

Mörk turism – en undersökning om underliggande motiv till unga vuxnas intresse för fenomenet

Julia Lindroos

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	5778
Författare:	Julia Lindroos
Arbetets namn:	Mörk turism – en undersökning om underliggande motiv till unga vuxnas intresse för fenomenet
Handledare (Arcada):	Susanna Fabricius
Uppdragsgivare:	-
<p>Sammandrag:</p> <p>Mörk turism är ett begrepp som inte väldigt många känner till även om det är ganska populärt som turist att besöka någon form av mörk turism. Syftet med detta arbete är redogöra för vilka motiven bakom unga vuxnas intresse för mörk turism är och vilka känslor som kan uppstå vid besöken av en mörk turism plats. Målgruppen för detta arbete är unga vuxna i åldern 18-29 år från södra Svenskfinland. Den teoretiska referensramen består av motivationsfaktorer, konsumentbeteende samt destinationsteori. De mest centrala referenserna för detta arbete är teorin om mörk turism av Sharpley (2009), motivationsfaktorer av McIntosh, Goeldner och Ritchie (1995) samt konsumentbeteende av Cooper och Gilbert (2008). Datainsamlingsmetoden för detta arbete är kvantitativa webbenkäter som distribuerades via Facebook och enkäten bestod av 17 frågor. Totalt deltog 104 personer i undersökningen och resultatet sammanställdes i programmet SPSS med vars hjälp tydliga figurer och numerisk data kunde presenteras i resultatredovisningen. I resultatredovisningen samt diskussionen framkommer det att de centrala motiven för unga vuxnas intresse för mörk turism är att de vill uppleva olika länders kultur, lära sig om landets historia samt nyfikenhet för mörk turism platserna. För respondenterna var det flera olika känslor som uppstod vid besöken men majoriteten uppgav att de kände respekt, ödmjukhet, tacksamhet och sorg vid besöken.</p>	
Nyckelord:	Mörk turism, unga vuxna, motivationsfaktorer, konsumentbeteende, destinationsteori
Sidantal:	48
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	26.4.2017

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business Administration
Identification number:	5778
Author:	Julia Lindroos
Title:	Mörk turism – en undersökning om underliggande motiv till unga vuxnas intresse för fenomenet
Supervisor (Arcada):	Susanna Fabricius
Commissioned by:	-
<p>Abstract:</p> <p>Dark tourism is a concept that not very many people know about even though it is fairly popular to visit dark tourism sites. The purpose of this degree thesis is to narrate the motivation of young adults for visiting dark tourism and which emotions the visitors might develop. The target audience for this survey is young adults between the ages of 18 and 29 from South Finland. The theory part includes a discussion of motivation factors, consumer behavior and destination theory and the most used references are Sharpley (2009), McIntosh, Goeldner och Ritchie (1995) and Cooper och Gilbert (2008). The data was collected using quantitative online surveys and the surveys were distributed on Facebook. The survey consisted of 17 questions and a total of 104 people participated. The results were presented using the program SPSS from which figures and tables were used to present the results. From the presentation and the discussion of the results it appears that the main motivation factors for visiting a dark tourism site is the urge to learn more about the country's culture and history as well as curiosity. The participants developed different emotions while visiting dark tourism sites but the majority said that respect, humbleness, gratitude and sorrow were the among the main emotions.</p>	
Keywords:	Dark tourism, young adults, motivation, consumer behaviour, destination theory
Number of pages:	48
Language:	Swedish
Date of acceptance:	26.4.2017

INNEHÅLL

1	Inledning.....	7
1.1	Problematisering och frågeställning.....	8
1.2	Syfte	9
1.3	Avgränsningar	10
1.4	Begreppsdefinitioner	10
1.5	Metod.....	11
2	Teori.....	11
2.1	Motivationsfaktorer inom turism	11
2.1.1	<i>Motivationsfaktorer inom mörk turism</i>	13
2.2	Konsumentbeteende inom turism	15
2.3	Destinationsteori.....	16
2.4	Unga vuxna som turister	17
2.5	Mörk turism som en forskningsinriktning.....	18
3	Metoddiskussion	19
3.1	Val av metod	20
3.2	Frågeguide	20
3.3	Respondenter och genomförandet	22
3.4	Validitet och reliabilitet	22
3.5	Källkritik	23
4	Resultatredovisning.....	23
4.1	Bakgrundsinformation	23
4.2	Resvanor	25
4.3	Bakgrundsfrågor om mörk turism.....	26
4.4	Följdfrågor till respondenterna som inte har besökt mörk turism.....	27
4.5	Förkunskaper samt tidigare resor	28
4.6	Känslor	31
4.7	Avslutningsfrågor.....	31
5	Diskussion	33
5.1	Respondenterna.....	33
5.2	Respondenternas relation till mörk turism.....	34
5.3	Respondenter som inte har besökt mörk turism	34
5.4	Mörk turism platser samt orsaker till vistelsen	35
5.5	Känslorna vid besöket.....	37
5.6	Respondenternas kommentarer	37

5.7	Konklusion.....	38
6	Avslutning.....	39
6.1	Arbetets begränsningar och vidare undersökning	39
6.2	Validitet och reliabilitet	39
6.3	Slutord	40
	Källor.....	41
	Bilagor.....	44

FIGURER

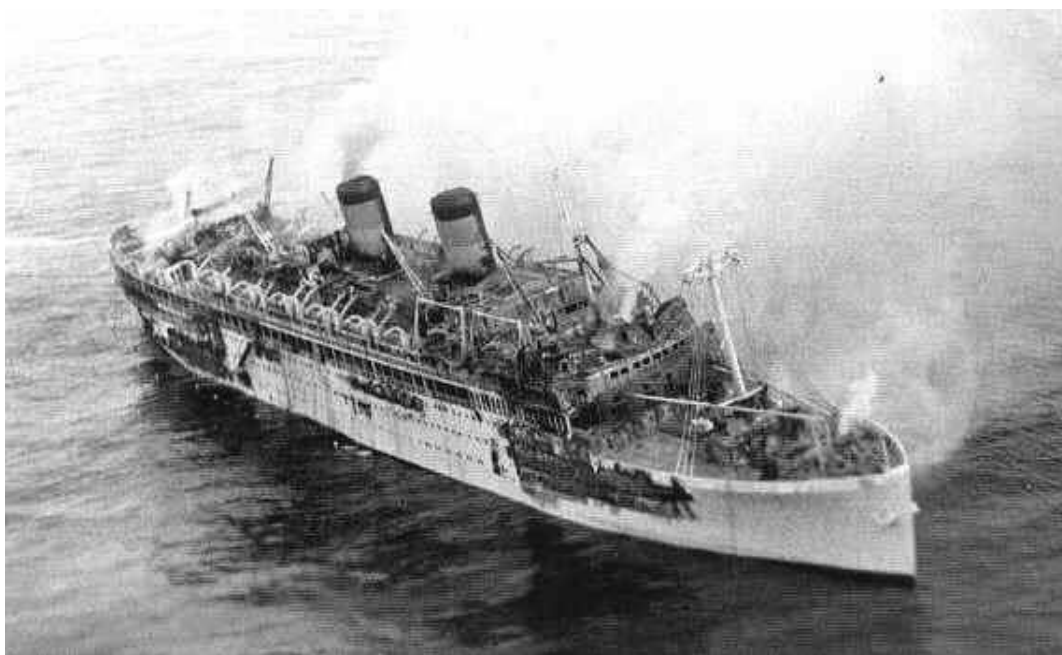
Figur 1 Skeppet Morro Castle brinner.....	7
Figur 2 Fyra kategorier av motivation (McIntosh, Goeldner & Ritchie 1995)	13
Figur 3 Mörk turism efterfrågan och utbud (Sharpley 2009a s. 19).....	15
Figur 4 Konsument beteende modell (Cooper & Gilbert 2008).....	16
Figur 5 Respondenternas hemlandskap	25
Figur 6 Respondenternas bekanthet med mörk turism	26
Figur 7 Har du besökt platser i anknytning till mörk turism?	27
Figur 8 Respondenternas svar till ifall de skulle vilja besöka en mörk turism plats igen	32

TABELLER

Tabell 1 Ålder och könsfördelning.....	24
Tabell 2 Ockupation och resvanor bland respondenterna	25
Tabell 3 Svaren av de respondenter som inte har besökt mörk turism.....	28
Tabell 4 Mörk turism platser respondenterna har besökt	28
Tabell 5 Mörk turism platser respondenterna har besökt jämfört med olika påståenden	29
Tabell 6 Huvudorsakerna till mörk turism besöket bland respondenterna.....	30
Tabell 7 Förkunskaper om mörk turism platser.....	30
Tabell 8 Känslor vid besöken av mörk turism platser	31

1 INLEDNING

Mörk turism är ett fenomen som har existerat länge men blivit allt vanligare och allt flera unga vuxna har visat intresse för att besöka dessa ställen (Podoshen et al. 2015 s. 316, Cristiana 2013 s. 355). Dessa turistattraktioner är till exempel 9/11 memorialen i USA, Auschwitz i Polen och Hiroshima i Japan. Olika författare har försökt att definiera begreppet men det finns olikheter i definitionerna. Biran & Hyde (2013 s. 191-192) föreslår att mörk turism har olika betydelser beroende på ur vilken synvinkel man studerar fenomenet, medan Stone (2013 s. 307) definierar mörk turism som fenomenet att besöka ställen som det har ”inträffat katastrofer på och människor har dött”. Även Sharpley (2009a s. 5) definierar mörk turism som ”upplevelseturism i anslutning till katastrofer, död eller lidande”.



