

**MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS**  
**VIEŠOJO VALDYMO IR VESLO FAKULTETAS**  
VADYBOS IR POLITIKOS MOKSLŲ INSTITUTAS

**VAIDA KAVALIAUSKAITĖ**

**TAMSIOJO TURIZMO PRODUKTŲ PLĖTROS  
GALIMYBĖS PANEVĖŽIO MIESTE**

**Magistro baigiamasis darbas**

Darbo vadovas

Prof.dr. *Brigita Žuromskaitė*

**VILNIUS**

**2023**

**MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS**  
**VIEŠOJO VALDYMO IR VESLO FAKULTETAS**  
**VADYBOS IR POLITIKOS MOKSLŲ INSTITUTAS**

**TAMSIOJO TURIZMO PRODUKTŲ PLĖTROS**  
**GALIMYBĖS PANEVĖŽIO MIESTE**

**Turizmo sektoriaus valdymo magistro baigiamasis darbas**

**Studijų programa 6211LX074**

**Vadovė**

**(parašas) prof. dr. B. Žuromskaitė**

**2023**

**Recenzentas**

**(parašas)**

**2023**

**Atliko**

**TSVvmis20-1 gr. stud.**

**(parašas) stud. Vaida Kavaliauskaitė**

**2023**

**VILNIUS, 2023**

# TURINYS

<b>LENTELIŲ SĄRAŠAS</b> .....	4
<b>PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS</b> .....	5
<b>PRIEDŲ SĄRAŠAS</b> .....	6
<b>ĮVADAS</b> .....	7
<b>1. MOKSLINĖS LITERATŪROS ANALIZĖ</b> .....	10
1.1 Tamsiojo turizmo teoriniai aspektai .....	10
1.1.1 Tamsiojo turizmo rūšių skirstymas .....	15
1.1.2 Tamsiojo turizmo plėtros politika .....	17
1.2 Tamsiojo turizmo ištekliai .....	19
1.3 Tamsiojo turizmo turistų tikslai ir motyvai .....	24
<b>2. TAMSIOJO TURIZMO PRODUKTŲ PLĖTROS GALIMYBIŲ PANEVĖŽIO MIESTE TYRIMAS</b> .....	30
2.1 Tamsiojo turizmo ištekliai Panevėžio mieste .....	30
2.2 Kokybinio ir kiekybinio tyrimų metodologija.....	34
2.2.1 Kokybinės interviu analizė tyrimo metodika .....	35
2.2.2. Kiekybinė vartotojų anketinės apklausos metodika.....	37
<b>3.TYRIMŲ REZULTATAI IR JŲ APTARIMAS</b> .....	39
3.1.Kokybinio interviu rezultatų analizė .....	39
3.2 Kiekybinio tyrimo duomenų analizė .....	44
<b>IŠVADOS</b> .....	55
<b>REKOMENDACIJOS</b> .....	56
<b>ANOTACIJA</b> .....	57
<b>ANOTATION</b> .....	58
<b>SANTRAUKA</b> .....	59
<b>SUMMARY</b> .....	61
<b>LITERATŪROS SĄRAŠAS</b> .....	63
<b>PRIEDAI</b> .....	68

## LENTELIŲ SĄRAŠAS

*1 lentelė.* Tamsiojo turizmo spalvų spektras

*2 lentelė:* Lankytojų skaičius (tūkst.) Panevėžio turizmo informacijos centre

*3 lentelė:* Kokybinio tyrimo informantų kodų lentelė.

*4 lentelė.* Įdomiausi ir patraukliausi tamsiojo turizmo objektai Panevėžio mieste

*5 lentelė.* Specializuotų ekskursijų įdomumas atvykstantiesiems turistams

*6 lentelė.* Vietos įstaigų prisidėjimas prie tamsiojo turizmo plėtros

*7 lentelė.* Turistų tikslas lankytis Panevėžio mieste

*8 lentelė.* Priežastys tamsiojo turizmo plėtrai Panevėžio mieste

*9 lentelė.* Patirtų emocijų vertinimo skalė

## PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

- 1 pav.* Tamsiojo turizmo rūšys
- 2 pav.* Aukso vartų tiltas San Franciske, JAV
- 3 pav.* Siūlomas tyrimo modelis
- 4 pav.* 1941m. birželio 25 d. vykusią žudynių prie Panevėžio cukraus fabriko žmonių palaikai
- 5 pav.* Panevėžio vėjo malūnas
- 6 pav.* Kokybinio tyrimo eiga pagal Bryman
- 7 pav.* Respondentų amžius
- 8 pav.* Veiklos, susijusios su tamsiuoju turizmu
- 9 pav.* Tyrimo dalyvių išbandytos tamsiojo turizmo paslaugos
- 10 pav.* Tyrimo dalyvių tikslai, lankantis tamsiojo turizmo objektuose
- 11 pav.* Respondentų sąsajos su Panevėžio miestu
- 12 pav.* Turistinio objekto vietos svarba
- 13 pav.* VŠĮ Panevėžio plėtros agentūra „PanevėžysNOW“ suteikiama informacija
- 14 pav.* Tamsiojo turizmo nauda
- 15 pav.* Tamsiojo turizmo paslaugų pasiūla Panevėžio mieste

## **PRIEDŲ SĄRAŠAS**

- 1 PRIEDAS. Tamsiojo turizmo plėtros galimybių Panevėžio mieste anketinė apklausa.
- 2 PRIEDAS: Interviu klausimai.
- 3 PRIEDAS. Interviu protokolai.
- 4 PRIEDAS. Anketinės apklausos susisteminti duomenys.

## IVADAS

**Baigiamojo darbo aktualumas.** Tamsusis turizmas – neįprasta, įkvėpinanti, teikianti daug vilčių, sukelianti emocijas, o kartais netgi pavojinga turizmo rūšis. Mokslininkai terminą kaip tamsusis turizmas (angl. *dark tourism*) išskyrė tik 1996 m, kuomet norėta apibūdinti keliones, kurios susijusios su mirtimi, makabriškais įvykiais, žmonių nelaimėmis. Todėl galime daryti prielaidas, kad ši viena iš daugelio turizmo rūšių yra atsiradusi visai neseniai ne tik pasaulyje, bet ir Lietuvoje. Kurti naują turizmo šaką lėmė augantis turizmo vartotojų poreikis, o tai skatina turizmo sektoriaus atstovus ieškoti alternatyvų, pasiūlant naujas unikalias paslaugas ar produktus atvykstantiems vartotojams. Remiantis [futuremarketintinsights.com](http://futuremarketintinsights.com) pateiktais duomenimis, 2022 metais tamsiojo turizmo rūšis uždirbo 30 milijonų JAV dolerių pelno. Tikimasi, jog 2032 metais, ši turizmo rūšis uždirbs daugiau negu 36 mln. JAV dolerių pelno. Dažniausiai, tamsiojo turizmo ištekliai yra vietos, kurios susijusios su įvairiomis katastrofomis, žmonių mirtimis, nelaimėmis ir netgi su paranormaliais reiškiniais, t.y. gali būti kapinės, gamtos stichijų nusiaubti kaimai, koncentracijos stovyklos ir pan. Kelionių ekspertė R. Navickienė (2019) turi nuomonę, jog tamsusis turizmas yra gana populiarus, nes sužadina turisto vidines emocijas. Šiuo aspektu dažniausiai remiasi kelionių organizatoriai siūlydami vartotojams tokios turizmo rūšies produktą. Neretai turistai renkasi tamsiojo turizmo produktus ar paslaugas, dėl asmeninių priežasčių, išgyvenimų, noro patirti naujus potyrius, adrenalina, nuotykius ar tiesiog keliauja švietimo tikslais.

Pasaulyje galima rasti itin daug tamsiojo turizmo išteklių, pradedant nelegaliomis ekskursijomis į Ukrainoje esančią Kijevo srityje buvusią Černobylio atominę elektrinę, taip pat aplankant miestą vaiduoklį tapusią – Pripetę ar Lenkijoje veikusią II-ojo pasaulinio karo metu Aušvico koncentracijos stovyklą apie kurios egzistavimą yra sukurta kelios dešimtys istorinių filmų, o išgyvenusieji šio lagerio kančias parašę tūkstančius knygų apie žydų kankinimą ir žudymą. Lietuvoje tamsiojo turizmo ištekliais galime priskirti Šiaulių rajone esantį Kryžių kalną, Vilniuje esančias Antakalnio ar Rasų kapines, kuriose yra palaidoti ne tik Lietuvai, bet ir pasauliui nusipelnę žmonės, tokie kaip buvęs Lietuvos prezidentas Algirdas Brazauskas, Lietuvos didžiojo kunigaikščio Vladislavo Vazos širdis, sausio 13-osios aukų kapai, miestų aikštės, partizanų bunkeriai, įvairūs memorialai ir t.t. Lietuvos rinkoje tamsusis turizmas yra nauja niša, kuri dar neturi pritaikytos reikiamos turizmo infrastruktūros, kadangi ne visi šalies regionai tamsiojo turizmo rūšiai išnaudoja esamus išteklius. Stebint vartotojų poreikius, turizmo sektoriaus įmonės pačios savo iniciatyva kuria ir organizuoja siaubą keliančias ekskursijas po miestus, požemius, organizuoja pramogas, kurios dažniausiai vyksta vakarais arba naktį, pritraukdamos daugybę ne tik vietinių, bet ir iš kitų pasaulio šalių atvykusius turistus.

**Baigiamojo darbo mokslinis naujumas.** Tamsusis turizmas, kaip alternatyvaus turizmo šaka, pirmą kartą paminėtas buvo tik 1996 m. Džono Lenono ir Malkolmo Folio profesorių Glasgo universitete. Šio fenomeno populiarumą galima įrodyti jog 2005 metais, Centrinio Lankašyro

universitete (Jungtinė Karalystė) buvo įkurtas tamsiojo turizmo institutas. Šiuo metu Lietuvoje ši turizmo rūšis yra dar tik pradėdama mokslininkų analizuoti, rašomi įvairūs straipsniai tamsiojo turizmo tema.

**Baigiamojo darbo tiriamos problemos ištyrimo lygis.** Tamsusis turizmas ne tik Lietuvoje, bet ir pačiame pasaulyje yra neseniai pradėtas tyrinėti kaip reiškinys, todėl dažnai užsienio autorių sutinkamuose straipsniuose ši problema yra dažnai pabrėžiama. Lietuvoje ši turizmo rūšis taip pat ne išimtis. Oficialus terminas kaip tamsusis turizmas buvo suteiktas vos 1996m. Dėl mažo ištirtumo lygio, tamsusis turizmas būna klaidingai suprastas. Kaip pavyzdį galime traktuoti Lietuvos autorių darbuose, kalbant apie tamsųjį turizmą dažnai yra sutinkamas kitas terminas: juodasis turizmas (*angl. black tourism*), nors užsienio autorių darbuose tai yra naudojamas norint apibūdinti esamo produkto kokybę. D. Light, A.V. Seaton, P.R.Stone ir R.Sharpley pirmieji autoriai, kurie pradėjo tyrinėti bei kalbėti apie tamsųjį turizmą, teigdami, jog ši turizmo rūšis yra unikali savo ištekliais, bei suteikianti turistui ne tik žinių apie lankomą vietovę, bet kartu sukelti tam tikrus jausmus bei išgyvenimus.

**Tiriamoji problema.** Ne tik pasaulyje, bet ir Lietuvoje populiarėjant tamsiojo turizmo šakai, yra svarbu sukurti produktus, kurie būtų unikalūs, niekam nematyti, negirdėti, bei originaliai pateikti juos būsimam paslaugos vartotojui. Dažniausiai pagrindiniai tamsiojo turizmo objektai yra labiausiai išryškinami dažniausiai turistų lankomuose miestuose, sostinėse. Kitos vietovės, turėdamos unikalią istoriją, tamsiojo turizmo išteklius, dažnai lieka užmarštyje bei nepastebimi. Tamsiojo turizmo rūšis atsirado vos XX a. pabaigoje ir tai sukėlė vartotojų susidomėjimą tamsiuoju turizmu, bei daro pagrindinę įtaką kurti bei plėtoti šią turizmo rūšį ne tik pagrindiniuose šalies miestuose, bet ir provincijose. Nors tamsusis turizmas yra auganti nišinė turizmo šaka, užsienio ir Lietuvos autorių darbuose apie šią turizmo rūšį yra mažai kalbama, bei nėra itin ištirta. Panevėžio miestas yra įsikūręs itin strategiškoje vietoje: vos per 100 km nuo pagrindinių šalies tarptautinių oro uostų (Vilniaus tarptautinio oro uosto, bei Kauno), taip pat panašus atstumas siekia tarp Panevėžio ir didžiausio Latvijos, t.y. Rygos tarptautinio oro uosto. Miesto vakaruose kerta valstybinės reikšmės automagistrālė „Via Baltica“. Nors susisiekimo infrastruktūra su vienu iš 5 didžiausių šalies miestu yra išvystyta, Panevėžys sulaukia itin mažai turistų, dėl neišvystyto turizmo sektoriaus bei išteklių trūkumo. Remiantis, jog tamsiojo turizmo rūšis moksliskai yra dar mažai ištirta, nors jos susidomėjimas kiekvienais metais vis didėja vartotojų tarpe, todėl pagrindinė baigiamojo darbo problema yra ar Panevėžio miestas turi plėtros galimybes plėtoti tamsiojo turizmo rūšies produktus bei paslaugas?

**Tyrimo objektas.** Tamsiojo turizmo produktų plėtros galimybes Panevėžio mieste.

**Tyrimo tikslas.** Išanalizuoti tamsiojo turizmo produktų plėtros galimybes Panevėžio mieste.

**Tyrimo uždaviniai.**

1. Išsiaiškinti teoriniu aspektu tamsiojo turizmo sampratą bei galimus išteklius kuriant naują tamsiojo turizmo produktą.



2. Aptarti pagrindinius vartotojų motyvus, renkantis keliauti tamsiojo turizmo tikslais.
3. Numatyti galimybę vykdyti tamsiojo turizmo produktų plėtrą Panevėžio mieste.
4. Pateikti mokslinės literatūros ir praktinio tyrimo išvadas bei rekomendacijas.

**Darbo struktūra:** Baigiamasis magistro darbas yra sudarytas iš 3 pagrindinių dalių. Pirmojoje dalyje yra moksliskai nagrinėjama tamsiojo turizmo sąvokos, išteklių, išsiaiškinami pagrindiniai turistų motyvai, renkantis šią itin specifiską turizmo šaką. Antrojoje magistro baigiamojo darbo dalyje yra aptariami tamsiojo turizmo objektai esantys Panevėžio mieste, pristatomi darbe atlikti empiriniai kokybiniai ir kiekybiniai tyrimai. Trečiojoje darbo dalyje yra pateikiami jau apdirbti tyrimo rezultatai su apibendrinimais. Galiausiai darbo pabaigoje yra pateikiamos darbo bei atliktų tyrimų išvados, suformuluojamos rekomendacijos. Darbą iš viso sudaro 68 puslapiai, 9 lentelės, 15 paveikslų, 4 priedai.

# 1. MOKSLINĖS LITERATŪROS ANALIZĖ

## 1.1 Tamsiojo turizmo teoriniai aspektai

Turizmas kaip ekonominis, socialinis reiškinys susiformavo prieš daugelį metų, nors kitų autorių nuomone, turizmas yra siejamas netgi nuo biblijos laikų, kuomet keliavo misionieriai, nešdami tikėjimą į pagoniškas valstybes, piligrimai. Vėliau istorijos bėgyje keliavo įvairūs pirkliai, kurie šiuo metu yra laikomi kaip verslo turizmo pradininkais, kariai, kurie žygių į savo kraštus atnešdavo tam tikrus kultūrinius dalykus ir pan. Turizmas kaip ekonominis subjektas daugumoje šalių yra laikoma pagrindiniu ūkio subjektu generuojat bendrąjį vidaus produktą (Levišauskas, Sinkevičius, Knyvienė, 2019, p. 56). Turizmo dėka, yra kuriamos naujos darbo vietos, gerinama vietinė infrastruktūra, gerėja gyvenimo lygis.

Įdomus paradoksas, jog P.R Stone ir R. Sharpley (2008, p. 574) piligrimų keliavimą į šventas vietas apibūdina kaip tamsiojo turizmo tikslą. A.V. Seaton (Krikščiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p. 207) kalbėdamas apie pirmąsias piligrimines keliones bei tapatindamas su tamsiuoju turizmu, akcentuoja, jog šios turizmo rūšies kelionės prasidėjo, kuomet žmonės pradėjo keliauti po pasaulį. Nors J.J. Lennon ir M. Folley (Stone, Sharpley, 2009, p.20) nuomone, kaip pirmąją tamsiojo turizmo kelionę galima laikyti 1838 metais, Kornvalyje vykusioje geležinkelio ekskursijoje, kurios metu, įvyko dviejų žudikų kartuvės. A.V Seaton (Tinson, Saren ir kt., 2015, p.858) nuomone, tamsiojo turizmo šaka buvo per amžius atpažįstamas dalykas, tik neturėjo konkretaus pavadinimo. Nors analizuojant per Europos istoriją, būtent piligriminės kelionės darė itin didelį poslinkį tamsiojo turizmo kultūrai, socializacijai. Piligrimai, misionieriai, savo šventųjų kelionių metu, skleisdami žinią apie religiją, tikėjimą į pagoniškas šalis atnešdavo ir kultūrinius, švietimo elementus, todėl galima daryti prielaidą, jog tamsusis turizmas Europoje yra itin susijęs su kultūra, menu, švietimu, architektūra, o kai kuriuose literatūriniuose šaltiniuose yra randama sąsajų netgi su tam tikrais maisto produktais, prieskoniais, kuriuos būtent į valstybes atnešė keliaujantys piligrimai, kariai. Ne išimtis ir Lietuvos žmonės: įvairūs bajorai, kariai keliaudavo į vakarus dėl nuotykių, karų, sveikatingumo paslaugų, švietimo tikslais. Tamsiojo turizmo atsiradimas pasaulyje bei sąvokos įtvirtinimas, tapo XX-ojo amžiaus pabaigos fenomenu (Light, 2017,p.276), bei A. Balaženčio ir B. Žuromskaitės (2012,p.30) nuomone, priklauso kultūrinio turizmo šakai. D. Light, 2017,p.275) kalbėdamas apie tamsiojo turizmo objektus, taip pat priskiria, kad ši turizmo rūšis priklauso kultūriniam turizmui, kadangi dažniausiai šio turizmo ištekliai dažniausiai yra susiję su vietiniais kultūriniais pastatais, turistų įgyjamomis žiniomis, domėjimosi vietos istorija.

Tamsusis turizmas kaip konkretus ir tikslingas reiškinys, pasaulinėje ekonominėje rinkoje atsirado vos prieš 27 metus. Teiginys *dark tourism*, tiesiogiai verčiasi kaip tamsusis turizmas, bet Lietuvoje yra dažnai sutinkamas klaidingas šio teiginio vertinys, t.y. juodasis turizmas, tačiau norint teisingai naudoti

ši teiginį, pažodžiui reikėtų versti kaip *black tourism*. Juodasis turizmas užsienio literatūroje dažniausiai sutinkamas kalbant apie tamsiojo turizmo produktus ir siejant su kokybės apibrėžimu.

Tamsiojo turizmo šaką moksliskai pirmieji pradėjo nagrinėti J. J. Lennon ir M. Foley 1996 metais, kurie norėjo suformuluoti kelionės apibrėžimą, kurios metu norima aplankyti su katastrofa ar istoriniais, kraupiais įvykiais susijusią vietą (Krikščiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p. 208), bet šis terminas įgavo naująjį įvaizdį tik 2005 metais, kuomet Jungtinėse Amerikos valstijose, uraganas pavadinimu „Katrina“ nusiaubė visą Naujojo Orleano miestą ir minios turistų pradėjo keliauti pažiūrėti iš arti, kaip atrodo gamtos stichijos nusiaubtas miestas. Tuo pasinaudojo vietiniai gidai, kurie pradėjo vesti ekskursijas (Mikalajūnaitė, Letinauskienė, 2017, p.45). Markas Tvenas savo knygoje „Nekaltieji užsienyje“ visą skyrių atidavė aprašyti Pompėjos katastrofai (Pompėja – tai istorinis Italijos miestas, kuris buvo įsikūręs netoli Vezuvėjaus ugnikalnio. 79 m išsiveržęs ugnikalnis, po lava ir pelenais palaidojo visą miestą). Pasaulinio ekonomikos duomenimis (2023), Japonijoje kaip tamsaus turizmo objektas yra populiarus Tahoku regionas, kadangi ten 2011 metais įvyko Fokušimos atominės elektrinės nelaimė, ir vien per 2022 metus, šiame regione apsilankė 1,15 milijonų lankytojų. Nors tamsiojo turizmo pradininkais yra laikomi J.J. Lennon ir M. Foley, kurie tik žymiai vėliau įteisino šią turizmo šaką, mokslininkas C. Rojek 1993 metais, padėjo pamatus kalbant apie tamsųjį turizmą, kadangi šis autorius vienas iš pirmųjų kalbėdamas apie mirties paženklintą vietą ir žmonių išreikštą norą domėtis mirtimi siūlė komercinę veiklą (Stone, Sharpley, 2009, p.10). Galutinai tamsusis turizmas kaip sąvoką įsitvirtino 2000 m. kuomet J.J. Lenonnas ir M. Foley išleido knyga tuo pačiu pavadinimu. Įdomus faktas, jog M. Kurnaz, H. Ceken ir M.Kilic (Gursay, Koc, 2013, p.191) tamsųjį turizmą pavadino kitu pavadinimu, kaip liūdesio turizmas. Šiam teiginiui galima sutikti, kadangi vykstant į nelaimių ar katastrofų paliestas vietas, keliautojus apima liūdesys, empatija, ypač kuomet kalbama apie gyvybės praradimą, vykusius žiaurumus, kankinimus, viešas egzekucijas (kurios viduramžiais buvo itin pamėgtos tarp vietinių gyventojų), todėl turistai susitapatina toje vietoje patirtais kitų žmonių išgyvenimais, bei įvykius susieja su asmenine patirtimi.

P.R. Stone ir R. Sharpley (Light, 2017, p.277) tamsųjį turizmą apibrėžia kaip kelionę, kurios metu yra lankomos įvairios parodos, lankomose vietose, kuriuose įvykęs įvykis yra susijęs su žmogaus gyvybės praradimu ar yra perteikiamos scenos apie mirtį, kančią. D. Light (2017, p.278) teigimu vietų susidomėjimas, kurios susijusios su žmogaus mirtimi, jo patirta kančia, yra siejamos su postmodernizmo požiūrio atsiradimu, kai vartotojas nori patirti tai, ką jis ir įsivaizduoja. Lietuvos autorių darbuose ši turizmo rūšis dažnai yra sutinkama kaip juodasis turizmas, nors originalus vertimas iš teiginio *dark tourism*, kas reiškia tamsųjį turizmą. A.V. Seaton (1996) tamsųjį turizmą apibūdina kaip tradicinę kelionę, kuri aprėpia įvairius Europos bei kitų žemynų istorijos įvykius. Ilgą laiką, patys mokslininkai galvojo, kaip reikėtų pavadinti kelionę, vykstant į nelaimių ar katastrofų vietas. Mokslininkai buvo sugalvoję daug galimų variantų, kaip pvz.: viena iš turistinių veiklų su pavadinimu

„neturistinis“ (Seaton, 1996), „pataloginis“ (Blom, 2000) ar „juodoji dėmė“ (Rojek, 1993). Nors Tunbrigde ir Ashwort (1996), tamsųjį turizmą norėjo pavadinti „žiaurumo paveldo turizmu“ (*angl. atrocity heritage tourism*), R. Bristow ir M. Newman (2004) tamsųjį turizmą pristatė labiau net kaip išgąščio turizmą, kurio metu vartotojas ieško baimės, jaudulio, šoko (Stone, Sharpley, 2009, p.10). A. A. Kendle (2008) tamsųjį turizmą apibūdina kaip kanalą, stebėti mirtį ir kančias per atstumą. Dauguma autorių sutapatina tamsųjį turizmą su paveldo turizmu, o R.Powell, J. Kennel, C.Barton (2018, p. 14) nuomone dažnas turistai, lankydamasis paveldo objektuose, net neįsivaizduoja, jog kartu lankosi ir juodojo turizmo tikslais. Remiantis A.Jakutytės (2020,p.128) nuomone, tamsusis turizmas yra tuo unikalus, jog su savimi turi dar daugybę sinonimų, kurie taip pat apibūdina kaip vartotojo keliavimą tamsiojo turizmo tikslais, pvz.: „Juodųjų taškų turizmas“, „mirties turizmas“, „gedulo turizmas“. Interpretuojant, galima daryti prielaidą, jog vartotojas keliaudamas į žiaurumo, skausmo paženklintas, kraupias, makabriškas ar su mirtimi susijusias vietas, vienareikšmiškai keliauja tamsiojo turizmo tikslais. Nors A. Jakutyte (2017,p.129) samprotauja, jog tamsusis turizmas leidžia pritraukti daugiau turistų vien dėl to, kad tai yra lengviausias ir saugiausias būdas prieiti prie tragedijos. Reikia nepamiršti vienareikšmiškai, jog tamsusis turizmas pradėjo populiarėti, ne vien dėl savo išteklių, kurie yra paženklinti žmogaus gyvybės praradimu, kančiomis, bet taip pat, turistai į tamsiojo turizmo objektus keliauja ir dėl naujų žinių įgyjimo, švietimo tikslais. A. Kendle (Iliev, 2021, p. 972) nuomone, jog keliauti tamsiojo turizmo tikslais vartotojus skatina domėjimasis švietimu, emocijos, nostalgijos ir paveldo ieškojimas. Šiam autoriui pritaria ir D. Iliev (2021, p.970), pridėdamas, jog ne tik noras įgyti žinias turistus skatina keliauti tamsiojo turizmo tikslais, bet ir noras suprasti, kokie baisūs ir makabriški įvykiai yra nutikę istorinėje vietoje.

Nagrinėjant užsienio autorių literatūrą, dažnai yra sutinkama sąvoka *angl. thanatourism*, kuri į lietuvių kalbą verčiasi kaip tanaturizmas, („Thanatos“ yra graikiškas žodis, kuris pažodžiui verčiasi, kaip siejamas su mirtimi). A.V. Seaton (Light, 2017,p.279) tanaturizmą išskyrė kaip labiau specifiską sritį, kuri yra tapatinama su itin žiauria ir be gailėsčio atlikta mirtimi. Pritariant šiam autoriui, galima pridurti, jog tanaturizmą galima laikyti net kapų lankymą ar vykimą su mirties tematika susijusių atrakcionų parką. Nors D. Light (2017,p.279) kalbėdamas apie tanaturizmą, samprotavo, jog ši tamsiojo turizmo šaka yra labiau pritaikyta turizmo infrastruktūrai, o tuo tarpu tamsiojo turizmo sąvoka yra tarsi „skėtis“, kuris po savimi apglėbia daugybę sinonimų, kurie reiškia beveik tą patį. Toliau savo darbuose D. Light (2017,p.278) tanaturizmą apibūdina kaip konkretesnę sąvoką kalbant apie tamsųjį turizmą ir tapatina su savo ilgamete kelionių patirtimi bei itin stipriu noru vartotojo susitikti gyvai, per atstumą su žmogaus mirtimi. B. Knudsen (Gursoy, Koc, 2016, p. 186) tanaturizmą bandė apibūdinti kaip keliavimą į visame pasaulyje pripažintas atminimo vietas. Johnston (Mandelazart, Johnston, 2019, p.78) tanaturizmą aiškino kaip kelionių forma, kai turistai susiduria su vietomis, kurios susijusios su mirtimi, žiaurumu ir makabriškumu. Metais vėliau, 2016, tie patys

mokslininkai Johnston ir Mandelartz pateikė tanaturizmą kaip turizmo formą, kurioje turistai keliauja į vietas pirmiausiai susijusias su mirtimi ir nelaimėmis.

Pats A.V. Seaton (Light, 2017, p.278) išskiria 5 pagrindines tanaturizmo rūšis:

1. Viešųjų mirčių stebėjimas. Nors dabar tokios „pramogos“ pasaulyje nyksta ir vos keliose pasaulio šalyse gali turistai tai pamatyti.
2. Keliavimas į įvykusių individualių ar masinių mirčių vietas. Lietuvoje galima tokią vietą laikyti esanti Varėnos rajone Pirčiupių kaimą.
3. Memorialinės ar istorinės vietos, kuriuose yra palaidoti mirusieji. Į šią grupę įeina kriptos, įvairūs karo ar genocidų memorialai, kapinės. Taip pat, šiai grupei galime priskirti ir vykstančias piligrimines keliones, Jeruzalėje esanti Jėzaus kapą.
4. Vietų, kurios nėra tiesiogiai susijusios su mirtimi, tačiau turinčiu nuorodą į tai vietų lankymas. Šiai kategorijai gali būti priskirta įvairūs karo, holokausto, ginklų ir t.t. muziejai.
5. Mirties simuliacijos ir rekonstrukcijos. Šiai kategorijai galime priskirti įvairių istorinių mūšių simuliacijas, vietas, elementus, kurie yra susieja su religiniu paveldu bei turi tam tikrą asociaciją.

Iš išvardintų pagrindinių tanaturizmo grupių, galima daryti prielaidą, jog ši turizmo rūšis yra glaudžiai susijusi ne tik su mirtimi, bet kartu ir religiniu aspektu, kuris išaiškėja A.V. Seaton (1996) pateiktose 3 ir 5 punktuose, kuriuose yra lankomos kapinės, kančių vietos, religinės simuliacijos. Panašios nuomonės yra ir mokslininkai R. Powell ir Ch.Barton (Cheval, Maltagliati ir kt., 2022, p.3), kurių nuomonė, tanaturizmo objektai, nėra sukurti vien tik mirties tematika, nors kiti anksčiau minėti mokslininkai siejė šią turizmo šaką būtent su mirtimi. Pabaigai, galima pasakyti tanaturizmas arba dar kitų autorių darbuose sutinkamas kaip mirties turizmas, ši turizmo šaka yra siejama su mirtimi, žiauria kančia, netgi religiniai aspektai, kurie neturėtų būti susiję su mirties turizmu.

Kalbant apie tamsųjį turizmą iš kitos pusės, R.Navickienė (2017, p.71) šią šaką apibūdina kaip vieną iš alternatyvaus turizmo rūšių, kuri apima tokias turizmo rūšies formas kaip žudynių ar savižudybių vietas, lūšnynus, stichinių nelaimių, besivaidenančias ar tiesiog jau nykstančias vietas. Baigiamojo darbo pradžioje buvo paminėta, jog tamsusis turizmas priklauso kultūrinio turizmo šakai, nes dauguma susijusių nelaimių, įvykių objektai yra glaudžiai susiję su tam tikros vietovės istorija, kultūra. Nors dažnai ši turizmo rūšis yra maišoma su kultūriniu turizmu, kadangi dauguma objektų galima priskirti abiem šakoms, bet tai yra nenuostabu, kadangi pats juodasis turizmas yra viena iš daugelio kultūrinio turizmo atšakų, bei dauguma objektų gali būti priskirti abiem šakoms: tiek kultūriniam turizmui, tiek tamsiajam. Turizmo sąvokų žodynyje (2009), kultūrinis turizmas yra apibrėžiamas kaip „turizmo rūšis, kai keliaujama susipažinti su vietos kultūra (menu, kalba, architektūra ir t.t.), dalyvauti meno renginiuose. Pagal kelionės tikslą, gali būti skirstomas į smulkesnius porūšius „lingvistinis, kulinarinis, pilių ir t.t.“ (Aiškinamasis turizmo sąvokų žodynelis,

2009, 51 psl.) Lietuvių mokslininkų tamsusis turizmas dar nėra itin detaliai ištirtas, todėl aiškinamajame sąvokų žodyne nerasime formaliai apibrėžtos sąvokos, kadangi, Lietuvos mokslininkai ir tyrėjai dar sąlyginai mažai gilinasi į tamsųjį turizmą, todėl galima pritarti R. Navickienei (2017,p.72) išsakytam teiginiui, jog dėl mažai išnagrinėtos tamsiojo turizmo rūšies, kartais ši tema gali būti klaidingai suprasta dėl mažo ištirtumo lygio, todėl Lietuvos mokslininkų darbuose, kurie yra susiję su tamsiojo turizmo analizavimu, dažnai yra sutinkamos dvi sąvokos: juodasis ir tamsusis turizmas.

