av grusomhetene, samt søken etter familiær sammenheng. Destinasjonens omdømme spilte en viktig rolle i å formidle respondentenes holdninger, følelser av fiendskap og sorg, arvemotiver og intensjonen om å besøke destinasjonen (Abraham et al., 2022).

4.2 Resultater

Alle artiklene nevner motiver tilsvarende “pull-egenskap i destinasjon”, “læring/nysgjerrighet”, “historisk nysgjerrighet” og “læring/utdanning”. Mindre fremtredende er eksempelvis å “forstå menneskelig natur/atferd”. Andre resultater viser at “emosjonelle drivere” var en annen betydelig faktor. Underkategoriene; (å) “minnes/refleksjon”, “emosjonell tilknytning” og “psykologisk utfordring” hadde høyere frekvens enn “sosial bevissthet og aktivisme”, “arv” og “trøst”, mens “empati ovenfor ofrene” lå midt på treet.

Tabell 3. Hovedkategorier og underkategorier

Hovedkategorier	Underkategorier
Læring	Refleksjon/(selv)forståelse
	Læring/nysgjerrighet
	Historisk nysgjerrighet
	Utdanning
	Utforske det makabre
	Forstå menneskelig natur/atferd
	Religiøs/åndelig interesse
Escapism	Ferie
	Sosial begivenhet
	Pull-egenskap i destinasjon
	Makaber fascinasjon
	Spenning/adrenalin
Emosjonelle drivere	Empati ovenfor ofrene
	Trøst
	Arv
	Emosjonell tilknyttig
	Minnes/Refleksjon
	Psykologisk utfordring
	Sosial bevisshet og aktivisme

4.3 Andres resultater

“Obligation and education emerged as the foremost motivation (with the highest mean scores)” - Zheng et al. (2018).

“As a result, tourists' self-esteem and belonging grow, which ultimately results in the development of a strong national identity” - Dandotiya et al. (2023).

“According to this study’s findings, although the Auschwitz-Birkenau Memorial and Museum’s image as an attraction was overall positive, numerous second-generation Holocaust survivors were reluctant to visit Poland due to negative emotions(animosity) towards Poland and its role in the Second World War” (Abraham et al., 2022).

“Not only does finding positive meaning trigger positive emotion, but also positive emotions, because they broaden thinking, should increase the likelihood of finding positive meaning in subsequent events.” - (Fredrickson, 2001).

“The broadened attention and cognition triggered by earlier experiences of positive emotion should facilitate coping with adversity, and this improved coping should predict future experiences of positive emotion. As this cycle continues, people build their psychological resilience and enhance their emotional well-being.” - (Fredrickson, 2001).

“Complementing this work, two new perspectives highlight the lasting personal and social benefits of the positive emotions of gratitude” - (Fredrickson, 2001).

“(...) visitors describe an emotional journey in which emotions described as negative in the Broaden-and-Build model are present in the upward spiral and can morph into so-called positive ones through the broadening process” - Lundin et al. (2023).

“Many participants mentioned that they were visiting Westerbork, because they want to learn about the Holocaust and want to see what had happened, with their own eyes” - Isacc (2014)

“In term of motivation-emotional reaction relationship, this study confirms that visitors' motivation is vital to influence visitor's emotional reactions” - Hanafiah et al. (2021)

“They are interested in acquiring knowledge, learning something new and awariness; related to novelty and knowledge seeking” - Hanafiah et al. (2021)

“Next, this study also confirms that visitors` experience form the visit positively affects their emotional responses towards the visited site” - Hanafiah et al. (2021)

5.0 Diskusjon

5.1 Metodediskusjon

Våre utvalgte artikler er fagfellevurderte, og studiene har hatt et høyt antall respondenter.

Respondentene er fra ulike verdensdeler (inkludert Nederland, Kina, USA, Argentina, etc.), ulike segment, alder, kjønn, og kan til sammen beregnes som et representativt utvalg for en generell konklusjon. Vår hensikt er å finne motiver for hvorfor turister drar til mørke steder og hvorfor det er en økt interesse for å besøke mørke steder. Artikkene vi har benyttet for å finne resultat har anvendt kvantitative spørreundersøkelser.

Undersøkelsene viser ved å kun se på dataene (resultatene) at det er større antall kvinnelige respondenter enn mannlige, på 6 av 8 artikler med unntak av Kinmen case-studiet hvor det var 61,1% svar fra mannlige respondenter ut fra studiet med 437 deltakere, samtidig som Anche case-studiet som hadde en respons på 55,7% av mannlige deltakere. Videre ser man på dataene til Pereira et al. at det er et slående skifte med totalt 450 deltakere og hvorav de kvinnelige respondentene hadde en oppslutning på 73,8% der man observerer også er at utefra totalt antallet er det 62,4% som er single. De fleste studiene foretok seg metodedelen via online spørreundersøkelser, men ikke alle. I studien til Dancausa var spørreundersøkelsene med penn og papir og ble gitt ut til enkeltpersoner som ventet på å komme inn i teatret, der en konferanse om det paranormale fant sted og det samme ble gjort i studien til Zheng som samlet dataen ved å distribuere spørreundersøkelser til ulike universiteter i nærområdet, hvor flere av respondentene har besøkt gitt destinasjon minst én gang. Videre var studien til Abraham et al. (2022) den eneste

artikkelen som presenterte kategorien “etnisitet” i sin data. Dette avviker fra trenden som ble observert i andre spørreundersøkelser når det gjelder spørsmål om kjønn. Avviket kan forklares ved at studiets hovedfokus var å undersøke motivasjonen til andre generasjonsindivider for å besøke steder som Auschwitz. Dette kan være en betydelig faktor for deres holdning og respons i undersøkelsen.