Figur 1 Skeppet Morro Castle brinner.

Begreppet mörk turism härstammar från år 1996 då det användes för första gången i en bok skriven av Lennon and Foley och har sedan dess blivit ett välkänt och omtalat begrepp (Raine 2013 s. 243). Det första exemplet som senare har fått benämningen mörk turism är ett skepp som brann ner utanför New Jersey år 1934 och blev en populär turistattraktion (se figur 1).

Detta arbete kommer att behandla motiven till varför unga vuxna besöka ställen associerade till mörk turism. Jag har valt att forska inom detta ämne eftersom det är intressant varför upplevelseturism i anslutning till katastrofer lockar unga vuxna, och speciellt när det handlar om katastrofer som människan har stått för och det är ett ämne som är väldigt lite forskat inom från förut (Raine 2013 s. 243). Detta arbete kommer att fokusera på gruppen unga vuxna eftersom denna åldersgrupp har en tendens att resa mycket även om resmålet inte alltid är så viktigt för dem så vill de komma ifrån vardagen (Cooper 2012 s. 285). Fortsatt forskning är även viktig eftersom mängden mörk turism attraktioner ökar hela tiden och det är viktigt att kunna effektivt men samtidigt lämpligt utveckla, hantera och marknadsföra dessa ställen och samtidigt ta i beaktande och kunna hantera de problem som kan uppstå, till exempel etiska problem och marknadsförings problem (Sharpley 2009a s. 7-8).

1.1 Problematisering och frågeställning

Mörk turism ett fenomen som det har forskats väldigt lite inom tidigare och således behövs det mera forskning inom ämne för att få en klar förståelse över vad det egentligen betyder. Sharpley (2009 s. 248-249) föreslår också att även om mörk turism är ett ämnesområde som det inte forskats så mycket inom så har det expanderat mycket under de senaste åren och allt fler forskare har visat intresse för fenomenet vilket är bra och förhoppningsvis fortsätter det att expandera i samma takt. Det finns även flera frågetecken inom fenomenet mörk turism som inte kommer att tas upp i denna undersökning men det är viktigt att lyfta fram eftersom mera forskning inom fenomenet kommer alltid att behövas. Dessa är till exempel att det är väldigt oklart ifall mörk turism drivs av efterfrågan eller utbudet, ifall intresset för mörk turism är bara en övergående trend eller om det kommer att växa hela tiden (Stone & Sharpley 2008 s. 575).

Mörk turism har existerat så länge som turism har existerat även om det har expanderat under de senaste åren och själva begreppet inte alltid har funnits. Dessutom har det också påvisats att människor alltid, så länge det har varit möjligt att resa, dragits till platser och attraktioner som kan associeras med mörk turism. Dock finns det begränsat antal forskningar inom detta ämne vilket leder till en begränsad förståelse för begreppet

och många obesvarade frågor, som till exempel vad det är som driver turisterna till dessa ställen och vilka platser eller attraktioner som kan räknas till mörk turism (Sharpley 2009a s. 3-6)

Det är ingen tvekan om att dessa platser är populära att besöka och redan så tidigt som början av 1990-talet var det en halv miljon besökare per år i Auschwitz och i början av 2000-talet var besökarantalet uppe i över en miljon per år (Beech 2009 s. 207). I New York där 9/11 memorialen finns har det varit över 23 million besökare sedan det öppnade i september 2011 och i museet som ligger bredvid är besökarantalet uppe i över 4 millioner sedan maj 2014 (9/11 memorial 2015).

Utöver detta är gruppen unga vuxna en åldersgrupp som mera och mera lyfts fram inom turismen eftersom de har visat ett ökat intresse för olika delar av världen (Cooper 2012 s. 285). Enligt World Tourism Organization (2016 s. 9-10) har unga vuxna tidigare ansåts som oviktiga inom turismen eftersom de inte reste så mycket men intresset har ökat för åldersgruppen och flera har förespråkat för hur viktiga de unga är för destinationer världen runt. World Tourism Organization föreslår även att 23% av alla internationella turister år 2015 bestod av personer i åldern 15-29. Fortsättningsvis har det framkommit att unga vuxna är mera äventyrliga, de utför längre resor och gillar att upptäcka nya platser som sedan blir trender inom turismen, till exempel fenomenet mörk turism.

Frågeställningen består av tre huvudfrågor och dessa tre frågor är: Hur vanligt är det att unga vuxna från södra Svenskfinland har besökt någon form av mörk turism? Vilka är huvudorsakerna för unga vuxnas besök till mörk turism platser? Vilka känslor har de upplevt vid dessa besök?

1.2 Syfte

Syftet med detta arbete är att redogöra för vilka motiven är bakom unga vuxnas intresse för mörk turism och att ge läsaren en inblick i vad det är som lockar unga vuxna att besöka dessa turistställen. Även olika känslor som kan uppstå vid dessa besök kommer att redogöras för.

1.3 Avgränsningar

Denna forskning kommer att fokusera på unga vuxna i åldern 18-29 år och eftersom jag kommer att distribuera webbenkäter via Facebook avgränsas även samplet till mina finlandssvenska Facebook vänner och deras vänner. Jag har valt gruppen unga vuxna eftersom det är en växande grupp inom turismen och det är viktigt att ha kunskapen om hur personer i den åldern tänker när de väljer destination för att ytterligare kunna utveckla olika resmål som till exempel mörk turism. Eftersom mitt urval kommer att vara avgränsat bör detta beaktas i mina slutsatser.

1.4 Begreppsdefinitioner

Även om begreppet mörk turism har existerat länge så finns det väldigt olika åsikter om vad det egentligen innebär. Det har även varit svårt att kategorisera vilka platser och attraktioner som kan kategoriseras till mörk turism och om det existerar en entydig förklaring till begreppet eller om det helt enkelt inte går att definiera. (Sharpley (2009a s. 21) föreslår vidare att det finns olika grader av mörk turism, från ljus till mörk, där ljus är platser associerade med mörk turism och mörk är platser där människor har dött. I detta examensarbete kommer definitionen av mörk turism vara samma som Stones (2013 s. 307) och Sharpleys (2009a s. 5), alltså fenomenet att besöka platser som anknyts till katastrofer och död.

Det finns ingen egentlig definition på vilken åldersgrupp en ung vuxen tillhör och enligt Eurostat (2009 s. 17-18) är det omöjligt att definiera en ung vuxen bara genom att fokusera på åldern. Eurostat har således använt en bred marginal och i sin rapport inkluderat personer mellan 15 och 29 år gamla i definitionen ungdom och ung vuxen. Å andra sidan har Hollertz (2010 s. 29) definierat ung vuxen som en person som är mellan 18 och 24 år gammal och dessa åldrar varierar mycket beroende på vems undersökning man läser. I detta arbete används begreppet ung vuxen när det menas en person som är mellan 18 och 29 år gammal.

1.5 Metod

Jag har valt att använda mig av en kvantitativ metod, närmare bestämt kvantitativa webbenkäter, för att utföra min undersökning. Jag har valt att använda mig av kvantitativa webbenkäter eftersom jag anser att det är ett lätt och pålitligt sätt att nå så många personer som möjligt, både tidsmässigt och resursmässigt. En utförligare diskussion om den utvalda metoden finns under kapitlet ”Metoddiskussion”.

2 TEORI

För att kunna gå tillväga med denna undersökning, kommer detta arbete att reflektera över och diskutera *motivationsfaktorer* och *konsumentbeteende* inom turism samt *destinationsteori*. Detta är viktigt att lyfta fram eftersom motivationsfaktorer klargör för motiven bakom turisternas val och destinationsteori inverkar på turistens beteende när det gäller val av destination, i detta fall valet att åka till mörk turism destinationer. Motivationsfaktorer inom mörk turism kommer även att behandlas eftersom dessa skiljer sig något från allmänna motivationsfaktorer inom turism. Dessutom kommer detta arbete att reflektera över unga vuxnas beteende som turister och trender och sedan kortfattat reflektera över mörk turism som en forskningsinriktning eftersom det är viktigt att känna till vilka komplikationer som kan uppstå vid forskning av ämnet.