Pasaulyje, nuolat besikeičiant vartotojų norams ir poreikiams, kelionių organizatoriai bei pačios valstybės turi nemenką iššūkį savo turistams pasiūlyti dar nematytą ir neregėtą produktą, kuris būtų išskirtinis, unikalus, atimantis žadą ir turistai vyktų būtent į kurią nors pasaulio valstybę, jo patirti, pasimėgauti, tuo pačiu metu susipažinti su naujomis ir dar neatrastomis vietomis ar kultūromis. Diegiant naujus turizmo produktus bei paslaugas svarbu yra nepamiršti vykdyti vartojiškumo mažinimą, plėtoti turizmo rūšis, kurios yra saugios aplinkai, bei planuoti darnaus turizmo vystymo principus (Zinkevičiūtė, Kazlauskas ir kt.,2010,p.207)), todėl leidžiama traktuoti, jog tamsusis turizmas yra viena iš alternatyvaus turizmo šakų, kuri per pastarąjį dešimtmetį sparčiai vystėsi ir tobulėjo. Aiškinamajame turizmo sąvokų žodynyje (2009), alternatyvus turizmas yra apibūdinamas kaip „turizmo rūšis, kuria siekiama mažinti neigiamą ir didinti teigiamą turizmo poveikį socialinei, kultūrinei bei fizinei aplinkai.“ (Aiškinamasis turizmo sąvokų žodynelis, 2009, 12psl.) Ieškant naujos turizmo šakos ar kuriant naują produktą, organizatoriai orientuojasi į klientą, kuris supranta turizmą kaip darnią sistemą, kurioje pagrindiniai aspektai yra aplinkosauginė, socialinė atsakomybė (Zinkevičiūtė, Kazlauskas ir kt.,2010,p.205). Tamsusis turizmas buvo pasirinktas neatsitiktinai, kadangi plėtojant jį, galima lengvai reguliuoti žmonių srautus, prisidėti prie darnaus vystymo principų.

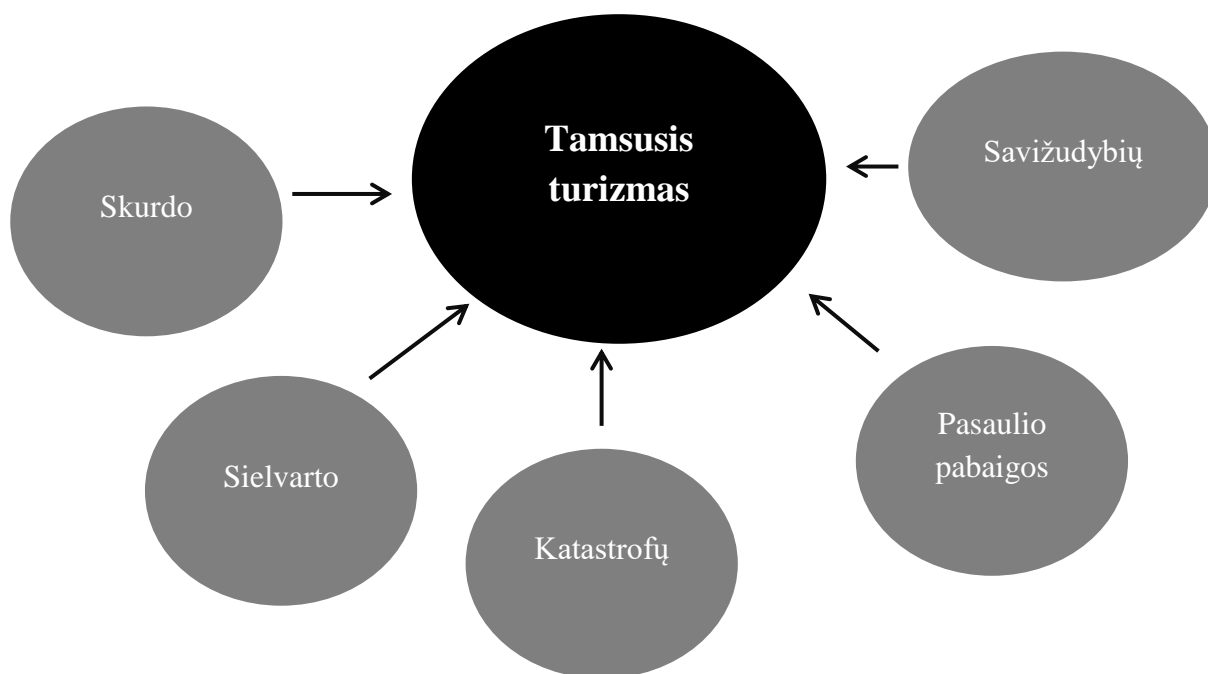
P.R. Stone (2012) kalbėdamas ir analizuodamas tamsiojo turizmo įvairias sritis, savo darbuose šią turizmo rūšį pristato, kaip itin lanksčią ir sugebančią prisitaikyti prie esamų vartotojų modelio. Pasaulyje A.V. Seaton (Tinson, Saren ir kt., 2015, p.857) nuomone, ši turizmo rūšis yra senai žinoma, kuomet mokyklų mokiniams yra organizuojamos ekskursijos į tam tikras tamsias vietas, supažindinant su vietos ar šalies istorija, t.y. keliaujant švietimo tikslais. Dažniausiai, norint supažindinti mokinius su istorija, mokiniai vežami į įvairius muziejus, parodas, mūšio vietas, kurios dažnu atveju yra susijusios su tam tikra istorine tragedija ir laikoma kaip tamsiojo turizmo ištekliumi. D. Dimitrovski, M.Lukovič ir V. Senic (2019p. 458) pritaria šiam teiginiui, argumentuodami, jog dažniausiai tamsiojo turizmo vietas yra plačiai susijusios su toje vietoje atsitikusiomis nelaimėmis, sielvartu, atsiminimais, bei švietimu. Daugelį metų turistus traukė vietas, kuriuose yra įvykusios stichinės, gamtinės nelaimės, įvairūs lūšnynai, karo muziejai ar žudynių vietas (Navickienė, 2017,p.73).

Pabaigai galima pasakyti, jog tamsiojo turizmo kelionės dažnu atveju yra susiję su švietimo tikslais, ypač mokyklose. Dėl šios turizmo rūšies naujumo, bei mažo ištirtumo lygio, neretai kitos turizmo šakos persipina su tamsiuoju turizmu, todėl vartotojai neretai net nepagalvoja apie tai, jog

lankosi tamsiojo turizmo tikslais. Vartotojai dažniausiai lankosi itin gerai žinomuose tamsiojo turizmo objektuose, kurie yra susiję su makabriškais žiaurumais, mirtimis, dažniausiai šias keliones laiko kaip tamsiojo turizmo, nors tai jau išsiskiria į tanaturizmo atšaką.

### 1.1.1 Tamsiojo turizmo rūšių skirstymas

R. Navickienė (2017, p.72) samprotauja, jog tamsiojo turizmo daugialypiškumas lemia platus spektras esamų išteklių, kurie yra susiję su žudynėmis, karais, gaisrais, laidojimo vietomis ir pan. Bene kiekviename Lietuvos mieste rastume aikštę ar paminklą, skirta kokiai egzekucijai, aukų sušaudymui, holokaustų aukų atminimui atminti. Su esamais tamsiojo turizmo ištekliais bei vartotojo motyvais rinktis būtent šias keliones, A. Kendle (Navickienė, 2017, p.73) išskyrė 5 pagrindines tamsiojo turizmo rūšis, kurios yra pateiktos 1. pav.



1. pav. Tamsiojo turizmo rūšys

Cituota iš: pagal A. Kendle, 2008,

Iš paveikslėlyje matomos informacijos, galime daryti keletą prielaidų, t.y. kokios pagrindinės tamsiojo turizmo rūšys sulaukia itin didelio susidomėjimo, bei kokie pagrindiniai vartotojo motyvai yra renkantis šias kelionių grupes. Dažniausiai turistai vykdami apžvelgti skurdo turizmo renkasi ne itin gerai išsivysčiusias šalis ar žemynus, t.y. Afrika, kai kurios Pietų Amerikos valstybės, Pietų Azijos šalys, kur žmonės ne itin turi pinigų ir gyvena skurde. Tokios kelionių rūšys savo vartotojams leidžia išeiti iš savo esamos komforto zonos ir pamatyti gyvenimą iš kitos pusės, kuomet yra nepriteklus, žmonės gyvena palapinėse ir t.t. Sielvarto turizmo kelionės dažniausiai orientuojasi ties koncentracijos stovyklomis, teroristiniais išpuoliais, kapų lankymais arba kitaip tariant, tai yra vietos, kurios yra

glaudžiai susijusios su dideliu skaičiumi mirčių ar sukeltu itin dideliu fiziniu skausmu. Garsiausi sielvarto turizmo objektai yra Aušvico koncentracijos stovykla Lenkijoje (Hospitality-co.com pateiktais duomenimis, 2019 metais, Aušvicą aplankė net 2,3 milijonų turistų), pasaulio prekybos centras Niujorke (2001 m. rugsėjo 11d. teroristinis išpuolis, kuomet serija koordinuotų savižudžių užėmė 4 keleivinius lėktuvus, ir du iš jų trenkėsi į esamus du Niujorko dangoraižius, kitaip žinomus kaip „pasaulio prekybos centro dvynius“). Katastrofų turizmas labiau siejamas su gamtiniais reiškiniais ar stichinėmis nelaimėmis. Vienas iš žinomiausių gamtinių katastrofų pavyzdžių galima įvardinti Pompejos miesto lankymą. Taip pat, atominių elektrinių nelaimės. Hospitality-co.com (2021) priduria, kad pastaruosiu metu taip pat yra išaugęs domėjimasis Fokušimos atominė elektrine (Japonija), kurioje 2010 m., cunamio metu ši sprogo. Pasaulio pabaigos keliavimas yra siejamas su vietomis, kuriuose buvo išpranašauta pasaulio pabaiga. Populiariausias ir garsiausias mitas buvo kuomet centrinės Amerikos majų gentis išpranašavo, jog 2012 metais įvyks pasaulio pabaiga, taip pat ši tamsiojo turizmo šaka yra siejama ir su nykstančiais pasauliniais gamtiniais dariniais pavyzdžiui kaip koralinių rifų lankymas ar kelionė stebėti tirpstančių ledynų dėl pasaulinio globalinio atšilimo. Savižudybių turizmas, remiantis S.Mikalajūnaite ir I. Letinauskiene (2017, p.46), yra skirstomas net į dvi rūšis: pirmasis variantas yra, kai patys žmonės keliauja į garsias vietas nusižudyti (viena iš populiariausių vietų pasaulyje yra aukso vartų tiltas ((*angl. Golden Brigde*)) San Franciske). Antruoju variantu vyksta į šalis, kuriuose yra įteisinta eutanazija, jog užbaigtų savo gyvenimo kelionę dėl ligos ir kitų motyvų. Todėl galime daryti išvadą, remiantis išvardintomis tamsusis turizmo rūšimis, jog vienas dažniausių turistinių motyvų yra vykti ten, kur vieta yra paženklinta itin didele netektimi, bei lankoma vietovė turi būti susijusi su žmogaus gyvybės praradimu ar net kai kuriais atvejais su savo gyvybės praradimu.



2 pav. Aukso vartų tiltas San Franciske, JAV

Cituota iš: pagal Golden Gate Brigde, <https://www.history.com/topics/landmarks/golden-gate-bridge>



Kalbėti apie mirtį niekada žmonėms nėra malonu, kadangi tai sukelia prisiminimus apie prarastus artimuosius, ar netektimi paženklintas vietas. Neretai mokslininkai diskutuoja ar verta katastrofos vietas sieti su turizmo ištekliumi ir naudoti jas masiniam turizmui, siekiant ekonominės naudos. Nors kaip matome iš prieš tai pasisakiusių autorių, šios tragedijos tampa turistų traukos objektu, todėl negalima teigti vienareikšmiškai, jog panaudojant katastrofų vietas masiniam turizmui, jos gali būti traktuotos kaip skirtos žinių įgavimui, aukų pagarbai. P.R.Stone (2013) išsako savo nuomonę, teigdama, nors ši sritis yra itin prieštarai vertinama, bet kalbant iš kitos pusės, tamsusis turizmas būdamas itin trapus dalykas (taip pat, šio autoriaus mintims pritaria Y.Topskal ir R.E.Cilkin (2014, p.326), bet turi savyje savotiško žavesio, kuris pastaruoju metu vis labiau paperka būsimus vartotojus, todėl tamsusis turizmas vis įgauna didesnę pagreitį esamoje didžiulėje turizmo paslaugų rinkoje.

Apibendrinant tamsiojo turizmo šaką, remiantis visų autorių mintimis, galime matyti bendrą vienijančią mintį, jog visose apibrėžimuose autoriai, kalbėdami apie šią turizmo rūšį, vis pamini, kad tai yra tam tikrų vietų lankymas, kurios yra susijusios su žmogaus gyvybės pradimu ar tragedija. Nors šiame skyriuje buvo išvardintos 5 pagrindinės tamsiojo turizmo rūšys, jų mokslinėje literatūroje yra sutinkama dar daugiau, tokių kaip atominis turizmas (Freeman, 2014), pagoniškas turizmas (Laws, 2013), kai vartotojai lankosi religiniuose objektuose, sovietinis tamsusis turizmas ir t.t. (Navickaitė, 2021, p. 365). Taip pat, daugelyje apibrėžimų dar galime rasti mintis susijusias su žmogaus fiziniu skausmu, netektimi. Remiantis J. J. Lenonno ir M. Foley mintimis, masinis tamsiojo turizmo atsiradimas turėjo ryšį ir su į pasaulį įsiveržusiomis informacinėmis technologijomis, greita naujienų sklaida. Todėl pabaigai, galima daryti išvadas, kad kuriant tamsiojo turizmo produktą, svarbu yra suvokti pačią tamsiojo turizmo sąvoką, suprasti sąsajas su kitomis turizmo rūšimis. Su išsakytomis autorių mintimis, darome prielaidą, kad tamsiajame turizme pagrindinį vaidmenį atlieka mirtis bei nelaimingi atsikitimai, susiję su fiziniu, emociniu skausmu. Nors dažnai šie turizmo ištekliai yra vertinami prieštarai, kadangi dažnu atveju iš žmonių nelaimių yra daromas verslas, bet tai neleidžia traktuoti, jog ši turizmo šaka gali būti orientuota ne tik į pramogą, bet į švietimą, pagarbą.

### 1.1.2 Tamsiojo turizmo plėtros politika

Turizmas kaip sektoriaus sistema yra itin sudėtinga, kadangi turizmo veiklas apima ne tik kelionių įgyvendinimas, bet ir tarpusavyje susiję verslai, tokie kaip paslaugos, pramogos, apgyvendinimas (Narkūnienė, 2022). Nuolat augantis turizmo produktų vartotojų ratas, priverčia kelionių bei paslaugų organizatorius ieškoti naujų alternatyvų patenkinti atvykstančiojo turistų poreikiams. Šio reiškinio dėka, pasaulyje, siekiant išlaikyti unikalią vietinę kultūrą, augaliją, pasaulyje yra pradeda diegti darniojo turizmo kultūra, kurios metu yra siekiama saugoti gamtinius, kultūrinius išteklius, valdyti nišines turizmo šakas (Jungtinė pasaulinė turizmo organizacija, 2023). Be abejo, diegiant turizmo plėtros politiką viename ar kitame regione, suteikiant palankias sąlygas vystyti turizmui, yra kuriamos

naujos darbo vietos, gerėja vietinis pragyvenimo lygis, yra didinimas žinomumas apie tam tikrą lokaciją. Narkūnienė (2022) argumentuoja panašiai, išsakydama, kad turizmo plėtros politika itin priklauso tarp turizmo sektoriaus skatinimo, bei poveikio suinteresuotoms pusėms, t.y. turizmo verslo atstovams, keliautojams, vietiniams gyventojams ir t.t. Paulauskienė (2013) pamini, jog turizmo plėtrai įvairiose jos lygiuose yra svarbiausia informacijos sklaida bei švietimas, kuris sąlygoja naujų turizmo produktų vartotojų pritraukimą. Dažniausiai turizmo plėtros programos pasiteisina tokiuose regionuose, kuriuose yra randama daug išskirtinių, turizmo potencialui, skirtų traukos objektų (Armaitienė, Zacharčenko, 2012, p.47).

Tamsusiojo turizmo rūšis kaip nišinė šaka yra itin unikali. Nors šiai turizmo rūšiai yra būtina sąlyga turėti „tamsų“ objektą, ne visos vietovės tai turi, o kurios turi, turistiniams poreikiams nėra išnaudojama. J. J. Lennon, M. Foley (2000, p.45), C.Wight (2008, p.232), kalbėdami apie tamsiojo turizmo plėtros politika bei išteklius, tamsiojo turizmo objektus sugrupavo į pirmines bei antrines kategorijas, kurioje reiškia, jog objektai esantys pirminėje grupėje yra paprasčiausiai autentiški, o antrojoje kategorijoje esantys turistų lankomi objektai yra netiesiogiai susiję su vietine mirtimi ar įvykusia tragedija. N. Minic (2012, p.84) nuomone, šalys, kurios vysto tamsiojo turizmo plėtros politiką, pasižymi reikšmingu istoriniu paveldu, kurie yra pripažinti pasaulinėje paslaugų industrijoje. Taip pat, autorius priduria, plėtojant šią turizmo rūšį, organizatoriams tai atveria daug galimybių į vaizduotę, bei kūrybą. 2016 mytravelreaserch.com aprašydama tamsiojo turizmo plėtrą argumentavo, jog norint pradėti plėtoti šią turizmo rūšį, būtina atkreipti dėmesį į bendruomenės nuomonę, konsultuotis su aukomis, jų giminaičiais, bei pripažinti jų poreikius. Kadangi ne visi žmonės išgyvenę tam tikrus siaubingus įvykius nori apie tai kalbėti, pripažinti ar net prisiminti emociškai bei fiziškai patirtą skausmą, kančią, nepriteklių. Kaip pavyzdį, šis žurnalas pateikia Vokietijos fiurerio Hitlerio bunkerį Berlyne, kuriame jis gyveno vos kelias dienas ir nusižudė. Iš pradžių šioje vietoje nebuvo padėta jokia atminimo lenta ar medžiaga, bei paslėpta nuo turistų, kadangi tai atsitiko dėl natūralaus noro nerodyti dėmesio neonaciams bei slėpti jų istoriją. N. Šeric, A. Mihanovic, A. Tolj (2020, p. 324) išsako kitokią savo nuomonę, teigdami, jog tamsusis turizmas kaip nauja nišinė šaka vyrauja itin smarkiai pasaulyje, bet tai susiduriama su konkurencingumo ir diferenciacijos problema: naudojant tamsiojo turizmo objektus plėtrai, nėra paisoma su kitomis turizmo šakomis, o tai nutinka dėl specializuotų objektų bei darbuotojų žinių trūkumo.

Prieš tai minėti autoriai N. Šeric, A. Mihanovic, A. Tolj (2020, p. 324) kalbėdami apie tamsiojo turizmo plėtros politika, pamini, jog turizmo plėtros vizija turėtų būti smarkiai apibrėžta. Tai neturi būti kažkurios vietos užgrobimas, bet racionaliai panaudoti esami ištekliai. J. J. Lennon ir M. Foley (2010) nuomone, turizmo produktai šiuo metu nėra sistemingai kuriami ir laikomi naudingais ištekliais, kurie galėtų pritraukti tam tikrų kitų turizmo segmento vartotojų dėmesį. Susidaro nuomonė, jog vykdant tamsiojo turizmo plėtros politika, labai svarbu yra paslaugos konkretumas,

konkurencingumas su kitomis turizmo rūšimis, bei apibrėžtumas, ką turizmo organizatoriai, vykdant šios turizmo plėtros programą, nori įgyvendinti. N. Šeric, A. Mihanovic, A. Tolj (2020,p. 328) pasidalina savo įžvalgomis, kalbėdami, jog rinkodaros vaidmuo tam tikrame specializuotame turistiniame taške būtų kaip viena iš daugelio galimybių gerinti to objekto konkurencingumą bei padidinti vietos patrauklumą, bei autoriai prideda, kad technologiniai veiksniai padeda prie visuomenės ir vartotojų informuotumo bei kultūrinio indelio į socialinio verslo priimtinumą. Europos komisija (2010) siekdama išlaikyti turistų labiausiai lankomu regionu pasaulyje, pradėjo kalbėti apie paslaugų konkurencingumą bei teikiamų paslaugų kokybę. Nors turizmo organizatoriai plėtodami šia turizmo rūšį susiduria su dar viena problema, kaip ekonomika N. Šeric, A. Mihanovic, A. Tolj (2020, p. 327). Norint suteikti turistiniam objektui patrauklumą, jį sukurti ar pritaikyti lankytojams, todėl šiam procesui reikia tam tikrų investicijų.

Apibendrinant galima traktuoti, jog tamsiojo turizmo plėtros politika yra ganėtinai sudėtingas procesas, kuris priklauso ne tik nuo esamų turistinių išteklių, bet taip pat ir nuo žmonių, kurie išgyveno siaubą, skausmą, atsakomybės. Norint plėtoti šią unikalią turizmo rūšį, būtina plėtoti konkurencingumą su esamomis kitomis turizmo šakomis. Technologiniai veiksniai leidžia vietovėms bei turizmo organizatoriams pasiekti tam tikrą turistų segmentą, kuriems ši specifinė turizmo šaka būtų unikali ir norėtų keliauti tamsiojo turizmo tikslais.

## **1.2 Tamsiojo turizmo ištekliai**

Tiek Europoje, tiek Lietuvoje, tiek visame pasaulyje galima surasti šimtus tamsiojo turizmo išteklių vietas tokius, kaip kapinės, aikštės, kuriuose buvo žudomi sukilėliai bei žmonės, kurie priešinosi tam tikroms politinėms ideologijoms, taip pat aikštės, kur praeityje vykdavo viešos egzekucijos, įvairūs kalėjimai, lageriai, koncentracijos stovyklos, stichinių nelaimių vietos ir dar daugybę kitų. Kaip teigia *tourism – review apžvalgininkai* (2017), Europoje populiariausi tamsiojo turizmo taškai yra Drakulos pilis Rumunijoje, Paryžiaus katakombos Prancūzijoje, Aušvičo stovykla Lenkijoje, kurioje antrojo pasaulinio karo metu buvo masiškai naikinami judaizmo tikėjimo žmonės. Įdomus faktas, jog Aušvico koncentracijos stovykla į UNESCO paveldo sąrašą buvo įtraukta iš karto praėjus II-ajam pasauliniam karui, t.y. 1947m. ir jau tada turistai galėjo ten apsilankyti, nors tuo metu, oficialaus termino kaip tamsusis turizmas dar nebuvo. Galime daryti prielaidą, kad žmonėms buvo įdomu pamatyti savo akimis apie didžiausią pasaulyje įvykusią tragediją. Iki prasidedant Rusijos invazijai į Ukrainą, lietuvių turistų labiausiai pamėgta tamsiojo turizmo vieta buvo Černobilio atominė elektrinė. Tai yra gana netolima kelionė (remiantis Google žemėlapiu gautais duomenimis, tarp Lietuvos sostinės Vilniaus ir Černobilio atominės elektrinės yra vos 632 km skirtumas) ir sąlyginai pigi, todėl vis daugiau ir daugiau lietuvių keliautojų traukdavo apžiūrėti, kur buvo įvykusi garsioji 1987 metų katastrofa, kuri pražudė begalės žmonių, kuriems reikėjo palikti savo gimtuosius namus

Pripetėje, bei kaip šiomis dienomis atrodė miestas „vaiduoklis“, kuriame daugiau negu 30 metų negyvena nei vienas gyventojas. Taip pat, prielaidą galima daryti, jog jaunimas keliaudavo apžiūrėti Černobilio atominės elektrinės, nes taip arčiausiai keliautojas galėdavo susitikti su tuo metu įvykusią tragediją, gauti kitokią emociją negu įprastai. Jaunimui, kuris gimęs jau po 1990m., realybėje gali pamatyti, kaip atrodo pasaulinės katastrofos vieta bei susimąstyti apie likusius padarinius, taip pat keliauti švietimo tikslais. Pasaulinis ekonomikos forumas (2023) pateikia duomenis, jog prieš COVID-19 pandemija, 2019 metais net 1,76 milijonų turistų apsilankė Hirošimos taikos memorialiniame muziejuje, Japonijoje, kuris taip pat yra įtrauktas į tamsiojo turizmo objektus.

Remiantis autoriumi T. Bloomu (Stone, Sharpley, 2009, p.10), jis išskiria dar vieną tamsiojo turizmo šaką, kaip liguistą turizmą (angl. morbid tourism). Jo nuomone, tai yra, kai po žinomų žmonių mirties, žmonės masiškai vyksta aplankyti tų žmonių kapaviečių, kaip pavyzdį galime paminėti princesės Dianos kapą Anglijoje, buvusio Lietuvos Respublikos prezidento Algirdo Mykolo Brazausko ar legendinio dainininko Maiklo Džeksono kapus. Taip žmonės, gerbėjai gali atsidurti arti žinomų žmonių ir taip netiesiogine prasme su jais susitikti. Neveltui, Lietuvos sostinėje – Vilniuje taip pat yra siūlomos ekskursijos po Rasų kapines, kuriuose yra palaidota Lenkijos diktatoriaus Jozifo Pilsudskio širdis, daktaras, mokslininkas, Jonas Basanavičius ar aplankyti Antakalnio kapines, kuriuose yra palaidota daug Lietuvą garsinusių ir mūsų valstybei nusipelnusių žmonių: buvęs Lietuvos Respublikos prezidentas Algirdas Mykolas Brazauskas, 1991 m. sausio 11-osios aukos, kurie žuvo ginant televizijos bokštą ar Kaune, esančiuose Petrašiūnų kapinėse taip pat siūlomos ekskursijos, pamatant įžymių ir Lietuvai nusipelnusių žmonių kapus. Kalbant toliau būtent apie tamsiojo turizmo išteklius, reikia nepamiršti paminėti vienos sąlygos, jog būtent šios turizmo rūšies objektai dažniausiai yra dirbtinas dalykas, t.y. nelaimės, pasekmės vietos (Stone, 2006,p. 149). P.R Stone ir R.Sharpley (2008b, p.575) akcentuoja, jog net visiems pasaulyje gerai žinoma Romos koliziejus galima naudoti kaip vieną iš tamsiojo turizmo išteklių, kadangi senovės Romos imperijos laikais, ten vykdavo gladiatorių kautynės, kurios trukdavo iki vieno gladiatoriaus mirties. Taip pat, kaip ir buvo paminėta pradžioje, tamsiojo turizmo ištekliu galima laikyti ir tas vietas, kur vykdavo viešos egzekucijos, kalinių mirties bausmės, karalių galvų nukirtimai, pakarimai, inkvizijos ir pan.

Egzekucijų vietas galima rasti ir Lietuvoje, t.y. viena iš žinomiausių vietų būtų Vilniuje esanti Lukiškių aikštė, kurioje buvo viešai pakarti 1863-1864 m. sukilėliai. Remiantis Literatūra ir menas duomenimis (2017), Lukiškių aikštėje per metus laiko tarp 1863 ir 1864 buvo įvykdyta net 21 vieša egzekucija, o per visą Lietuvą net 77 –ios, ir jų metu buvo nužudyti net 128 sukilimo dalyviai. Be Lukiškių aikštės, Lietuvoje taip pat galima rasti daug tamsiojo turizmo išteklių, tokių kaip: Kryžių kalnas, Kauno IX fortas, sudegintas Pirčiupių kaimas Varėnos rajone. Taip pat, analizuojant Lietuvos istoriją, vieną iš pavyzdžių galima įvardinti partizaninį karą, kurio metu buvo iškasta daugybę bunkerių miškuose, kur slėpėsi partizanai ir kovojo su sovietiniu režimu. Šiuo metu, išlikusiuose

bunkeriuose yra organizuojamos ekskursijos, moksleiviai yra pažindinami apie to laikmečio gyvenimą, partizanus, jų karą su Sovietų Sąjungos kariais, taip pat yra įrengiami pabėgimo kambariai. Būtina paminėti, jog 2016 metais, Rusijos kelionių operatorių asociacija „Atorus“, Lietuvoje esantį kryžių kalną buvo įtraukę į sąrašą, kaip vieną iš vietų, kuriame apsilankius gali pasidaryti itin baisu ir skyrė, pirmąją vietą. Internetinis puslapis dark-tourism.com, teigia apie Lietuvą, jog ši maža šalis turi unikalių vietų, kuriose pasidaro baisu, apima neramios mintys, bei išskiria tokias vietas kaip Grūto parkas, Vilniaus miestas (KGB kalėjimas, Žydų genocido muziejus, sausio 13-osios muziejus ir televizijos bokštas), Kauno IX fortas, karo bei velnių muziejus ir t.t. Šiurpaitės (2020) nuomone, prie tamsiojo turizmo išteklių galima pridėti ne tik visiems gerai žinomus ir atpažįstamus objektus, bet kartu šį sąrašą galime papildyti apleistais dvarais, pilimis, ar neprižiūrimais pastatais.

Nepaisant ilgų istorijos vingių, karų, išpuolių, žmonės toliau keliauja, siekia pažinti geriau istoriją, domisi vietiniais regionais, bando įsikūnyti į praeities įvykius (Stone, Sharpley, 2008, p.574). Nors samprotaujant ir galvojant racionaliai, kiekvienas tamsiojo turizmo išteklius, yra susijęs su žmonių skausmu nelaimė. Todėl P.R Stone ir R. Sharpley (2008,p.575) svarstė, jog net ne terminas tamsusis turizmas tinka apibūdinti kelionėms į nelaimių paveiktas vietas, bet sielvarto turizmas geriausias atspindėtų esamą jausmą susiduriant akis į akį (angl. *face to face*) su įvykusia nelaimė ar katastrofa. A.V. Seaton (Rimkutė, Urbanavičius, Černiauskienė, 2019, p. 325)) argumentuoja, jog būtent tamsiojo turizmo kryptys (ištekliai) yra vieni iš unikaliausių vietų, kurios itin smarkiai skiriasi savo pobūdžiu ir sukeliama emocijomis nuo kitų turizmo išteklių. Taip pat, verta paminėti, kad vietas, kurios yra susijusios su vykusiomis egzekucijomis ar įvykusiomis mirtimis dažnai tampa svarbiomis nacionalinio indentiteto vietomis (Light, 2017,p.278). Tamsiojo turizmo pradininkų J. J. Lennono ir M. Foley (Stone, Sharpley, 2009, p. 112) nuomone, ši naujoji turizmo šaka turėjo būti susijusi su tamsių vietų atminimu, mokymusi, pramogoms. Vėliau, einant laikui vis daugiau ir daugiau turistams pradėjus keliauti pramoginiais tikslais į tamsiojo turizmo taškus, mokslininkams atsirado klausimų ar tokie vizitai išvis yra tikslingi vartotojui. Nors toliau kalbant apie tamsiojo turizmo išteklius, Famaki (2013) išskiria, jog ši turizmo rūšis yra stipriai susijęs su ekonominiais ir marketingo reiškiniais, t.y. tamsiajame turizme yra itin svarbi pasiūla ir paklausa, bei segmentuotas požiūris į lankomas vietas. N. Šeric, A. Mihanovic, A. Tolj (2020,p.327) kalbėdami apie tamsiojo turizmo paslaugas, pastebi, jog plėtojant šią turizmo rūšį, iškomunikavus geriausius bei patraukliausius turizmo objektus, galima vietovėje mažinti sezoniškumą.