Med det sagt, er problemstillingen vår todelt, altså er ‘økt interesse’ én del, mens ‘motiver bak fascinasjon for steder og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien’ er den resterende problemstillingen. Artikkene vi har valgt som beskrevet under “søkemetsode” har vært hensiktsmessige for vår oppgave, da de har fremvist resultatene på deres funn om forskjellige motivasjonsfaktorer til å reise til mørke steder. Avgrensingene våre har gjort at vi har funnet artikler som er fagfelleverderte, yngre enn 10 år gamle og inneholdt resultater i samsvar med vår problemstilling. Med det sagt var problemstillingen utfordrende å besvare ved hjelp av kun ett avgrenset søk ettersom problemstillingen er todelt. Søket ga svar på hvilke motiver som fins, dog manglet begrunnelse for hvorfor det er en økende interesse.

Vi kunne imidlertid valgt å inkludere mer om spesifikke teorier innenfor reisemotivasjon for å gi en dypere forståelse av de underliggende drivkreftene som får mennesker til å velge mørke destinasjoner som reisemål. Selv om vi inkluderte litt tilleggslitteratur utenfor de nevnte artiklene i et forsøk på å besvare vår problemstilling, kunne vi inkludert et mer solid teoretisk rammeverk for å kunne analysere og diskutere ulike perspektiver og tilnærminger til reisemotivasjon, samt hvordan disse teoriene kan belyse vårt forskningsspørsmål ytterligere. I tillegg kunne vi utforsket grundigere hvorfor det er en økende interesse for mørke destinasjoner. Fordi vår problemstilling

inkluderte dette aspektet, kunne vi foretatt søk mer aktivt etter artikler eller forskning som adresserer denne trenden mer spesifikt. Dette ville igjen gitt oss mer fordypende innsikt i de samfunnsmessige, kulturelle eller psykologiske faktorene som bidrar til den økende populariteten til mørke destinasjoner, dog det kan være utfordrende å finne artikler som dekker begge deler av vår problemstilling grundig nok i en og samme artikkel, og det kunne derfor vært hensiktsmessig å søke etter flere kilder for å dekke alle aspekter av vårt forskningsspørsmål.

5.2 Resultatdiskusjon og drøfting

Først og fremst er vårt funn at læring er det største motivet for å besøke dark sites. Dette blir presentert av også Zheng et al. og Isaac et al., ““*Many participants mentioned that they were visiting Westerbork, because they want to learn about the Holocaust and want to see what had happened, with their own eyes*” - Isaac (2014).

For det andre er artikkel 1 blant de som argumenterer for at; til tross for sin kategorisering som mørk turisme, opplever besøkende følelser av avslapning og fred heller enn frykt (Pereira et al., 2022). Dette kan forklares med Lundin et al. (2023) sine funn; ““(…) *visitors describe an emotional journey in which emotions described as negative in the Broaden-and-Build model are present in the upward spiral and can morph into so-called positive ones through the broadening process*” - Lundin et al. (2023). Complementing this work, two new perspectives highlight the lasting personal and social benefits of the positive emotions of gratitude” - (Fredrickson, 2001). Studien gjennomført av Hanafiah et al. (2021) understreker den dype emosjonelle innvirkningen museet hadde for besøkende, fra følelser av takknemlighet og forståelse til trøst og lettelse, da disse reaksjonene speiler et bredt spekter av menneskelige følelser (Hanafiah et al., 2021). Dette bidro også til et betydelig skifte i oppfatninger om katastrofen, da besøkende følte at det ikke kun

var en lærerik opplevelse, men også en terapeutisk en, som hjalp individer å bearbeide sine følelser og skape en harmonisk ro (Hanafiah et al., 2021).” Dette stemmer også overens med Iliev sine resultater om hvordan mørk turisme bidrar til interesse og forståelse av arv og kultur samt ved prosessering av egne indre konflikter og håndtering av negative følelser og terror (Iliev, 2021).

“I nyligere tid har Ravi Dandotiya & Arun Aggarwal gjennomført en studie som viser at mennesker med sterk nasjonal identitet har en tendens til å være lojale mot mørke turiststeder fordi de føler seg knyttet fortiden og samhandler med ulike sosiale grupper der, noe som styrker deres tilhørighet og selvspekt (Dandotiya et al., 2023)”. I lys av B&B kan dette bidra til utvidet tanke- og handlings-repertoar og større psykologisk kapital. Det kan også gi økt reisemotivasjon ifølge Dann; “sosiale tilhørighet, og reiselysten kan være respons på følelsen av isolasjon og manglende tilknytning (Dann, 1977). Ego-forsterkning handler om behovet for anerkjennelse og å føle seg overlegen i forhold til andre. Reiser kan tilfredsstillere dette behovet ved å skape illusjonen av høyere status i eksklusive omgivelser, eller ved å dominere over andre i et sårbart samfunn (Dann, 1977)”.