2.1 Motivationsfaktorer inom turism

För att få en förståelse över turisternas beteende och motiven bakom deras val, måste man undersöka bakomliggande motivationsfaktorer. Det är väldigt viktigt att känna till dessa faktorer för att kunna få en förståelse över hur turismen fungerar. Det är dock ett utmanande ämne att studera eftersom det handlar om individers behov och vilja. Det har visat sig att underliggande kunskap, motiv och bakgrund har en stor inverkan på motivationsfaktorerna och kan till och med vara avgörande vid val av destination. Mer om destinationsteori behandlas senare i detta arbete. (Pearce 2005 s. 50-51)

Att förstå vad motivation innebär är väldigt viktigt för att kunna bygga upp en förståelse över turistens beteenden och kunna svara på frågan varför turister reser vart de reser.

Flera forskare har byggt upp modeller för att försöka förklara motivationsfaktorer och den mest kända är Maslows behovshierarki. Detta arbete kommer dock att fokusera på en mer relevant teori till denna undersökning, framställd av McIntosh, Goeldner och Ritchie (1995 s. 172-177). Denna modell beskriver fyra olika kategorier av motivation, och dessa är representerade i figuren nedan (se figur 2).

Den första kategorin heter *Fysiska motivationsfaktorer* och till den kategorin hör faktorer som är relaterade till uppfriskande av kropp och själ, hälsorelaterade orsaker, sport och välbehag. Dessa motivationsfaktorer är oftast kopplade till aktiviteter som minskar tension hos en människa. Till den andra kategorin, *Kulturella motivationsfaktorer* hör faktorer som kan identifieras som viljan att se och lära sig mera om olika kulturer från hela världen och att få mera kunskap om ett lands lokalbefolkning och deras livsstil, musik, konst och dans. Den tredje kategorin brukar kallas *Mellanmänniska motivationsfaktorer* och till denna grupp kan längtan att träffa nya människor och hälsa på vänner och familj inkluderas. Även letandet efter nya och annorlunda erfarenheter och upplevelser hör hit. Denna kategori brukar också representera resandet som en flykt från det vardagliga och resandet för olika andliga orsaker. I den fjärde och sista kategorin, *Status och prestige motivationsfaktorer*, inkluderas önskan om att bli mera utbildad och en önskan om att en personlig utveckling. Dessa motivationsfaktorer är oftast kopplade ihop med önskan om igenkännande av andra personer och förstärkning av egot genom att på uppmärksamhet. Till denna kategori hör även personlig utveckling i relation till hobbyn och utbildning. (McIntosh, Goeldner & Ritchie 1995, s. 172-177)

Fysiska motivationsfaktorer	<input type="checkbox"/> Relaterade till uppfriskande av kropp och själ <input type="checkbox"/> Hälsorelaterade orsaker <input type="checkbox"/> Sport och välbehag <input type="checkbox"/> Dessa minskar spändhet hos en människa
Kulturella motivationsfaktorer	<input type="checkbox"/> Viljan att se och lära sig mera om kulturer <input type="checkbox"/> Lära sig om ett lands lokalbefolkning, t.ex. deras livsstil, musik, konst och dans
Mellanmänskliga motivationsfaktorer	<input type="checkbox"/> Längtan att träffa nya människor <input type="checkbox"/> Hälsa på vänner och familj <input type="checkbox"/> Leta efter nya och annorlunda erfarenheter <input type="checkbox"/> Flykt från de vardagliga relationerna med vänner och familj <input type="checkbox"/> Andliga orsaker
Status och prestige motivationsfaktorer	<input type="checkbox"/> Önskan om att bli mera utbildad <input type="checkbox"/> Personlig utveckling <input type="checkbox"/> Förstärkning av egot genom att få uppmärksamhet och önskan om igenkännande av andra personer <input type="checkbox"/> Personlig utveckling inom hobbyn och utbildning

Figur 2 Fyra kategorier av motivation (McIntosh, Goeldner & Ritchie 1995)

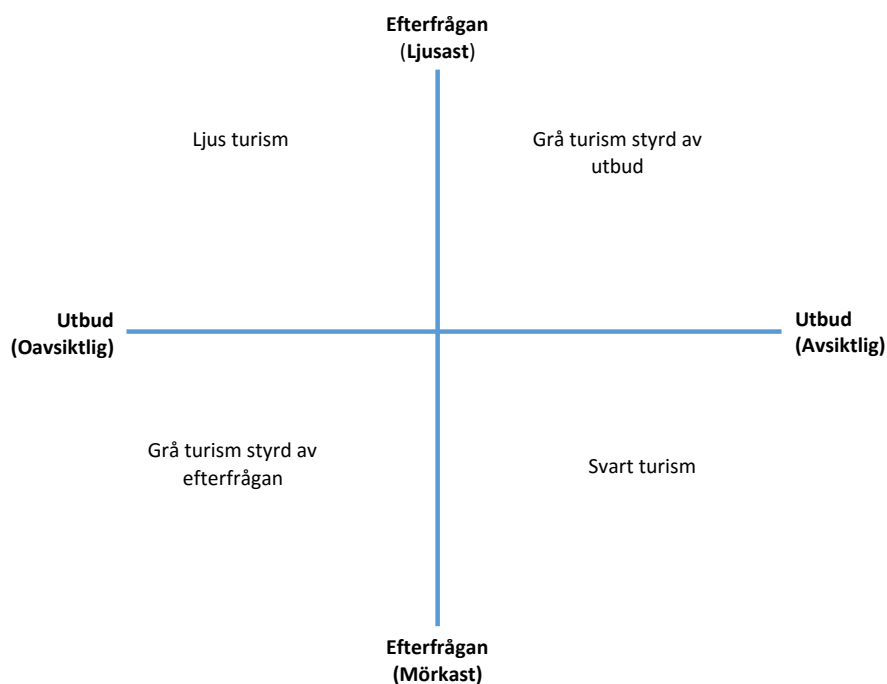
Enligt Swarbrooke och Horner (2007, se Koppang & Pedersen 2012 s 21) har individernas bakgrund en stor inverkan på motivationsfaktorer men författarna betonar även att motivationsfaktorerna kan delas in i två olika kategorier. Dessa är *faktorer som motiverar en individ att åka på resa* och *faktorer som påverkar en individ att åka på en specifik resa till en specifik destination på bestämd tid*. Författarna anser även att motivationsfaktorerna varierar från person till person och dessa styrs av personlighet, attityder och uppfattningar. Detta beskrivs mera ingående under kapitlet ”Konsumentbeteende inom turism”.

2.1.1 Motivationsfaktorer inom mörk turism

Motivationsfaktorer inom mörk turism är något som alla borde reflektera över. Motiven till att besöka en mörk turism attraktion borde ifrågasättas och ifall besöket enbart är för att tillfredsställa och underhålla besökaren kanske det inte är etiskt rätt mot dem som har lidit. Det har diskuterats mycket ifall det är rätt att marknadsföra mörk turism och till exempel Sharpley (2009b s. 145) har ifrågasatt användningen av pengar till en attraktion för turister istället för att försörja anhöriga.

Motiven för att besöka en mörk turism attraktion är väldigt olika från person till person och det är även svårt att framställa på vilka grunder alla dessa personer besöker dessa attraktioner. Tarlow (2005, se Niemelä 2010 s.25) argumenterar för att det finns fyra grundläggande känslor vid besök av en mörk turism plats. Dessa är *osäkerhet, tacksamhet, ödmjukhet och överordnad* men författaren betonar även att många fler känslor kan uppstå när en person besöker en mörk turism plats. Besöket kan även locka fram uppfattningar som mystik och stolthet att ”vi” kommer att beseгра ”dem”.

Sharpley (2009a s. 19) har framställt en modell som visar hur efterfrågan och utbudet påverkas av varandra och bildar olika nyanser av mörk turism. Figur 3 (Sharpley 2009a s. 19) föreställer fyra olika nyanser; ljus, grå som styrs av efterfrågan, grå som styrs av utbudet och svart. Den ljusa nyansen är de turister som har begränsat intresse för att besöka attraktioner relaterade till döden som är oavsiktligt skapade. Den gråa nyansen som styrs av efterfrågan är de turister som har ett intresse för attraktioner relaterade till döden som är oavsiktligt skapade. Den andra gråa nyansen, som styrs av utbudet, är de attraktioner som är avsiktligt skapade för att locka till sig turister som inte har ett väldigt stort intresse för mörk turism. Den fjärde och sista nyansen, kallad svart turism, representerar den råaste formen av mörk turism, där attraktioner som är avsiktligt gjorda tillfredsställer turister som är fascinerade av döden.