Tamsiajam turizmui vis augant, vietiniai organizatoriai pasinaudodami esamais tamsiais ištekliais, būsimam vartotojui turi pasiūlyti dar nematytą ir neregėtą paslaugą, sukeliant jam tam tikrus jausmus bei suteikti žinių. R.Navickienės (2014, p.2) nuomone tamsusis turizmas nėra plačiai naudojamas tiek tarp mokslininkų darbų, tiek patys vartotojai nenaudoja šio termino. Visgi, tamsusis turizmas kaip auganti ūkio šaka skatina lankytis įvairiose tragiškuose vietose, kurios yra susijusios su žmogaus

gyvybės praradimu, lūšnynai, memorialai. Tuo tarpu M. Navickaitė (2021, p. 366) argumentuoja, jog šiuo metu turizmo vartotojui tampa nebeįdomios standartinės kelionės ir jie pradeda ieškoti alternatyvių turizmo produktų. A. V. Seaton (Tinson, Saren ir kt., 2015, p.856) tokį keliavimo būdą apibūdino, kaip tradicinę kelionę, kuri aprėpia Europos kultūros objektus. Kuriant tamsiojo turizmo produktus būsimiems vartotojams labai svarbu esami ištekliai. R. Navickienės (2014, p.3) nuomone, vis daugiau žmonių į savo ekskursijų maršrutą įtraukia įvairius lūšnynus. Kai kuriems šio produkto vartotojams atrodo lyg egzotiškas dalykas, bet tai leidžia vietiniams gyventojams užsidirbti šiek tiek pajamų ir jiems išgyventi. Mc. Kenzie (Šeric, Mihanovic, Tolj 2020, p. 327) nuomone, nauja unikali tamsiojo turizmo rūšis būtų „sovietinis tamsusis turizmas“, kuris yra populiariesnis tarp vyresnio amžiaus gyventojų, kadangi tai jiems sukelia prisiminimus, ilgesį. „Keliauk Lietuvoje“ 2019 atliktu tyrimu, buvo atskleista, jog Lietuvoje žmonės domisi „Šaltojo karo“ objektais ir net 71 proc. apklaustųjų teigė, jog apsilankytų tokiose vietose, jeigu būtų pritaikyta reikiama infrastruktūra.

Tamsiajam turizmui besiplečiant kaip naujam produktui, ši šaka pradėta skirstyti nebe tik, pagal esamas jos rūšis, bet ir tamsiojo turizmo išteklius pagal spalvas, kurios atspindi esamo produkto sukeliama nematerialinė vertė. Pirmasis spalvų skirstymą pradėjo R. Sharpley 2005 (Stone, 2006, p.150) metais, kuomet, pirmiausiai suskirstė vartotojų domėjimasis šia turizmo rūšimi pagal 4 atspalvius:

1. **Blyškus turizmas** – tamsiojo turizmo ištekliai, kurie yra susijusios su toje vietoje nutikusiais makabriškais veiksniais, turistų aplankomos atsitiktinai.
2. **Pilkojo turizmo paklausa** – turistus domina didelės istorinės vertės, kurios susijusios su gyvybės praradimu lankymas vietovės netikėtose vietose.
3. **Pilkojo turizmo pasiūla** – tai vietos, kurios sukurtos, siekiant išnaudoti mirtį, kaip pagrindinį esamo ištekliaus potencialą.
4. **Juodasis turizmas** - „grynas“ tamsus turizmas. Pasižymi itin dideliu tamsiojo turizmo produkto susižavėjimu, įvairiomis mirtimis ir tikslingu tokių vietų ieškojimu.

Pagal šias spalvas buvo pradėtas plačiau tyrinėti tamsiojo turizmo ištekliai, poreikiai žmonių atžvilgiu bei remiantis spalvomis buvo pradėti kurti originalesnės tamsiojo turizmo rūšies paslaugos. Bet praėjus vos metams, kuomet pradėjo augti šios turizmo šakos populiarumas, didėjant atvykstančių turistų skaičiui bei vis daugiau atsirandant naujų tamsiojo turizmo produktų, 4 spalvų nebepakako gerai išanalizuoti tamsiojo turizmo išteklių vietas, kartu siejant su turistų motyvacija bei analizuoti tam tikrus reiškinius, todėl mokslininkas P.R. Stone (2006, p.150), kuris itin domėjosi fenomenaliu tamsiojo turizmo reiškiniu, 2006 metais patobulino buvusią R. Sharpley spalvų sistemą ir ją praplėtė iki 6 (1.2 pav.), t.y suskirstė nuo tamsiausios (3) spalvos iki šviesiausios (3), kartu pridėdamas papildomus punktus.

1 lentelė. Tamsiojo turizmo spalvų spektras

Tamsiausias	Tamsesnis	Tamsus	Šviesus	Šviesesnis	Šviesiausias
Didesnė politikos ideologijos įtaka			Mažesnė politikos ir ideologijos įtaka		
Orientuotas švietimo tikslais			Orientuota pramogų tikslais		
Orientuoti objektai į saugojimą bei atminimą			Objektai, orientuoti į komerciją ir romantizmą		
Suvokiama autentiškas tamsiojo turizmo produktas			Suvokiama neautentiškas tamsiojo turizmo produktas		
Vietinis autentiškumas			Nevietinis autentiškumas		
Trumpesnė laiko atkarpa nuo įvykio			Ilgesnė laiko atkarpa nuo įvykio		
Netikslingas pasiūlos vartotojas			Tikslingas pasiūlos vartotojas		
Mažiau išvystyta turizmo infrastruktūra			Gerai išvystyta turizmo infrastruktūra		

Sudarytas, remiantis P.R.Stone, 2006, Krikščiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p. 210

Šis P.R.Stone (2006,p.151) metodas tapo pagrindiniu įrankiu plačiau ir konkrečiau analizuoti tamsiojo turizmo išteklius, bei žmonių emocijas, jausmus, išgyvenimus lankantis tokiose vietose. Tamsiausios spalvos yra siejamos labiau su valstybės esama politika, neseniai vykusia istorija bei tragiškais įvykiais, kurie keliautoją gali sukrėsti. Taip pat kitų autorių nuomone nėra itin pritaikyti turizmo infrastruktūrai. Tuo tarpu šviesesnės spalvos yra lankstesnės, labiau pritaikytos turizmo vystymui, plėtrai, švietimui bei leidžia daryti įvairias prielaidas apie esamas valstybių politines ideologijas, kurios neturi itin didelės reikšmės formuojant produktą (šviesių spalvų grupėje). Laiko atžvilgiu, tokios vietos yra gerokai senesnės, todėl nesukelia tokių stiprių emocijų, kaip sukeltų objektai, esantys tamsesniuose atspalviuose. T. Walter (Dimitrovski, Lukovic ir Senic, 2018,p. 457) nuomone, būtent tamsiausios tamsiojo turizmo spalvos sudaro *memento mori* efektą. Dažnai apsilankymas tamsiausių spalvų objektuose, padeda vartotojui suprasti, koks žmogaus gyvenimas yra trumpas ir trapus bei nežinai, kas gali nutikti ateityje, kartais gali pajauti netgi mirti arti savęs. Turistai pradeda jausti baimę, todėl remiantis paslaugų vartotojų patirtimi galime daryti prielaidą, kodėl vis daugiau ir daugiau turistų renkasi šios turizmo rūšies keliones. A. Jakutytės (2020, p.128) teigimu, šviesesnės spalvos yra labiau akcentuojamos su mokymosi, žmonių švietimu, istorijos papasakojimu bei turizmo vietovės išsaugojimu. D. Light (2017, p.279), kalbėdamas apie tamsiojo turizmo spalvų spektrą, išsako savo nuomonę, jog tai yra itin svarbus ir naudojamas šaltinis, aiškinantis siūlomų paslaugų pobūdį bei teigia jog siūlomas paslaugas lengviau pozicionuoti tarp tamsių ir šviesių spalvų, ypač jeigu kalbant apie turistinę vietą, kuri yra susijusi su mirtimi. Pritariant šių dviejų autorių išsakytoms mintims, galime tik papildyti, jog būtent objektai, kurie patenka į šviesesnes spalvas, yra labiau integruoti į turizmo sektorių, kadangi dauguma objektų yra skirti pramogoms, politika neturi didelės įtakos. Nors iš kitos pusės, tamsiausiose spalvose esantys objektai taip pat skatina norą domėtis tamsiuoju turizmu, bet dėl esančios didelės politinės ideologijos, taip pat dėl mažiau išvystytos turizmo infrastruktūros bei netikslingos pasiūlos, šios spalvų segmento kuriamos pramogos nėra itin tikslingai pasiūlomos rinkai. Remiantis šia P.R.Stone teorija, A.Jakutyte (2020, p.127) svarsto, jog, šis metodas, padeda mokslininkams lengviau klasifikuoti tamsiojo turizmo išteklius. Nors Yoshida (Krikščiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p. 211) paneigė, šios lentelės efektyvumą

ir skirstymą į dvi dalis, argumentuodama, jog grindžiant mokymo ar pramogų tikslais, tamsiojo turizmo prasmė pasikeičia taip pat negalima ja naudotis kai kuriuose pasaulio valstybėse, kaip pvz.: tam tikrose Azijos žemyno valstybėse yra suvokiama per kitą prizmę, todėl šis metodas yra labiau skirtas vakarų valstybėms. Iš dalies, autorei galima pritarti, kadangi Azijos šalyse mirtis nėra suvokiama kaip neigiamas dalykas. Nors A.V Seaton (Krikščiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p. 210) kalbėdama apie veikusias koncentracijos stovyklas, jog būtent šios vietos užima tamsiausias tamsių spalvų spektro spalvas. T. Miles (Powell, Kennell, Barton, 2018, p.14) nuomone, ši tamsiojo turizmo spalvų paradigmos esminis skirtumas, t.y. tarp tamsios ir šviesios spalvos bei su objekto makarabriškumu ir stipresniu esamo siaubo išgyvenimu.

T. Miles (Powell, Kennell, Barton, 2018, p.12) kalbėdama apie tamsiojo turizmo rūšį paminėjo, jog ne visus objektus galime laikyti vien tik juodojo turizmo ištekliais. Taip pat savo darbe paminėjo angl. *darker tourism*, kuris reiškia tamsesnę turizmą, t.y. vietos, nesusijusios su žmonių kankinimais, žudymais, bet vis tiek susijusios su mirties tematika, t.y. vietos, kuriuose vaidenasi ar yra kuriamos įvairios legendos, pasakos, istorijos. Hospitality-co.com (2021) pateikia tokias vietas, kurios yra susijusios su įvairiomis raganomis (pvz.: Salemo raganas, Masačiuse, Jungtinėse Amerikos valstijose).

Pabaigai galima teigti, jog tamsiojo turizmo išteklių turi kiekviena valstybė. Nors kaip prieš tai autorių išsakyta nuomonė apie tamsiojo turizmo trapumą, ši sritis su kiekvienais metais vis tobulėja ir įgauna naujų atspalvių, kurie yra vis labiau pritaikomi nebe tik švietimui, bet ir siekiant patirti naujų pojūčių, pereiti per save ar netgi išbandyti naujas pramogas. Nors iš kitos pusės, tamsusis turizmas dažnai susipriešina su kitomis pasaulio šalimis, kuriuose žmogaus mirtis yra suvokiama kitaip negu vakarų pasaulyje. Todėl išvadose telieka pridurti, jog augant potencialui, daugiau gilinantis į esamus tamsiojo turizmo išteklius, šią turizmo formą galima padaryti itin žavia ir patrauklia atvykstančiajam turistui, suteikti jam ne tik žinių, bet ir emocių būseną.

### **1.3 Tamsiojo turizmo turistų tikslai ir motyvai**

Šiuolaikinis vartotojas paslaugų atžvilgių yra tapęs itin išrankus. Pasaulyje vis daugėjant naujų turizmo rūšių bei porūšių, kiekvienas organizatorius bei turistus priimanti šalis, miestas ar tiesiog vietovė nori pasiūlyti savo klientui geriausią bei išskirtinį produktą. Šiomis dienomis itin didelį fenomeną kelia pasak T. Bloom (Pärerla, 2022, p.4)) linguistinis turizmas (angl. morbid tourism). Tai yra reiškinys, kuomet reali žmonių mirtis sukelia susidomėjimą ir pritraukia kitus, ekstremalių pojūčių mėgėjus. XXa. Pabaigoje, tamsusis turizmas vos spėjęs atsirasti, sukūrė naują vartotojams tikslą, keliauti į vietas, kurios yra susijusios su žmonijai gerai pažįstamomis nelaimėmis, katastrofomis, mirtimis ir pan. A.V.Seaton (Dimitrovski, Lukovic ir Senic, 2018,p. 462) sutapatina žmonių motyvus rinktis tokias keliones su neišvengiama mirtimi, todėl jo nuomone, tai yra turistų žavėjimasis ir



pagarbos kitiems mirusiesiems reiškinys. A.V. Seaton ir J.J.Lennon (Krikščiūnaitės, Pranskūnienės 2020, p.208) patys pirmieji išskyrė pagrindinius du aspektus, kodėl turizmo produktų vartotojai, renkasi keliauti į katastrofų ar nelaimių paženklintas vietas:

- Domėjimasis kitų nelaimėmis;
- Mirties apmąstymas;

Vartotojams siekiant savo gyvenime išvengti tam tikrų nelaimių, tačiau norint pajauti, ką nelaimių metu vietiniai gyventojai turėjo patirti, renkasi tokio tipo keliones. Mokslininkų nuomone, renkantis tokio tipo keliones yra lengviausia pajauti tragediją. Renkantis keliones dėl mirties apmąstymo, vartotojams tai yra lengviausias būdas „akis į akį“ susitikti su mirtimi, pajauti gyvenimo trapumą, kaip išskyrė Waltero, Kurnaz, Ceken ir Kilic (Dimitrovski, Lukovic ir Senic, 2018,p. 460)

Internetinė svetainė [hospitality-on.com](http://hospitality-on.com) (2021) pateikia savo įžvalgas, jog domėjimasis mirtimi yra jau nuo senų laikų, ir tą įrodymą pateikia XIXa. kaip pirmtaką Prancūzijos sostinę Paryžių, kuris pirmavo turistų skaičiumi ir pagrindinis lankomiausias objektas buvo šio miesto morgas. Remiantis V.Krikščiūnaitės ir R. Pranskūnienės nuomone (2020, p.209), tamsųjį turizmą galima analizuoti ne tik kaip vadybinį procesą, bet ir psichologinį. Taip pat, šios autorės savo nuomones pagrindžia, jog pastaruoju metu yra gilinamasi nebe tik į turizmo išteklius, bet vis daugiau ir daugiau laiko yra skiriama analizuojant lankytojų patirčių tyrinėjimui. M. Prekevičius (2017) svarsto, jog tamsiojo turizmo fenomeno įsigalėjimas atsirado keičiantis šiuolaikiniam vartotojui ir jo poreikiams. Smith jau 1998 metais matė šios turizmo rūšies fenomeno augimą ir samprotavo sakydamas, kad kai kurios tamsiojo turizmo vietos sulaukia daugiau turistų negu koks nors atrakcionų parkas. R.Navickienės (2017,p.72) nuomone, tamsiojo turizmo augimo fenomenas tapo kaip priemonė tam tikroms vietovėms mažinti paslaugų sezoniškumą. Vietovėms tai yra puiki galimybė išnaudoti esamus išteklius visus apskritus metus, pritraukiant turistus su specifiniais poreikiais. Kelionės tamsiojo turizmo tikslais yra tuo reikšmingos, jog dažnu atveju turistai keliauja į katastrofos paženklintas vietas, ne susipažinti su ta vieta, bet įgauti naujų pojūčių, patirti tam tikrą emociją, jausmą. Y.Topsakal ir R.E.Cilkin (2014,p. 326) teigia, jog tamsiojo turizmo vietovių lankymas, paprastai kelia neigiamas emocijas, atsiranda baimė, užuojauta, liūdesys, o Ashwort (2004), Hartman (2005) ir D. Light (Stone, Sharpley, 2009, p.12) atlikę tyrimus išsiaiškino, jog tamsiojo turizmo vartotojai vyksta dėl trijų priežasčių: smalsumas dėl neįprastų priežasčių, potraukis siaubui, empatija bei noras susitapatinti su brutaliai nužudytais ar katastrofų metu žuvusiomis aukomis, tačiau [hospitality-co.com](http://hospitality-co.com) (2021), išsako savo nuomonę, grįsdamas argumentais, jog žmonių noras vykti tamsiojo turizmo tikslais per amžius išliko bene tas pats: apmąstymai, bei noras pasinerti į istoriją gyliau, bet D.Joly (Light, 2017, p. 276) teigia, jog šis kelionių tipas pradėjo populiarėti tik tada, kai vis daugiau keliautojų pradėjo aprašinėti savo kelionių patirtis ir dalintis jomis. Išsianalizavus autorių išsakytas mintis, galima daryti išvadą, jog vienas iš

pagrindinių motyvų keliavimo į nelaimių paženklintas vietas yra domėjimasis ne tik mirtimi, bet kartu noras įgyti žinių apie vietinę istoriją bei patirti naują, neįprastą būseną.

J. J. Lennonas ir M. Foley (Navickienė (2017, p.72) kuomet tik pradėjo kalbėti apie tamsųjį turizmą, kitiems autoriams siūlė šios rūšies turistus skirstyti į dvi grupes: pirmieji, kurie itin domisi tokiomis vietomis, arba turi asmeninį ryšį susijusį su lankoma vietovė, bei antroji grupė turistų, kurie lankosi dėl kitų priežasčių. Y. Topsakal ir R.E. Cilkin (2014, p.328) mintimis, jog pats vartotojas pirksdamas tamsiojo turizmo paslaugą, jis ieško jausmų, o ne produkto ar aptarnavimo. A.Jakutyte (2020,p.128) argumentuoja, jog dažniausiai turistai vykdamas į tokias keliones, jau turi savo asmeninės skaudžios patirties, bet nori dar kartą tai patirti, suprasti kas ir kaip įvyko, taip pat jeigu įvykis yra susijęs su giminystės ryšiais, pamatyti, kaip giminaičiai buvo kankinami ir pan. Tokiam teiginiui pritaria S.Mikalajūnaitė ir I. Letinauskienė (2017,p.47), kurios savo išvadose aptaria, kad ne tik mokymosi tikslais turistai keliauja tamsiojo turizmo tikslais, bet ir įgyti žingeidumo, ar savo emocijomis patirti praeitų amžių įvykius. Šioms dviem autorėms, pritaria V.Krikščiūnaitė ir R. Pranskūnienė (2020,p.210), kurių nuomone, lankymas katastrofų ar nelaimių paliestas vietas, leidžia turistams mokytis iš ankščiau padarytų žmonių klaidų. Nors Magano, Fraiz-Brea ir Leite (2022) savo darbe tyrinėdami, kokie turizmo vartotojai renkasi šią nišinę turizmo šaką, išskyrė tokius asmenybių bruožus kaip: narcizmas, psichotizmas ir makiavelizmas (Makiavelizmas – politinė doktrina, pasisakanti už bet kokių moralių ir amoralių priemonių taikymą įgyvendinant politinius tikslus. Istorija tau. Žiūrėta internetu: <https://istorijatau.lt/rubrikos/zodynas/makiavelizmas>). M. Prekevičiaus (2017) teigimu, turistai keliauja tamsiojo turizmo tikslais, vedami smalsumo ir siekdami įrodyti, jog mirusieji klaidžioja tarp mūsų.

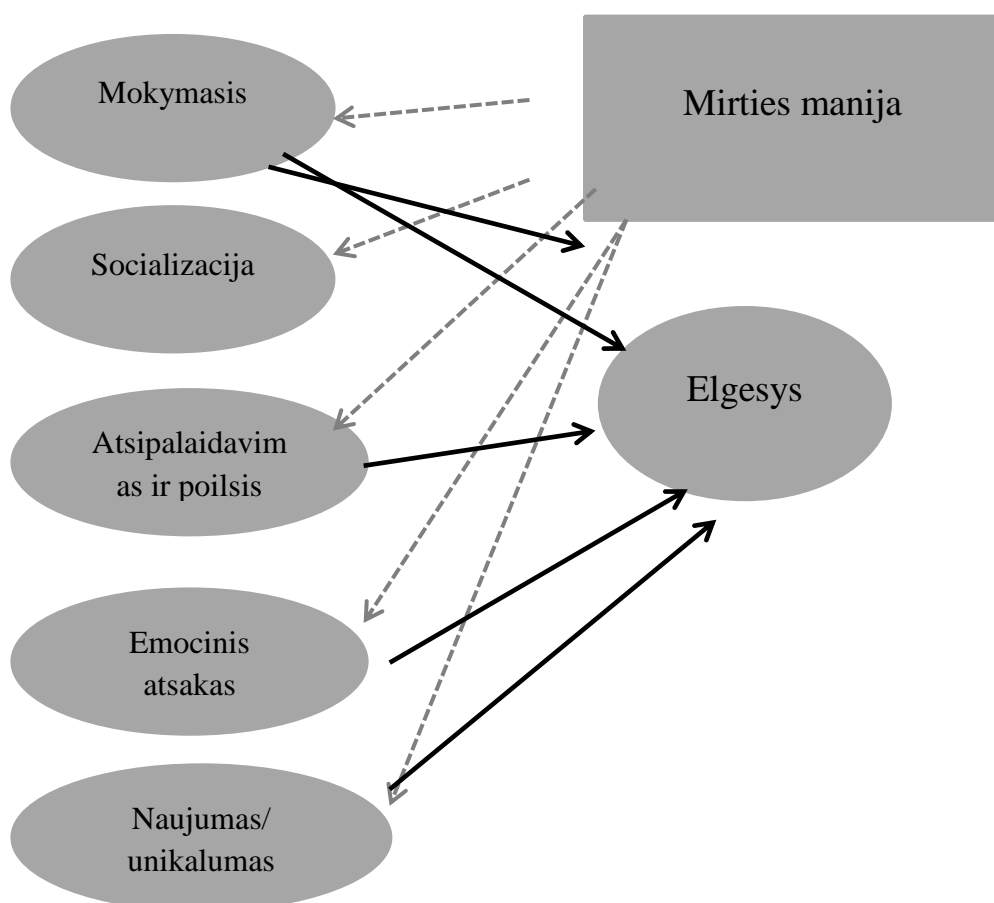
Žmonės keliauja dėl įvairiausių priežasčių: atostogauti, aplankyti naujas vietas, susipažinti su kita kultūra, išbandyti kažko nepaprasto, sustiprinti sveikatą bei kelionių metu, įgauti naujų potyrių, patirti nuotykių, švietimo tikslais ir t.t. Vykstant tamsiojo turizmo tikslais, dažniausiai kelionę turizmo produkto vartotojas vertina patirtais išpūdziais, todėl Powell ir Barton (2018) teigia, kad dažnu atveju pats tamsusis turizmas nėra pagrindinis keliautojų motyvatorius, todėl vartotojai nekreipia itin didelio dėmesio turizmo rūšies pavadinimui. Šiam teiginiui galima pritarti, suprantant, jog tamsusis turizmas yra visiškai naujas produktas pasaulinėje rinkoje, kuris yra įdomus tik tam tikrai grupei žmonių. Butkuvienė (2018) vartotojus, kurie keliauja tamsiojo turizmo tikslais apibūdina tuo pačiu pavadinimu: tamsieji turistai. Tai būtų tokie asmenys, kurie yra itin smalsūs, kūrybiški, besidomintys vietos, pasaulio istorija ar politika bei ieško naujų patirčių. Magano, Fraiz-Brea ir Leite (2022) apie tamsiojo turizmo vartotojus kalbėdami, išskiria, jog dažnu atveju, tai turistai, kurie pilni liūdesio, neapykantos sau, priešiški ir psichologiškai lengvai pažeidžiamos asmenybės.

Kalbant ir analizuojant toliau apie tamsiojo turizmo keliautojus, tyrėjas Birant (Jakutytė, 2020, p. 127) išskirstė keliautojus į 3 kategorijas, kurie kelionės metu, ieško išskirtinės naudos ir keliauja vedami skirtingų motyvų.

1. **Pirmoji grupė** – turistai, turintys asmeninį, emocinį ryšį su lankoma vietoje, paveldą sieja su savo asmeniniais išgyvenimais.
2. **Antroji grupė** – keliautojai, kurie neturi jokio asmeninio ryšio su lankoma vietoje, tačiau lanko įvairias tamsiojo turizmo vietas savo noru ir norėdami kuo daugiau pažinti.
3. **Trečioji grupė** – ambivalentiški turistai, kurie turi savybių panašių kaip ir antroji grupė, tačiau norėdami pamatyti viską savo akimis ir patikėti nutikusiais toje vietoje įvykiais.

Vėliau, Raine (2013) savo tyrime, turistus, kurie keliauja į nelaimių patirtas vietas, suskirstė pagal jos pačios sukurta motyvacijos spalvų spektrą: pradedant gedulingais turistais, liguistais turistais, smalsuoliais, pasyviais bei baigiant rekreacijos mėgėjais, kapinių lankytojais. Galime daryti išvadą, jog dažniausiai turistai yra skirstomi ir vertinami pagal jų pačių pasirinktus tamsiojo turizmo objektus.

D.Dimitrovski, M.Lukovic ir V.Senic (2018,p. 459) argumentuodami savo nuomone, teigia, jog svarbiausia yra nustatyti lankytojo priežastys, jo elgesio ketinimus, todėl buvo išskirti pagrindinės 5 kriterijos: naujumas ir unikalumas, emocinis atsakas, atsipalaidavimas ir poilsis, socializacija bei mokymasis. Dėl šių priežasčių, autorių nuomone, turistas renkasi ir domisi tamsiojo turizmo vietomis. Todėl jie sukūrė modelį, pagal kurį būtų galima vertinti esamas priežastis turistų pasirinkimui, kuris yra pavaizduotas žemiau (žiūr. 3 pav).



### 3 pav. Siūlomas tyrimo modelis

Cituota iš: remiantis D. Dimitrovski, M.Lukovic ir V.Senic, 2018, p.460

Iš paveikslėlio pateikiamų duomenų, galime daryti prielaidas, jog turistai vyksta į tamsiojo turizmo taškus, dėl emocinio atsako, socializacijos, naujumo, unikalumo ir pan., kuris taip pat turi didelę sąsają su mirtimi ir elgesiu būtent toje vietoje. Nuo pat senųjų amžių, žmonės domino mirtis, pomirtinis gyvenimas, kadangi tai žmonėms kelia itin didelę nežinomybę, kas jų laukia po mirties ir pan. Todėl galime daryti prielaidą remiantis paveikslėliu, jog mirties manija yra pagrindinė priežastis, kodėl turistai nori aplankyti tokias vietas. Dažnu atveju, patekus į nelaimių ar katastrofų paženklintas vietas, pasikeičia pats keliautojų elgesys: sutrinka kvėpavimas, yra atimamas žadas, turistai išsigąsta. Taip pat, iš matomo paveikslėlio galime daryti dar vieną prielaidą, jog mirties manija yra susijusi su visais keliautojo motyvais, bet grįžtamąjį ryšį suteikia vartotojo elgesys. Todėl išvadose galime traktuoti, jog tamsiojo turizmo sektoriaus atstovai, kurdami naujus turizmo produktus, naudojami būtent mirties reiškiniu.

Dar vienas iš pagrindinių motyvų kuriuos išvelgia G. Butkuvienė (Krikščiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p.208) jog tūkstantmečio karta (angl. *millenials*), kurie yra gimę po 1980 m., jiems yra svarbu gauti išskirtinę patirtį, įdomių pojūčių bei pasidalinti jais su draugais. Tam didelę įtaką padarė vis labiau į mūsų gyvenimus įsiliejantys socialiniai tinklai. Hospitality-co.com (2021) samprotauja, jog ne tik socialiniai tinklai paskatino žmones domėtis tamsiuoju turizmu, bet ir kuriami serialai, fantastiniai filmai apie vampyrus, vilkolakius. Lennon'as (2010) dar pridėdavo, jog šio turizmo populiarumui daug įtakos padarė kūriamos įvairios žiniasklaidos reklamos. Pritaikant šios svetainės nuomonę, galime tik papildyti prisimenant HBO sukurtą serialą „Černobilis“, kuris pasaulyje gavo itin didelį pripažinimą. A.V.Seaton (Krikščiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p.208) jau 2006 metais svarstė, jog liguisto noras keliauti tamsiojo turizmo tikslais buvo įkvėptas žiniasklaidos. Nors D. Light (2017,p.278) metais darydamas tyrimą, išsiaiškino, jog dauguma vartotojų yra nepatenkinti tamsiojo turizmo pavadinimu, kuris apibūdina keliavimą į nelaimės ar katastrofų patirtas vietas. Pritaikant jos tyrimui, galime išsakyti nuomonę, jog šiais laikais keliautojai yra vis labiau individualistai, nori patys pirmieji nori išbandyti tam tikrus produktus, gauti pripažinimą bei pasidalinti savo patirtais įspūdžiais su savo draugais socialiniuose tinkluose. Todėl dažnai viešojoje erdvėje įvyksta ginčai, dėl asmenūkių (angl. *selfie*) darymo tragiškuose vietose, kurie yra paženklinti žmonių mirtimis, kuomet kitų žmonių yra traktuojama ir nepagarbu linksmintis, džiaugtis bei dalintis nuotraukomis. Hospitality-co.com (2021) pateikia savo įžvalgas, argumentuodami, kad žmonės nesupranta tikrosios prasmės atvykę į tokias vietas. Dažniausiai turistai ieško geriausių vietų, kuriuose pasidaryti nuotraukas, dalintis su draugais ir sulaukti teigiamo atsako. Dažnai dėl šios problemos yra sulaužomos taisyklės ir patys turistai rizikuoja

savo gyvybe. Pasak šio šaltinio, tai yra rodoma itin didelė nepagarba žuvusiems asmenims. Pagrindinės tamsiojo turizmo vietos, kurios susiduria su šia problema yra Lenkijoje įsikūrusi Aušvico koncentracijos stovykla bei Černobilio atominė elektrinė Ukrainoje, kuriose dažnai patys turistai dėl geresnių nuotraukų rizikuoja savo gyvybėmis. D. Light (2017, p. 278) netgi samprotauja, jog dažnai net itin pavojingose vietose (tokiuose kaip karo laukai, konfliktinės zonos) turizmo atstovai patys pradeda rengti pažintines ekskursijas, taip rizikuodami savo vartotojų gyvybėmis.

A. Biran ir Y. Poria (Lewis, Schrier, Xu, 2021, p.107) analizuodami tamsiojo turizmo veiklas, siūlė dauguma pramogų sieti su juoduoju laisvalaikiu, t.y. kaip bunkeriai, pabėgimo kambariai, edukacinės veiklos, kurios yra vykstančios jau šiuo metu nebeveikiančiose ligoninėse ar kalėjimuose. Lietuvoje taip pat rastume tokių paslaugų, kurios tampa vis labiau ir labiau populiarsnės bei yra įtraukiamas vis didesnis skaičius turistų ir kuriama skirtingiems segmentams. Kaip pvz.: galime traktuoti įmonę Opatrip (buvę „vaiduokliai“), kurie savo paslaugų asortimente siūlo naktinius pasivaikščiojimus su sostinės šmėklomis, taip pat siūlo būti naktį paklaidintiems miške. Turizmo paslaugų organizatoriai, naudodamiesi iki šių dienų išlikusiais partizanų bunkeriais, slėptuvėmis, vaikams yra organizuojamos įvairios ekskursijos, suaugusiems įrengiami intelektualūs žaidimai ir pan.