Vi vil argumentere for at vi kan benytte B&B teorien for å forklare økt interesse for dark tourism. Teorien antyder at positive følelser kan utvide vår oppmerksomhet og tenkning (broaden) og bygge ressurser som kan være nyttige for fremtidig mestring (build) (Fredrickson, 2001). Noen måter denne teorien kan anvendes for å forklare økt interesse for dark tourism er:

Emosjonelle drivere: Besøk på dark tourism steder kan utløse en rekke følelser, inkludert frykt, sorg og forferdelse, som er typiske reaksjoner på slike steder. Imidlertid kan disse negative følelsene gradvis transformeres gjennom besøket, og utvikle seg i mer positiv retning (Lundin et al., 2023). Besøkende kan oppleve en bredere rekke positive følelser som takknemlighet, forståelse og til og med ro, som er nyttige for deres personlige vekst og velvære (Fredrickson, 2001).

Ressursbygging: Besøk på dark tourism steder kan også bidra til å bygge ressurser hos besøkende (Lundin et al., 2023). Dette kan inkludere økt kunnskap og forståelse for historiske hendelser, kulturelle sammenhenger og menneskelige erfaringer knyttet til død og lidelse. Denne økte kunnskapen kan være nyttig for å mestre fremtidige utfordringer og bidra til personlig vekst (Fredrickson, 2001).

Langsiktige fordeler: Dark tourism kan gi langsiktige fordeler for besøkende, som kan bidra til økt interesse for slike opplevelser (Lundin et al., 2023). Dette kan inkludere dypere forbindelser til historie og kultur, økt empati og forståelse for andre mennesker og deres lidelse, samt personlig refleksjon og vekst. Disse langsiktige fordelene kan tenkes å være en attraktiv faktor for folk som vurderer å delta i dark tourism.

Samlet sett kan B&B bidra til å forklare hvorfor økt interesse for dark tourism kan være relatert til den emosjonelle opplevelsen og de langsiktige fordelene besøkende opplever gjennom slike opplevelser. Det indikerer også at slike opplevelser ikke bare er om å utforske det morbide eller mørke, men også om å oppleve en dypere forståelse og vekst gjennom disse erfaringene.

7.0 Konklusjon og avslutning

Problemstillingen vi har drøftet i denne teksten peker mot en dypere forståelse av menneskelig adferd og reisemotivasjon. *“Hvilke motiver ligger i grunn for menneskers fascinasjon med steder og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien og hvorfor er det en økende interesse for dark tourism?”* Gjennom analyse av ulike motiver bak fascinasjon med steder og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien, samt diskusjonen rundt Broaden and Build teorien (B&B), har vi avdekket at denne formen for turisme ikke bare handler om morbide nysgjerrigheter, men snarere om læring, emosjonelle reiser, og ytterligere søken etter personlig og kulturell vekst.

Våre resultater viser at besøkende opplever en rekke følelser ved dark tourism, fra frykt og sorg til takknemlighet og forståelse. Disse følelsene selv de som opprinnelig kan oppfattes som negative, kan gjennom prosessen med B&B teorien transformeres til positive og bidra til personlig vekst. Videre viser resultatene at dark tourism ikke bare gir kortvarig underholdning, men også kan gi langsiktige fordeler, inkludert dypere historisk forståelse, økt empati og personlig refleksjon.

Derfor kan vi konkludere med at økt interesse for dark tourism ikke nødvendigvis kun skyldes makaber fascinasjon, men også emosjonelle drivere, ønske om historisk innsikt og personlig vekst. Vårt funn angående turistens motivasjon og de positive resultatene av besøk til dark sites understreker viktigheten av å anerkjenne dark tourism som mer enn kun en form for nisjeturisme, men i tillegg som en mulighet for læring og vekst.

7.1 Videre forskning

Videre forskning på problemstillingen vår kan dekke flere områder blant annet, psykologiske og kulturelle aspekter: Det er fortsatt mye å utforske når det gjelder psykologisk og kulturell motivasjon bak menneskers interesse for dark tourism, eksempelvis kan man dykke dypere inn i hvordan individuelle og kulturelle forskjeller påvirker folks oppfatning av og respons på steder og hendelser knyttet til lidelse og tragedier. Resultatene vi har funnet om fenomenet dark tourism kan ha flere implikasjoner for praksis i turistnæringen. Ved å forstå motivasjonene og følelsene som driver turister til dark tourism destinasjoner, kan reiselivsaktører tilpasse sine tilbud og markedsføringsstrategier for å tilfredsstille besøkendes behov og ønsker, samt å utvikle flere spennende konsepter og tilbud knyttet til dark sites. En grundig forståelse av motivasjonene og følelsesmessige opplevelser turister som besøker steder knyttet til mørke hendelser, kan turistnæringen tilpasse seg bedre denne voksende trenden, identifisere andre trender, områder for forbedring i attraksjoner og skape mer meningsfulle og autentiske opplevelser for besøkende.