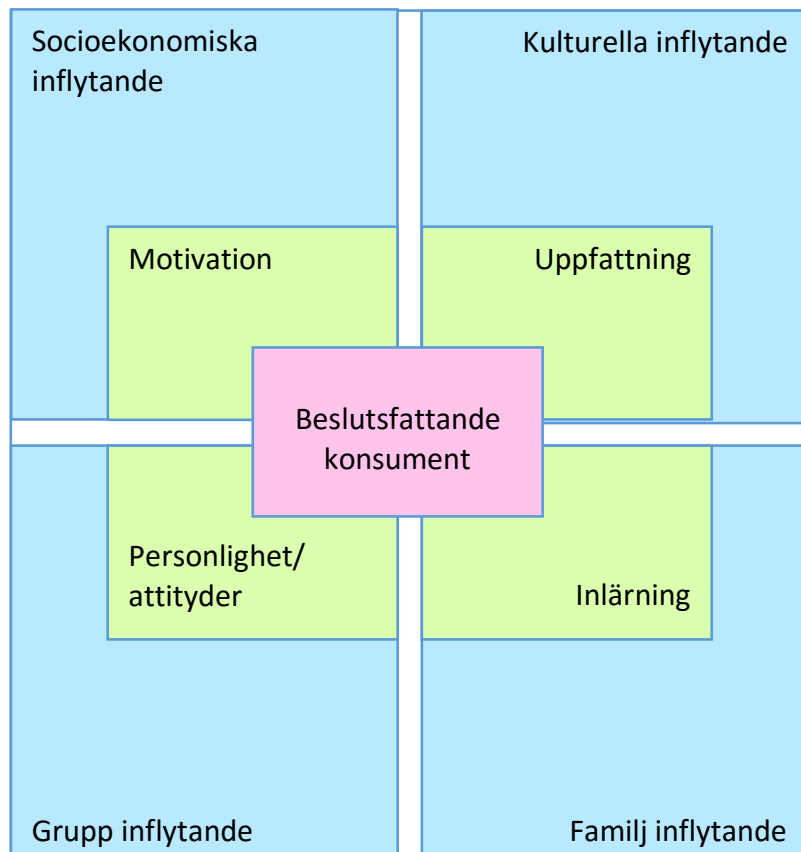
Figur 3 Mörk turism efterfrågan och utbud (Sharpley 2009a s. 19)

2.2 Konsumentbeteende inom turism

Konsumentbeteende är även något som måste reflekteras över för att få en förståelse över hur efterfrågan styrs inom turismen. Det är uppenbart att konsumentbeteende har ett omfattande inflytande på efterfrågan, och faktorer som attityder, uppfattningar och motivation är de viktigaste exemplen (Cooper & Gilbert 2008 s. 43). Processen för beslutsfattandet gällande destinationer är en komplex process som inte bara inverkas av turistens attityder och beteende men inverkar även av det psykologiska (Cooper 2012 s. 274).

Cooper och Gilbert (2008 s. 44) har sammansatt en figur över de mest centrala faktorerna som påverkar en konsument när personen ska fatta ett beslut och figuren finns nedan (se figur 4). Figuren visar hur konsumenten ligger i mitten och påverkas av de olika faktorerna som är runt omkring. De faktorerna som ligger närmast mitten i det gröna fältet beskriver egenskaper som konsumenten har som påverkar vid beslutsfattandet och dessa är *motivation, uppfattning, personlighet, attityder och inläring*. Dessa faktorer är en del av konsumenten och kan inte direkt påverkas men de spelar ändå en väldigt viktig roll i processen för beslutsfattandet. Faktorerna längre ut i

figuren är inflytanden som uppstår runtom konsumenten, det vill säga inte konsumentens egna uppfattningar. Dessa är *socioekonomiska inflytanden*, *kulturella inflytanden*, *grupp inflytanden* och *familj inflytande*. Dessa har även en stor inverkan i processen och de kan även ändra på de faktorer som ligger längre in i figuren. Till exempel kan familj inflytanden ändra på konsumentens uppfattning om något eller kulturella inflytanden kan påverka konsumentens attityd till något. (Cooper & Gilbert 2008 s. 44)



Figur 4 Konsument beteende modell (Cooper & Gilbert 2008)

2.3 Destinationsteori

Som diskuterat finns det mycket som inverkar när en turist tar beslutet vart han eller hon vill åka på semester och detta inkluderar inte bara reklam och priser, utan även attityder och uppfattningar. Det har visat sig att resmål till mörk turism platser eller attraktioner är oftast kombinerade med en annan resa, alltså fungerar mörk turism oftast som en exkursion på bara några timmar inom en större resa. Detta betyder motivationen att besöka dessa mörk turism ställen är inte det som driver människorna i första hand, utan

det kan bara vara ett spontant beslut som inte kräver någon planering. En slutsats av detta kan dras att det inte kommer att vara en nytta att undersöka vad efterfrågan är för mörk turism ställen eftersom det inte kommer att leda till ett ny förståelse för fenomenet, utan istället fokusera på vilken relation människor har till mörk turism ställen, alltså vad det är som driver dem dit. (Walter 2009 s. 54-55)

Många forskare, bland annat Biran & Hyde (2013 s. 191), anser att forskning inom mörk turism borde fokusera antingen på efterfrågan eller utbudet, eller alternativt beskåda mörk turism ur en holistisk synvinkel och i detta fall fokusera både på efterfrågan och utbudet. Å andra sidan anser Farmaki (2013 s. 282) att eftersom mörk turism är ett beteendemässigt koncept går det inte att analysera mörk turism genom att bara fokusera på utbudet utan att ta efterfrågan i beaktandet.

Tidigare forskning inom mörk turism har resulterat i några tänkbara slutsatser om vad det är som drar turister till mörk turism men en del forskningar har fått väldigt olika resultat så det är svårt att framställa vilket som är det rätta. Biran & Hyde (2013 s. 192) analyserar några resultat från tidigare forskningar och de kom fram till att dessa forskningar visar att motivationen bakom intresset för mörk turism kan ligga i att människor vill fundera över livet och ens mortalitet genom att gå och besöka platser där viktiga människor har dött, medan andra argumenterar att motivationen ligger bakom intresset för döden och att människor vill konfortera döden. Farmaki (2013 s. 283) anser att motivationen också ligger bakom rädslan för det onaturliga, nyfikenhet samt underhållning och dessa är viktiga drivkrafter till intresset för mörk turism.

2.4 Unga vuxna som turister

Ungas intresse för turism kan spåras tillbaka ända till slutet av andra världskriget då unga ville förhindra att ett tredje världskrig skulle uppstå. De ansåg att krig kunde förhindras genom att utbilda sig om främmande kulturer och språk, och fram till år 2010 var det beräknat att 20 % av alla internationella turister var unga (Demeter & Bratucu 2014 s. 115). Nuförtiden är unga vuxna den snabbaste växande gruppen inom internationell turism och det har även lyfts fram att de har en stor inverkan på bland annat hållbar utveckling (World Tourism Organization 2016 s. 5). Enligt I. Yeoman

reser unga vuxna från Europa allt mera, både inom Europa men också utanför, och siffrorna förväntas stiga ytterligare i framtiden (se Puhakka 2011 s. 11). Som diskuterar, är gruppen unga vuxna en viktig åldersgrupp för turismen och fungerar ofta som trendsättare genom att locka andra turister att besöka platser och de har intresset och viljan att utforska så mycket som möjligt av världen och speciellt fenomenet att leva lokalt är populärt bland unga turister (World Tourism Organization 2016 s. 9-10).

Ungdoms turism är hittills inte tillräckligt upplyst av olika ledningar i världen även om det är den snabbaste växande gruppen. Detta bör dock ändras på eftersom ungdomar är framtiden för turismen (Bizirgianni & Dionysopoulou 2013 s. 653). Richards och Wilson (2006 s. 3-4) argumenterar också för att ungdomsturismen växer och de anser dessutom att de unga är speciellt intresserade i äventyrligt turistande och de har en större möjlighet att resa vart de vill tack vare lägre arbetslöshet bland unga, högre intresse för utbildning och många alternativ för att resa billigt. Det har även visat sig att unga ser resandet som ett sätt att få en identitet och växa som person och att de vill upptäcka mer och mer efter några få resor (Richards & Wilson 2006 s. 12). De populäraste typerna av ungdoms turism är pedagogiska, volontär, jobb sammanslaget med turistandet, utbytesstudier, sport, äventyr och fritids turism (Demeter & Bratucu 2014 s. 116).

2.5 Mörk turism som en forskningsinriktning

Turism i allmänhet är ett väldigt populärt ämne att forska inom och Pearce (2012 s.6) föreslår att det beror delvis på att turism är väldigt komplext eftersom det berör både utbud och efterfrågan, det utvecklas hela tiden och det kan ses som både ett socialt, ekonomiskt och naturligt fenomen.

För att få en förståelse över fenomenet mörk turism måste det undersökas till vilken grad mörk turism hör till tanatologi, vilket är vetenskapen om döden eller döendet, även om det inte är direkt koppling mellan dessa två. Med andra ord, relationen mellan det levande och döda är komplicerad och under de senaste åren har världen visat sig vara fascinerad över döden och det tas mycket upp i medier, filmer och dokumentärer, vilket betyder att intresset har ökat och forskning behövs. (Stone 2013 s. 308-309). Stone och

Sharpley (2008 s. 578) anser att mörk turism är en utvecklad form av tanatologi vilket betyder att dessa begrepp ligger väldigt nära varandra och båda måste beaktas vid forskning inom ämnet.