Apibendrinant, išsianalizavus užsienio ir lietuvių autorių mintis, galime daryti išvadas, jog pagrindinis tikslas keliauti tamsiojo turizmo tikslais yra įgauti naujų potyrių, emocijų kurios kartu persipina su mirties troškimu. Svarbu nepamiršti, kad dažnu atveju, turizmo vartotojų motyvas būna ir naujų žinių įgavimas bei esama asmeninė sąsaja su tam tikru metu nutikusiais įvykiais. Remiantis autorių išsakytomis mintimis, žmonių norą keliauti į katastrofų patirtas vietas paskatino ir socialiniai tinklai, kuriami filmai, serialai, įvairios reklamos, kurie išgarsina tam tikrus tamsiojo turizmo išteklius skirtingose vietovėse. Taip veikdama žiniasklaida, pritraukia minias į skirtingas šalis, kuriuose yra tamsiojo turizmo ištekliai, o tai leidžia šiems objektams tapti žinomesniais bei pritaikyti būtent turizmo sektoriui. Plėtojant šią turizmo rūšį, gerindami turizmo infrastruktūrą, galima kurti naujas darbo vietas vietiniams gyventojams, kurio metu gerėja ir gyvenimo kokybės lygis.

## 2. TAMSIOJO TURIZMO PRODUKTŲ PLĖTROS GALIMYBIŲ PANEVĖŽIO MIESTE TYRIMAS

### 2.1 Tamsiojo turizmo išteklių Panevėžio mieste

Panevėžio miesto istorija prasideda jau nuo 1503 m., kuomet Aleksandras savo privilegijoje paskelbė apie tokio miestelio įkūrimą. Per šimtmečius šį miestą griovė įvairios ligos, karai, bet šiais laikais Panevėžys yra penktas pagal dydį miestas įsikūręs šiaurės Lietuvoje. Iš pirmo žvilgsnio, miestas neturintis itin daug gamtos, kultūros paveldo, atrodo neturintis kuo didžiulio, bet iš kitos pusės Panevėžys yra Aukštaitijos regiono sostinė. Remiantis oficialiosios statistikos departamento duomenimis, 2022m. Panevėžio mieste gyveno apie 87 tūkst. gyventojų. Iš gamtos paveldo, šis miestas ir netgi jo rajonas garsėja Nevėžio upės senvagėmis. Pats Panevėžys yra įsikūręs ganėtinai patogioje lokacijoje, kadangi nuo šalies sostinės Vilniaus skiria vos 140 km, nuo laikinosios šalies sostinės Kauno vos 100 km. Vilnių ir Panevėžį skiria automagistralė A2, Panevėžį ir Kauną skiria VIA BALTICA kelias, kuris aplenkia Panevėžį vakaruose. Nors susisiekimas su šiuo miestu yra sąlyginai patogus, šis miestas turistiniu požiūriu nėra itin patrauklus.

Nors pasaulį prieš 3-ejus metus sudrebino COVID-19 pandemija ir turizmo sritis buvo atsidūrusi bene ant bankroto krašto, kadangi dauguma valstybių tiesiog nebeįsileido turistų į savo šalis siekiant taip valdyti ir mažinti COVID-19 infekcijos rodiklius, vėliau atsiradus vakcinai nuo šios ligos, valstybės pamažu vėl pradėjo įsileisti turistus į savo šalis, bet skaičiai buvo menki dėl ribojimų, palyginus kokie atvykstamojo turizmo skaičiai buvo iki šios pandemijos 2020m. Nors statistikos departamento duomenimis, 2021 m. Panevėžyje labiausiai išaugo turistų skaičius negu 2020 m. (50,5 proc.), taip net pralenkdamas šalies sostinę, kurioje 2021m. apsilankė 37,4 proc. turistų. Šie skaičiai gali tikrai džiuginti turizmo specialistus Panevėžyje, kadangi tai atneša ne tik vietinį pelną, bet ir miesto žinomumą. Pateiktoje lentelėje galime matyti, kaip atvykusiųjų turistų skaičius kito Panevėžio mieste. Tai gali turėti įtakos vykę remontai pagrindinėje miesto dalyje, 2020 metais savaiame suprantama COVID-19 pandemija.

2 lentelė: Lankytojų skaičius (tūkst.) Panevėžio turizmo informacijos centre

Metai	2016	2017	2018	2019	2020
Panevėžio miesto savivaldybė	10,6	11,9	11,5	10,5	2,96

Sudarytas darbo autorius, remiantis Panevėžio miesto savivaldybės ir turizmo informacijos centro duomenimis, 2023

Tamsusis turizmas ir jo produktai būtų vienas iš naujausių ir nematytų bei dar neregėtų paslaugų šiame mieste. Pats Panevėžys XX a. dešimtajame dešimtmetyje, dėl veikusių įvairių grupuočių bei vykusių žudynių, buvo pramintas „Mažoji Lietuvos Čikaga“ (Rameikaitė, D. 2021. *Idėja Panevėžiui – mafijos muziejus*. Savaitraštis „Sekundė“). Remiantis J. Barausku (2019,p.11), Panevėžyje nuo pat

miesto įsikūrimo vyravo nusikaltimai ir žudynės. Panevėžio miesto istorikė O. Maksimaitienė (2003) samprotavo, jog XVI a. vyraujant mieste įvairiems nusikaltimams, daugiau negu pusę žmonių, kurie žuvo vykdant nusikaltimus, buvo palaidoti Panevėžyje esančiose Senosiose kapinėse. Nors miestas nėra itin populiarus turistų atžvilgių ar gamtos išteklių, bet turi itin spalvingą istoriją. Siejant Panevėžio miestą kartu su tamsiuoju turizmu, galima pamatyti, jog dauguma Panevėžio miesto vietų buvo vykdomos viešos egzekucijos, žudomi, kankinami žmonės. Viduramžiais, kol Lietuvos teritorijoje galiojo LDK 3-čiasis statusas, dažniausiai už nusikaltimus buvo vykdoma mirties bausmė (Barauskas, 2019, p.17). II – ojo pasaulinio karo metais daugumoje miesto aikščių buvo šaudomi, kankinami žydų tikėjimo žmonės. Ne išimtis buvo ir politiniai kaliniai, kuriuos Sovietų Sąjungos kariai negailestingai žudydavo. Vienas iš žymiausių žudynių vyko 1941 m. birželio 25 d. prie Panevėžio cukraus fabriko buvo sušaudyta netgi 19 kalinių, kurių kapus atkasė vos po kelių dienų. Teigiama iš liudytojų pasakojimų, kurie slapta matė vykusias žudynes, jog atvežtiesiems kaliniams, buvo patiems liepta išsikasti sau duobes. Tuomet Panevėžio vyskupas Kazimieras Paltarokas juos perlaidojo į kapines esančias katedros kieme. Palaikų perlaidavime dalyvavo netgi 7000 panevėžiečių. Dar iki dabar yra kalbama, kad šios žudynės buvo bolševizmo, represijos ir teroro ženklas. Šiuo metu, visos aukos yra perlaidotos Panevėžyje esančiose Ramygalos gatvės kapinėse. Taip pat, tuo pačiu metu, Panevėžyje prieš Sovietų valdžią vyko ir sukilimas, kurio padariniai kaip kai kurie mokslininkai įvardina ir buvo žudynės prie cukraus fabriko. Nors mokslininkai pateikia išvadas, jog šios žudynės buvo skirtos politiniams kaliniams, bet kartu nukentėjo ne tik medicinos darbuotojai, bet ir paprasti žmonės. Iki šiol panevėžiečiai prisimena šitą įvykį kaip vieną iš baisiausių įvykių, kurie buvo atsitikę Panevėžio miesto istorijoje.



4 pav. 1941m. birželio 25 d. vykusių žudynių prie Panevėžio cukraus fabriko žmonių palaikai

Cituota iš: Žudynės prie Panevėžio cukraus fabriko, <http://www.genocid.lt/centras/lt/1375/a/>

Tais pačiais metais labiausiai kentėjo ir Panevėžio regione gyvenantys žydai. Vien 1941 m. liepos – rugpjūčio mėnesiais Panevėžio mieste buvo nužudyta apie 60 tūkst. žydų. Nors remiantis Kraštotyros

muziejuje esančiais dokumentais, žydų miesto teritorijoje nežudydavo. Juos apgaule išveždavo sušaudyti į Žaliąją girią ar kitus miškus, taip bijodami žydų riaušių esančiuose getuose. Po įvykusių didžiausių žudynių, 1941m. rugpjūčio mėnesį Panevėžyje esantys getas buvo uždarytas. Atgavus nepriklausomybę, Panevėžyje kaip ir kituose miestuose kūrėsi įvairios grupuotės, kurios norėjo pasipelnyti ir t.t. Viena iš labiausiai žinomiausių grupuočių tai buvo „Tulpiniai“. Ši grupuotė vis dar iki šiol laikoma kaip viena iš žiauriausių grupuočių veikusių ne tik Panevėžyje, bet ir visoje Lietuvoje. Vaikiniai pasivadino šiuo pavadinimu, kadangi visi augo ir gyveno Tulpių gatvėje. Vaikinų tikslas buvo užgrobti turtą ir jį valdyti vieniems, nesikišant kitų miestų grupuotėms. Pagrindiniai šios nusikalstamos grupuotės nusikaltimai buvo vykdomi 1995-1996 metais. Panevėžyje viena iš labiausiai sukrėtusių žudynių buvo kai 1996 m. gruodžio 24 d. parduotuvėje „Svainija“ įvyko reketo išpuolis, kurio metu buvo 4 žmonės buvo nušauti, dar likę 4 sužeisti. Žiniasklaidoje randama apie tai, jog ši grupuotė savo aukas degindavo, kirsdavo galvas, rankas, jog būtų kuo sunkiau identifikuoti nužudytuosius.

Prie tamsiojo turizmo objektų Panevėžio mieste galime priskirti memorialinį paminklą „Geto vartai“, kurie žymi buvusį didžiulį Panevėžio getą, kuriame gyveno daugiau negu 4 000 žydų. Taip pat, senasias žydų kapines, kuriuose buvo palaidoti ne tik vietiniai žydai, bet ir aplinkinių miestelių žydai, kurie mirdavo nuo šiltinės, kitų epidemijų ar tiesiog savanoriaudami. Nors pačių kapinių nebėra, kadangi sovietų sąjunga jas sunaikino, dabar šioje vietoje yra įrengtas „Sietyno skveras“, kuriame galima rasti memorialinių paminklų atminti žydų holokaustą. Vienas iš žymiausių žmonių šiose kapinėse buvo palaidotas gydytojas Šachelis Abraomas Meras. Taip pat Panevėžio mieste dar yra išlikęs senasis Upytės teismo pastatas, kuriame vykdavo bausmių paskirimai, tokie kaip pakarimai, viešos egzekucijos ir pan.

Tęsiant temą toliau, kaip vieną iš tamsiojo turizmo išteklių galima traktuoti Panevėžyje esančias kapines, ypač Ramygalos gatvėje esančias Kristaus Karaliaus katedros, kadangi ten yra palaidoti ne tik Panevėžiui, bet ir Lietuvai nusipelnusių asmenybių. M. Navickaitė (2021, p.367) nagrinėjo kapinių lankymo turizmą ir teigė, jog tokia kelionė pasižymi poilsio laiko praleidimu. Tie kurie ieško nuotykių ir nori įsijausti gyčiau, dažniausiai kapines lanko naktį. Kalbant apie būtent Kristaus Karaliaus kapinės, jose galima rasti Lietuvos rašytojos, feminizmo pradininkės Gabrielės Petkevičaitės – Bitės kapą bei režisieriaus, pirmojo Panevėžyje dramos teatro įkūrėjo Juozo Miltinio kapą. Panevėžio miesto gidai vykdo ekskursijas prieš vėlines po Panevėžyje esančias kapines. Pasak Panevėžio kraštotyros muziejaus direktoriaus Arūno Astramsko (2019), šios kapinės iki šiol yra vienos iš prezistiškiausių kapinių nuo pat 1914 m. jų įkūrimo, kadangi jos priklauso Panevėžyje esančiai katedrai. Senosiose Panevėžio kapinėse galima rasti kalbininko Antano Lelio kapą.

Kalbant toliau apie įvairius nutikimus, kurie stingdo kraują, priverčia krūptelėti tai būtų galima prisiminti kaip 2013 m. rugsėjo 21d. stotelėje vaikinų pagrobtą merginą, kurią ją išžagino ir išvežė į



rajone esantį mišką sudeginti. Taip pat, lyg prakeikta Panevėžyje esanti Parko gatvė, kadangi joje vienas po kito įvyksta brutalūs nusikaltimai: 2003 metais ties Parko g. esančiu 29 – ju namu buvo nužudytas vienas iš „tulpinių“ gaujos narių D. Klimavičius, 2017 metais buvo brutaliai nužudytas septyniolikmetis, nepraėjus nei keliems mėnesiams vėl toje pačioje gatvėje buvo įvykdyta žmogžudystė.

Panevėžio mieste ne visi tamsiojo turizmo objektai yra paženklinti mirtimis, kaip įprasta matyti žiniasklaidoje ar skaitant mokslininkų tyrimus. Prie pat Kristaus Karaliaus katedros kapinių, Ramygalos gatvėje stovi vėjo malūnas su itin unikalia istorija, kuri prasideda jau nuo 1870-1880m, kuomet jis buvo pastatytas. Sovietų Sąjungos laikais, šis malūnas buvo nacionalizuotas iš praeitų šeimininkų, ir tik po Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo grąžintas savininkams. Turėdami unikalią objektą, savininkai sugalvojo įkurti restoraną, striptizo klubą, bet dėl finansinių įsipareigojimų, šio malūno savininkai, norint pritraukti daugiau lankytojų sugalvojo apie legendą apie vaiduoklius, kurie malūno viduje vaidenasi, pridaro žalos ir teigiant, jog restorano įkūrimas įžeidė senuosius savininkus.



5 pav. Panevėžio vėjo malūnas

Cituota iš: Panevėžio plėtros agentūra „PanevėžysNow“

Pirmojoje darbo dalyje, Šiurpaitė (2020) samprotavo, jog ir apleisti, neprižiūrimi pastatai kelia susidomėjimą turistams, todėl šiuos objektus galima taip pat priskirti prie tamsiojo turizmo išteklių. Panevėžio miestas ne išimtis: sovietmečiu šiame mieste buvo įkurta daugybė fabrikų: „Ekranų“ gamykla, konservų fabrikas, spirito gamykla „Sema“, cukraus fabrikas ir t.t. Nors buvusio Panevėžio turizmo informacijos centro direktorė (2016) duodama interviu samprotavo, jog visos apleistos

gamyklos, fabrikai nėra pritaikyti turizmo plėtros infrastruktūrai ir nei vienas iš šių objektų neturėtų būti įtrauktas į turistinius maršrutus, kad ir kaip turistams tai atrodytų patrauklu.

Turizmo sektorius padeda miestams, mažiau žinomoms vietovėms vystytis, kurti darbo jėgas (Levišauskas, Sinkevičius, Knyvienė, 2019, p.56). Keičiantis šiuolaikinio vartotojo poreikiams, rinkai reikia prisitaikyti prie jų norų, pasiūlyti kuo įspūdingesnius produktus, kurie būtų ne tik išskirtiniai, bet ir unikalūs. Po COVID-19 pandemijos, atsigaunant turizmo rinkai, kelionių organizatoriai, miestai, savivaldybės turi stengtis iš naujo pritraukti turistų srautus, pasiūlydami turistų norams patrauklius pasiūlymus. Išsianalizavus Panevėžio mieste esančius tamsiojo turizmo išteklius, galima daryti prielaidas, jog šis miestas turi pakankamai šios specifinės turizmo rūšies objektų, kurie leistų vystyti tamsųjį turizmą. Nors ne visi yra pritaikyti turizmo infrastruktūrai, bet kuriant naujos rūšies produktą, Panevėžio miesto turizmui tai suteiktų išskirtinumo, pritraukiant turistus, kurie žavisi siaubo istorijomis, tragedijomis, ieško nuotykių ar tiesiog lankosi norint įgyti daugiau žinių.

## 2.2 Kokybinio ir kiekybinio tyrimų metodologija

Susipažinus bei aptarus tamsiojo turizmo sąvokas 1-ojoje darbo dalyje, apie šią turizmo rūšį, turime paradoksą ir iš karto kylančią problemą, jog būtent Lietuvoje tamsiojo turizmo tyrimų yra padaryta itin mažai, nors mokslininkų nuomone, tai yra bene sparčiausiai auganti turizmo šaka, kuria domisi vis daugiau ir daugiau turistų, kurie ieško neįkainojamų patirčių, emocijų, nuotykių. Populiarėjant šiai turizmo rūšiai ir matant tendenciją dėl tamsiojo turizmo rūšies iširtumo, galima daryti prielaidą, jog Panevėžio mieste galima plėtoti šią unikalią turizmo rūšį, kuri leistų ne tik vietiniams turistams aplankyti tamsiojo turizmo objektus, bet ir pritraukti atvykstančiuosius turistus. Norint sužinoti realų potencialą šiai turizmo rūšiai, magistro baigiamajame darbe buvo atlikti tyrimai: kokybinis interviu (sužinoti turizmo specialistų, kurie dirba Panevėžyje su šio miesto turizmu nuomonę) bei kiekybinė anketinė apklausa, kuri leido sudaryti prielaidas apie tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste iš šališkų respondentų nuomonės.

Šiame skyriuje yra aptariamos baigiamajame magistro darbe atliktų tyrimo metodikos, kurios leis nustatyti prielaidą apie tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste, turistų poreikį.

**Tyrimo problema:** Tyrimo metodika yra skirta tikslui sužinoti ar tamsusis turizmas turi potencialią galimybę plėsti, augti, kurtis Panevėžio mieste. Remiantis mokslininkų, tokių kaip R. Navickienė, D. Jolly nuomone, tamsusis turizmas yra viena iš sparčiausiai populiarėjančių turizmo rūšių ir su kiekvienais metais vis daugiau keliautojų renkasi būtent tokias keliones. Panevėžys yra įsikūręs strategiškai geroje lokacijoje, kadangi nuo pagrindinių šalies oro uostų, tokių kaip tarptautinio Vilniaus oro uosto bei tarptautinio Kauno oro uosto yra vos daugiau negu 100 km, bet turint tokias galimybes, Panevėžio miestas nėra itin patrauklus turistų atžvilgiu, kadangi palyginus su kitais

miestais, šiame mieste yra itin mažai lankomų turistinių, gamtos objektų, kurie leistų pritraukti daugiau atvykstančiųjų turistų.

**Tyrimo objektas:** Tamsiojo turizmo ištekliai ir jų panaudojimas Panevėžio mieste.

**Tyrimo tikslas.** Įvertinti tamsiojo turizmo plėtros potencialą Panevėžio mieste, suformuluoti ir pateikti išvadas su rekomendacijomis apie šios turizmo rūšies plėtrą.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Pateikti, kokiais tamsiojo turizmo tikslais keliauja turistai.
2. Atskleisti galimybes teikti tamsiojo turizmo paslaugas Panevėžio mieste.
3. Atlikus kokybinį ir kiekybinį tyrimą, subendrinti duomenis ir suformuluoti išvadas, bei pateikti rekomendacijas.

**Tyrimo metodai:**

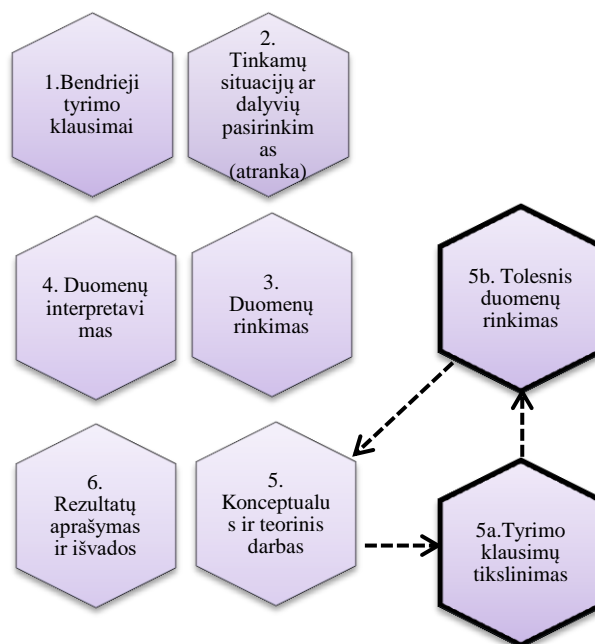
1. Mokslinės literatūros ir dokumentų analizė, suvokiant tamsiojo turizmo sąvoką, jo prielaidas, pagrindinius objektus, augimo bei populiarumo tendencijas moksliniu atžvilgiu.
2. Individualūs interviu. Standartizuotas interviu yra skirtas turizmo informacijos centro darbuotojos, gido bei Panevėžio kraštotyros muziejaus direktoriaus nuomonei sužinoti, ar būtent ši turizmo rūšis yra patraukli atvykstančiajam turistui, įvertinti esamų tamsiojo turizmo objektų potencialą plėtoti tamsiojo turizmo produktus, bei ar kitos Panevėžio mieste dirbančios įmonės būtų suinteresuotos prisidėti prie tamsiojo turizmo plėtros šiame regione.
3. Kiekybinė vartotojų anketinė apklausa. Ši apklausa pasiekia daugiau nešališkų respondentų, kurie gali pateikti savo asmeninę nuomonę apie šios turizmo rūšies perspektyvą Panevėžio mieste, jų nuomone apie esamų išteklių pakankamumą bei kokius jausmus jiems sukelia lankantis tokiose objektuose.

Baigiamajame magistro darbe buvo atlikti 2 empiriniai tyrimai: kokybinis (interviu analizė), bei kiekybinis (anketinė apklausa). Interviu analizė leido išreikšti profesionalią nuomonę turizmo srities specialistams, kuri yra itin vertinga vertinant naujos turizmo rūšies plėtros pasiūlą Panevėžio mieste. K. Kardelio (2016, p. 70) teigimu, kiekybiniam (anketiniai apklausai) yra būdingas normatyvinis paradigma (t.y. tyrimas, kurio metu yra remiamasi griežtomis taisyklėmis), o kokybiniam (interviu analizės metodu) labiau interpretacinė paradigma, kurios metu stengiamasi suprasti respondentą, bei remtis respondento patirtimi.

### 2.2.1 Kokybinės interviu analizė tyrimo metodika

Magistro baigiamajame darbe buvo atlikta kiekybinė interviu analizė, siekiant sužinoti Panevėžio mieste dirbančių profesionalų įžvalgas apie tamsiojo turizmo plėtros galimybes šiame mieste. Smith, Glass (Kardelis, 2002, p. 51) teigimu visi kokybiniai tyrimai yra natūralistiniai, kadangi šis tyrimo procesas yra ilgalaikis ir kurio tikslas suprasti kitą asmenį. Pasak I. Gaižauskaitės ir N. Valavičienės

(2016, p. 15), tai yra dažniausiai atliekamas tyrimas norint gauti geriausias tyrimo prielaidas. Pasak L. Rupšienės (2007, p. 63) interviu metodas kaip duomenų rinkimo išpopuliarėjo XX a. devintajame dešimtmetyje. Šis tyrimo būdas buvo pasirinktas todėl, jog tai leidžia aprėpti didesni skaičių profesionalų bei išgirsti skirtingas nuomones. Tyrimo metu buvo vykdytas struktūrizuotas giluminis interviu, t.y. kuomet interviu vyko tarp tyrėjo ir respondento, kurio metu buvo pateikti iš anksto paruošti konkretūs klausimai ir tyrimo metu nebuvo interpretacijų kažką keisti. L. Rupšienės (2007, p. 32) nuomone, toks tyrimo metodas laikomas, kokybiniu, nes nėra vietų kur reiktų interpretuoti, o rezultatus lengva sulyginti bei susisteminti. Tyrimo metu, respondentams buvo užduoti 9 klausimai, kurie yra susiję su tamsiojo turizmo plėtros galimybėmis Panevėžio mieste. Kokybinio interviu instrumento kūrimas bei tyrimas vyko remdamasi Brymano schema (žiūr. 2.1 pav.): kokybinio tyrimo instrumento klausimai buvo kurti, remdamasi pirmojoje baigiamojo darbo dalyje aprašytais tamsiojo turizmo teoriniais aspektais apie išteklius. Taip pat, kokybinio interviu įrankis kurtas remiantis įvade išsikeltais tikslais, kurie leistų įvertinti bei nustatyti tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste.



6 pav. Kokybinio tyrimo eiga pagal Bryman

Cituota iš: sudaryta autoriaus, remiantis: Bryman, I. Gaižauskaite, N.Valavičiene, 2016, p.23

I. Valavičienės ir N.Gaižauskienės (2016, p. 31) nuomone, atliekant kokybinį tyrimą, labai svarbu yra tinkamai pasirinkti informantus, kadangi nuo to priklauso tyrimo ir rezultatų kokybė. Rengiant tyrimo instrumentą, buvo remtasi M. Patton (Gaižauskienė, Valavičienė, 2016, p.37) viena iš tyrimo imčių idėja „Kriterine atranka“, t.y. kuomet imties vienetai atrenkami pagal paties tyrėjo tam tikrus kriterijus. Šiuo atveju, pasirinkti tyrimo objektai buvo Panevėžio miesto turizmo srities atstovai, kurie dirba su turizmo plėtra Panevėžio mieste. Renkantis duomenų rinkimo metodą ir nusistatant tam tikrą

imtį tyrimui, buvo remtasi Nielsen (Rupšienė, p.34) teorija, kurioje yra teigiama, kad pasirinkus 3 respondentus, 85 proc. tyrimo problemų yra išaiškinama.

3 lentelė: Kokybinio tyrimo informantų kodų lentelė.

Numeris	Institucija	Užimamos pareigos
G1	Panevėžio plėtros agentūra „ Panevėžys NOW“	Panevėžio miesto gidė
D1	Panevėžio kraštotyros muziejus	Direktorius
S1	Panevėžio plėtros agentūra „ Panevėžys NOW“	Turizmo specialistė

K. Kardelio (2002, p. 99) teigimu, jeigu interviu metu respondentas yra gerai kvalifikuotas, o tyrėjas nuoširdus ir besidomintis savo tyrimu, tai yra didesnė tikimybė gauti kokybiškesnius duomenis. Kokybinio tyrimo interviu analizė vyko 2023 metų kovo mėnesį. 2 iš 3 tyrimo dalyvių buvo iš anksto, elektroniniu paštu nusiųsti klausimai. Tyrimo eigoje, visi suformuluoti klausimai tyrimo metu buvo užduoti dalyvavusiems ekspertams. Surinkus reikiamus duomenis, vyko tyrimo interpretavimas, kurio metu atsakymai buvo lyginami su teorine dalimi. Galiausiai visi duomenis buvo struktūriškai apdoroti, aprašyti baigiamojo darbo 3-čiojoje dalyje, bei remiantis mokslinės literatūros analizę buvo suformuluotos reikiamos išvados, rekomendacijos.

### 2.2.2. Kiekybinė vartotojų anketinės apklausos metodika

Sudarant anketinę apklausą, klausimai buvo sudaryti remiantis mokslinės literatūros analize, kuri buvo atlikta pirmojoje dalyje. Tyrimo instrumentui buvo sudaryti 16 anketinių klausimų, kurie paremti „piltuvėlio“ principu (Rupšienė, 2007, p.83) , t.y. pradžioje pradedant bendraisiais klausimais, kurie supažindins bei įves respondentą į klausimyną, vėliau yra pateikti konkretūs klausimai, kurie leidžia surinkti reikiamą informaciją. Šis tyrimo metodas leido įvertinti šališkų respondentų nuomonę apie tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste. K. Kardelio (2016, p. 52), šis tyrimo metodas yra vienas iš lengviausių tyrimo metodų, norint surinkti tyrimo duomenis, kurie gali būti išmatuojami, o remiantis C. Hook, B. Rosenshine (Kardelis, 2002, p.72) anketinių apklausų gauti duomenys yra šališki, kadangi patys respondentai gali pateikti reikiamus duomenis taip, kaip jiems atrodo teisingiausiai. Šis tyrimo būdas buvo pasirinktas, kadangi per sąlyginai trumpą laiką galima pasiekti daugiau respondentų, kurie išsakytų savo nuomonę.

Tyrimo imtis buvo sudaryta remiantis paprastąja atsitiktine atranka, kadangi remiantis I. Gaižauskaite ir I. Mikėne (2014) tai yra vienas iš lengviausių būdų surinkti informaciją iš išsibarsčiusių respondentų. Šiuo atveju atliekant tyrimą apie tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste, respondentai gali būti vos keletą kartų apsilankę Panevėžio mieste ar tiesiogiai su šiuo miestu neturintis didelių sąsajų. Norint sudaryti tikimybinę imtį, buvo naudotasi V.I Paniotto formule (Kardelis, 2002, p. 116):  $n=1/(\Delta^2+1/N)$ , kurioje:

- n - norimos populiacijos skaičius atrankinėje grupėje.

- N - generalinė aibė.
- $\Delta$  – paklaidos dydis.

Generalinėj aibei arba kitaip tariant tyrimo populiacijai, patogiosios atrankos būdu, gauti tyrimui kokybiškus duomenis, rinksimės visus Panevėžio miesto gyventojus, kurių dabar remiantis pateiktais oficialiosios statistikos departamento duomenimis, 2022 metai buvo 87 590 gyventojai. Ribinės paklaidos dydžiui ir paskaičiavimui buvo remtasi didžiausia galima paklaida, t.y. 10 proc., todėl atliekant skaičiavimus naudotasi 0,1 (Ruževičius, 2016). Su gautais tyrimo skaičiais gauname tokią formulę:  $n=1(0,1^2+1/87\ 590)$ . Pasinaudojus V.I. Paniotto formule, tyrime turėjo dalyvauti 100 respondentų.

Anketinė apklausa prasidėjo pristatant tyrimo autorių bei supažindinant respondentus su atliekamu tyrimu bei koks šio darbo yra tikslas. Tyrimo instrumento pradžioje buvo užduoti keletas demografinio pobūdžio klausimų, t.y. nuo respondentų lyties, amžiaus, išsilavinimo. Anketinėje apklausoje buvo pateikti atviro ir uždaro tipo klausimai, norint surinkti kuo kokybiškesnę informaciją, t.y. atviro tipo klausimai, kuriuose respondentai galėjo įrašyti savo subjektyvią nuomonę tam tikrais klausimais. Uždaro tipo klausimuose, apklausos dalyviai galėjo pasirinkti variantą iš jau duotų, arba įrašyti savo turimą variantą, kurio nebuvo išvardinta. Anketoje iš viso buvo 9 uždaro tipo klausimai, atvirojo tipo – 3. Taip pat, sudarant tyrimo instrumentą, buvo panaudotas vienas klausimas, kuris sudarytas rangines (arba Likerto)(Kardelis, 2002, p.95) skalės principu, kurio metu respondentams reikėjo skalėje nuo 1 iki 5 įvertinti, kokius pojūčius pajaučia lankydamiesi tamsiojo turizmo objektuose.

Empirinis kiekybinis tyrimas buvo patalpintas internetinėje platformoje [www.manoapklausa.lt](http://www.manoapklausa.lt) ir buvo aktyvus visą vasario mėnesį. Naudodama ši tyrimo metodą, anketa galėjo pasiekti daugiau turizmo produkto vartotojų, kurie galėjo išreikšti savo nuomonę apie tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste. Taip pat, anketa buvo patalpinta įvairiuose socialinio tinklo facebook.com grupėse, kurios yra susijusios su turizmu, keliavimu, Panevėžio miestu. Atsakyti taip pat galėjo vietos gyventojai, stebėtojai, lankytojai, kurie kartas nuo karto apsilanko Panevėžio mieste. Gauti anketos duomenys buvo sistemingai apdoroti ir naudojant Microsoft Excel programą grafiškai pavaizduoti. Remiantis gautais duomenimis, buvo formuluojamos išvados bei rekomendacijos.