Litteraturliste

- Adebayo, M., Barrett, L. F., Lindquist, K. A. & Oosterwijk, S. (2016). The neural representation of typical and atypical experiences of negative images: comparing fear, disgust and morbid fascination. *Social Cognitive and Affective Neuroscience, Volume 11, Issue 1, January 2016, Pages 11-22*. <https://doi.org/10.1093/scan/nsv088>
- Abraham, V., Pizam, A., & Medeiros, M. (2022). The impact of attitudes, motivational factors, and emotions on the image of a dark tourism site and the desire of the victims'

- descendants to visit it. *Journal of Heritage Tourism*, 17(3), 264–282.
<https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1955892>
- Chen, C.-M., & Tsai, T.-H. (2019). Tourist motivations in relation to a battlefield: a case study of Kinmen. *Tourism Geographies*, 21(1), 78–101.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1385094>
- Dancausa, G., Hernández, R. D., & Pérez, L. M. (2023). Motivations and Constraints for the Ghost Tourism: A Case Study in Spain. *Leisure Sciences*, 45(2), 156–177.
<https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1805655>
- Dandotiya, R., & Aggarwal, A. (2023). An examination of tourists' national identity, place attachment and loyalty at a dark tourist destination. *Kybernetes*, 52(12), 6063–6077.
<https://doi.org/10.1108/K-08-2021-0756>
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218–226.
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>
- Grønmo, Sigmund: *kvantitativ metode* i *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 9. mai 2024 fra https://snl.no/kvantitativ_metode
- Hanafiah, M. H., Abd Hamid, M., & Muttaqim, H. (2021). Exploring Aceh Tsunami Museum Visitors' Motivation, Experience and Emotional Reaction. *Curator (New York, N.Y.)*, 64(4), 613–631. <https://doi.org/10.1111/cura.12444>

- Hartmann, R., Lennon, J., Reynolds, D. P., Rice, A., Rosenbaum, A. T., & Stone, P. R. (2018). The history of dark tourism. *Journal of Tourism History*, 10(3), 269–295.
<https://doi.org/10.1080/1755182X.2018.1545394>
- Hwang, Y., Park, E., Lee, C.-K., Son, H.-J., & Olya, H. (2023). Applying mixed methods to explore lighter and darker shades in hybrid dark tourism experiences. *Tourism Review (Association Internationale D'experts Scientifiques Du Tourisme)*, 78(3), 747–760.
<https://doi.org/10.1108/TR-01-2022-0002>
- Iliev, D. (2021). Consumption, motivation and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 23:5-6, 963-984.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1722215>
- Isaac, R. K., & Çakmak, E. (2014). Understanding visitor's motivation at sites of death and disaster: the case of former transit camp Westerbork, the Netherlands. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 164–179. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.776021>
- Kamber, M., Karafotias, T., & Tsitoura, T. (2016). Dark heritage tourism and the Sarajevo siege. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 14(3), 255–269.
<https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1169346>
- Kunwar, R. R. & Karki, N. (2019). Dark Tourism: Understanding the Concept and Recognizing the Values. *Nepal Journals Online*. Vol. 2 No. 1.
<https://doi.org/10.3126/japfcsc.v2i1.26731>
- Lennon, J. (2017). 'Dark Tourism' Oxford Research Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190264079.013.212>

- Lewis, H., Schrier, T., & Xu, S. (2022). Dark tourism: motivations and visit intentions of tourists. *International Hospitality Review*, 36(1), 107–123. <https://doi.org/10.1108/IHR-01-2021-0004>
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*. 61, 275–301
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.011>
- Lundin, E., Soulard, J., & Stewart, W. (2023). A Broaden-and-Build Theoretical Perspective on Dark Tourism Visitors' Transformative Emotional Journeys. *Leisure Sciences, ahead-of-print*(ahead-of-print), 1–25. <https://doi.org/10.1080/01490400.2023.2196272>
- Martini, A & Buda, D. M. (2020). Dark tourism and affect: framing places of death and disaster. *Current Issues in Tourism*, 23:6, 679-692, DOI: 10.1080/13683500.2018.1518972
- McIntosh, Z. (Regissør), Rothbart, C. (Regissør). (2018). *Dark Tourist* [Serie]. Netflix.
<https://www.netflix.com/title/80189791>
- Pereira, T., Pereira, M. de L., & Limberger, P. F. (2022). Dark tourism: analysis of the relationship between motivations, experiences, and benefits of visitors at Recoleta Cemetery, Argentina. *Revista Brasileira de pesquisa em turismo*, 16.
<https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2493>
- Qian, L., Zheng, C., Wang, J., Pérez Sánchez, M. de los Ángeles, Parra López, E., & Li, H. (2022). Dark tourism destinations: the relationships between tourists' on-site experience, destination image and behavioural intention. *Tourism Review (Association Internationale D'experts Scientifiques Du Tourisme)*, 77(2), 607–621. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0360>

Rustlie, H. E. (u.å.). Veileder i litteratursøk. *Litteratursøk*.