Att forska inom mörk turism kan vara komplicerat eftersom många etiska frågor och andra problem dyker upp och dessa måste behandlas på rätt sätt. De etiska problemen är ifall det är rätt att marknadsföra och utveckla mörk turism för att locka till sig turister, och Sharpley (2009b s. 145) ifrågasätter ifall det är rätt att spendera pengar på en memorial istället för att understöda de anhöriga som blev kvarlämnade efter en förödelse. Media spelar också en ganska stor roll i att marknadsföra mörk turism platser speciellt när dessa har uppstått oavsiktligt. För att uppehålla respekten för personerna som har dött krävs även skötsel och hantering av platserna till en relevant grad och det kan vara svårt att veta var gränsen går, till exempel hur nära personer kan röra sig för att det inte ska vara respektlöst mot de anhöriga. (Sharpley 2009a s. 8-9) Det har även ifrågasatts ifall forskning inom mörk turism och marknadsföring av dessa platser uppmuntrar att döden är betingad och möjlig att undvika (Stone 2012 s. 1574).

3 METODDISKUSSION

Skillnaden mellan kvalitativa och kvantitativa metoder kan beskrivas på många olika sätt. Enligt Åsberg (2001 s. 274) handlar kvalitativt om egenskaper det vill säga att man kan karaktärisera något, medan kvantitativt innebär egenskaper i form av mängd, antal och storlek. Kvantitativt är således lättare att koda fram ett resultat baserat på till exempel enkäter. Det har diskuterats mycket om kvalitativt och kvantitativ forskning och hur stor skillnaden egentligen är och Bryman & Bell (2011 s. 49) anser att skillnaden är stor och att den bör uppmärksammas.

Eftersom de allra flesta turism undersökningar handlar om människans beteende är det viktigt att reflektera över det etiska när en undersökning görs (Ryan 2005 s. 9). Ryan (2005 s. 18) föreslår också att det är viktigt att tänka på hur man ställer frågorna så att de inte är riktade åt något håll och således kan ett svar bli fel. Också Bryman och Bell (2011 s. 151) föreslår att de etiska principerna är viktiga och speciellt viktigt är det att tänka på ifall undersökningen inkräktar på privatlivet, ifall det på något sätt kan skada

deltagarna, ifall det kan uppstå någon brist på samtycke från deltagarna eller om det kan förekomma någon form av underhållande av viktig information eller bedrägeri.

3.1 Val av metod

Som tidigare nämnt kommer denna undersökning använda en kvantitativ metod som tillvägagångssätt och webbenkäter kommer att distribueras via Facebook. I och med att enkäterna kommer att distribueras via min Facebook via profil är samplet således ett bekvämlighetsurval och ett icke sannolikhetsurval och resultatet kan inte antas gälla hela populationen som undersöks (Altinay & Paraskevas 2008 s. 95).

Enligt Cooper (2008 s. 86) och Altinay och Paraskevas (2008 s. 120) är enkäter och intervjuer den vanligaste metoden som används för att samla in data i turism och webbenkäter har blivit allt populärare. Altinay och Paraskevas (2008 s. 120) föreslår också att enkäter är ett billigt och lätt sätt att samla information från en stor grupp men det krävs att man vet exakt vad som ska frågas och frågorna måste vara formulerade så att alla kan förstå dem och svara på dem. Webbenkäter är ett enkelt sätt att få in många svar och samtidigt väldigt trovärdiga eftersom personerna kan vara helt anonyma, jämfört med till exempel intervjuer där personerna inte är anonyma för den som intervjuar. Enligt Bryman och Bell (2011 s. 246) är detta den så kallade intervjuareffekten som medför att de intervjuade personerna kanske inte svarar helt enligt deras åsikt och den person som intervjuar kan också påverkas av kön, etnisk bakgrund och sociala bakgrund.

3.2 Frågeguide

Som min insamlingsmetod har jag valt webbenkäter och i min enkät inkluderar jag frågor både till personer som har besökt platser associerade med mörk turism och personer som inte har besökt dessa platser. Enkäten är uppbyggd av 17 frågor som täcker bakgrundsinformation och specifika frågor angående besök som personerna har gjort till mörk turism platser. Enkäten är tillagd som en bilaga till detta arbete (Bilaga 1).

För att få en uppfattning om vilken situation de personer som svarar på enkäten är i, inkluderade jag några bakgrundsfrågor så som kön, ålder, hemort, ockupation och hur ofta de reser utanför hemlandet. Dessa frågor är vitala för att kunna koppla ihop deras bakgrund till hur de svarar på de resterande frågorna och förhoppningsvis se likheter över vad personer har upplevt beroende på deras bakgrund. Dessa bakgrundsfrågor följs sedan av frågor ifall personen är bekant med begreppet mörk turism från tidigare och ifall de har besökt platser i anknytning till mörk turism. Dessa frågor är också vitala för att få en uppfattning över hur många som har besökt dessa platser men i själva verket inte vet att denna form av turism kallas mörk turism.

De första bakgrundsfrågorna om personen och om begreppet mörk turism är frågor som alla respondenter måste svara på. Efter dessa frågor kommer det följdfrågor som de svarar på beroende på hur de har svarat på bakgrundsfrågorna om mörk turism. Ifall personen inte har besökt en plats i anknytning till mörk turism får han eller hon svara på frågor som ifall de har haft möjlighet att besöka dessa platser och ifall det skulle intressera personen att besöka dessa platser. Dessa frågor är till för att få en uppfattning över varför de inte har besökt mörk turism; var det viljan att inte besöka eller har de helt enkelt inte haft möjlighet? Frågorna riktade till personerna som inte har besökt mörk turism är färre eftersom undersökningen i huvudsak är riktade till motiven bakom intresset att besöka dessa platser. Dessa frågor är inkluderade för att det är också viktigt att samla in information från personer som inte har besökt mörk turism för att få en helhetsuppfattning om hur vanligt det är att besöka dessa platser bland unga vuxna.

De personer som har besökt platser i anknytning till mörk turism får svara på frågor som vilka ställen de har besökt, ifall besöket var en del av en annan resa, huvudorsakerna till besöket, känslorna som uppstod vid besöket och ifall personen hade förkunskaper om platsen. Dessa frågor är till för att kunna uppnå syftet i undersökningen och få reda på vilka motiven är bakom unga vuxnas intresse för mörk turism. Enkäten avslutas med tilläggsfrågor som ifall respondenterna skulle vilja besöka mörk turism igen och sedan ett öppet fält där respondenterna kan tillägga ifall de ansåg att något relevant fattades.

3.3 Respondenter och genomförandet

Jag publicerade min webbenkät via Facebook och använde mig av ett så kallat bekvämlighetsurval. Orsaken till att jag valde ett bekvämlighetsurval är för att det är ett väldigt enkelt och kostnadsfritt sätt att samla in mycket information om ämnet. Eftersom undersökningsgruppen i denna undersökning är unga vuxna i åldern 18 till 29 år och enkäten bara var på svenska anser jag att det absolut lättaste sättet är att dela enkäten via min Facebook där de flesta av mina vänner är i rätt målgrupp. Nackdelar med bekvämlighetsurval är dock att det inte representerar hela populationen och jag kan omöjligt dra slutsatser från min undersökning om hela gruppen unga vuxna.

Jag publicerade min enkät via Facebook och redan samma dag valde många att delta i undersökningen. Efter ett par dagar hade jag tillräckligt med svar för denna undersökning och hela processen gick väldigt smidigt och snabbt. Totalt fick jag 104 svar som min resultatredovisning kommer att baseras på. Jag matade sedan in uppgifterna i programmet SPSS för att kunna uttrycka resultatet med hjälp av grafer och tabeller. Resultatet är presenterat i kapitlet "Resultatredovisning".

3.4 Validitet och reliabilitet

Bryman och Bell (2011 s. 247) anser att enkäter är en bra undersökningsmetod men den har även några nackdelar, till exempel att man inte kan hjälpa personerna med frågorna ifall någon oklarhet uppstår, och då kan svaren i en enkätundersökning bli felaktiga. Likaså anser Cooper (2008 s. 89) att webbenkäter har några nackdelar som till exempel att det är omöjligt att få ett slumpmässigt sampel och att frågorna måste vara välformulerade för att man ska kunna dra en slutsats av svaren. Å andra sidan, som redan diskuterat, kan ändå enkäter ses som ett mera tillförlitligt sätt att få fram ärliga svar jämfört med intervjuer, då den så kallade intervjuareffekten kan uppstå (Bryman & Bell (2011 s. 246). Alla metoder har ändå fördelar och nackdelar och olika metoder kan fungera bättre beroende på situationen, så det gäller att kunna anpassa sig och välja den bästa metoden. Beeton (2005 s. 37) anser ändå att flera metoder borde ihop slås för att få det bästa möjliga resultat eftersom turism är en komplex industri och användningen

av bara en metod kan avgränsa resultatet. Detta bör uppmärksammas i detta arbete eftersom bara en metod kommer att användas.