Remiantis duomenų apsaugos įstatymu (2018m.birželio 30d. Nr. XIII-1426), anketinėje apklausoje dalyviams nereikėjo pateikti savo asmeninių duomenų, kurie leistų respondentams juos identifikuoti, o gauti tyrimo rezultatai buvo panaudoti tolimesniems baigiamojo darbo veiksniams, siekiant sudaryti išvadas ir pateikti rekomendacijas.

### 3.TYRIMŲ REZULTATAI IR JŲ APTARIMAS

#### 3.1.Kokybinio interviu rezultatų analizė

Tamsiojo turizmo atsiradimas rinkoje, atnešė nemažai sąmyšio ne tik vartotojų grupei, bet ir turizmo organizatoriams. Augantis šio nišinio turizmo vartotojų skaičius, neabejotinai yra siejamas su XXI a. technologijomis, socialiniais tinklais, kuriama filmams ar serialais. M. Navickaitė (2021, p.365) kalbėdama apie šio turizmo potencialą, svarstė, kad esamam turizmo vartotojui standartinės pažintinės ar poilsinės kelionės nebėra įdomios, todėl pradėdama ieškoti kitos rūšies kelionių, kurios vartotojui įkvėptų naujų pojūčių, būtų nepakartojamos ir paliktų itin didelius įspūdžius. Tamsiojo turizmo objektai dažnu atveju yra painiojami kartu su kultūrinės turizmo rūšies ištekliais. Autorius A.V. Seaton (Krikščiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p.208) kalbėdamas tamsiojo turizmo pradžioje, išsakė savo nuomonę, jog tai yra įprastas keliavimas, kuris aprėpia Europos ir pasaulio kultūrinius išteklius, Šiurpaitė (2020) paantrina A.V. Seaton išsakytam teiginiui, papildant jog ne tik tragiškos vietos yra susijusios su šios rūšies turizmu, bet ir įvairūs apleisti, neprižiūrėti dvarai, pilys, pastatai, gamyklos. P.R. Stone (2006, p. 148) kalbėdamas apie tamsiojo turizmo išteklius, pamini savo darbuose, kad objektai dažnu atveju yra dirbtinai sukurti.

Interviu analizės metodu, buvo siekta išsiaiškinti Panevėžio mieste dirbančių specialistų nuomones apie tamsiojo turizmo produktų pasiūlą, plėtrą, klientų patirtį bei kokios realios galimybės yra plėtoti ir vystyti tamsiojo turizmo paslaugas.

Pirmojo klausimo metu, ekspertu buvo užduotas klausimas, ar Panevėžio mieste yra pakankamai tamsiojo turizmo išteklių, tyrime dalyvavę turizmo specialistai bene vienbalsiai atsakė, jog Panevėžio mieste yra pakankamai tamsiojo turizmo išteklių: „*Taip, tai, kad Panevėžio miestas turi tamsiojo turizmo išteklių, tai tikrai tiesa....*“-(S1), „*...užtenka Panevėžyje tų griuvėsių, jų pilna.*“-(D1). Sužinojus ekspertų nuomone, jog Panevėžio mieste šių objektų kiekis yra pakankamas plėtoti tamsųjį turizmą, sekantis klausimas tyrimo dalyviams buvo užduotas apie Panevėžio mieste esančius tamsiojo turizmo objektus, kurie turistams pasirodytų patraukliausi. Pagrindiniai respondentų atsakymai yra pateikiami 4 lentelėje.

4 lentelė. Įdomiausi ir patraukliausi tamsiojo turizmo objektai Panevėžio mieste

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
Tamsiojo turizmo objektai	Senosios Panevėžio kapinės	„...mūsų senosios kapinės yra ypatingos...“(G1) „...daugiausia temų kuriuose yra tai būtų kapinės...“(D1)
	Kristaus Karaliaus kapinės	„...Kristaus Karaliaus kapinės, ten irgi yra daug visokiausių istorijų...“(G1)
	Panevėžio moterų kalėjimas	„... moterų kalėjimas išsikraustyti, tai tada mes turėtume pačią geriausią tamsiojo turizmo traukos objektą...“(S1) „ moterų kalėjimas, įvairūs pasakojimai tiek vyrų, tiek moterų...“(D1)
	Apleisti fabrikai	„...sušaudymo vietos, kur buvo sušaudyti žmonės irgi besitraukiant bolševikams prie cukraus fabriko...“(G1) „...buvusi „Ekrano“ gamyklos teritorija...“(S1)

	Žydų getas	„...getas, tame gete žydai kalėjo, na kaip getas, ten yra rajonas, rajonas, kuris buvo tuo metu aptvertas ir paskelbtas...“(G1) „... žydų žudynių vietų, getų...“(S1)
	Bunkeriai	„... turime porą bunkerių, kurie dar nėra įgalinti turizmo reikmėms...“(S1)
	Vietos, kuriose vyko grupuotės „Tulpiniai“ susišaudymai	„...susiję su tulpiniais, tokios vietos...“(D1) „...Panevėžio Čikagos įvykius, iš tulpinių siautėjimo...“(G1)

Iš pateiktų lentelėje duomenų, Panevėžio miestas turi tamsiojo turizmo išteklių, kurie nėra panaudoti šiai turizmo rūšiai. Sujungus visus ekspertų pateiktus tamsiojo turizmo objektus, galima būtų pristatyti naują turistinį maršrutą, kuris pritrauktų potencialius turistus, kuriems tai atrodytų naudinga, įgytų naujų žinių, iš arti pamatytų vietos istoriją. Įgalinus ir įprasminus Panevėžio mieste esančias slėptuves ar bunkerius, pradėjus organizuoti tam tikras veiklas žaidimų forma, būtų galimybė pritraukti daugiau jaunimo, ne tik supažindinant su Panevėžio miesto kraštu, tamsiojo turizmu, bet ir pristatyti šią nišinę turizmo rūšį per pramogų spektrą. Didžiausią turistinį potencialą Panevėžio miestas, ekspertų nuomone būtų uždarytas Panevėžio miesto centre esantys moterų kalėjimas. Dabar, susitaikant su esama realybe, ekspertų teigimu, didžiausią naudą nešantys tamsiojo turizmo objektai, būtų apleisti fabrikai: „... būna pasiskaitę, pasidomėję, suradę turistai bando įlysti į tuos fabrikus...“(G1), „... „Ekrano“ gamyklos pastatų ir nutapytos įvairios freskos, kurios pasakoja tenai istorija žmonių, kurie ten dirbo, gyveno Panevėžyje, tai iš dalies tai ir tapo tamsiojo, pramoninio turizmo traukos objektu. Tai šita va būtų norėčiau išskirti kaip numerį 1, kuris turi didžiausią potencialą Panevėžyje pritraukti turistus.“-(S1).

Sužinojus tyrime dalyvavusių ekspertų nuomone apie potencialą turinčius Panevėžio mieste esančius tamsiojo turizmo objektus, sekantis klausimas buvo užduotas ar specializuotos ekskursijos po apleistus pastatus, kapines ar memorialus atvykstantiems miesto svečiams būtų įdomus bei naudingas, ir ar tokių paslaugų teikimas padidintų kaip turizmo potencialą šiame mieste.

5 lentelė. Specializuotų ekskursijų įdomumas atvykstantiesiems turistams

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
Ekskursijos po tamsiojo turizmo objektus	Turistų pritraukimas	„... kapinės yra visur, griuvėsiai yra visur, tai nemanau, kad tai yra pakankamai unikalų, kad žmonės važiuotu didžiausiais srautais.“(S1) „...bet jeigu kažkam įdomu, galbūt...“(G1) „...Gal, nežinau, sunku atsakyti...“(D1)

Interviu metu, ekspertai ne kartą paminėjo, jog tokių ekskursijų ir turizmo paslaugų teikimas Panevėžyje nepadarytų teigiamo rezonanso turizmo sferoje, kadangi tiek apleistų pastatų, tiek kapinių galima rasti ir kituose Lietuvos ar pasaulio miestuose. Taip pat, ekspertės nuomone, turint stiprų, gerai žinoma tamsiojo turizmo objektą, būtų galima orientuotis į šių paslaugų plėtrą „... išskirtinį kažkokį ar unikalų objektą...“(S1). Šiuo metu, su esamais tamsiojo turizmo ištekliais, plėtoti tamsiojo turizmo produktus būtų finansiškai nenaudinga, o ir turistams jie neatrodo itin patraukliai, kadangi remiantis specialistų išvadomis, kapinių, apleistų pastatų galime rasti visur. Todėl galima daryti prielaidą, jog



paprastos ekskursijos po Panevėžio mieste esančius tamsiojo turizmo objektus nepritrauktų didelio kiekio turistų skaičiaus, nebent samprotaujant, labiau į turizmo sritį būtų įmanoma įtraukti vietinius gyventojus, kurie sužinotų daugiau istorijos apie savo gyvenamąją vietą, patys pirmieji galėtų išbandyti naujus turizmo produktus. Nors ekspertai mąsto, jog pasiūlius tam tikrus renginius, menines išraiškas, tamsiojo turizmo objektai pritrauktų daugiau lankytojų, įgydami pridėtinę produktų vertę: „...pas mus Panevėžyje fabrikai perteikia per festivalį „perkrova“...“(G1), „...„Ekrano“ gamyklos teritorija, nežinau ar girdėjot, prieš 1,5 metų tenai taip po gi buvo atidaryta paroda...“(S1). Nors pridėtinės vertės kūrimas objektuose nedaro didelės reikšmės tamsiajam turizmui, bet tai galima traktuoti, kaip šių produktų pamatinį tašką.

Kuriant ir plėtojant naują turizmo rūšį, ją skleisti, organizuoti yra reikalingas ne tik vietinių turizmo organizatorių įsitraukimas į produkto kūrimą, bet ir vietos valdžios, kuri padėtų gerinti turizmo infrastruktūros lygį. Todėl ekspertams tyrime buvo užduotas klausimas, ar miesto valdžia bei kitos turizmo organizacijos veikiančios ir savo paslaugas siūlančios Panevėžio mieste prisidėtų prie tamsiojo turizmo sklaidos, jos gerinimo, plėtros.

6 lentelė. Vietos įstaigų prisidėjimas prie tamsiojo turizmo plėtros

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
Prisidėjimas prie tamsiojo turizmo plėtros	Panevėžio miesto savivaldybė	„...taip...“(G1) „...parašius fainą projektą, savivaldybė prisidėtų...“(S1) „...nežinau ar savivaldybė turėtų prisidėti...“(D1) „... Savivaldybė galėtų prisidėti padarydama rodykles kapinėse.“(D1)
	Kitos Panevėžyje veikiančios turizmo sektoriaus įmonės	„...padarytų pastatus, vietas prieinamas, sukurtu lankymui palankias sąlygas, tai be abejo prisidėtų...“(G1) „... nežinau kiek aktualu būtų aplinkiniams verslams kaip kavinės...“(S1) „... prisidėtų prie tamsiojo turizmo, tai tų objektų savininkai...“(S1) „... matau dabar kaip numerį 1, tai privatinius, kuriems ir priklauso ta teritorija...“(S1) „...tik atskiri gidai, jei kas užsiimtų, tai užsiimtų.“(D1)

Iš interviu apklausos, galima matyti tendenciją, jog kuriant pelningą ir stiprų projekto modelį, vietos savivaldybė turėtų potencialą prisidėti prie tamsiojo turizmo plėtros. Žinoma, projekto rengimas užimtų gana ilgą laiką, taip pat norint realizuoti apleistus pastatus, reikėtų užtikrinti turistų saugumą. Remiantis interviu ekspertų nuomone, dauguma tokių pastatų šiuo metu yra privatizuoti, todėl miesto valdžia tokiu atveju mažai turėtų iniciatyvos, todėl į turistinių objektų paruošimą ir pateikimą vartotojams turėtų būti įtraukti pastatų privatizuotojai, kuriems šiuo metu pastatai priklauso, „... tai privatinius, kuriems ir priklauso ta teritorija...“(S1)- samprotavo turizmo ekspertė, todėl nuo jų priklausytų didžioji dalis tamsiojo turizmo plėtros. Kiti turizmo ūkio subjektai veikiantys Panevėžio mieste, ekspertu nuomone neturėtų didelio potencialo prisidėti prie tamsiojo turizmo plėtros, nebent pačios turizmo įmonės iš šios nišinės turizmo šakos plėtros gautų realią naudą. Todėl susidaro

nuomonė, jog rengiant tokios turizmo rūšies projekto plėtra, svarbiausią vaidmenį ir didžiausią naudą turėtų apleistų gamyklų savininkai. Žinoma, tamsiojo turizmo plėtra atsieitų nemažai investicijų, kadangi reikėtų finansinių išteklių, sutvarkant praėjimus, pasirūpinant žmonių bei darbuotojų saugumu.

Augant turizmo srautams, atsigauant po neseniai įvykusios COVID-19 pandemijos, turizmo produktų vartotojai ieško alternatyvių naujų turistinių maršrutų, kuriuose jie patirtų kažką neįprasto, paliktų neišdildomą įspūdį, dėl šių priežasčių vis labiau populiarėjanti yra tamsiojo turizmo šaka. Joje turizmo organizatoriai vartotojams gali pasiūlyti pramogas, ekskursijas, kurios susijusios su siaubo tematika, švietimu ir pan. Todėl ekspertams buvo užduotas klausimas, jeigu Panevėžio miestas siūlytų tamsiojo turizmo paslaugas, ar tai pritrauktų daugiau turistų bei ekspertų nuomone, kokiais vidiniais motyvais, turistai norėtų apsilankyti Panevėžio mieste ir pasinaudoti tokiomis paslaugomis.

7 lentelė. Keliautojų priežastys lankytis Panevėžio mieste tamsiojo turizmo tikslais

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
Tamsiojo turizmo paslaugų potencialas	Tamsiojo turizmo produktai	„...manau, kad pritrauktų, jaunimą..“(G1) „Aš neesu tikra, ar tamsiojo turizmo objektų atvėrimas Panevėžyje sukeltų perversmą...“(S1) „...moterų kalėjimas manau padarytų perversmą...“(S1) „...kažkokį sektorių gal ir pritrauktų...“(D1)
	Turistų vidiniai motyvai	„... būt, jaunimas, kuriems būtent kultūra nėra tiek daug įdomi...“(G1) „...nuobodumas, bėgimas nuo nuobodulio, jeigu yra toks dalykas, dar galbūt noras patirti tam tikras smurto apraiškas...“(D1) „...keliaudami ieško netradicinių būdų...“(S1) „...aštresnių pojūčių, adrenalino noras...“(S1) „...domina istorija, jie labai nori kažkokių sąsajų su objektu, su to krašto istorija...“(S1)

Iš lentelėje pateiktų duomenų galima matyti, jog ekspertai abejoja tamsiojo turizmo produktų plėtros galimybėmis pritraukti atvykstančiuosius turistus, nebent remiantis S1 pasakytais pastebėjimais jog „...moterų kalėjimas manau padarytų perversmą...“. Tai būtų didžiausias ir unikaliausias tamsiojo turizmo objektas šiame mieste. Remiantis 2019 metais uždarytu Vilniaus centre esančiame veikusiam Lukiškių kalėjimui ir atidarius jį smalsuoliams, šiuo metu generuoja ne menką pelną, taip pat jo prieigose yra įsikūrę daugiau kaip 250 kūrėjų bei menininkų, rengiami koncertai, filmuojami kino filmai, serialai. Tuo pat metu, kalėjimo kamerose yra paliktas unikalus interjeras, kaip dienas leido kaliniai. Tai galima teigti, jog žmonės vyksta į kalėjimą taip pat patirti kitokią jausmą, įgyti daugiau žinių, kaip gyvena kaliniai. Atsakant į kitą klausimą, dėl kokių vidinių motyvų turistai pasirinktų keliauti tamsiojo turizmo tikslais, atsakymai ekspertų išsiskiria, D1 teigia, jog nuobodulys ir noras patirti smurtą turistus skatina rinktis tokio tipo keliones, S1 svarsto, kad prie tokių kelionių pasirinkimo prisideda noras ieškoti kitokio tipo kelionių, siekis patirti adrenalino ar tiesiog ieško tam tiktų sąsajų su turistiniu objektu. Apibendrinant galima daryti prielaidą, jog eilinės ekskursijos su esamus turistinius objektus gali atrodyti ne itin patraukli alternatyva keliauti į Panevėžio miestą

tamsiojo turizmo tikslais. Jeigu norint pritraukti vartotoją, jam reikia sukurti produktą, kurio metu turistai galėtų pabėgti trumpam nuo gyvenimo problemų, patirti aštresnius pojūčius, adrenalina, mirties baimę ar tiesiog pajvairinti gyvenimą. Tokiam produktui sukurti yra reikalingi laiko ištekliai, finansiniai ištekliai. Įgyvendinus tai, sukūrus produktą, kurio nebūtų galima rasti didžiuosiuose Lietuvos miestuose, pritrauktume ne tik daugiau vietinių turistų, bet ir užsienio turistų, gerintume Panevėžio miesto žinomumą bei būtų tikslingai išnaudota Panevėžio strateginė vieta.

Matant žiniasklaidoje vis dažniau pasirodančius straipsnius apie tamsiojo turizmo plėtrą ir produktų patrauklumą bei remiantis ekspertų duomenimis, jog Panevėžio mieste yra pilna tamsiojo turizmo objektų bei pats miestas XX a. pabaigoje buvo vadinamas „Lietuviškąją Čikagą“, tyrimo dalyviams buvo užduoti klausimai, kokios priežastys neleido anksčiau pradėti vystyti tamsiojo turizmo Panevėžio mieste, bei ko dar trūksta, kad ši nišinė turizmo šaka galėtų plėtotis.

8 lentelė. Priežastys tamsiojo turizmo plėtrai Panevėžio mieste

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
Priežastys tamsiojo turizmo plėtrai	Nepradėtas plėtoti	„...Turizmas išvis nelabai plėtojamas...“(G1) „...jeigu Panevėžys turėtų labai unikalų tamsiojo turizmo objektą, tai jau būtų savaimė įvykę...“(S1) „...manau, numeris vienas unikalus ir labai stipraus, tokio išskirtinio objekto nebuvimas mieste...“(S1) „Niekam nekilo iniciatyva...“(D1) „...žmonės tiesiog per mažai žino apie tamsųjį turizmą...“(D1)
	Paslaugų/produktų trūkumas	„...trūksta daugiau restoranų, kadangi pabaigę ekskursiją, žmonės nori pasiimti kavos, pavalgyti vietinių patiekalų...“(G1) „Naujų nusikaltimų, aktualijų.“(D1) „...vieno arba kelių objektų trūkumas.“(S1)

Remiantis ekspertų pateiktais atsakymais, galima matyti esmines dvi priežastys, dėl kurių tamsiojo turizmo šaka nebuvo pradėta plėtoti Panevėžio mieste, tai kaip ir kituose klausimuose išaiškėjo pagrindinė problema yra unikalus ir stipraus objekto nebuvimas, bei kita priežastis tai žinių trūkumas apie šią turizmo šaką. Šią problemą išsakė ir N. Šeric, A.Mihanovic, A.Tolj (2020,p. 328), sakydami, jog būtent šio turizmo plėtojimas nesivysto itin greitai, dėl informacijos trūkumo apie tamsiojo turizmo šaką. Tai nėra stebėtinas dalykas, kadangi tamsiojo turizmo šaka yra atsiradusi vos XX a. pabaigoje bei kuri pritraukia tam tikrą turistų grupę. Galima daryti vieną iš daugelio prielaidų, jog dėl žinių neturėjimo, turizmo organizatoriai, vietiniai gidai tuo pat metu neturėjo ir didelės iniciatyvos pradėti plėtoti bei kurti tamsiojo turizmo produktus. Dėl tamsiojo turizmo produkto plėtojimo, vėl išlenda bene svarbiausias akcentas, tai tamsiojo turizmo išteklių trūkumo, kuris pritrauktų turistus dažniau apsilankyti Panevėžio mieste.

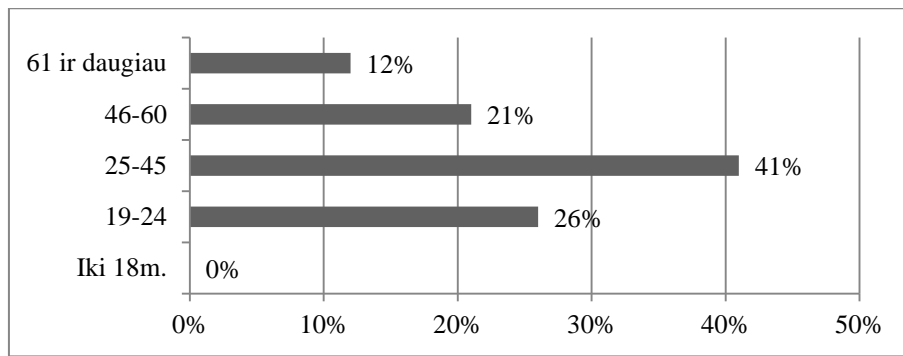
Apibendrinant atlikto kokybinio tyrimo duomenis, išaiškėjo pagrindinė tamsiojo turizmo produktų plėtos problema: turint pakankamą skaičių šios rūšies išteklių, jie nėra informatyvūs ir dominantys turistus apsilankyti Panevėžio mieste. Norint turėti galimybę plėtoti šią unikalų turizmo rūšį, remiantis ekspertų išvadomis, miestui reikia turėti unikalų, neregėtą, nematytą objektą, kuris priverstų turistus apsilankyti, patirti neišdildomus įspūdžius, įgauti adrenalino. Tyrimo metu išaiškėjo, jog labiausiai

realus variantas plėtoti tamsiojo turizmo rūši, panaudoti apleistus pastatus, gamyklas. Bendradarbiaujant su pastatų bendrasavininkais, įrengus turistinę infrastruktūrą, šie pastatai turėtų realų potencialą pritraukti turistus, gerinti Panevėžio miesto žinomumą turistiniame lygmenyje. Norint pritraukti turistus į tamsiojo turizmo objektus, jose reikėtų taip pat siūlyti tam tikras paslaugas, rengti menines instaliacijas, geros būklės pastatuose įrengti apžvalgos aikšteles, jog atvykęs turistai gautų prie paslaugos papildomą vertę.

### 3.2 Kiekybinio tyrimo duomenų analizė

Pasaulyje vis daugiau skiriant dėmesio į turizmo paslaugas, bei jų kokybę, turizmo sektoriaus atstovai yra priversti imtis kitokių priemonių, siekiant pritraukti kuo daugiau atvykstančiųjų turistų, suteikti jiems konkurencingas, kokybiškas ir dar niekur nematytas bei nepatirtas paslaugas. Šiuo atveju neveltui tamsusis turizmas, remiantis mokslinėje literatūros dalyje mokslininkų išsakyta nuomone, tokių kaip D. Light (2010), jog tamsiojo turizmo atsiradimas rinkoje, tapo XXa. pabaigos fenomenu., o A.V.Seaton ir J.J Lennon (Kriksčiūnaitė, Pranskūnienė, 2020, p.208) numatė, jog šio turizmo vartotojai renkasi tamsiojo turizmo keliones dėl mirties apmąstymo bei noro susidurti su kitų žmonių nelaimėmis. Šiuo metu, didžiulę įtaką turistų motyvams daro televizijoje, kuriami serialai, biografinės, dokumentinės laidos (Hospitality-co.com, 2021). N.Minic (2012, p. 87) teigia, jog valstybės ar vietovės teikdamos ir vykdydamos tamsiojo turizmo plėtros politika, turi unikalų paveldą, kurį potencialiai gali išnaudoti tamsiojo turizmo tikslais. Taip pat, svarbu paminėti, jog tamsiojo turizmo rūšis regionuose padeda mažinti sezoniškumą. Nors tamsusis turizmas iš karto paslaugos vartotojui asocijuojasi su kraupiais įvykiais, bet Šiurpaitė (2020) prideda, jog ne tik tamsūs objektai sudaro tamsųjį turizmą, bet ir apleisti, neprižiūrimi pastatai, kurių pilnai randama Panevėžio mieste. Matant, augantį šios turizmo rūšies fenomeną, magistro baigiamajame darbe buvo atliktas empirinis kiekybinis tyrimas, kurio metu buvo siekiama sužinoti respondentų nuomonę apie šio unikalaus savo pobūdžiu turizmo plėtrą Panevėžio mieste. Tyrimas buvo patalpintas elektroninėje erdvėje [www.manoaplause.lt](http://www.manoaplause.lt), kurioje respondentai galėjo pateikti savo nuomonę.

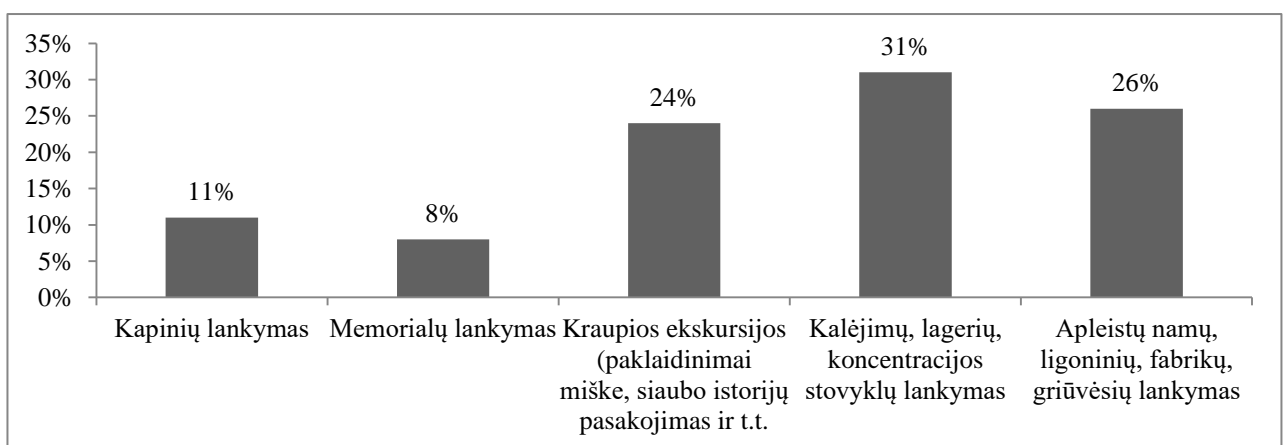
Tyrimo dalyvavo 103 respondentai: 70 moterų (68proc.) ir 33 vyrai (32 proc.). Daugiausiai tyrime (žiūr. 6 pav.) apklaustųjų buvo 25-45 m., t.y. 41 proc., tarp 19-24 metų, respondentų skaičius sudarė 26 proc., tarp 46-60 metų – 21 proc., 61m ir daugiau sudarė 12 proc. visų apklaustųjų. Iki 18 metų nedalyvavo nei vienas respondentas.



7 pav. Respondentų amžius

Tyrimo metu, respondentams buvo užduotas klausimas apie jų išsilavinimą (žiūr. 4 priedas 1 pav), jo metu daugiausiai respondentų pažymėjo, jog yra baigę ir turi profesinį bakalaurą (24proc.), 22 proc. apklaustųjų pažymėjo, jog yra baigę ir turi universitetinį bakalaurą, panašus respondentų skaičius yra baigę profesinį (19proc.) ir vidurinį (17proc.) išsilavinimą. 10 proc. apklaustųjų teigė, jog šiuo metu vis dar studijuoja, 3 proc. apklaustųjų pasisakė, jog nebaigė aukštojo išsilavinimo, 4 proc. respondentų pasirinko laukelį kitą, kuriame įrašė, jog turi magistro išsilavinimą ir vos 1 proc. teigė, jog nėra baigęs vidurinės mokyklos. Matant tokius rodiklius, formuojasi nuomonė, jog didžiausias skaičius respondentų, kurie keliauja tamsiojo turizmo tikslais yra tarp 25 metų ir 45 metų bei asmenys turintys bet kokį aukštąjį išsilavinimą. Kadangi tokiu laiku, tamsiojo turizmo vartotojai pradeda gilinti žinias į istoriją, sukaupia tam tikrą gyvenimo patirtį, kurią kelionių metu gali sutapatinti su tragiškais įvykiais, kurie nutiko tam tikroje turistinėje vietoje, yra apsiskaitę, pasidomėję. Taip pat, svarbus faktorius, kad tokiu laiku asmenys yra dirbantys ir gali sau leisti tokio tipo keliones.

Tęsiant tyrimą, svarbus momentas buvo išsiaiškinti kaip respondentai supranta, kokios veiklos yra susijusios su tamsioju turizmu, todėl remiantis pirmoje darbo dalyje paminėtomis šio turizmo rūšies paslaugomis, jos buvo išvardintos respondentams.

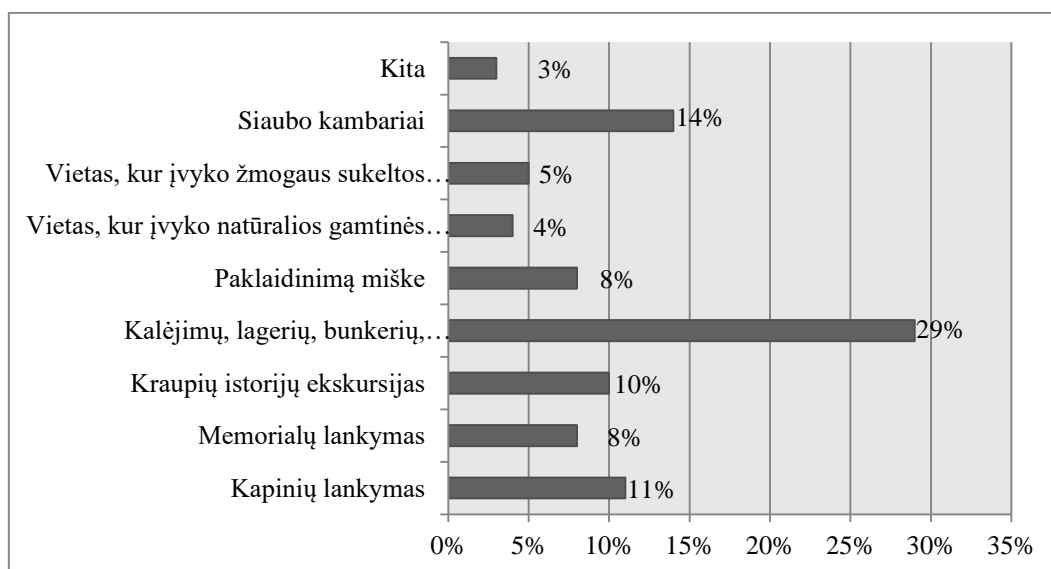


8 pav. Veiklos, susijusios su tamsioju turizmu

Daugiausiai tyrime dalyvavusių respondentų pasirinko, t.y. 31 proc., išsakydami savo nuomone, jog kalėjimų, lagerių, koncentracijos stovyklų lankymas jiems labiausiai asocijuojasi su tamsiojo

turizmo produktu. Bene lygiai 26 proc. ir 24 proc. apklaustųjų pasisakė, kad apleistų namų, ligoninių, fabriku lankymas bei kraupios ekskursijos, paklaidinimai miške jiems asocijuojasi su tamsiuoju turizmu. 11 proc. apklaustųjų pasirinko kapinių lankymą, 8 proc. nuomone – veiklos, kurios susijusios su tamsiuoju turizmu yra įvairių memorialų lankymas, kurios skirtos tragiškiems įvykiams paminėti. Iš gautų tyrimo rezultatų galima traktuoti, jog tamsiojo turizmo produktų vartotojams yra svarbus ypač tamsus objektas, kuris turėtų itin gilią savo praeities istoriją, būtų ne tik žinomas, bet ir toje vietoje būtų nutikę daug tragiškų atsitikimų, kurie būtų susiję su žmonių kankinimais, nelaisve ar jų gyvybės atėmimu. Tokio objekto turėjimas vietovėje, pritrauktų daugiau atvykstančiųjų turistų, kuriems tokie dalykai patinka bei jais yra domimasi.