<https://bibliotekjeningen.wordpress.com/litteratursok>

Seaton, A. V., & Lennon, J. J. (2004). Thanatourism in the early 21st century: moral panics, ulterior motives and alterior desires. In *New Horizons in Tourism* (pp. 63–82). CABI Publishing. <https://doi.org/10.1079/9780851998633.0063>

Stone, P. (2013). Dark tourism scholarship: a critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 307–318.

<https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2013-0039>

Stone, P. R., Hartmann, R., Seaton, T., Sharpley, R., & White, L. (2018). *The Palgrave Handbook of Dark Tourism Studies* (1st ed.). Palgrave Macmillan UK.

<https://doi.org/10.1057/978-1-137-47566-4>

The Royal Society. (2004). The broaden–and–build theory of positive emotions. *Phil. Trans. R. Soc. Lond.* B3591367–1377. <http://doi.org/10.1098/rstb.2004.1512>

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management* (1982), 26(1), 45–56.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>

Zheng, C., Zhang, J., Qian, L., Jurowski, C., Zhang, H., & Yan, B. (2018). The inner struggle of visiting 'dark tourism' sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations. *Current Issues in Tourism*, 21(15), 1710–1727.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1220512>

Vedlegg

Tematisk oppdeling av meningsbærende enheter

Begrep	Frekvens	Artikler som nevner
Refleksjon/(selv)forståelse	7	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8
Escapism/ferie	4	1, 2, 5, 6
Empati ovenfor ofrene	4	1, 3, 7, 8
Sosial begivenhet	5	1, 2, 4, 5, 8
Pull-egenskap i destinasjon	8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Makaber fascinasjon	3	2, 3, 5, 6
Læring/nysgjerrighet	8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Trøst	2	7, 8
Arv	1	8
Kategori	Frekvens	Artikkel
Historisk nysgjerrighet	8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Emosjonell tilknyttig	7	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Læring/utdanning	8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Spennning/adrenalin	1	2
Minnes/Refleksjon	7	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8
Utforske det makabre	6	1, 2, 3, 4, 5, 8
Psykologisk utfordring	7	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8
Forstå menneskelig natur/atferd	5	1, 4, 5, 6, 8
Religiøs/åndelig interesse	6	1, 2, 3, 4, 5, 6
Sosial bevissthet og aktivisme	2	7, 8
	Total score	
Læring, utforskning, oppdage	48	
Escapism	21	
Emosjonelle drivere	30	

Artikkel 1

Artikkel 1:	Dark tourism: analysis of the relationship between motivations, experiences, and benefits of visitors at Recoleta Cemetery, Argentina
Tidsskrift (år):	Brazilian Journal of Tourism Research (RBTUR) (2022)
Forfattere:	Tércio Pereira, Melise de Lima Pereira, Pablo Flôres Limberger
Perspektiv:	Mørk turisme, motivasjon, opplevelser, fordeler og mørke hvilesteder
Problem:	Analyse av forholdet mellom motivasjoner, opplevelser og fordeler fra besøk av Recoleta gravplass i Buenos Aires, Argentina.
Hensikt:	Gi teoretisk bevis på at motivasjoner for å besøke Recoleta gravplass handler om ønske om å lære, feriere samt å være sosial med venner og familie.
Metode:	Kvantitativ spørreundersøkelse med 450 respondenter som hevder å ha besøkt destinasjonen tidligere
Resultater:	Resultatene av studiene antyder at besøket på Recoleta-kirkegården kan frembringe refleksjon, opplevelser av escapisme, og til og med empatisk forbindelse. Til tross for sin kategorisering som mørk turisme, opplever besøkende følelser av avslapning og fred heller enn frykt. Motivasjon for besøkende inkluderer søk etter kunnskap, ferie og sosiale aktiviteter med familie og venner.

Artikkel 2

Artikkel 2:	Motivations and Constraints for the Ghost Tourism: A Case Study in Spain
Tidsskrift (år):	Leisure Sciences, 2023
Forfattere:	Genoveva Dancausa, Ricardo D. Hernandezb, and Leonor M. Perez
Perspektiv:	Atferdsmessig intensjon; begrensning; spøkelsestur; paranormal turisme; push-pull motivasjon
Problem:	Problemet i studien var delt i to. Først var å fastslå motivasjonene for å delta i ghost tourism ved hjelp av push-pull teorien. Nr. to var å analysere hvordan push- og pull-motivasjoner, samt begrensninger, kan påvirke intensjonen til potensielle turister til å delta i denne type turisme. Med andre ord søker studien å identifisere hvorfor folk deltar i ghost tourism og hvordan ulike faktorer påvirker deres beslutning om å delta. Dette vil gi verdifull innsikt som kan brukes til å utvikle bedre markedsføringsstrategier og tiltak for å tiltrekke turister til ghost tourism destinasjoner.
Hensikt:	Hensikten med studien var bidra til en bedre forståelse av ghost tourism-forbruk. Dette vil gi verdifull innsikt som kan brukes til å utvikle mer effektive markedsføringsstrategier og tiltak for å tiltrekke turister til ghost tourism-destinasjoner, og dermed forbedre opplevelsen og tilfredsheten til besøkende i denne typen turisme.
Metode:	Kvantitativ spørreundersøkelse
Resultater:	Resultatene av motivasjonsfaktorer i studien indikerer at det er både "push" og "pull" motivasjoner som påvirker turistens beslutning om å delta i spøkelsesturisme. "Push" motivasjoner driver turister til å være generelt interessert i spøkelsesturisme som en helhet, mens "pull" motivasjoner fører dem til å velge spesifikke attraksjoner, opplevelser eller destinasjoner innenfor denne typen turisme.