3.5 Källkritik

Källkritik är väldigt viktigt när en undersökning görs och det handlar om metoden att värdera om en källa är trovärdig och sannolik eller om källan är kopierad och falsk. Det är även viktigt att kolla ifall det finns en uppdaterad version av informationen som hittas så att informationen man levererar är aktuell och speciellt inom turismen är detta viktigt eftersom nya forskningar hela tiden uppstår. Att vara källkritisk, det vill säga läsa skeptiskt och med en baktanke det material man vill använda, är väldigt viktigt så att informationen man levererar är riktig. (Alexanderson 2012 s. 7-11)

Teorierna och materialet som används i detta arbete kommer från böcker, vetenskapliga artiklar och webbsidor. Detta material är noggrant igenomläst och jag har analyserat allt ur en kritisk och objektiv synvinkel för att öka tillförlitligheten till detta arbete. Dock finns det många teorier inom mörk turism som saknar ordentliga bevis för att kunna göra ett påstående och detta innebär en del diskussioner förblir reflektioner utan någon ordentlig slutsats.

4 RESULTATREDOVISNING

I detta stycke redovisas respondenternas svar utifrån webbenkäten. Denna resultatredovisning kommer att baseras på de 104 svar som jag fick in via min enkät. Enkäten bestod av 17 frågor och alla frågor kommer att presenteras och sedan diskuteras. Resultatet har framställts i programmet SPSS och presenteras nedan med hjälp av figurer och tabeller. Själva enkäten finns som en bilaga i slutet av arbetet (se bilaga 1).

4.1 Bakgrundsinformation

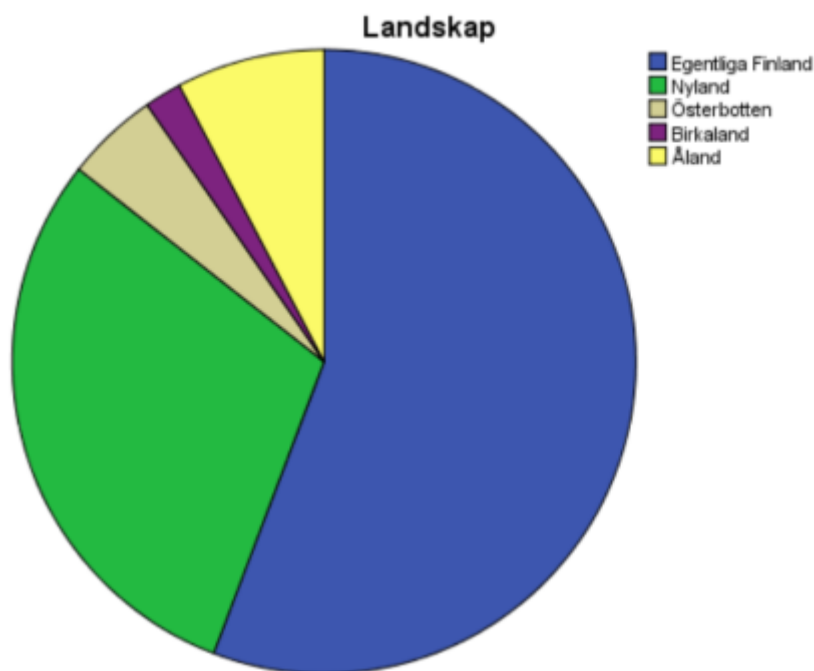
De två första frågorna i enkäten bestod av bakgrundsfrågorna ålder och kön. Hälften av alla respondenter var kvinnor i åldern 22 till 25 år medan väldigt få respondenter hörde

till åldersgruppen 26 till 29 år. Det fanns även en signifikant skillnad i fördelningen män och kvinnor varav nästan 80 % var kvinnor, runt 19 % var män och en respondent ville inte ange sitt kön. Fördelningen är representerad i tabellen nedan (se tabell 1).

Tabell 1 Ålder och könsfördelning

		Kön		Total
		Kvinna	Man	
Ålder	18-21 år	23	4	27
	22-25 år	52	14	66
	26-29 år	8	2	10
Total		83	20	103

Figuren nedan (se figur 5) visar fördelningen av respondenternas hemlandskap och bland alternativen kunde respondenterna välja mellan några av de största landskapen i södra och västra Finland. Svaren på denna fråga visar även en klar majoritet och över hälften av respondenterna uppgav att deras hemlandskap är Egentliga Finland (55,8 %) och 29,8 % uppgav att deras hemlandskap är Nyland. De resterande alternativen bestod av Österbotten, Birkaland och Åland och av respondenterna var det 4,8 % 1,9 % respektive 7,7 % som uppgav att det är deras hemlandskap. Alla respondenter valde ett av de angivna alternativen och ingen ansåg att deras hemlandskap inte fanns med som ett alternativ.



Figur 5 Respondenternas hemlandskap

4.2 Resvanor

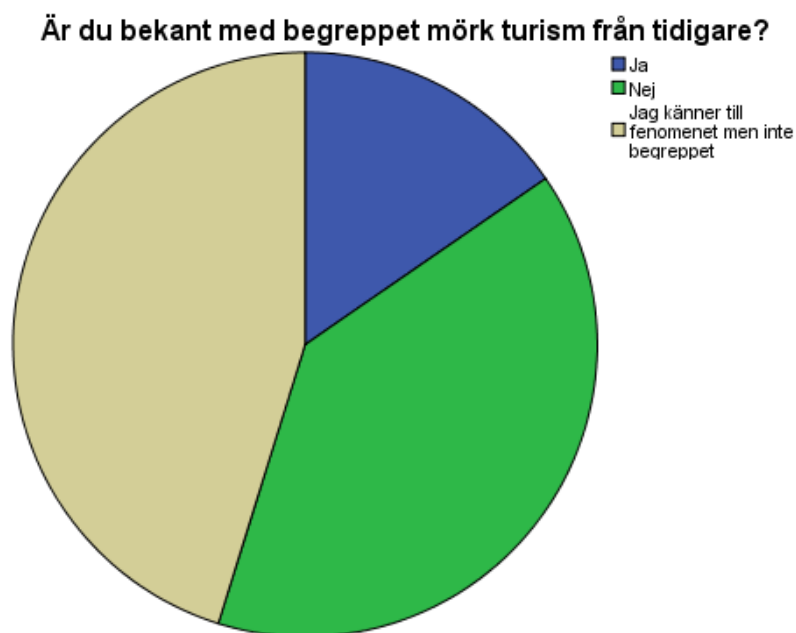
Följt av dessa frågor svarade även respondenterna på frågorna vilken ockupation de har och hur ofta de reser per år. Dessa två frågor är presenterade i en korstabell för att få en inblick i hur ockupationen påverkar resandet. Tabellen nedan (se tabell 2) visar att de flesta respondenter är studerande och hälften av dem jobbar även vid sidan om. Bara en av respondenterna är arbetslös medan 18 jobbar antingen på heltid eller deltid. Av alla respondenter reser majoriteten utanför hemlandet 2 till 3 gånger per år. Bara tio av respondenterna uppgav att de reser mer sällan en 1 gång per år och av dessa tio personer är åtta studerande, varav fyra jobbar vid sidan om studierna, och två jobbar på heltid. Relativt många reser flera än fyra gånger per år (21,2%) och av dessa är majoriteten studerande som jobbar vid sidan om. En av respondenterna uppgav att hen är arbetslös och den personen reser två till tre gånger per år.

Tabell 2 Ockupation och resvanor bland respondenterna

		Hur ofta reser du utanför hemlandet?				Total
		Mer sällan en 1 gång per år	Ungefär 1 gång per år	2-3 gånger per år	4 gånger eller oftare per år	
Ockupation	Studerande	4	10	20	8	42
	Studerande men jobbar vid sidan om	4	10	17	12	43
	Arbetslös	0	0	1	0	1
	Arbetar på deltid	0	2	1	0	3
	Arbetar på heltid	2	5	6	2	15
Total		10	27	45	22	104

4.3 Bakgrundsfrågor om mörk turism

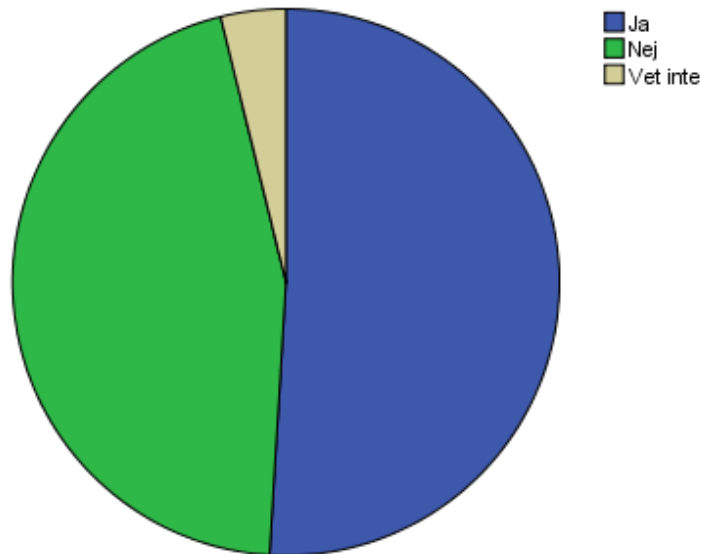
Efter bakgrundsfrågorna presenterade ovan fick respondenterna svara på ett par bakgrundsfrågor om mörk turism. Dessa frågor var ifall det är bekanta med begreppet mörk turism från tidigare och ifall de har besökt platser som har en anknytning till mörk turism. Figurer från dessa resultat är presenterade nedan (se figur 6 och 7). Figur 6 visar att det är en jämn fördelning mellan personer som inte var bekanta med begreppet från tidigare (39,4 %) och mellan dem som känner till fenomenet men inte begreppet (45,2 %). Bara en liten andel, 15,4 %, uppgav att de kände till begreppet från tidigare.