Išsianalizavus apklausoje dalyvavusių respondentų supratimą apie tamsiojo turizmo objektus, yra svarbu išsiaiškinti, kokias tamsiojo turizmo produktus bei paslaugas apklausos dalyviai yra išbandę bei patyrę. Susisteminti duomenys yra pateikiami 8 pav.

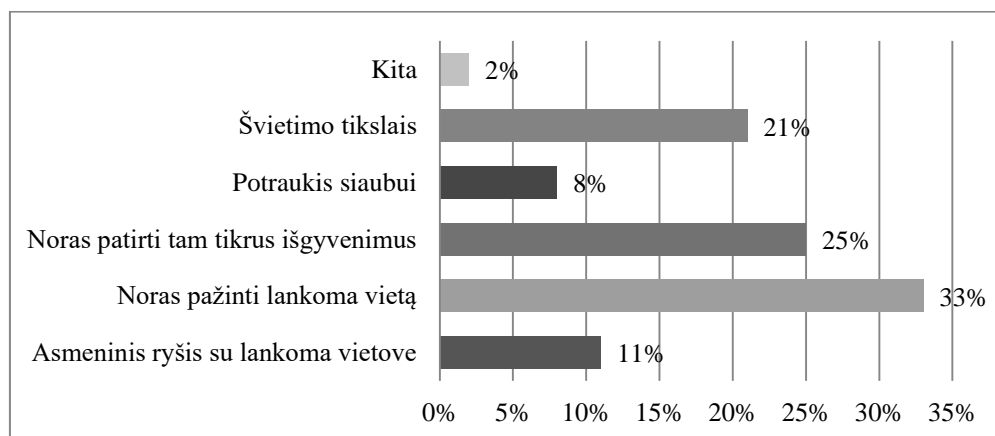


9 pav. Tyrimo dalyvių išbandytos tamsiojo turizmo paslaugos

Kaip ir 7 pav., taip ir šiame klausime, daugiausiai respondentų pažymėjo, kad lankėsi kalėjimuose, bunkeriuose, koncentracijos stovyklose (29proc.). Galima teigti, jog tai yra geriausiai išvystyta tamsiojo turizmo infrastruktūra, kurioje galima rasti daugybę istorijos bei geriausiai žinoma turizmo paslaugų vartotojui. 14 proc. apklaustųjų respondentų teko lankytis siaubo kambariuose, 11 proc. tyrimo dalyvių lankėsi kapinėse, 10 proc. išbandė kraupių istorijų ekskursijas, 8 proc. respondentų dalyvavo paklaidinime miške bei lankė įvairius memorialus. Vietose, kur įvyko žmogaus sukeltos katastrofos dalyvavo 5 proc. apklaustųjų, kur įvyko gamtinės nelaimė – 4 proc. Kita pasirinkę 3 proc. respondentų apklausoje pažymėjo, jog tokiuose objektuose jiems neteko lankytis. Apklausos tyrimo skaičiai rodo, jog tamsiojo turizmo vartotojai dažniausiai lankosi gerai žinomose vietose, kurios yra pritaikytos turizmui, itin žinomos pasaulyje ar šalyje, turinčios savyje istorijos. Nors taip pat, galima daryti dar vieną prielaidą, kad kuriant ar organizuojant tamsiojo turizmo produktus, yra svarbus gidų

vaidmuo, kuris galėtų vesti kraupias ekskursijas po kapines, memorialus, organizuoti įvairius paklaidinimus.

Išsiaiškinus, kokiuose tamsiojo turizmo objektuose dalyvavę tyrimo dalyviai lankėsi, sekantis klausimas buvo užduotas, remiantis mokslinės literatūros šaltinių analize, kokiais tikslais jie lankėsi šiose objektuose. Tai leistų kuriant tamsiojo turizmo produktus Panevėžyje, koncentruotis į žmonių lūkesčius.



10 pav. Tyrimo dalyvių tikslai, lankantys tamsiojo turizmo objektuose

Daugiausiai respondentų (33 proc.) atsakydami į šį klausimą pasirinko, jog keliaavo į tokius objektus, dėl noro pažinti lankomą vietovę. Galima daryti prielaidą, remiantis apklausoje dalyvavusių respondentų amžiumi, kadangi daugiausiai dalyvavo tarp 25 metų ir 45 metų, tai yra vartotojai, kurie domisi istorija, yra išsilavinę ir keliauja į kitas vietas ištroškę žinių. Apylygiai respondentų pasirinko, jog keliaavo švietimo tikslais (21 proc.) ir dėl noro patirti tam tikrus išgyvenimus (25proc.). Tai lemia vartotojų norą patirti kažkokią nepaaiškinamą būseną, kuri leistu suvokti gyvenimo trapumą. Taip pat, galima traktuoti, kad vartotojai keliauja į tamsiojo turizmo objektus norėdami įgyti tam tikros patirties. 11 proc. apklaustųjų teigė, kad lankydamiesi tamsiojo turizmo objektuose, jie turėjo asmeninį ryšį su lankoma vietove. Galime interpretuoti, jog objektuose, kurie buvo susiję su gyvybės praradimu, turistų giminaičiai buvo kankinami, žudomi, todėl jiems įdomu sužinoti apie savo giminės istoriją. Potraukį siaubui pasirinko 8 proc. apklaustųjų. Apibendrinant šį klausimą, galime matyti, jog vartotojams ne vien tik žinių įgavimas yra prioritetas keliauti tamsiojo turizmo tikslais, bet ir patirtį tam tikrą būseną, kuri suteiktų kelionei dar didesnę prasmę. Turint tam tikrą tamsiojo turizmo objektą, pagerinus turistinę infrastruktūrą, yra galimybė pritraukti daugiau turistų, suorganizuojant tam tikrą ekskursiją su įvairiais pojūčiais.

Tęsiant tyrimą toliau, respondentams buvo užduotas klausimas apie patirtus jausmus bei emocijas, kai lankėsi tamsiojo turizmo objektuose. Tai yra faktorius, dėl kurio pastaruoju metu turizmo paslaugų vartotojai remiantis tokiais mokslininkais kaip R.Navickienė (2019), P.R.Stone (2006,p. 149) renkami tokio tipo keliones. Remiantis moksline literatūra, respondentams buvo pateiktos 8 emocijos, kurias

dažniausiai keliautojai patyri lankydamiesi tamsiojo turizmo tikslais. Respondentų buvo paprašyta įvertinti tarp 5 (labai stipriai) ir 1 (labai silpnai) patirtus jausmus.

9 lentelė. Patirtų emocijų vertinimo skalė

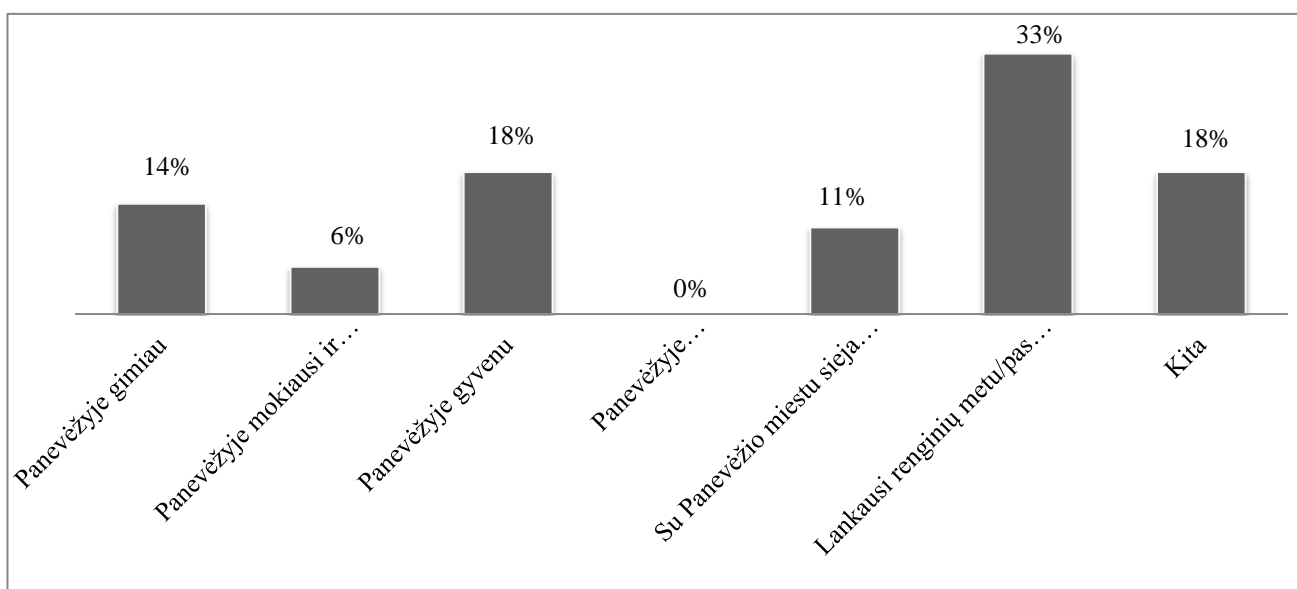
	5- labai stipriai	4- stipriai	3 – vidutiniškai	2- silpnai	1 – labai silpnai
Vidinis skausmas	6%	9%	35%	16%	35%
Ilgesys	6%	9%	26%	20%	40%
Nerimas	9%	18%	28%	18%	28%
Mirties supratimas	15%	18%	34%	14%	21%
Gyvenimo trapumas	23%	29%	22%	10%	16%
Užuojauta	20%	22%	30%	11%	17%
Liūdesys	17%	28%	23%	12%	20%
Baimė	17%	13%	32%	18%	21%

Lankydamiesi tamsiojo turizmo objektuose, respondentai labai stipriai jautė gyvenimo trapumą (23 proc.) bei užuojauta (20 proc.). Galima traktuoti, kad turistui sukyla tokios emocijos dėl įvykusių įvykių, žmogaus gyvybės praradimu bei sutapatavimo su savo praeitimi, artimųjų netekimu. Mažiausiai respondentų labai stipriai pajautė nerimą (9 proc.) ir vidinį skausmą (6 proc.) Vidinį skausmą dažniausiai tyrimo dalyviai jautė vidutiniškai arba labai silpnai (35proc.). Taip pat, didžioji dalis respondentų labai silpnai jautė ilgesį (40proc.). Ties nerimo jausmu respondentai pasidalino į dvi aiškias grupes, kadangi 28 proc. apklaustųjų teigė, jog šį jausmą patyrė vidutiniškai ir labai silpnai, o 18 proc. apklaustųjų išsakė savo nuomone, jog nerimą patyrė arba stipriai, arba silpnai. Vos 9 proc. apklaustųjų pasisakė, jog nerimą jautė labai stipriai. Galima interpretuoti, jog nerimo jausmas tamsiuose turizmo objektuose, nėra vienas iš pagrindinių jausmų, kuriuos nuotykių, potyrių ištroškę vartotojai gali pajauti. Mirties supratimą vidutiniškai pajautė 34 proc. apklaustųjų, kita respondentų dauguma (21 proc.) teigė, jog labai silpnai aplankė šis jausmas. Daugiausiai respondentų lankydamiesi tamsiojo turizmo objektuose stipriai patyrė gyvenimo trapumo jausmą, net 29 proc. Galima interpretuoti, jog plėtojant šią turizmo rūšį ir rengiant produktus, reikia atsižvelgti į tai, kaip stipriai produktai galėtų sužadinti atvykstančiojo turisto jausmus. Keliaudami respondentai po tamsiojo turizmo objektus daugiausiai pajautė užuojautą: atitinkamai labai stipriai -20 proc. apklaustųjų, stipriai 22 proc., vidutiniškai -30 proc. Tai gali būti objektai susiję su gyvybės atėmimu, kuris yra gidų perpasakojimas itin realistiškai, todėl turistus aplanko tokie jausmai. Respondentai atsakydami į klausimą, kaip stipriai pajautė vienokius ar kitokius jausmus, 28 proc. atsakė, jog stipriai pajautė liūdesį. Tai yra sąlyginai didelis procentas, kurio metu galima atsižvelgti į tai, jog kuriant tamsiojo turizmo produktą, kuris yra susijęs su makabriškais, žiauriais įvykiais, galima produktą pristatyti per liūdesio prizmę, kadangi



turistai pradeda jausti empatiją aukoms, bando susitapatinti su brutaliais įvykiais. Liūdesį vidutiniškai pajautė 23 proc. respondentų, silpnai – 12 proc. Keliaudami po tamsiojo turizmo objektus, 32 proc. apklaustųjų teigė, jog vidutiniškai pajautė baimę arba labai silpnai (21 proc.). Kita pusė respondentų (17 proc. ir 18proc.) teigė, jog lankydamiesi tokiuose objektuose patyrė labai stipriai arba silpnai. 13 proc. apklaustųjų pasisakė, jog baimės jausmas buvo stiprus. Aptarus šio tyrimo klausimo rezultatus, galima matyti aiškią prielaidą, jog kuriant tamsiojo turizmo produktus, svarbiausiai koncentruotis į liūdesį, užuojautą, baimę bei priversti vartotoją pajauti gyvenimo trapumą.

Sekantis klausimas, vykdant sėkmingą ir sistemingą tyrimą, buvo išsiaiškinti, kaip respondentai yra susiję su Panevėžio miestu, kaip dažnai lankosi ir pan. Tai yra svarbus rodiklis, norint vykdyti tamsiojo turizmo plėtra šiame mieste.



11 pav. Respondentų sąsajos su Panevėžio miestu

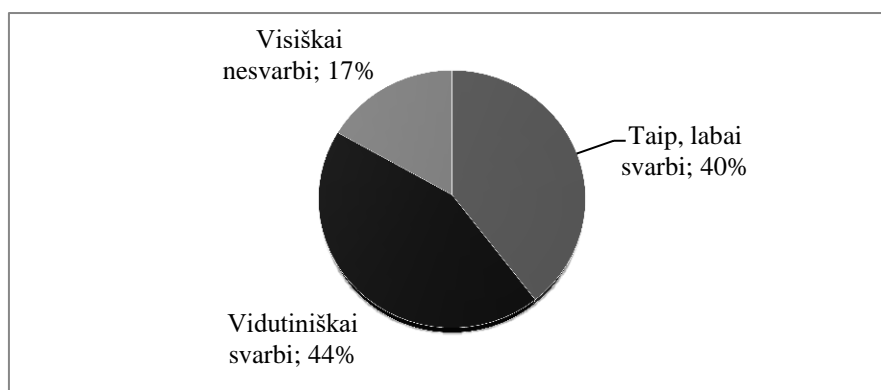
Daugiausiai apklausoje dalyvavusių respondentų pažymėjo (33 proc.), jog Panevėžio mieste lankosi vykdamas pas draugus ar vykstančių renginių metu. Po 18 proc. respondentų pažymėjo, jog gyvena Panevėžyje bei trečdalis teigė, jog jiems niekada neteko lankytis Panevėžyje, o kiti minėjo, kad lankėsi seminarų metu ar tiesiog pravažiavo. Panevėžyje gimė 14 proc. apklaustųjų, 11 proc. pažymėjo, jog sieja su Panevėžio miestu darbiniai santykiai, 6 proc. – baigė vidurinę mokyklą. Panevėžyje studijavusių ar studijuojančių šiuo metu apklausoje nedalyvavo. Išsianalizavus pateiktus duomenis, dauguma respondentų turi bent mažą ryšį su Panevėžiu, jame lankosi, todėl galima daryti prielaidą, jog vartotojai prie savo sąsajų su šiuo miestu, turi realų potencialą išbandyti tamsiojo turizmo produktus, jeigu Panevėžyje būtų suteiktos tam galimybės, ypač tiems respondentams, kurie Panevėžio mieste lankosi, kai atvyksta į svečius ar renginių metu.

Sekantis klausimas tyrime buvo pateiktas respondentams, ar Panevėžio mieste yra pakankamas skaičius tamsiojo turizmo objektų, kurie leistų vystyti tamsųjį turizmą. Bene 52 proc. tyrimo dalyvių

išreiškė savo nuomone, teigdami, kad Panevėžyje tokių objektų itin trūksta, o kapinių ar memorialų lankymas atvykstančiajam turistui nebūtų patrauklus bei įdomus. Šiame klausime, net 3 proc. respondentų išsakė savo nuomone filosofuodami, jog Panevėžio mieste atsirastų galimybė vystyti bei plėtoti tamsiojo turizmo paslaugas, kuomet būtų uždarytas moterų kalėjimas ir jame būtų pradėtos vesti įvairios ekskursijos. Vėl gi, peršasi išvada, jog turistui sudominti yra reikalingas garsus objektas, kuris turėtų savyje istorijos, tai suteiktų potencialą keliauti į Panevėžį tamsiojo turizmo tikslais. Likę 45 proc. apklaustųjų mano, kad Panevėžio mieste yra pakankamas skaičius tamsiojo turizmo išteklių, tik gerai juos išreklamavus internete, spaudoje bei pradėdant dirbti su jais, bus įmanoma pritraukti turistų.

Paklausus respondentų, jų nuomone, kokiam segmentui toks turizmas būtų įdomiausias, atsakymai pasiskirstė nevienareikšmiškai. Net 60 proc. apklaustųjų nuomone, šis nišinė turizmo šaka įdomiausia bei naudingiausia turėtų būti moksleiviams, kadangi tokių kelionių metu moksleiviai gali smagiu būdu įgyti žinių. 25 proc. apklaustųjų nuomone, ši turizmo šaka turėtų būti įdomi istorijos mylėtojams, kurie gali įgyti bet kokių istorinių žinių vietovėje, praplėsti akiratį. 12 proc. respondentų mano, jog ši turizmo šaka turėtų būti patraukliausia studentams, kurie dar tik pradeda savo gyvenimo etapą, jiems norisi naujų pojūčių, patirčių, nuotykių. 3 proc. respondentų mano, jog tamsusis turizmas turėtų patikti ir senjorams, nors kai kurių respondentų nuomone senjorams gali nebūti visai įdomu, kadangi jie per savo gyvenimo patirtį yra išgyvenę įvairius siaubus, teroro išpuolius ar tiesiog nenoras prisiminti jiems siaubingų laikų. Todėl galime teikti, kad didžiausia potencialą tamsiojo turizmo kelionėms turi moksleiviai, kurie keliauja į tragedijomis paženklintas vietas švietimo tikslais.

Kalbant toliau apie galimybę plėtoti tamsųjį turizmą Panevėžio mieste, svarbu išsiaiškinti ar esamo objekto lokacija kuriant turistinį maršrutą šiame mieste yra svarbi.

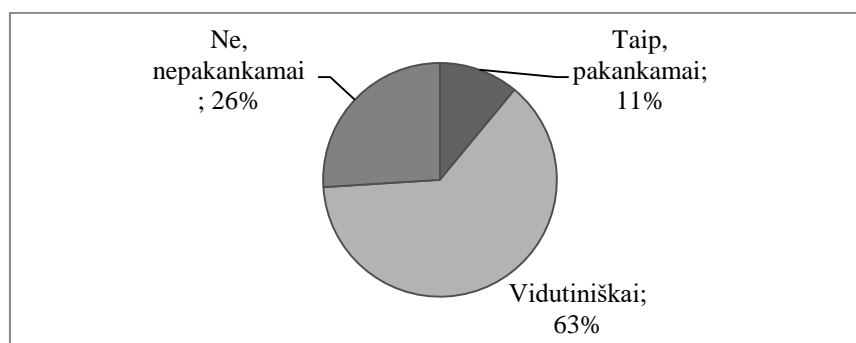


12 pav. Turistinio objekto vietos svarba

Nors Panevėžio miesto plotas nėra didelis, jis siekia vos 50 km<sup>2</sup>, bei daugiausiai turistinių objektų yra išsidėstę aplink miesto centrą, respondentų nuomonės pasidalino į dvi puses: taip, labai svarbi pasirinko 40 proc. respondentų, o kaip vidutiniškai svarbią pažymėjo 43 proc. tyrime dalyvavusių respondentų. Kaip visiškai nesvarbią objektų lokaciją pasirinko vos 17 proc. respondentų. Galima daryti išvadą, jog norint plėtoti tamsiojo turizmo paslaugas šiame mieste, lankomi objektai neturi būti

skirtingose miesto pusėse ir lengvai prieinami. Jeigu organizuojant ekskursijas po tamsiojo turizmo objektus, atsitinka problema dėl objektų pasiekiamumo, siekiant tai palengvinti, galima ieškoti tam tikrų alternatyvų, kaip pvz.: organizuoti ekskursijas pasinaudojus tvariomis transporto priemonėmis, tokiomis kaip paspirtukai, dviračiai.

Siekiant naujo turizmo produkto plėtrai regione, svarbų vaidmenį atlieka ir turizmo informacijos centrai, kadangi pagrinde turizmo centrai sulaukia didžiausio skaičiaus turistų, kurie domisi įvairiais dalykais kurie yra susiję su vietinio turizmo klausimais, nuo lankytinų objektų iki gidų bei kitomis kalbomis vedamų ekskursijų. Taip pat, turizmo informacijos centrai vieni iš pagrindinių yra komunikacijos nešėjų apie vykstančius renginius, ekskursijas. Todėl respondentams buvo pateiktas klausimas apie tai, ar Panevėžio turizmo informacijos centras (šiuo metu vadinasi „VŠĮ Panevėžio plėtros agentūra „PanevėžysNOW“) suteikia pakankamai informacijos apie naujus turizmo produktus bei paslaugas Panevėžyje.

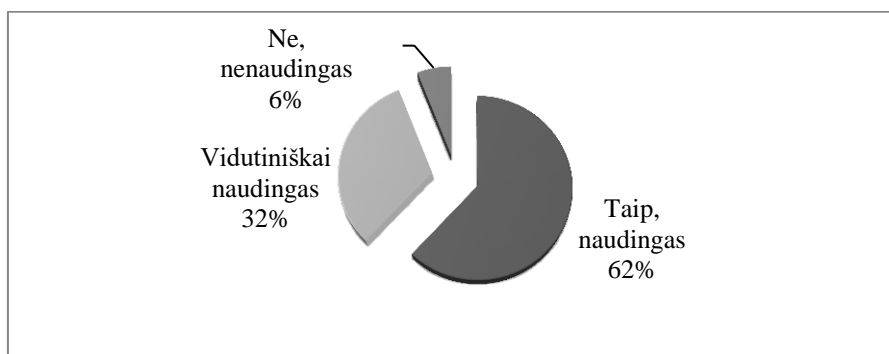


13 pav. VŠĮ Panevėžio plėtros agentūra „PanevėžysNOW“ suteikiama informacija

Daugiausiai respondentai yra neapsisprendę, todėl 63 proc. apklaustųjų vertina kaip vidutiniškai suteikiama informacija. 26 proc. tyrimo dalyvių teigia, jog Panevėžio turizmo informacijos centras nepakankamai suteikia informacijos apie naujus turistinius objektus, maršrutus ar vykstančius renginius Panevėžio mieste. 11 proc. apklaustųjų mano, kad centras suteikia pakankamai informacijos. Suformulavus išvada, galima manyti, jog realizuojant naują produktą, turizmo informacijos centras turėtų labiau pasistengti iškomunikuoti, kadangi dauguma apklausoje dalyvavusių respondentų pasigenda informacijos.

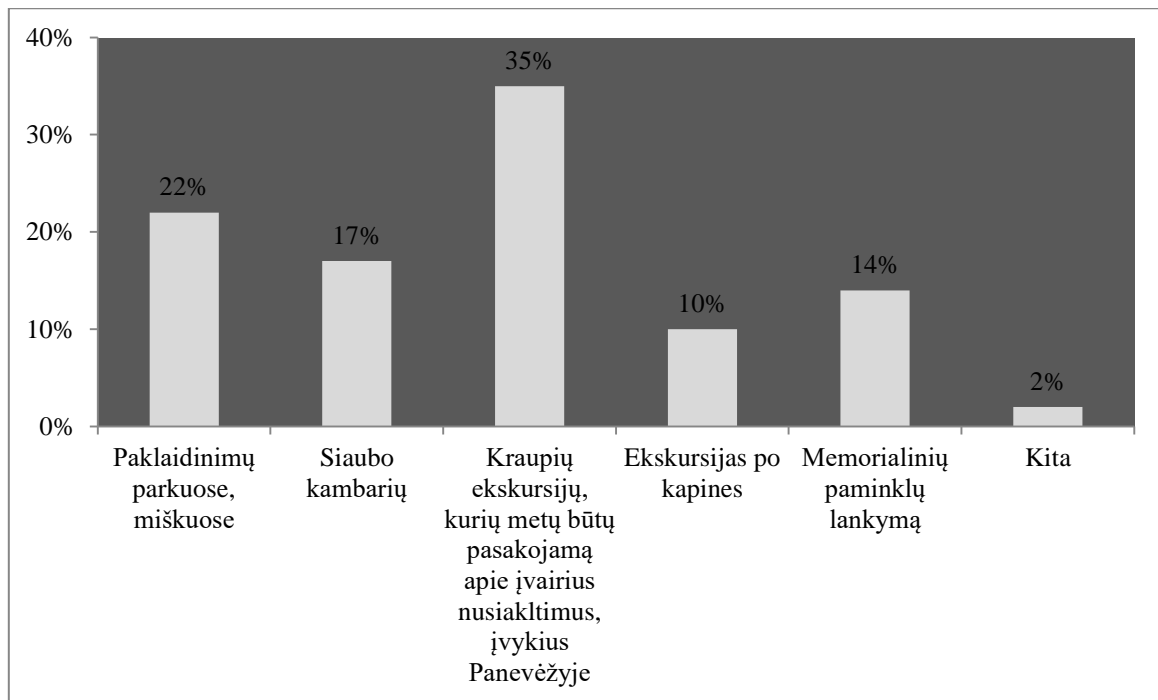
Plėtojant tamsiojo turizmo plėtros galimybes temą toliau, respondentams tyrimo metu buvo pateiktas klausimas ar šio turizmo plėtra Panevėžio mieste būtų naudinga niša, kuri generuotų tam tikras pajamas, pritrauktų daugiau ne tik atvykstančiųjų, bet ir vietinių turistų, kurie norėtų išbandyti pajauti tam tikrus pojūčius, įgyti daugiau žinių apie lankomą vietovę. Apklausoje net 62 proc. respondentų pateikė savo nuomonę, jog tamsiojo turizmo plėtra Panevėžio mieste būtų naudinga, 32 proc. manančių, jog ši turizmo šaka būtų vidutiniškai naudinga ir vos 6 proc. apklaustųjų mano ši turizmo šaka Panevėžio miestui būtų visiškai nenaudinga ir nepritrauktų daugiau turistų. Tai yra vienas iš pirmųjų ženklų, jeigu Panevėžio miestas pradėtų plėtoti tamsiojo turizmo paslaugas, gyventojai ir svečiai iš kitų miestų, priimtų kaip teigiamą procesą. Plėtojant ir diegiant tinkamą turizmo

infrastruktūrą, būtų garsinamas Panevėžio miesto vardas, pritrauktų daugiau atvykstančiųjų turistų, taip pat esanti patogi strateginė Panevėžio vieta būtų sėkmingai išnaudota.



14 pav. Tamsiojo turizmo nauda

Paslaugų konkurencingumas, suteikiamas kokybiškas aptarnavimas gerina ne tik atvykstančiųjų turistų patirtį, bet kartu ir vietinių, todėl to dėka yra perduodama informacija, gerinamas vietos vardo žinomumą. Respondentams išsakius savo nuomone apie tamsiojo turizmo naudą, savo išbandytas paslaugas, sekantis tyrime dalyvavusiems respondentams buvo užduotas klausimas, kuris sudarytas remiantis mokslinę literatūros analizę kalbant apie paslaugas, kokias norėtų išbandyti Panevėžio mieste. Didžioji dalis tyrime dalyvavusių respondentų (35 proc.), pažymėjo, jog šiame mieste norėtų išgirsti daugiau kraupių ekskursijų, kurių metu būtų pasakojama apie įvairius nusikaltimus, įvykius, kurie nutiko Panevėžio mieste. Vidutiniškai respondentai pasirinko, jog norėtų paklaidinimų parkuose (22 proc.), daugiau siaubo kambarių (17 proc.), memorialinių paminklų lankymų (14 proc.). Mažiausiai apklaustųjų dėmesio sulaukė ekskursijos po kapines, kadangi šią kaip turistinę paslaugą pasirinko vos 10 proc. apklaustųjų. Kita pasirinko 2 proc. respondentų išsakydami savo nuomonę, jog Panevėžyje trūksta ekskursijų po apleistus fabrikus, gamyklas, kurios taip pat yra susijusios su tamsiojo turizmo šaka, taip pat keletas respondentų paminėjo, jog didžiausias potencialas tamsiojo turizmo objektui būtų Panevėžio moterų pataisos namai. Pabaigai galima daryti išvadą, jeigu Panevėžio miestas siūlytų daugiau tamsiojo turizmo produktų, atsirastų ir tam tikra vartotojų grupė, kuriems tai būtų įdomu, galbūt atsirastų daugiau turistų, kurie atvyktų iš kitų miestų apsilankyti tamsiojo turizmo tikslais. Svarbiausias indėlis yra laikas bei tinkamų specialistų paruošimas, norint plėtoti tokios rūšies turizmą.



15 pav. Tamsiojo turizmo paslaugų pasiūla Panevėžio mieste

Paskutinis tyrime klausimas buvo siekiantis apibendrinti visą tyrimą ir sužinoti pagrindinę esmę, todėl respondentams buvo užduotas klausimas, jeigu Panevėžyje būtų plėtojamas tamsusis turizmas, ar jie keliautų į šitą miestą švietimo ir patirčių tikslais. Didžioji apklausoje dalyvavusių žmonių grupė, vienbalsiai pasisakė (82 proc.), jog vyktų į Panevėžį tamsiojo turizmo tikslais. Tik maža dalis apklaustųjų, vos 18 proc. pasisakė, jog tamsiojo turizmo paslaugų buvimas Panevėžio mieste, nesukeltų didelio noro keliauti (žiūr. 4 priedas 2 pav).

Atliekant antrojo tyrimo anketinės apklausos analizę, buvo remtasi tokių autorių nuomone kaip R.Navickienė, P.R.Stone, N. Minic, kurie kalbėdami apie nišinio turizmo plėtrą, argumentavo ne tik patirčių teorijomis, bet ir pagrindiniais turistų motyvais keliauti tamsiojo turizmo tikslais. Atlikus tyrimą, galima teigti, jog didžioji dalis respondentų ši turizmo rūšis motyvuoja keliauti tarp 25-45 metų, į būtent tokius tamsiojo turizmo išteklius, kuriuose buvo nutikę makabriški įvykiai, kurie sukeltų baimę, užuojautą. Taip pat remiantis tyrimo rezultatais, turistiniai tamsiojo turizmo objektai turi būti gerai iškomunikuoti, žinomi, jog pritrauktų potencialius produktų bei paslaugų vartotojus. Be to svarbu nepamiršti, kad dauguma turistų keliaujančių tamsiojo turizmo tikslais, ne tik nori patirti tam tikrus pojūčius, bet kartu keliauja ir švietimo, žinių tikslais, todėl vykdant tamsiojo turizmo plėtros politiką, remiantis N.Šeric, A.Mihanovic, A.Tolj (2020,p.328), J.J. Lennon ir M. Foley (2010) išsakytomis mintimis, jog šis produktas turi būti kuriamas sistemingai bei skirtas konkrečiai tamsiojo turizmo rūšiai, atitinkantys turistų norus. Empiriniame tyrime, tai ir išaiškėjo. Apibendrinant atlikto tyrimo duomenis, galima numatyti, jog Panevėžio mieste yra pakankamai tamsiojo turizmo išteklių bei respondentų nuomone, ši veiklos sritis turi perspektyvų kurtis bei plėtotis šiame regione. Komunikuojant ir bendradarbiaujant su Panevėžio mieste esančiu turizmo informacijos centru,

vietiniais gidais pradėjus kurti šio turizmo paslaugas tiksliniai rinkos auditorijai, būtų puiki galimybė pritraukti tamsiojo turizmo produkto vartotojus. Realiausiai įmanoma išnaudoti XX a. pabaigos gaujų žudynių vietas su kraupiomis istorijomis, organizuoti ekskursijas po apleistus Panevėžio mieste esančius pastatus ar vykdyti edukacinę veiklą esančiuose parkuose tamsiu paros metu, taip sukeltiant baimės jausmą, suteikiant žinių bei pramogą atvykstančiam turistui.