Artikkel 3

Artikkel 3:	Tourist motivations in relation to a battlefield: a case study of Kinmen
Tidskrift (år):	Tourism Geographies, 2019
Forfattere:	Chien-Min Chen og Tsung-Hsien Tsai
Perspektiv:	Kinmen; motivation; battlefield tourism; dark tourism; ANOVA analysis; demographic differences
Problem:	Å vurdere turistmotivasjoner på slagmarken på Kinmen, på Taiwan.
Hensikt:	Studiet av Kinmen gir oss en teoretisk ramme for å forstå hva som motiverer folk til å besøke en slagmark område, og hvordan disse motivasjonene påvirker turistenes opplevelse og oppfatning av stedet.
Metode:	Metoden som ble brukt var en empirisk undersøkelse, hvor data ble samlet inn fra 437 respondenter som inkluderte både nasjonale og internasjonale turister med ulik kulturell bakgrunn i Kinmen. Dataene ble samlet inn fra et bekvemmelighetsutvalg, som betyr at deltakerne ble valgt basert på tilgjengelighet og bekvemmelighet. Forskerne analyserte først strukturen av motivasjonen ved hjelp av faktoranalyse, som er en statistisk metode for å identifisere mønstre og grupper av relaterte variabler. Deretter ble ANOVA-analyse (Analysis of Variance) brukt for å undersøke innflytelsen fra demografiske faktorer som kjønn, alder og nasjonalitet på motivasjonen til turistene.
Resultater:	Resultatet til studien viser at personlige, åndelige, erfaringsmessige, fysiske og emosjonelle perspektiver er fem viktige kilder til motivasjon. Enda viktigere, alder og nasjonalitet er bekreftet å være to hoveddimensjoner for segmentturister i sammenheng med turisme på slagmarksområder. Turister med eldre alder har høyere motivasjon mot slagmarken sammenlignet med unge turister. I tillegg er turister med ulik kulturell bakgrunn basert på ulike nasjonaliteter betydelig motivert av ulike motivasjonsfaktorer.

Artikkel 4

Artikkel 4:	The inner struggle of visiting ‘dark tourism’ sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations
Tidsskrift (år):	Current Issues in Tourism, 2018
Forfattere:	Chunhui Zheng, Jie Zhang, Lili Qian, Claudia Jurowski, Honglei Zhang , Bingjin Yan
Perspektiv:	Begrensninger, motivasjon, mørk turisme, død, Nanjing, Massacre
Problem:	Undersøkelsen ser på forholdet mellom begrensninger og motivasjonsfaktorer som påvirker turistenes beslutning om å besøke minnesmerket for ofrene for Nanjing-massakren i Kina.
Hensikt:	Ifølge forfatterne er det viktigste bidraget fra denne forskningen er analysen av forholdet mellom motivasjoner og begrensninger, og oppdagelsen av at det både er positive og negative forhold mellom begrensninger og motivasjonsfaktorer.
Metode:	Mix metode, kvantitativ spørreundersøkelse, kvalitative dybdeintervju og nettbasert innholdsanalyse.
Resultater:	Det ble avdekket syv dimensjoner av begrensninger, der den viktigste faktoren er interesse for andre fritidsaktiviteter. Av de tre motivasjonsfaktorene som ble oppdaget, ble det funnet at forpliktelsen respondentene føler for å besøke stedet, er den viktigste. Ifølge forfatterne kan det viktigste funnet være at en økning i nysgjerrighetsmotivasjon kan føre til en reduksjon i desinteressebegrensninger, dog økning i styrken av begrensningen av kinesiske kulturelle perspektiver på død og tabu. Funnene antyder at den mest effektive markedsføringen kanskje ikke bør fokusere for mye på utviklingen av nysgjerrighet, men heller på andre motivasjoner, som forpliktelse og utdanning.