Figur 6 Respondenternas bekanthet med mörk turism

Av respondenterna var det dryga hälften (51 %) som uppgav att de har besökt olika platser i anknytning till mörk turism men så mycket som 45,2 % uppgav att de inte har besökt mörk turism och 3,8 % svarade att de inte vet ifall de har besökt mörk turism eller inte.

Har du besökt platser som har en anknytning till mörk turism?



Figur 7 Har du besökt platser i anknytning till mörk turism?

4.4 Följdfrågor till respondenterna som inte har besökt mörk turism

De respondenter som svarade att de inte har besökt platser i anknytning till mörk turism, fick svara på två frågor angående varför de inte har besökt och intresset för att besöka i framtiden. I tabellen nedan (se tabell 3) redogörs för hur respondenterna svarade på dessa två frågor. Majoriteten av dem som inte har besökt mörk turism platser har inte heller haft möjligheten att göra det och de alla skulle antingen vilja besöka eller kunna tänka sig att besöka mörk turism i framtiden. Nio av respondenterna har haft möjligheten att besöka mörk turism men det intresserade inte dem eller blev inte av och dessa nio skulle även vilja eller kunna tänka sig att besöka mörk turism. Bara en av respondenterna har haft möjligheten att besöka men inte velat och den personen vill heller inte besöka mörk turism i framtiden.

Tabell 3 Svaren av de respondenter som inte har besökt mörk turism

	Välj det påstående som passar bäst in på dig ifall du inte har besökt en plats med anknytning till mörk turism			Total	
	Jag skulle vilja besöka en mörk turism plats	Jag skulle inte vilja besöka en mörk turism plats	Jag skulle kunna tänka mig att besöka en mörk turism plats ifall platsen fanns lätt tillgänglig		
Välj det påstående som passar bäst in på dig ifall du inte har besökt en plats i anknytning till mörk turism	Jag har haft möjligheten att besöka en plats i anknytning till mörk turism men jag ville inte	0	1	0	1
	Jag har haft möjligheten att besöka en plats i anknytning till mörk turism men det intresserade inte/blev inte av	2	0	7	9
	Jag har inte haft möjlighet att besöka en mörk turism plats	18	0	17	35
Total		20	1	24	45

4.5 Förkunskaper samt tidigare resor

De respondenter som svarade att de har besökt platser i anknytning till mörk turism, fick svara på några följdfrågor som vilka platser de har besökt, huvudorsakerna till besöket, ifall de hade förkunskaper om platsen och vilka känslor som uppstod vid besöket. Tabellen nedan (se tabell 4) visar att flest personer har besökt 9/11 memorialen (20,7 %) och Anne Frank huset (20,7 %) av de alternativ som fanns. Dock valdes alternativet ”annat” mest (21,7 %) och där nämndes bland annat olika förintelsläger runtom i Europa, tsunamikatastrofen i Thailand, dödsläger, krigsmuseer och Dachau.

Tabell 4 Mörk turism platser respondenterna har besökt

	Responses		Percent of Cases	
	N	Percent		
Vilka mörk turism platser har du besökt?	9/11	19	20,7%	35,8%
	Auschwitz	17	18,5%	32,1%
	Holocaust	17	18,5%	32,1%
	Anne Frank huset	19	20,7%	35,8%
	Annat	20	21,7%	37,7%
Total		92	100,0%	173,6%

Tabell 5 är en kombination av svaren från vilka platser respondenterna har besökt, ifall besöket var en del av en annan resa och ifall det var planerat på förhand att besöka platsen. De allra flest uppgav att besöket var en del av en annan resa och bara tre av respondenterna uppgav att de åkte enbart för att besöka mörk turism. De respondenter som uppgav att de bara besökte mörk turism hade varit till Auschwitz, Holocaust och Anne Frank huset. De allra flesta uppgav även att besöket var planerat på förhand och de tre respondenter som uppgav att besöket inte hade varit planerat på förhand hade besökt 9/11 och en respondent hade valt alternativet ”annat”, vilket i detta fall var terroristattacken i Nice.

Tabell 5 Mörk turism platser respondenterna har besökt jämfört med olika påståenden

	Välj de påståenden som passar bäst in ^a				Total
	Jag åkte dit enbart för att besöka mörk turism platsen	Jag åkte dit som en del av en annan resa	Det var planerat på förhand att besöka platsen	Det var inte planerat på förhand att besöka platsen	
Vilka platser har du besökt? ^a 9/11	0	16	10	2	17
Auschwitz	2	15	11	0	17
Holocaust	1	16	11	0	17
Anne Frank huset	1	17	13	0	19
Annat	1	15	12	1	19
Total	3	43	29	3	51

Huvudorsakerna till besöken av en mörk turism plats är presenterade i tabellen nedan (se tabell 6) och i denna fråga kunde respondenterna välja högst tre alternativ mellan åtta olika alternativt varav ett var ett öppet fält där respondenten kunde skriva orsaken till besöket ifall det fattades från alternativen.

De flesta respondenter, 30 %, valde alternativet ”Intressant historia” till huvudorsaken till besöket och andra populära alternativ var ”Det är en del av kulturen”, ”Nyfikenhet” och ”Det är en obligatorisk sevärdhet i staden/landet”. Det alternativ som respondenterna valde minst var ”Viljan att kunna säga att jag har varit där” och det alternativet valdes sex gånger.

Tabell 6 Huvudorsakerna till mörk turism besöket bland respondenterna

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Vilka var huvudorsakerna till besöket?	Intressant historia	39	30,0%	73,6%
	Det är en del av kulturen	23	17,7%	43,4%
	Det är en obligatorisk sevärdhet i staden/landet	18	13,8%	34,0%
	Det fanns lätt tillgängligt	11	8,5%	20,8%
	Viljan att kunna säga att jag har varit där	6	4,6%	11,3%
	Nyfikenhet	25	19,2%	47,2%
	Annan orsak	8	6,2%	15,1%
Total		130	100,0%	245,3%

I tabellen nedan (se tabell 7) presenteras hur respondenterna besvarade på frågan ifall de hade några förkunskaper om mörk turism platsen de besökte och ifall dessa förkunskaper stämde överens med hur de själva upplevde platsen. Nästan 63 % svarade att de hade förkunskaper om platsen och drygt 35 % svarade att de hade en del förkunskaper. Ingen av respondenterna svarade att de inte överhuvudtaget hade några förkunskaper medan en av respondenterna inte visste. Av de 63 % som hade förkunskaper ansåg drygt 31 % att de stämde överens med hur de själva uppfattade platsen, medan drygt 62 % ansåg att de stämde till en viss del överens. Två av respondenterna visste inte eller kom inte ihåg.

Tabell 7 Förkunskaper om mörk turism platser

		Ifall du hade förkunskaper, stämde dessa överens med hur du upplevde platsen eller ändrades dina uppfattningar?			Total
		De stämde överens	De stämde till en viss del överens	Vet inte/Kommer inte ihåg	
Hade du några förkunskaper om platsen du besökte?	Ja	10	20	2	32
	Lite	7	9	2	18
	Vet inte	0	0	1	1
Total		17	29	5	51

4.6 Känslor

De respondenter som hade besökt en eller flera mörk turism platser fick även svara på frågan om vilka känslor som uppstod vid besöket. Respondenterna kunde välja högst tre av tio olika alternativ varav ett av alternativen var ett tomt fält med möjlighet att skriva själv en känsla ifall den fattades från alternativen. Tabellen nedan (se tabell 8) visar vilka känslor respondenterna ansåg uppstod vid besöken av olika mörk turism platser. Den känslan som var det populäraste svaret bland respondenterna var respekt, det alternativet valdes 40 gånger vilket motsvarar nästan 77 %. Även alternativen tacksamhet (25 %), ödmjukhet (48 %), rädsla (23 %) och alternativet ”andra känslor” (30 %) valdes mycket. De känslor som nämndes under alternativet ”andra känslor” var bland annat sorg, ilska, ifrågasättande och vemodighet. Sorg nämndes hela tio gånger av de 16 svaren på det alternativet.