## IŠVADOS

1. Tamsiojo turizmo šakos atsiradimas pasaulinėje turizmo rinkoje, sukėlė XX. a. pabaigos fenomeną, siūlydami tam tikrai vartotojų grupei keliones, kurios yra susijusios su gamtinėmis, žmogaus sukeltomis katastrofomis, masinėmis žudynėmis, žmonių kankinimais, gyvybės praradimu. Tamsiojo turizmo ištekliai yra skirstomi spalvų spektru pagal savo daromą nematerialią vertę nuo tamsiausios spalvos iki šviesiausios: tamsiausių spalvų spektre esantys objektai dažniausiai yra labiau orientuoti į švietimą, didesnę įtaką turi politikos idealogijai, trumpesnis laiko atkarpa nuo buvusio įvykio bei dažnu atveju neturi įrengtos turizmo infrastruktūros. Tuo tarpu šviesesnėje spalvų spektre esantys objektai yra labiau pritaikyti atvykstantiesiems turistams, orientuoti į pramogas, komerciją, romantizmą. Vykdamas tamsiojo turizmo paslaugų plėtrą, panaudojus esamus vietinius išteklius, yra mažinamas sezoniškumas.

2. Šiuolaikiniam vartotojui tradicinės pažintinės ar poilsinės kelionės yra atsibodusios, todėl turizmo produktų organizatoriai imasi priemonių, kaip esam vartotojui pasiūlyti naują produktą ar paslaugą. Pagrindiniai tamsiojo turizmo produktų vartotojų motyvai keliaujant yra naujos, dar nepatirtos būsenos ieškojimas, nuotykių, adrenalinas, švietimo tikslai. Baigiamajame darbe atliktais tyrimais yra remiamasi, jog dažniausiai tamsiojo turizmo vartotojai yra jaunimas bei asmenys turintys aukštąjį išsilavinimą.

3. Baigiamajame darbe atlikus tyrimus, paaiškėjo, jog Panevėžio miestas turi pakankamą skaičių išteklių, galimybei plėtoti tamsiojo turizmo rūšį. 82 proc. tyrime dalyvavusių respondentų, pasisakė, jog keliautų į Panevėžio miestą aplankant tamsiojo turizmo objektus, jeigu ši paslauga būtų teikiama visuomenei. Kitą vertus, susiduriama su problema, jog esantys pagrindiniai tamsiojo turizmo objektai nėra unikalūs ar traukiantys akį turistams, todėl šiuo metu Panevėžio mieste nėra plėtojamas tamsusis turizmas. Didžiausią potencialą tamsiojo turizmo plėtrai turi apleistos gamyklos, dar iki šių dienų veikiantis moterų kalėjimas bei ekskursijų kūrimas apie Panevėžyje, XX a. pabaigoje veikusias gaujas bei jų nusikaltimus.

## REKOMENDACIJOS

1. Panevėžio mieste įsikūrusioms turizmo organizacijoms ar Panevėžyje veikiančiai turizmo plėtros agentūrai siekiant tamsiojo turizmo produktų plėtros bei norint pasiūlyti šiame mieste naują turizmo paslaugą, yra reikalinga susisiekti su apleistų pastatų, fabrikų savininkais. Objektų savininkams išreiškus norą prisidėti, bendradarbiaujant su turizmo veiklų organizatoriais Panevėžyje, sutvarkius praėjimus, padarius objektus saugiais, turizmo organizatoriai turėtų puikią galimybę vystyti šios unikalios turizmo rūšies plėtrą, pritraukiant vietinius ir tarptautinius turistus.

2. Panevėžyje dirbančioms turizmo agentūroms bendradarbiaujant su apleistų pastatų savininkais ar Panevėžio plėtros agentūrai parašius unikalų ir materialiai naudingą tamsiojo turizmo plėtros programą, ją teikti Panevėžio miesto savivaldybei, prašant finansinės paramos rekonstruojant apleistus pastatus, tuo pat metu, sutvarkius ir padarius objektus saugiais, jose pradėti kurti pridėtinę vertę teikiančias paslaugas, tokias kaip: įvairios meno instaliacijos, apžvalgos aikštelių atidarymas, renginių organizavimas.

3. Baigiamojo darbo metu, atliktuose tyrimuose buvo matomas žmonių susidomėjimas apie kraupias, XX a. pabaigoje veikusią gaujų ekskursijas. Siekiant tamsiojo turizmo plėtros, rekomenduojama remtis į vietinius, Panevėžio mieste dirbančius gidus, sukurti šios tematikos ekskursijas ir pristatyti miesto svečiams: vieni patirtų tam tikrą būseną, kadangi po šių įvykių yra praėję mažai laiko, kiti turistai, kurie siekia įgyti daugiau žinių, sužinotų apie Panevėžio miesto istorija po nepriklausomybės atgavimo.

4. Pritraukiant daugiau tikslinių vartotojų, Panevėžio mieste veikiančios turizmo įmonės galėtų organizuoti ne vien tik ekskursijas su istorijos tematiką, bet kartu tamsųjį turizmą pristatyti kaip pramogą ir organizuoti įvairias paslaugas, tokias kaip: paklaidinimai parke tamsiuoju paros metu, įrengti esamas slėptuves, bunkerius pažinimo tikslais, siūlant įvairius žaidimus, kurie sudomintų turizmo produkto vartotoją.



Kavaliauskaitė, V.(2023). *Tamsiojo turizmo produktų plėtros galimybės Panevėžio mieste* (magistro baigiamasis darbas). Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

## ANOTACIJA

Baigiamajame magistro darbe buvo išanalizuota tamsiojo turizmo plėtros galimybės Panevėžio mieste, nustatyti pagrindiniai vartotojų tikslai pasirinkus tokias keliones bei įvertintos galimybės teikti tamsiojo turizmo paslaugas Panevėžio mieste. Pasiiekti užsibrėžtus baigiamojo darbo tikslus, tam buvo naudojama mokslinės literatūros analizė, pasitelktas kokybinis (interviu) ir kiekybinis (vartotojų apklausa) tyrimas. Pirmojoje darbo dalyje buvo aptariama tamsiojo turizmo sąvoka, išteklių, vartotojų pagrindiniai tikslai renkantis tokio tipo keliones bei turistų patirti išgyvenimai lankantis tamsiojo turizmo objektuose. Antroje darbo dalyje buvo pristatomi pagrindiniai tamsiojo turizmo išteklių esantys Panevėžio mieste bei pristatyti tolimesniame darbe pasitelkti empiriniai kokybiniai ir kiekybiniai tyrimai. Trečiojoje dalyje buvo aprašyti magistro baigiamajame darbe atliktų tyrimų rezultatai, pateikiami respondentų, Panevėžio turizmo įmonėse dirbančių specialistų pagrindinės įžvalgos ir susisteminti duomenys. Remiantis gautais atsakymais, baigiamojo darbo pabaigoje buvo suformuluotos išvados ir Panevėžio miesto dirbantiems gidams, turizmo įmonėms, turizmo plėtros agentūrai bei savivaldybei pateiktos rekomendacijos siekiant tamsiojo turizmo produktų ir paslaugų plėtros Panevėžio mieste.

**Raktiniai žodžiai:** tamsusis turizmas, tamsiojo turizmo produktų plėtros galimybės, tamsiojo turizmo išteklių.

Kavaliauskaitė, V.(2023). *Opportunities for the development of dark tourism products in Panevėžys city* (master thesis). Vilnius: Mykolas Romeris University.

## **ANOTATION**

The final master's thesis investigates the development possibilities of dark tourism in the city of Panevėžys, the main goals of consumers choosing such trips as well as the possibilities of providing dark tourism services in the city of Panevėžys. To achieve the set aims of the thesis, scientific literature analysis, qualitative interviews and user survey research were used. The first part of the thesis discusses the concept of dark tourism, resources, user's main aims for choosing these types of travels as well as tourist experiences while visiting dark tourism destinations. In the second part of the thesis, the main resources of dark tourism in the city of Panevėžys were presented along with the empirical qualitative and quantitative studies later in the research. The last part of the thesis describes the results of the research, the respondents who participated as well as main insights of specialists working in Panevėžys tourism companies. Based on the results of the research, conclusions were formed at the end of the thesis. To develop dark tourism products and services in the city of Panevėžys, recommendations were provided to working guides of the city of Panevėžys, tourism companies, the tourism development agency, and the municipality.

Keywords: dark tourism, dark tourism product development opportunities, dark tourism resources

Kavaliauskaitė, V.(2023). *Tamsiojo turizmo produktų plėtros galimybės Panevėžio mieste* (magistro baigiamasis darbas). Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

## SANTRAUKA

Kiekvienais metais vis augant turistų skaičiui bei keičiantis turizmo paslaugų vartotojų poreikiams, turizmo įmonės yra bene priverstos ieškoti naujų alternatyvių produktų bei paslaugų, kurie patenkintų keliautojų poreikius. Kelionėms tapus prieinamam beveik kiekvienam vartotojui, įprastos pažintinės ar poilsinės kelionės tampa nebeįdomios, todėl yra ieškoma naujų kelionių rūšių. Viena iš tokių turizmo rūšių yra būtent tamsusis turizmas. Ši unikali bei nišinė turizmo šaka atsiradusi vos 20 a. pabaigoje, sulaukė daugybės keliautojų dėmesio ir kiekvienais metais šios turizmo šakos vartotojų skaičius didėja. Turizmo paslaugų vartotojai naudodamiesi šios turizmo rūšies paslaugomis siekia įgyti naujų žinių, patirti naują, nepaaiškinamą būseną ar tiesiog naudojasi pramogų tikslais.

Siekiant naujos turizmo rūšies plėtojimo regionuose, baigiamajame magistro darbe buvo išsikelta pagrindinė darbo problema, ar Panevėžio mieste yra galimybė plėtoti tamsiojo turizmo produktus ar paslaugas. Darbo tikslas: išanalizuoti tamsiojo turizmo produktų plėtros galimybes Panevėžio mieste. Darbo uždaviniai: išsiaiškinti teoriniu aspektu tamsiojo turizmo sampratą bei galimus išteklius kuriant naują tamsiojo turizmo produktą, aptarti pagrindinius vartotojų motyvus, renkantis keliauti tamsiojo turizmo tikslais, numatyti galimybę vykdyti tamsiojo turizmo produktų plėtrą Panevėžio mieste, bei pateikti mokslinės literatūros ir praktinio tyrimo išvadas bei rekomendacijas.

Darbo pirmojoje dalyje buvo atliekama mokslinių šaltinių analizė siekiant sužinoti tamsiojo turizmo sampratą, išteklius bei vartotojų pagrindinius tikslus renkantis tokio tipo keliones. Antrojoje darbo dalyje buvo pristatytas Panevėžio miestas ir jame esantys tamsiojo turizmo ištekliai, taip pat pristatyti empiriniai kiekybinis ir kokybinis tyrimas, kurie leido pasiekti darbe išsikeltų tikslų ir įvykdyti užduotis. Paskutinėje baigiamojo darbo dalyje buvo pateikiami susisteminti ir apdoroti respondentų bei ekspertų įžvalgos. Atlikus kiekybinį tyrimą, paaiškėjo, jog Panevėžio miestas turi potencialą plėtoti tamsiojo turizmo produktus, kadangi ši nišinė turizmo šaka domina vartotojus. Nors susiduriama su problema, jog ekspertų nuomone, Panevėžio miestas neturi itin unikalaus tamsiojo turizmo objekto, todėl abejoja šio turizmo nauda šiame mieste.

Manoma, jog ateityje ši nišinė turizmo šaka vis dar augs ir pritrauks dar daugiau tamsiojo turizmo produktų vartotojų, todėl siekiant tamsiojo turizmo plėtros Panevėžio mieste, didžiausią potencialą lankytojų srauto didėjimui turi įvairios apleistos nebeveikiančios gamyklos, šiuo metu vis dar vykdančios savo veiklą moterų kalėjimas, kraupių ekskursijų kūrimas ir pristatymas turistams apie XXa. pabaigoje vykusius nusikaltimus bei žiaurumus.

**Raktiniai žodžiai:** tamsusis turizmas, tamsiojo turizmo produktų plėtros galimybės, tamsiojo turizmo išteklių.

Kavaliauskaitė, V.(2023). *Opportunities for the development of dark tourism products in Panevėžys city* (master thesis). Vilnius: Mykolas Romeris University.

## SUMMARY

Every year the number of tourists keeps growing alongside with the changing tourism resource requirements. Tourism companies are forced to find new alternative products and services, which could satisfy travelers needs. While traveling has become more common for almost every traveler, common sightseeing and leisure trips are becoming duller, therefore new types of trips are being sought. One of those types is dark tourism. This unique and niche branch of tourism, appeared only in the end of the 20th century, has already attracted attention of many travelers and the number of consumers increases every year. Travelers are using dark tourism services to gain new knowledge, to sought different state of mind or simply use it for entertainment purposes.

To spread new type of tourism in Lithuania's regions, the main problem of this research was whether there is an opportunity to develop dark tourism products and services in the city of Panevėžys. The main aim of the research was to analyze the development possibilities of dark tourism products in Panevėžys. The objectives of the thesis were to clarify the theoretical aspects of dark tourism concept as well as possible resources for creating new products of dark tourism. To discuss main consumer motives when choosing to travel for the dark tourism purposes, to foresee the possibility of developing dark tourism products in Panevėžys city as well as to present scientific literature and practical research conclusions and recommendations.

The first part of the thesis focuses on scientific source analysis to determine dark tourism concept, resources and main user aims when choosing this type of travel. In the second part of the research, Panevėžys city and its dark tourism resources were presented along with empirical quantitative and qualitative research, which helped to achieve the main aims set in the thesis as well as accomplish objectives. Lastly the insights of the of the respondents and experts were processed and depicted. After conducting quantitative research, it was cleared that Panevėžys city has the potential to developed dark tourism products, since consumers are interested in this specific type of tourism. However according to experts, Panevėžys does not have any particularly unique dark tourism spots, therefore the benefits of this tourism in this city are doubtful.

It is believed that in the future this niche branch of tourism will still grow and attract even more dark tourism travelers. Therefore, to develop dark tourism in Panevėžys, the greatest potential spots for increasing the flow of visitors are abandoned and defunct factories, the currently still operating women's prison as well as creating and presenting horrifying tours about crimes and atrocities that took place during the end of 20th century.

Keywords: dark tourism, dark tourism product development opportunities, dark tourism resources

## LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Armaitienė, A., Laukšaitienė, A., Grecevičius, P. ir kt.(2009) *Aiškinamasis turizmo terminų žodynas: lietuvių ir anglų kalbomis*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.
2. Armaitienė, A., Zacharčenko, L.(2012). Regioninė turizmo politika Lietuvoje. *Tiltai*, 2(59), 47-56.
3. Barauskas, J.(2019). *Nusikalstamumo raida Panevėžio mieste*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
4. Beležentis, A., Žuromskaitė, B.(2016). *Turizmo vadyba. Tarptautinio turizmo administravimo įvadas*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
5. Bitinas, B., Rupšienė, L., Žydžiūnaitė, V.(2017). *Kokybinių tyrimų metodologija*. Klaipėda: S. Jokužio leidykla – spaustuvė.
6. Butkuvienė, G. Populiarėjantis tamsusis turizmas: pažinkite Lietuvos istoriją kitaip. Prieiga per internetą. <https://www.15min.lt/pasaulis-kiseneje/naujiena/per-lietuva/populiarejantis-tamsusis-turizmas-pazinkite-lietuvas-istorija-kitaip-642-991570>
7. Cheval, B., Maltagliati, S., Fessler, L. ir kt. (2022). *Physical effort biases the perceived pleasantness of neutral faces: A virtual reality study*. *Psychology of sport & exercise*. 1(63), 1-10. 102287.
8. Childs, C. (2016).Developing and managing dark tourism. Prieiga per internetą: <https://www.mytravelresearch.com/developing-and-managing-dark-tourism/>
9. Dark tourism explained: what, why and where. Prieiga per internetą: <https://tourismteacher.com/dark-tourism/>.
10. Dark tourism market overview (2022 to 2032). Prieiga per internetą: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/dark-tourism-sector-overview>
11. Dark tourism: harder, better, faster, darker. Prieiga per internetą: <https://hospitality-on.com/en/tourism/dark-tourism-harder-better-faster-darker>
12. Dark tourism: the demand for new experience. Prieiga per internetą: <https://www.tourism-review.com/dark-tourism-includes-various-niches-news10368>
13. Dark tourism: the demand for new experiences. Prieiga per internetą: <https://www.tourism-review.com/dark-tourism-includes-various-niches-news10368>
14. Dimitrovski, D., Lukovič, M., Senič, V.(2019). *Motives, obsessionwith death and behavioral intentions in dark tourism*. *TEME*. Kragujevac: University of Kragujevac. 18(2), 455-473.DOI:10:22190/TEME180119028D.
15. Dranseikaitė, L.(2021). Idėja Panevėžiui- mafijos muziejus. Prieiga per internetą: <https://sekunde.lt/leidinys/sekunde/duokles-baisiesiems-panevezio-laikams/>
16. Gaižauskaitė, I., Valavičienė, N. (2016).*Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

17. Girininkienė, V. (2017). Egzekucijos, arba galia gyviesiems. Prieiga per internetą: <https://literaturairmenas.lt/atmintis/vida-girininkiene-egzekucijos-arba-galia-gyviesiems>
18. Girininkienė, V. Egzekucijos, arba galia gyviesiems. Prieiga per internetą: <https://literaturairmenas.lt/atmintis/vida-girininkiene-egzekucijos-arba-galia-gyviesiems>
19. Gursoy, I.T, Koc, E.(2016). *Thanatorusim profile of Turkey*. International journal of social science. 1(48), 183-198. DOI:10.9761/JASS3570
20. Iliev, D. (2021). *Consumption, motivation and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis*. Tourism geographies. 23(5-6), 963-984. DOI:10,1080/14616688.2020.1722215.
21. Jakutytė, A., Kasparienė, J.(2020). *Išlikusių karinių bunkerių pritaikymas turizmo paslaugų plėtotei Lietuvoje*. Verslas, technologijos, biomedicina: inovacijų išvalgos 2020: straipsnių rinkinys.Klaipėda: Klaipėdos valstybinė kolegija, 1(11), 125-132. ISSN 2538-7383.
22. Kardelis, K. (2016). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.
23. Kardelis, K.(2002). Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. 2-asis pataisytas ir papildytas leidimas. Kaunas
24. Klapatauskaitė, S., Navickienė, R.(2014). *Klientų lojalumo formavimas alternatyviojo turizmo kontekste*. Laivalaikio tyrimai: elektroninis mokslo žurnalas,2(4). Kaunas: Lietuvos sporto universitetas.
25. Kriščiūnaitė, V., Pranskūnienė, R.(2020). *Tarp tamsiojo ir darniojo turizmo*. Regional. Formation and development studies, No. 2(31). Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas .
26. Kulevičius, S.(2019). Lietuvos malūnai. Prieiga per internetą: [http://malunai.lt/malunas.php?malunas\\_id=139#\\_edn28](http://malunai.lt/malunas.php?malunas_id=139#_edn28)
27. Lennon J.J., Foley M.(2000). *Dark tourism*. Cornwall
28. Levišauskas, E., Sinkevičius, E., Knyvienė,I. (2019). Turizmo įtaka Europos Sąjungos šalių ekonomikai. Verslo aktualijos būsimųjų specialistų požiūriu 2019. Kaunas.56-62.
29. Lewis, H., Schrier, T., Xu. S.(2021). *Dark tourism: motivation and visit intentions of tourists*. International Hospitality Review. 36(1), 107-123.
30. Lietuvos gyventojų genocido ir rezistencijos tyrimo centras .Žudynės prie Panevėžio cukraus fabriko. Prieiga per internetą: <http://www.genocid.lt/centras/lt/1375/a/>
31. Lietuvos Respublikos asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas. 2018m.birželio 30d. Nr. XIII-1426.
32. Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. 1998m. kovo 19d. Nr. VIII-667
33. Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism management*, (61). 275-301. DOI:10,1016



34. Magano, J., Fraiz-Brea, J. Leite, A. (2022). Dark tourists: profile, practices, motivations and wellbeing. *International journal environ res public health*. 19(19),. DOI:10.3390/IJERPH191912100.Prieiga per internetą: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9566811/>
35. Mandelazart, P., Johnston, T.(2019). Thanatoursim: case studies in travel to the dark side.*Tourism, Culture & communication*. 1(19), 77-82. 1098-304X/19
36. Mikalajūnaitė, S., Letinauskienė, I.(2017). *Juodojo turizmo vystymosi galimybės Lietuvoje*. Akademinio jaunimo siekiai: Ekonomikos, vadybos, teisės ir technologijų įžvalgos 2017. XIV-osios tarptautinės studentų mokslinės – metodinės KONFERENCIJOS STRAIPSNIŲ RINKINYS. Klaipėda: Lietuvos verslo kolegija.
37. Mikoliūnaitė, K. (2016). Apleisti, bet nepamiršti Panevėžio fabrikai. Prieigą per internetą: <http://www.universitetozurnalistas.kf.vu.lt/2016/11/apeisti-bet-nepamirsti-panevezio-fabrikai/>
38. Minic, N. (2012). *Development of „dark“tourism in the contemporary society*. *Journal of the Geographical institute Jovan Cvijic*. 62(3), 81-103. DOI:10,2298/IJGI1203081M.MI
39. Navickaitė, M.(2021). Tamsiojo turizmo turistinių maršrutų kūrimas: teorinė analizė. Klaipėda: Klaipėdos valstybinė kolegija. 362-370.
40. Navickienė, R. (2017).*Tamsiojo turizmo sampratos teoriniai aspektai*. Darni visuomenė: iššūkiai ir perspektyvos. Kaunas: Kolpingo kolegija. 71-79. ISSN 1648-1717.
41. Palera, T., Pareira, M., Limberg P.F.(2022). *Dark tourism: analysis of the relationship between motivations, experience, and benefits of visitors at Recoleta Cemetery, Argentina*. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. 16, 1-20. Prieiga per internetą: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/57Mrqj9y8LSrgn3G67cNktx/?format=pdf&lang=en>.
42. Powell, R., Kennell, J., Barton, C. (2018). *Dark cities: a dark toursim index for Europe’s tourism cities, based on the analysis of DMO websites*. *International journal of tourism cites*. 4(1), 1-43. DOI:10. 1108/IJTC-09-2017-0046.
43. Prekevičius, M. Adrenalino mėgėjai atranda tamsųjį turizmą. Prieiga per internetą: <http://www.naujasisgelupis.lt/?p=34739>
44. Reidas, R. Tamsusis turizmas. Čikagos aidas. Prieiga per internetą: <https://aidas.us/tamsusis-turizmas>
45. Rimkutė, E., Urbanavičius, S., Černiauskienė, A. (2019). *Tamsiojo turizmo koncepcija ir jos pritaikymas Kauno mieste ir rajone*. Verslo aktualijos būsimųjų specialistų požiūriu 2019. Kaunas. 324-328.
46. Rupšienė, L.(2007). *Kokybinio tyrimo duomenų rinkimo metodologija*. Klaipėda: Klaipėdos universitetas.

47. Sharpley, R., Stone, P.R.(2009). *The darker side of travel – the theory and practise of dark tourism*. Channel view publications.
48. Stakauskas, J. (2018). Baisioji naktis. Amžininkų atsiminimai apie Panevėžį. Prieiga per internetą: <https://paneveziokrastas.pavb.lt/objektai-faktai-zmones/panevezio-veido-delione/amzininku-atsiminimai-apie-panevezi/juozas-stakauskas-1915-m/>
49. Stone, P., Shapley, R.(2008) *Consuming dark tourism: a thanatological perspective*. Annals of Tourism Research. United Kingdom: University of Central Lancashire.35(2), 574-595.doi:10.1016/j.annals.2008.02.003
50. Stone, P.R.(2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions.Tourism: An Interdisciplinary International Journal, 54(2), 145-160. UDC:338.482.130.2.
51. Sustainable development. Prieiga per internetą: <https://www.unwto.org/sustainable-development>
52. Šeric, N., Michanovič, A., Tolj, A.(2020). *Model for the Development of a specialized Dark Tourist Produkt*. Transactions on Maritime Science, 9(2), 324-330. DOI:10.7225/toms.v09.n02.014
53. Tamsusis turizmas. Prieiga per internetą: <https://aidas.us/tamsusis-turizmas>
54. The definition of dark tourism. Prieiga per internetą: <https://www.culturaobscura.com/dark-tourism/>.
55. Tinson, J., Saren, M., Roth, B.(2015). *Exploring the role of dark tourism in the creation of national identity of young Americans*. Journal of Marketing Management, 31(7), 856-880. DOI:10.1180/026725X.2014.995207205. Exploring the role of dark tourism in the creation of national identity of young Americans: Journal of Marketing Management: Vol 31, No 7-8 (tandfonline.com)
56. Topskal, Y., Ekici, R.(2014). *Dark tourism as a type of special interest tourism: dark tourism potential of Turkey*. Akademik Turizm ve Yonetim Arasturmalan Dergisi. Antalya: Akdeniz Universityt,1(2), 325-330.
57. Vaižgauskaitė, J. Didžiausios gamtos katastrofos, nusiaubusios miestus. Prieiga per internetą: <https://www.bernardinai.lt/2010-01-21-didziausios-gamtos-katastrofos-nusiaubusios-miestus/>
58. Vaižgauskaitė, J. (2010). Didžiausios gamtos katastrofos, nusiaubusios miestus. Prieiga per internetą: <https://www.bernardinai.lt/2010-01-21-didziausios-gamtos-katastrofos-nusiaubusios-miestus/>
59. Visišškai slaptai: keliaujantiems po Lietuvą – šaltojo karo turizmo patirtys. Prieiga per internetą: <https://www.lithuania.travel/lt/news/visiskai-slaptai-keliaujantiems-po-lietuva-saltojo-karo-turizmo-patirtys>.

60. World economic forum (2023). How „dark tourism“ can pass on the lessons of past tragedies.  
Prieiga per internetą: <https://www.weforum.org/agenda/2023/03/dark-tourism-japan/>
61. Zinkevičiūtė, V., Kazlauskas, V., Birgelytė, A., Olberkytė, L.(2010). *Alternatyvaus turizmo Turkijoje problemos ir galimybės Lietuvos vartotojų požiūriu*. Verslo ir teisės aktualijos. Lietuva, 204-222. DOI“10.5200/1822-9530.2010.08
62. Žuromskaitė, B., Gražulis,V., Jagminas, J. (2016). *Turizmas: plėtra, iššūkiai, perspektyvos*. Vilnius: Registrų centras

## PRIEDAI

### 1 PRIEDAS. TAMSIOJO TURIZMO PLĖTROS GALIMYBIŲ PANEVĖŽIO MIESTE ANKETINĖ APKLAUSA

Gerbiami respondentai,

Esu Mykolo Romerio universiteto, magistro studijų, turizmo sektoriaus valdymo studentė Vaida Kavaliauskaitė. Kviečiu Jus išsakyti nuomonę, atsakant į anketos klausimus apie tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste. Apklausa yra anoniminė, todėl niekur nereikia pateikti savo vardo, pavardės ar kitaip asmens tapatybę indentifikuojančios informacijos. Tyrimo duomenys bus apdoroti paisant tyrimo etikos pagrindinių principų ir bus panaudoti tik apibendrinti. Turint kokių nors klausimų kreiptis telefonu: +37065391478

1. Jūsų lytis

- a) Moteris
- b) Vyras

2. Jūsų amžius

- a) Iki 18 m.
- b) 19-24
- c) 25-45
- d) 45-60
- e) 61 ir daugiau

3. Jūsų išsilavinimas:

- a) Nebaigtas vidurinis išsilavinimas
- b) Vidurinis išsilavinimas
- c) Profesinis išsilavinimas
- d) Profesinis aukštasis bakalauras
- e) Universitetinis aukštasis bakalauras
- f) Nebaigtas aukštasis išsilavinimas
- g) Studijuoju
- h) Kita

4. Kokie iš išvardintų veiklų Jums asocijuojasi su tamsiuoju turizmu? ( keli galimi variantai)

- a) Kapinių lankymas
- b) Memorialų lankymas

- c) Kraupios ekskursijos (paklaidinimai miške, siaubo istorijų pasakojimas, požemių ekskursijos ir pan.)
- d) Kalėjimų, lagerių, koncentracijos stovyklų lankymas
- e) Apleistų namų, lignoninių, fabriku, griuvėsių lankymas
- f) Kita

5. Kokias tamsiojo turizmo paslaugas esate išbandę? ( keli atsakymų variantai)

- a) Kapinių lankymą
- b) Memorialų lankymą
- c) Kraupių istorijų ekskursijas
- d) Kalėjimų, lagerių, bunkerių, koncentracijos stovyklų lankymas
- e) Paklaidinimą miške
- f) Vietas, kur įvyko natūralios gamtinės katastrofos (Pompėjos miesto lankymas ir t.t.)
- g) Vietas, kur įvyko žmogaus sukeltos katastrofos ( pvz: Černobilio atominė elektrinė ir t.t)
- h) Siaubo kambarius
- i) Kita

6. Kokiais tikslais lankėtės tamsiojo turizmo objektuose? (keli atsakymo variantai)

- a) Asmeninis ryšys su lankoma vietove
- b) Noras pažinti lankoma vietą
- c) Noras patirti tam tikrus išgyvenimus
- d) Potraukis siaubui
- e) Švietimo tikslais
- f) Kita

7. Lankydamiesi tamsiojo turizmo tikslais, įvertinkite nuo 1 iki 5 (1 – labai silpnai, 5 labai stipriai) kokius jausmus patyrėte.

	1-labai silpnai	2-silpnai	3-vidutiniškai	4-stipriai	5-labai stipriai
Vidinį skausmą					
Ilgesį					
Nerimą					
Mirties supratimą					
Gyvenimo trapumą					
Užuojautą					
Liūdesį					
Baimę					

8. Kaip esate susijęs/usi su Panevėžio miestu?
  - a) Panevėžyje gimiau
  - b) Panevėžyje mokiausi ir baigiau vidurinę mokyklą
  - c) Panevėžyje gyvenu
  - d) Panevėžyje studijavau/studijuoju
  - e) Su Panevėžio miestu sieja darbiniai santykiai, bet čia negyvenu
  - f) Lankausi renginių metu/ pas draugus
  - g) Kita.
  
9. Jūsų nuomone, ar Panevėžyje yra pakankamas skaičius turizmo išteklių/ objektų, kurie leistų vystyti tamsųjį turizmą? (atviras klausimas)
  
10. Jūsų nuomone, kuriai tikslinei auditorijai (pvz.: senjorams, moksleiviams, istorijos mylėtojams) tamsusis turizmas Panevėžio mieste būtų įdomiausias?
  