Artikkel 5

Artikkel 5:	Understanding visitors' motivation at sites of death and disaster: the case of former transit camp Westerbork, the Netherlands
Tidsskrift (år):	Current issues in tourism, 2014
Forfattere:	Rami Khalil Isaac & Erdinc Cakmak
Perspektiv:	Dark tourism, ikonisk destinasjon, turist motivasjon, westerbork
Problem:	Å undersøke motivasjon til besøkende til tidligere transittleir Westerbork som et ikonisk mørkt sted i Nederland.
Hensikt:	Hensikten med denne artikkelen er å øke forståelsen av hvorfor folk besøker steder knyttet til død og tragedier, spesielt ved å analysere motivasjonene til besøkende på destinasjonen Westerbork.
Metode:	Kvantitativ metode ble brukt, der det var en selvadministrert spørreundersøkelse, delt inn i fire deler: formålet med besøket, oppfatninger om Westerbork, reisemotivasjoner og demografiske data. Det ble samlet 238 svar fra spørreundersøkelsen
Resultater:	Resultatene fra spørreundersøkelsen viser at besøkende har ulike motivasjoner, inkludert selvforståelse, nysgjerrighet og samvittighet. Resultatene bidrar til en bedre forståelse av turistatferd på steder som Westerbork som er preget av død og katastrofe.

Artikkel 6

Artikkel 6:	Dark tourism: motivations and visit intentions of tourists
Tidsskrift (år):	International hospitality review, 2022
Forfattere:	Heather Lewis, Thomas Schrier, Shangyu Xu
Perspektiv:	Dark tourism, Thanatourism, Motivations, Intentions, Theory of planned behavior
Problem:	Problemstillingen er rettet mot å undersøke hvordan teorien om planlagt atferd (Theory of Planned Behavior) sammen med fire konsepter innen dark tourism påvirker atferd og intensjoner hos turister som har eller skal besøke en dark tourism-destinasjon
Hensikt:	Hensikten med denne studien er å bruke Teorien om Planlagt Atferd (Theory of Planned Behavior) i kombinasjon med fire dark tourism-konsepter for å oppnå bedre forståelse av adferd og intensjoner hos turister som har besøkt eller planlegger å besøke en dark tourism-destinasjon.
Metode:	Kvantitets metode - spørreskjemaer ved bruk av Qualtrics Panels for analyseformål. For å validere dataen ble (CFA) benyttet. Det ble samlet inn 1068 brukbare spørreskjemaer, og totalt ble 11 hypoteser testet i denne forskningen.
Resultater:	Resultatene fra denne forskningen antyder at mørke opplevelser har en positiv sammenheng med holdninger til turistenes besøk på dark tourism – destinasjonen. Turister søker spesifikke egenskaper når de velger å besøke et dark tourism-sted.

Artikkel 7

Artikkel 7:	Exploring Aceh Tsunami Museum Visitors' Motivation, Experience and Emotional Reaction
Tidsskrift (år):	Curator (New York, N.Y.), 2021
Forfattere:	Mohd Hafiz Hanafiah, Maisarah Abd Hamid, & Hakim Muttaqim
Perspektiv:	Motivasjon, Opplevelse, Følelser, Museum, Turisme, Tsunami
Problem:	Utforsker hvordan motivasjonen og opplevelsen til besøkende på Aceh Tsunami Museum påvirker deres emosjonelle reaksjoner
Hensikt:	For å fylle inn hullene i den begrensede forskningen om besøkendes motivasjoner, opplevelser og emosjonelle reaksjoner på “dark museum sites”
Metode:	Kvantitativ metode for å samle primærdata fra besøkende til Aceh Tsunami-museet. De benyttet seg av et tvernsnittsdesign og hensiktsmessig utvalgsmetode for å samle data fra 384 respondenter, med mål om å forstå besøkendes motivasjon, opplevelse og følelsmessige reaksjoner.
Resultater:	Resultatet understreker betydningen av besøkendes motivasjon for å påvirke deres følelsmessige reaksjoner. Besøkende viser interesse for å tilegne seg kunnskap, lære nye ting og øke sin bevissthet, noe som knyttes til deres nysgjerrighet og ønske om å søke kunnskap. Studien fremhever at besøkendes motivasjoner kan være en vesentlig faktor som påvirker deres emosjonelle reaksjoner.

Artikkel 8

Artikkel 8:	The impact of attitudes, motivational factors, and emotions on the image of a dark tourism site and the desire of the victims' descendents to visit it
Tidskrift (år):	Journal of Heritage Tourism, 2022
Forfattere:	Villy Abraham, Abraham Pizam, Marcos Medeiros
Perspektiv:	Dark tourism, Holocaust victims, Auschwitz concentration camp, Auschwitz-Birkenau State Museum, Israel, Poland.
Problem:	Hvordan påvirker holdninger, motivasjonsfaktorer og følelser bildet av et Holocaust-turiststed, og til slutt, ønsket til ofrenes etterkommere om å besøke det?
Hensikt:	Hensikten med studien er å utforske hvordan holdninger, motivasjonsfaktorer og følelser påvirker oppfatningen av et Holocaust-turiststed og ønsket til ofrenes etterkommere om å besøke det samt, konkluderer med implikasjoner og retninger for fremtidig forskning.
Metode:	Studien ble utført ved hjelp av en nettbasert spørreundersøkelse distribuert til et utvalg av 243 Holocaust-overlevende fra andre generasjon som bor i Israel. Dette utvalget var målrettet og valgt med en bestemt hensikt.
Resultater:	Resultatene viser at oppfatningen av det mørke turiststedet er en betydelig mediator mellom respondentenes holdninger, følelser av fiendtlighet og sorg, arvemotivasjoner og intensjonen om å besøke destinasjonen der det mørke turiststedet ligger. Videre understreker resultatene betydningen av respondentenes følelser knyttet til landet der dette mørke turistattraksjonen befinner seg.

Tabeller og figurer

Tabell 1. Inklusjons- og eksklusjons-kriterier

Inklusjonskriterier	Eksklusjonskriterier
Studien må ha blitt publisert innen de siste 10 årene (2014-2024)	Studier før 2014 ekskluderes
Studiene må være fagfellesvurdert	Artikler spesifikt ang; Service bransjen,
Publiseringen skal være på Engelsk	Utilgjengelige artikler
Forskningen må presentere hvilke motiver ligger i grunn for menneskers fasinasjon med steder og hendelser knyttet til mørke kapitler i historien	ikke fagfelles vurdert forskning
Artikler som inkluderer; Turisme, Turist atferd, Dark tourism, Motiver, Psyko-sosiale motiver, motivasjonsfaktorer, fascinasjon, thanatourism	Artikler som inkluderer irrelevante destinasjoner.

Tabell 2. Litteratur

Tittel	Forfatter	År	Land	Formål	Metode	Database
Motivations and Constraints for the Ghost tourism: A Case Study in Spain	Genoveva Dancausa, Ricardo D. Hernandez & Leonor M. Perez	2023	Spania	Undersøke motivasjonene for deltakelse i ghost tourism vha. push-pull-teorien, identifisere og analysere motivasjonene og begrensningene som påvirker turistens intensjon om å delta i ghost tourism.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Tourist motivations in relation to a battlefield: a case study of Kinmen	Chien-Min Chen, Tsai Tsung-Hsien	2019	Taiwan	Identifisere de viktigste motivasjonene for å besøke Kinmen Island i Taiwan, samt forstå hvordan demografiske faktorer som alder og nasjonalitet påvirker disse motivasjonene.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Exploring Aceh Tsunami Museum Visitors 'Motivation, Experience and Emotional Reaction	Mohd Hafiz Hanafiah, Maisarah Abd Hamid, & Hakim Muttaqim	2021	USA	Fylle inn hullene i den begrensede forskningen om besøkendes motivasjoner, opplevelser og emosjonelle reaksjoner på "dark museum sites"	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Dark tourism: motivations and visit intentions of tourists	Heather Lewis, Thomas Schrier, Shuangyu Xu	2022	USA	Anvende Theory of Planned Behavior (TPB) samt fire konsepter innen mørk turisme, for å få bedre forståelse for adferd og intensjoner til turister som har besøkt eller planlegger å besøke mørke turistmål.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria

The impact of attitudes, motivational factors, and emotions on the image of a dark tourism site and the desire of the victim's "descendants" to visit it	Villy Abraham, Pizam Abraham, & Marcos Medeiros	2022	USA	Undersøke hvordan holdninger, motivasjonsfaktorer og følelser, påvirker omdømmet av et Holocaust-turismested, og hvorvidt etterkommere av ofrene ønsket å besøke stedet, gjennom en nettbasert spørreundersøkelse.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
The inner struggle of visiting "dark tourism" sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations	Chunchui Zheng, Jie Zhang, Lili Qian, Claudia Jurowski, Honglei Zhang & Bingjin Yan	2018	Kina & USA	Sammenhengen mellom begrensninger og motivasjonsfaktorer som påvirker turistens beslutning om å besøke minnesmerket for ofrene for massakren i Nanjing i Kina.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Understanding visitors' motivation at sites of death and disaster: The Case of former transit camp Westerbork, the Netherlands	Rami Khalil Isaac & Erdinc Cakmak	2014	Nederland	Forskningen ønsket å øke kunnskapen om hvorfor folk besøker steder assosiert med død og tragedier ved å samle inn og analysere data om besøkendes motivasjoner.	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria
Dark tourism: analysis of relationship between motivations, and benefits of visitors at Recoleta Cemetery, Argentina	Tercio Pereira, Melise de Lima Pereira, & Pablo Flores Limberger	2022	Argentina	Fylle kunnskapshullet om hvorfor folk besøker mørke steder, spesielt steder med historie preget av død og lidelse, og å bidra til en mer helhetlig forståelse av mørk turisme og motivasjoner	Kvantitativ metode - spørreundersøkelse	Oria

Tabell 3. Hovedkategorier og underkategorier

Hovedkategorier	Underkategorier
Læring	Refleksjon/(selv)forståelse
	Læring/nysgjerrighet
	Historisk nysgjerrighet
	Utdanning
	Utforske det makabre
	Forstå menneskelig natur/atferd
	Religiøs/åndelig interesse
Escapism	Ferie
	Sosial begivenhet
	Pull-egenskap i destinasjon
	Makaber fascinasjon
	Spenning/adrenalin
Emosjonelle drivere	Empati ovenfor ofre
	Trøst
	Arv
	Emosjonell tilknytting
	Minnes/Refleksjon
	Psykologisk utfordring
	Sosial bevisshet og aktivisme