11. Ar kuriant tamsiojo turizmo produktus Panevėžyje yra svarbi objekto lokacija ?
  - a) Taip, labai svarbi
  - b) Vidutiniškai svarbi
  - c) Visiškai nesvarbi
  
12. Kaip manote ar Panevėžio turizmo informacijos centras (VŠĮ Panevėžio plėtros agentūra „PanevėžysNow“) suteikia pakankamai informacijos apie naujus turizmo produktus?
  - a) Taip, pakankamai
  - b) Vidutiniškai
  - c) Ne, nepakankamai
  
13. Kaip manote, ar tamsusis turizmas būtų naudingas siekiant plėtoti atvykstamąjį bei vietinį turizmą Panevėžyje?
  - a) Taip, labai naudingas
  - b) Vidutiniškai naudingas
  - c) Visiškai nenaudingas
  
14. Kokių tamsiojo turizmo paslaugų norėtumėte išbandyti Panevėžyje? ( keli atsakymų variantai)
  - a) Paklaidinimų parkuose/miškuose
  - b) Siaubo kambarių
  - c) Kraupių ekskursijų, kurių metu pasakotų apie įvairius nusikaltimus, įvykius Panevėžyje
  - d) Ekskursijas po kapines
  - e) Memorialinių paminklų lankymą.
  - f) Kita
  
15. Ar vyktumėte į Panevėžio miesto tamsiojo turizmo tikslais?
  - d) Taip

e) Ne

## 2 PRIEDAS: INTERVIU KLAUSIMAI

Laba diena,

Esu Mykolo Romerio universiteto, turizmo sektoriaus valdymo programos, magistro 2 kurso studentė Vaida Kavaliauskaitė ir aš atlieku tyrimą apie tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste. Tyrimo tikslas įvertinti tamsiojo turizmo plėtros galimybes Panevėžio mieste. Maloniai kviečiame atsakyti į klausimus.

1. Kaip manote, ar Panevėžio miestas turi pakankamai tamsiojo turizmo išteklių?
2. Ar galėtumėte išvardinti, kokie Jūsų nuomone būtų įmantriausi ir turistams patraukliausi tamsiojo turizmo objektai esantys Panevėžyje?
3. Kaip manote, ar specializuotos ekskursijos po apleistus pastatus, kapines, būtų įdomūs atvykstantiems į Panevėžį turistams?
4. Jūsų nuomone, ar prie tamsiojo turizmo plėtros prisidėtų Panevėžio miesto savivaldybė gerindama išteklių infrastruktūrą?
5. Kaip manote, ar kitos turizmo organizacijos įsitrauktų prie tamsiojo turizmo produktų kūrimo bei jo plėtojimo?
6. Tamsusis turizmas yra viena iš alternatyvių turizmo šakų, kurio potencialas plėsti šiuo metu vis auga. Jūsų nuomone, Panevėžio miestas pradėdamas kurti šio turizmo produktus, pritrauktų daugiau turistų?
7. Kaip manote, kokiais vidiniais motyvais turistai lankytusi tamsiojo turizmo objektuose Panevėžyje? T.y. noras patirti naują, nepatirtą būseną, susitikti „akys į akį“ su mirtimi, domėjimasis kultūra ir pan.?
8. Kokios priežastys Jūsų nuomone, neleido ankščiau plėtoti tamsiojo turizmo Panevėžyje?
9. Jūsų nuomone, ko dar trūksta Panevėžio mieste, norint plėtoti tamsųjį turizmą?



### 3 PRIEDAS INTERVIU PROTOKOLAI

Interviu protokolas Nr.1

Informanto kodas:G1

2023-03-02

#### 1. Kaip manote, ar Panevėžio miestas turi pakankamai tamsiojo turizmo išteklių?

Klausimas labai bendras, mano atsakymas būtų, pakankamai aš nežinau, manau čia jūsų baigiamasis darbas atsakys, ar pakankamai po tyrimų, tai mano atsakymas negali būti kažkokia išvada, apie tai nebuvo galvojusi, iš tikro nežinau ar esu tinkamas respondentas, nes būtent šito turizmo labiausiai ir nemėgstu, ir vengiu labai atsargiai. Tai nežinau, tokiam turizme nesilankiau, nes tiesiog va būtent esu iš tokių žmonių, kurie nesirinktų tokio turizmo. Tai būčiau tiesiog toks žmogus, kuriam nepatinka, sakykim. Aš manau, kad keletas bent jau greit ateina į galvą. Aišku, visu pirma, tai susiję su mūsų pirmuoju dešimtmečiu atkurtos Lietuvos, tai manau būtų galima ieškoti vietų, kurios yra paženklintos būtent vadinamu Panevėžio Čikagos įvykius, iš tulpinių siautėjimo, kitų grupuočių siautėjimu, kadangi atskirai kažkaip nesidomėjau, tai nežinau. Kiek žinau, yra rajone jų rūmai, kur buvo nušauta Sareika, kur buvo kažkoks sudegintas, bandyta pasipriešinti, tai manau tokių vietų surasti tikrai galima, bet apie jų kiekį ir kiek jo dabar gali būti panaudota turizmui, tikrai neatsakysiu. Kitas dalykas, kas ateina į galvą, būtų toks dalykas kaip yra būtent bolševikų kankynės, tai mes turim kai Panevėžyje buvo žiauriai nužudyti medikai, ir mes juos būtent 1941 metais besitraukiant būtent šitiems vokiečiams birželio mėnesį. Dabar yra ekspozicija, kraštotyros muziejaus rūsyje, nes būtent tame rūsyje, buvo apklausa visom policijom ir NKVD, o po to nužudyti. Tokia vieta yra. Dabar ten yra įrengta ekspozicija ir gali žmonės ten apsilankyti. Toliau yra sušaudymo vietos, kur buvo sušaudyti žmonės irgi besitraukiant bolševikams prie cukraus fabriko, yra žydų kankinimo, žudymo vietos aplink Panevėžį, yra getas, tame gete jie kalėjo, na kaip getas, ten yra rajonas, rajonas, kuris buvo tuo metu aptvertas ir paskelbtas, žodžiu, jog vietiniai ten vaikščiotų, taip pat atvežami žydai, paskui jie iš ten iškeliavo. Ten jie tiesiogiai nebuvo žudomi, bet prieš mirtį jie ten buvo. Daugiau taip greit kažko nesugalvoju. Ankščiau buvo idėja daryti mafijos muziejų, su gaujomis susijusį, visada turistų klausiu šito dalyko, kai kalbu apie Sereiką, apie Panevėžio Čikagos laikotarpį, tai klausiu kaip jie galvoja, ar tai būtų įdomu, ar tai dar skauda žmonėms, kalbėti ir daryti kažką, tai vieni taip galvoja, kiti kitaip, nes aš pati pasirinkusi būdą pakalbėti apie tą laikotarpį, mėgstu pati jų paklausti, nors pasakoti labai nesinori, nes kaip ir minėjau, neesu mėgėja pasakoti apie kažkokias žudynes ar kažkokių kitų baisybių, bet aišku, tai buvo visai kitas dalykas, suprantu, čia tas tamsusis turizmas nedaro kažkokio šou iš to dalyko, jis daugiau eina per pagarbą daugiau. Tai tiek, nežinau ar atsakiau į jūsų klausimą.

**2. Ar galėtumėte išvardinti, kokie Jūsų nuomone būtų įmantriausi ir turistams patraukliausi tamsiojo turizmo objektai esantys Panevėžyje?**

Manau į šį klausimą atsakiau iš karto pirmajame klausime. Kad objektai būtų, tai nežinau, šiaip man asmeniškai, nežinau ar tai yra susiję su mirtimi, bet prie temos labai mėgstu senasias Panevėžio kapines, bet jose daugiau šviesūs dalykai yra, nes tu kalbi apie žmones, kurie buvo, ką jie darė, ką galėjo pakeist. Nes manau, mūsų senosios kapinės yra ypatingos, labai gražios, ir ten yra įdomių tų liuteronų kapų, na ir žinoma Kristaus Karaliaus kapinės, ten irgi yra daug visokiausių istorijų, visokių asmenybių, tai ten manau įdomiai galima sugalvoti. Aš neesu ekspertė, bet tikrai būna, prieina, paskaito kažką ten, prieini prie to kapo, kaip čia kažkas juokavo, Vilniuje gidai turi ekskursijas po kapines, apie moteris žymias, vedžioja po miestą, aprodo namus, kur jos gyveno ar kūrė, ar po žymius vyrus, kurie yra Bernardinų kapinėse. Tai čia iš tos serijos.

**3. Kaip manote, ar specializuotos ekskursijos po apleistus pastatus, kapines, memorialus būtų įdomūs atvykstantiems į Panevėžį turistams?**

Įdomu būtų tikrai, vis galvoju būtų įdomu tie apleisti pastatai, tik tiek, kad pas mus visi jie praktiškai yra apgriuvę. Praktiškai, kas yra įdomu žmogui, atvažiavusiam, tai pamatyti griūvantį mūsų konservų fabriką, kaip tik čia vaikštau išėjus iš darbo prie jo, kad pakalbėti, tai kas pamato, visi nori įeiti į jį, bet tai yra zona, kur nėra leidžiama įeiti, nes čia pavojinga ir t.t. Įdomu būtų ir pvz.: labai būtų idomu visiems nueiti į cukraus fabriko apleistus pastatus, kurie dabar yra uždaryti, bet tikrai yra įdomus, bet irgi mes ten negalim niekaip patekti, tai galbūt kiti fabrikai kažkokie galėtų būti, dabar greit pagalvojau būtent apie šitas vietas. Yra dar tų slėptuvių pas mus Panevėžyje, fabrikai turi, perteikia per festivalį „perkrova“, kuri turime, ten kažkokią vieną slėptuvę. Kiek tos slėptuvės yra įdomu, tai nežinau, man žiauriai neįdomu, bet jeigu kažkam įdomu, galbūt.

**4. Jūsų nuomone, ar prie tamsiojo turizmo plėtros prisidėtų Panevėžio miesto savivaldybė gerindama išteklių infrastruktūrą?**

Taip.

**5. Kaip manote, ar kitos turizmo organizacijos įsitrauktų prie tamsiojo turizmo produktų kūrimo bei jo plėtojimo?**

Tai jeigu jos prisidėtų, tai ir prisidėtų, jeigu jos kažkaip padarytų pastatus, vietas prieinamas, sukurtu lankymui palankias sąlygas, tai be abejo prisidėtų. Čia bet kas, ką padarytų, tas ir prisidėtų, o bet ar jie gali ir nori, čia kiti dalykai, tai aš nežinau, negaliu pasakyti.

**6. Tamsusis turizmas yra viena iš alternatyvių turizmo šakų, kurio potencialas plėsti šiuo metu vis augs. Jūsų nuomone, Panevėžio miestas pradėdamas kurti šio turizmo produktus, pritrauktų daugiau turistų?**

Nežinau, čia ne mano sritis. Iš tikrųjų, Panevėžys pamažu populiarėja, ir kiti žmonės ieško alternatyvų, nes vien tik bokštų lankymas, manau, kad pritrauktų, jaunimą galbūt labiau, dar kažką, nežinau, kažkokį kitą segmentą, nes vis tiek yra žmonės, kurie besidominantys tokių dalyku, lanko, tai manau atvažiuotų.

**7. Kaip manote, kokiais vidiniais motyvais turistai lankytusi tamsiojo turizmo objektuose Panevėžyje? T.y. noras patirti naują, nepatirtą būseną, susitikti „akys į akį“ su mirtimi, domėjimasis kultūra ir pan.?**

Tiems, kuriems būtų įdomus vienas ar kitas laikotarpis istorinis, tai jeigu tai bus objektai susiję kažkuo, jiems bus patogiu atvažiuoti, tai yra tokių žmonių, kuriems yra viskas įdomu. Tarkim vakar va turėjau pora žmonių, kurie atvykę iš Šiaulių ir jiems viskas buvo įdomu, kiekvienas kampas, bet kuris dalykas Panevėžyje. Tai, vietoj 1 val. pravaikščiojom 3 val. ir dar paskui turėjau bėgti atsisveikinant. Buvo įdomu žmonėms, va jei jie domisi, visur jiems būna įdomu. Tai tokie žmonės, jie važiuos visais atvejais. Jie ir dabar aplanko tas vietas, nes jie būna pasiskaitę, pasidomėję, suradę, bando įlysti į tuos fabrikus, būna apeina ir tą cukraus fabriką, pro langus pasižiūri. Na ta prasme taip. Tai ką jūs prieš tai paminėjote, organizatoriai eina tuo keliu, kad bando pritraukti, kad būtų žmonėms manau smagu ir naujas potyris, galvoju apie tai, kad galbūt, jaunimas, kuriems būtent kultūra nėra tiek daug įdomi, kuriems klausytis pasakojimų kažkokių nelabai nori ir jiems neįdomūs tie dalykai, jie pasižiūri kovinius filmus ar nežinau ko, nes jeigu juos kuria, ar siaubo filmus, kur žiūri, tai gal va šitiems žmonėms tokia turizmo rūšis yra įdomi, aš labai sunkiai galiu apie tai atsakyti, nes pati esu kitoks žmogus.

**8. Kokios priežastys, Jūsų nuomone, neleido anksčiau plėtoti tamsiojo turizmo Panevėžyje?**

Priežastys? Kokios priežastys, tai arba kažkas yra daroma, arba nedaroma, na tai tiesiog nedaroma. Turizmas išvis nelabai plėtojamas. Na kažkaip dabar čia yra sugalvotas pramoninis turizmas, bet jis daugiau „pjarinis“, negu koks iš tikrųjų yra.

**9. Jūsų nuomone, ko dar trūksta Panevėžio mieste, norint plėtoti tamsųjį turizmą?**

Manau, trūksta daugiau restoranų, kadangi pabaigę ekskursija, žmonės nori pasiimti kavos, pavalgyti vietinių patiekalų, kuriuos turime.

2023-03-10

**1. Kaip manote, ar Panevėžio miestas turi pakankamai tamsiojo turizmo išteklių?**

Taip, tai, kad Panevėžio miestas turi tamsiojo turizmo išteklių, tai tikrai tiesa. Apskritai mūsų nuomone kiekvienas miestas turi tamsiojo turizmo išteklių, tikrai bet kur galima surasti. Jeigu mes skaitom ir kapines, ir apleisti objektai, ir kažkokie griuvėsiai yra, bet vien turtint tamsiojo turizmo objektą nepakanka. Tai atsakant į šį klausimą, taip, mes turim, bet ar to užtenka, kad mes vadintume kažkokiu tamsiojo turizmo traukos objektu, jau būtų kitas klausimas.

**2. Ar galėtumėte išvardinti, kokie Jūsų nuomone būtų įmantriausi ir turistams patraukliausi tamsiojo turizmo objektai esantys Panevėžyje?**

Man iš karto į galvą šauna mūsų buvusi ekrano gamyklos teritorija, nežinau ar girdėjot, prieš 1,5 metų tenai taip po gi buvo atidaryta paroda. Apskirtai, Panevėžys jau pora metų vysto pramoninį turizmą, kas iš tikrųjų yra atšaka ir tamsiojo turizmo, nes su pramone ateina ir tamsusis turizmas, t.y. tai gali būti kažkokie apleisti fabrikai, kažkokio ten nelabai jaukios fabrikų istorijos, tai mes kaip suprantame Panevėžyje šita atšaka kartu su pramonės turizmu yra vystoma kaip tamsiojo turizmo. Tai dabar pavyzdys, kai prieš 1,5 metų, mes surengėme, ne mes, bet kartu su partneriais surengėme meninę instaliaciją po atviru dangumi, tenai buvo ant įvairių ekrano gamyklos pastatų ir nutapytos įvairios freskos, kurios pasakoja tenai istorija žmonių, kurie ten dirbo, tenai gyveno Panevėžyje, tai iš dalies tai ir tapo tamsiojo, pramoninio turizmo traukos objektu. Tai šita va būtent norėčiau išskirti kaip numerį 1, kuris turi didžiausią potencialą Panevėžyje pritraukti turistus. Tuomet, kas dar potencialo turėtų Panevėžyje, tai turime porą bunkerių, kurie dar nėra įgalinti turizmo reikmėms, jie egzistuoja, bet jie nėra atviri ir nekviečia žmonių užėiti, tai manau labai faina, jeigu ateityje tai kada nors išsipildytų. Tuomet Panevėžys turi nemažai žydų žudynių vietų, getų, kur irgi iš tikrųjų kurie irgi turi traukos iš tamsiojo turizmo temos, kur liūdesys ir istorija įsipina. Tuomet aš dar atsakant į šį klausimą ilgai galvojau, kur čia tik svajonės, bet tarkim jeigu kartais mūsų moterų kalėjimas išsikraustytų, tai tada mes turėtume pačią geriausią tamsiojo turizmo traukos objektą. Nes ten centre Panevėžio moterų kalėjimas, panašiai kaip Lukiškių. Jo, tai čia tokia svajonė iš tikrųjų, nes ir toks pastatas gražus ir tokioj tobuloje vietoje, tai tikrai turistai plūstu čia.

**3. Kaip manote, ar specializuotos ekskursijos po apleistus pastatus, kapines, memorialus būtų įdomūs atvykstantiems į Panevėžį turistams?**

Kaip ir atsakiau antrame klausime, bet dar galiu praplėsti, noriu pasakyti, kad man ši turizmo šaka yra nišinė, nes iš tikrųjų žmonės tai traukia, bet, kad žmones mes pritrauktume reikia turėti super išskirtinį kažkokį ar unikalų objektą, ir atsakant į šį klausimą, taip įsivaizduoju, kad vien tik tai turas po griuvėsius ar kaip jūsų minėtas kapinės nebūtų pakankamai, tam, kad žmogus atvažiuotu iš kito miesto, nes kapinės yra visur, griuvėsiai yra visur, tai nemanau, kad tai yra pakankamai unikalų, kad žmonės važiuotu didžiausiais srautais.

**4. Jūsų nuomone, ar prie tamsiojo turizmo plėtros prisidėtų Panevėžio miesto savivaldybė gerindama išteklių infrastruktūrą?**

Čia labai sudėtingas klausimas, nes turizmo plėtros projektai yra rašomi labai į priekį ir norint pakeisti kryptį, jie reikalauja labai daug ir jėgų, ir naujų projektų, ir planavimo, strategavimo, apskirtai, norint tokius tamsiojo turizmo objektus, tarkim kaip pavyzdį aš galiu pateikti ekrano gamyklos teritoriją, kurioje yra begalės baisių, kraupių pastatų, kurie tikrai gali būti įdomus, kur galima lipti ir ant stogų, atsiveria gražiausios panoramos, galima įeiti į vidų, ten iki šiol mašinos, kuriomis buvo gaminama, ar ten patys ekranai, kažkas, viskas yra įmanoma, tik tiek, kad iš esmės tai reikalautų labai daug investicijų, nes ta objektą reikėtų sutvarkyti, tą objektą reikėtų paruošti, reikėtų užtikrinti žmonių saugumą, negalime leisti kažkokį jau apgriuvusį griuvėsi, nors žmonėms tai yra įdomu, bet visu pirma savivaldybė mąstytų apie saugą ir aišku jeigu ateityje matytume poreikį, matytume, kad tai yra įdomu ir pan., aš manau, kad parašius „faina“ projektą, savivaldybė prisidėtų. Sakau, tai yra labai ilgalaikė perspektyva, žiauriai daug ko reikalaujantis sprendimas.

**5. Kaip manote, ar kitos turizmo organizacijos įsitrauktų prie tamsiojo turizmo produktų kūrimo bei jo plėtojimo?**

Aš iš tikrųjų manau, kas labiausiai prisidėtų prie tamsiojo turizmo, tai tų objektų savininkai, kuriems priklauso tas objektas ir kurie iš tikrųjų realiai gautų tokią pirminę ar galbūt didžiausią naudą ir nežinau kiek aktualu būtų aplinkiniams verslams kaip kavinėms. Šiuo atveju mieste nelabai įsivaizduočiau, kodėl jom būtų aktualu ten investuoti ar kažką pan., bet aišku, kavinė egzistuojanti šalia tamsiojo turizmo objekto galbūt ir pasipelnytų, kadangi pas ją užsuktų turistai atsigerti kavos, bet tiesiogiai kaip ji galėtų prisidėti prie projekto, tai nelabai įsivaizduočiau. Ką matau dabar kaip numerį 1, tai privatinius, kuriems ir priklauso ta teritorija, kurie galėtų padaryti žiauriai faina projektą.

**6. Tamsusis turizmas yra viena iš alternatyvių turizmo šakų, kurio potencialas plėsti šiuo metu vis augs. Jūsų nuomone, Panevėžio miestas pradėdamas kurti šio turizmo produktus, pritrauktų daugiau turistų?**

Aš neesu tikra, ar tamsiojo turizmo objektų atvėrimas Panevėžyje sukeltų perversmą, nes tai kaip ir minėjau, jog tai yra labai nišinis turizmas, kuris negeneruoja masinių turizmo srautų, net jeigu ir atvėrus pas mus čia kažkokį įdomu labai pramonės objektą. Na, iš tikrųjų moterų kalėjimas manau padarytų perversmą, tada jau būtų reikalų, bet atvėrus kažkokį kapinių turą, bažnyčios rūsius, bunkerį, aš nemanau, kad tai drastiškai atsispindėtų grįžtamoje turizmo statistikoje.

**7. Kaip manote, kokiais vidiniais motyvais turistai lankytusi tamsiojo turizmo objektuose Panevėžyje? T.y. noras patirti naują, nepatirtą būseną, susitikti „akys į akį“ su mirtimi, domėjimasis kultūra ir pan.?**

Tai, aš įsivaizduoju, jog ilgą laiką kelionės vietinės ar išvykstamos pasidarė prieinamos didžiamajai, plačiam visuomenės daliai, ir žmonės iš tikrųjų dabar pakankamai keliaudami ieško netradicinių būdų, kažkokių įdomesnių būdų, nematytų būdų, iš to ir išplaukia tokia niša, kur patirti kažką naujo, netikėto, kur dar galbūt ne tiek daug ir buvę, kaip pavyzdys tarkim Ignalinos atominė elektrinė, ta pati elektrinė Ukrainoje. Manau, tai tiesiog noras aštresnių pojūčių, adrenalino noras, taip po gi žmonės, kurie domisi tamsiuoju turizmu, neretai būna labai išsilavinę, juos domina istorija, jie labai nori kažkokių sąsajų su objektu, su to krašto istorija, su ta pačia pramone, tai dar kartą pasikartosiu, jog tai manau yra labai nišinė šaka, pritraukianti vyresnį ir galbūt išsilavinusį turistą.

**8. Kokios priežastys, Jūsų nuomone, neleido anksčiau plėtoti tamsiojo turizmo Panevėžyje?**

Aš taip įsivaizduoju, kad jeigu Panevėžys turėtų labai unikalų tamsiojo turizmo objektą, tai jau būtų savaime įvykę, kaip tarkim Žemaitijoje esanti požeminė raketų bazė. Kai yra toks objektas, mes galime pritraukti ir mes žinome, ką su juo darysime. Panevėžyje tokio objekto nėra. Tai manau gaunasi savaime suprantama, kad Panevėžys nuėjo kita linkme, negu tamsiojo turizmo miestas. Iš kitos pusės, vėl gi pasikartojant, nemanau, kad tamsusis turizmas vien tik tamsiojo turizmo kryptis Panevėžyje pritrauktų didžiulius turistų srautus ir pagerintų tą statistiką, paaukštintų skaičius, juos padidintų, nepadarytų didesniais, negu yra dabar. Tai manau, numeris vienas unikalaus ir labai stipraus, tokio išskirtinio objekto nebuvimas mieste.

**9. Jūsų nuomone, ko dar trūksta Panevėžio mieste, norint plėtoti tamsųjį turizmą?**

Aš manau viskas sueina į tą patį klausimą, nes kaip ir minėjau, galime mes jį plėtoti, pilna čia tų griuvėsių, kapinių ir visokių kitų dalykų, bet ar tiesiog ar tai būtų unikalų ir įdomu – abejočiau. Tai tas pats atsakymas kaip ir prieš tai atsakiau, tai vieno arba kelių objektų trūkumas.

2023-03-13

**1. Kaip manote, ar Panevėžio miestas turi pakankamai tamsiojo turizmo išteklių?**

Matot, šiame klausime esminis akcentas yra pakankamai, nežinau, kas yra pakankamai. Kad suformuluoti ekskursiją, manau, kad pakankamai, bet kas yra pakankamai, tai man toks nėra labai aiškus. Ar čia turi būti daug kapų, ar daug kažko ir kiek daugiau negu kitose miestuose. Na, bet manau užtenka Panevėžyje tų griuvėsių, jų pilna.

**2. Ar galėtumėte išvardinti, kokie Jūsų nuomone būtų įmantriausi ir turistams patraukliausi tamsiojo turizmo objektai esantys Panevėžyje?**

Na, nežinau, ką reiškia įmantriausi: ar stilistiškai, ar estetiškai. Šiaip plačiausiai ir daugiausia temų kuriuose yra tai būtų kapinės, o tokie kurie labiau kurioziniai, tai tikriausiai susiję su nusikaltimais susijusios vietos, moterų kalėjimas, įvairūs pasakojimai tiek vyrų, tiek moterų, ir tikriausiai tai, kas susiję su tulpiniais, tokios vietos. Tai nelabai žinau, kur jie ten šaudėsi, manau, kad šitos vietos.

**3. Kaip manote, ar specializuotos ekskursijos po apleistus pastatus, kapines, memorialus būtų įdomūs atvykstantiems į Panevėžį turistams?**

Na žinokit, sunku pasakyti, aš žinokit asmeniškai tikrai niekad nevykčiau į tokią ekskursiją, bet žmonių visokių yra, ir keistų tame tarpe. Gal, nežinau, sunku atsakyti.

**4. Jūsų nuomone, ar prie tamsiojo turizmo plėtros prisidėtų Panevėžio miesto savivaldybė gerindama išteklių infrastruktūrą?**

Na, nežinau ar savivaldybė turėtų prisidėti. Manau, apleistų pastatų savininkai turėtų labiau. Savivaldybė galėtų prisidėti padarydama rodykles kapinėse.

**5. Kaip manote, ar kitos turizmo organizacijos įsitrauktų prie tamsiojo turizmo produktų kūrimo bei jo plėtojimo?**

Sunku pasakyti, jeigu ten pasirodytų pelninga, tai gal kokie turizmo vadovai imtusi organizuoti. Nėra labai daug Panevėžyje turizmo organizavimo įmonių, tik atskiri gidai, jei kas užsiimtų, tai užsiimtų.

**6. Tamsusis turizmas yra viena iš alternatyvių turizmo šakų, kurio potencialas plėsti šiuo metu vis augs. Jūsų nuomone, Panevėžio miestas pradėdamas kurti šio turizmo produktus, pritrauktų daugiau turistų?**

Na kažkokį sektorių gal ir pritrauktų, bet kadangi Panevėžyje tų turistų beveik nėra, gal kažką pritrauktų. Sunku pasakyti. Kažkokį siaurą grupę.

**7. Kaip manote, kokiais vidiniais motyvais turistai lankytusi tamsiojo turizmo objektuose Panevėžyje? T.y. noras patirti naują, nepatirtą būseną, susitikti „akys į akį“ su mirtimi, domėjimasis kultūra ir pan.?**

Čia jau suprantate, tokie psichologiniai klausimai, manau nuobodumas, bėgimas nuo nuobodulio, jeigu yra toks dalykas, dar galbūt noras patirti tam tikras smurto apraiškas, ko gyvenime žmonės šiaip sau normaliai retai kada tiesiogiai susiduria, tai gal čia toks nepatenkintas noras susidurti su smurtu.

**8. Kokios priežastys, Jūsų nuomone, neleido anksčiau plėtoti tamsiojo turizmo Panevėžyje?**

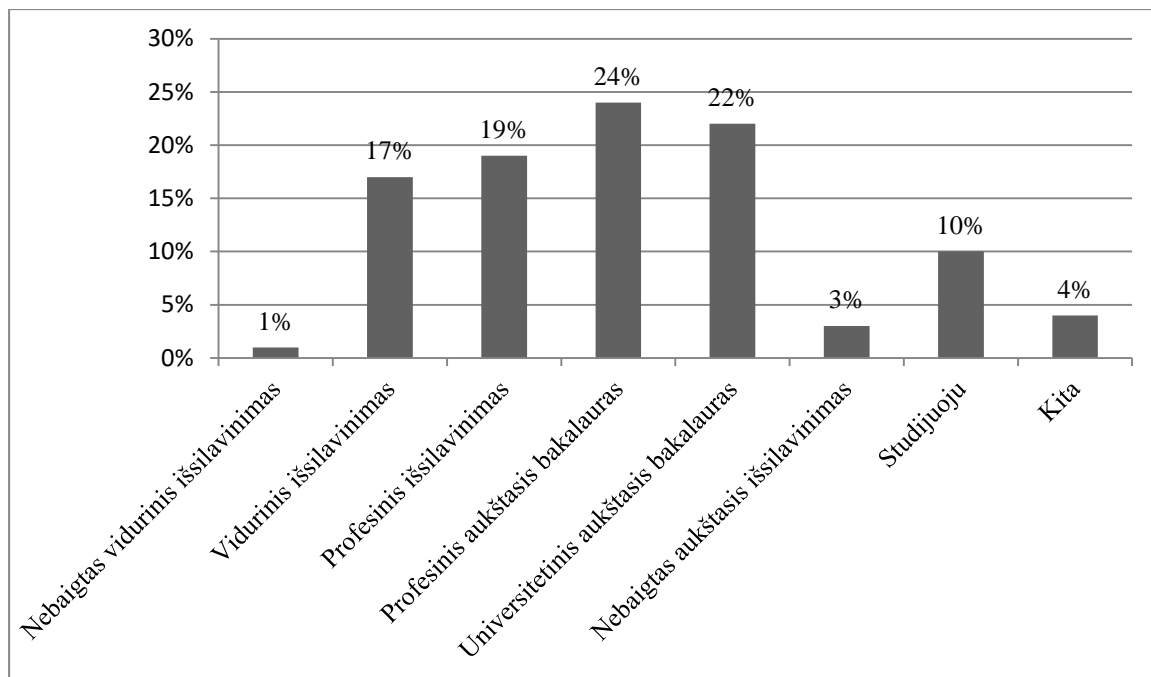
Niekam nekilo iniciatyva tiesiog, gal žmonės tiesiog per mažai žino apie tamsųjį turizmą, aš asmeniškai net nežinojau, kad toks yra, gal žmonės tiesiog nesusiduria su tai. Taip pat manau, kad informacijos trukumas,

**9. Jūsų nuomone, ko dar trūksta Panevėžio mieste, norint plėtoti tamsųjį turizmą?**

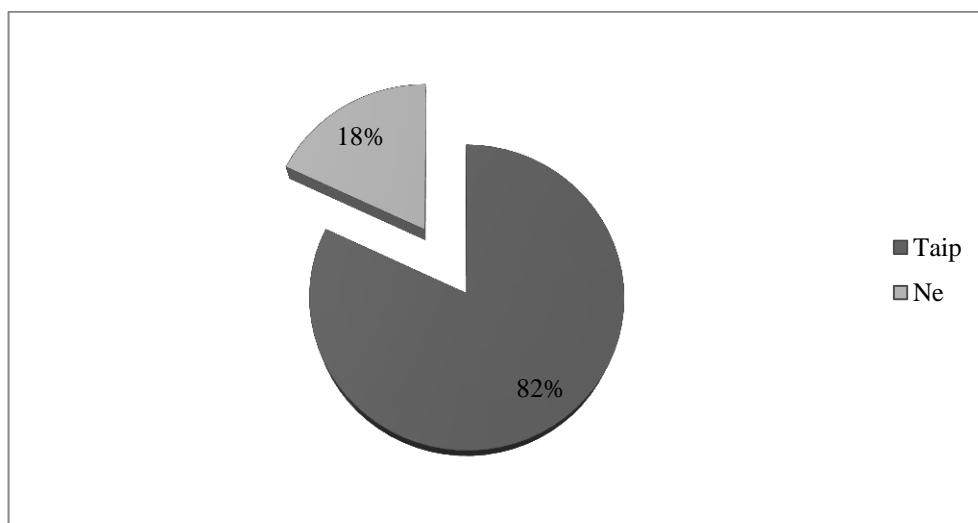
Naujų nusikaltimų, aktualijų.



#### 4 PRIEDAS ANKETINĖS APKLAUSOS SUSISTEMINTI TYRIMO DUOMENYS



1 pav. Respondentų išsilavinimas



2 pav. Respondentų vykimas į Panevėžio miestą tamsiojo turizmo tikslais