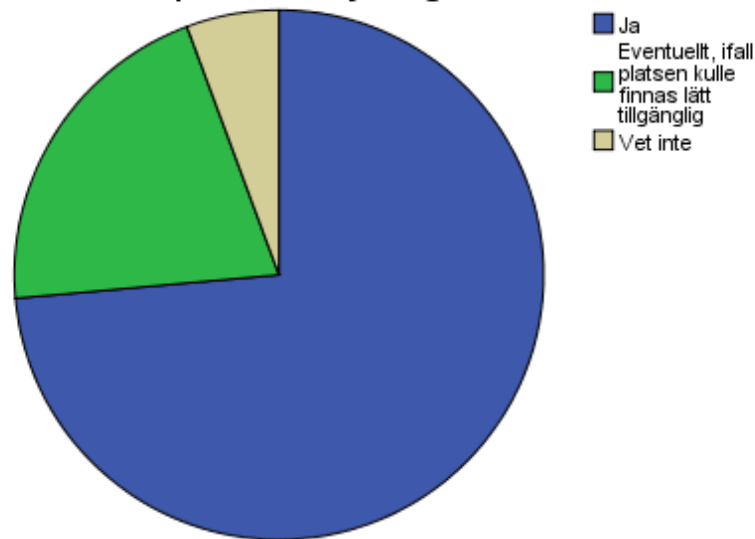
Tabell 8 Känslor vid besöken av mörk turism platser

		Vilka känslor uppstod vid besöket?										Total
		Tacksamhet	Ödmjukhet	Osäkerhet	Överordnad	Respekt	Glädje	Rädsla	Inga speciella känslor	Jag kommer inte ihåg	Andra känslor	
Vilka platser har du besökt?	9/11	4	9	3	2	12	0	3	0	2	5	18
	Auschwitz	4	6	1	2	11	0	6	1	0	7	17
	Holocaust	2	8	1	1	13	0	5	0	2	5	17
	Anne Frank huset	6	8	2	2	15	1	4	0	1	6	19
	Annat	5	10	0	1	15	0	3	0	0	12	19
Total		13	25	4	2	40	1	12	1	2	16	52

4.7 Avslutningsfrågor

Den näst sista frågan i enkäten handlade om ifall respondenterna skulle vilja besöka en mörk turism plats i framtiden eller inte. Svaren på denna fråga finns presenterade i figuren nedan (se figur 8). Ingen av respondenterna svarade att de inte vill besöka någon mörk turism plats igen och majoriteten, 37,5 %, svarade att de vill besöka en plats i anknytning till mörk turism igen. 10,6 % svarade att de skulle kunna tänka sig att besöka en plats i anknytning till mörk turism igen ifall platsen skulle finnas lätt tillgänglig. Av respondenterna var det 2,9 % som inte visste ifall de skulle vilja besöka en mörk turism plats igen.

Skulle du vilja besöka samma plats igen eller någon annan plats i anknytning till mörk turism?



Figur 8 Respondenternas svar till ifall de skulle vilja besöka en mörk turism plats igen

Den sista frågan i enkäten var en öppen fråga där respondenterna kunde tillägga en kommentar ifall de ansåg att något inte kom fram genom deras svar eller ifall de ville tillägga något som kunde vara till nytta för undersökningen. Fem personer valde att tillägga något och dessa svar är presenterade nedan:

”Att besöka typ Dachau var inte så annorlunda jämfört med t.ex. vissa museer, man kanske betar sig lite försiktigare på ställen var andra besökare kan vara känsliga eller ledsna.”

”Som tidigare sagt, borde mera människor veta om dessa ställen, för att kunna undvika att liknande ska ske på nytt, fastän de redan sker, men man kan alltid försöka bekämpa det med kunskap”

”Jag ser besök vid minnesplatser för katastrofer som något alla borde göra. Så att vi kan lära oss av de misstag vi tidigare gjort. Genom att berätta enskilda personers historier blir massmord etc. mer än endast siffror i historieböcker.”

”Det förblev lite oklart för mig vad som menades med Holocaust, är det något speciellt ställe eller hänvisade de allmänt till förintelsen? Försökte googla det men det finns så mycket på Holocaust och muséer i anknytning till det så jag fick aldrig reda på vad det var.”

”Är intresserad av att besöka fler platser för att få en bättre bild av historien kring platserna.”

5 DISKUSSION

I detta kapitel kommer resultatet från undersökningen att diskuteras och jämföras med teoriavsnittet. Denna diskussion kommer att vara uppbyggd i samma ordning som i förra kapitlet och de olika ämnena kommer att tas upp i tur och ordning och sedan diskuteras gentemot teorin som stöder dessa ämnen.

5.1 Respondenterna

De flesta av respondenterna till enkäten var kvinnor i åldern 22 till 25 år och bara runt 19 % var män. Eftersom fördelningen mellan män och kvinnor var väldigt olika kan man inte dra en slutsats att resultatet i denna undersökning gäller alla kön. Undersökningen skulle undersöka åldersgruppen 18 till 29 år men i resultatet visade det sig att personer som uppgav att de var mellan 26 och 29 år gamla bara var 10 stycken. Detta betyder att det är för få personer i den åldersgruppen för att kunna dra en slutsats från de svar som personerna i denna åldersgrupp gav. Antalet respondenter i åldersgruppen 18 till 21 år var 27 stycken och antalet respondenter i åldersgruppen 22 till 25 år var en klar majoritet med 66 stycken respondenter. Slutsatsen från denna undersökning kommer således mest att gälla åldersgruppen 22 till 25 år.

En klar majoritet av respondenterna uppgav att deras hemlandskap är Egentliga Finland eller Nyland och detta beror antagligen på att enkäten publicerades via min Facebook och de flesta av mina Facebook vänner kommer från dessa landskap. Detta leder dock till resultatet är väldigt avgränsat och koncentrerat till ett visst område.

Eftersom undersökningen riktade sig till unga vuxna i åldern 18 till 29 år är det ganska självklart att de flesta är studerande och det visar även resultatet. Totalt 85 av respondenterna uppgav att de är studerande varav hälften av dessa även jobbar vid sidan om studierna. Enligt World Tourism Organization (2016) är gruppen unga vuxna nuförtiden den snabbaste växande gruppen inom internationell turism och detta avspeglas även i resultaten från undersökningen där majoriteten av respondenterna reser

utanför hemlandet 2 till 3 gånger per år och bara 10 stycken uppgav att de reser mer sällan än en gång per år.

5.2 Respondenternas relation till mörk turism

Som presenterat i resultatredovisningen var de flesta inte bekanta med begreppet mörk turism från tidigare. Även många uppgav att de känner till fenomenet men inte begreppet. Enligt Sharpley & Stone (2009) är mörk turism ett ämne som det har forskats väldigt lite inom och då kan man dra den slutsatsen att detta påverkar resultatet i denna fråga. En annan orsak till att bara en liten andel av respondenterna var bekanta med begreppet från tidigare kan vara att begreppet är väldigt nytt och enligt Raine (2013) härstammar det från år 1996.

Enligt Demeter och Bratucu (2014) är den populäraste typerna av ungdoms turism pedagogiska, volontär, jobb sammanslaget med turistandet, utbytesstudier, sport, äventyr och fritids turism. Här kan man dra den slutsatsen om att detta stämmer överens med respondenterna till enkäten eftersom nästan hälften av alla respondenter inte har besökt mörk turism och man kan då tänka sig att de har valt en annan resedestination istället för mörk turism. Å andra sidan anser Richards och Wilson (2006) att unga vuxna är väldigt nyfikna och de söker efter äventyrligt turistande vilket mörk turism kan vara. Richards och Wilson (2006) anser även att unga ser resandet som ett sätt att växa som person och utveckla sin identitet och att de vill se så mycket som möjligt av världen och dess platser.

5.3 Respondenter som inte har besökt mörk turism

Som konstaterat i figur 8 i resultatredovisningen har hela 45,2 % av respondenterna inte besökt mörk turism vilket var förvånande med tanke på att majoriteten också svarade att de reser 2 till 3 gånger per år utanför hemlandet. Enligt World Tourism Organization (2016) har unga vuxna intresset och viljan att utforska så mycket som möjligt av världen och speciellt fenomenet att leva lokalt är populärt bland unga turister. De flesta mörk turism platser är turistfällor så orsaken till att så många unga vuxna inte har besökt mörk turism kan vara för att de dras till en annan sort av turism.

Cooper och Gilbert (2008) har framställt en figur (se figur 4) över de mest centrala faktorerna som påverkar en individ när personen gör ett beslut om till exempel vilken destination personen vill besöka. Individens egenskaper är de faktorer som ingen annan direkt kan påverka och dessa är motivation, uppfattning, personlighet/attityder och inläring. Från detta kan en slutsats dras att de respondenter som uppgav att de inte har besökt mörk turism inte har motivationen för det eller rätt uppfattning, personlighet eller attityder och kanske inte har kunskapen om ämnet heller. Även om de flesta uppgav att de inte har haft möjligheten till att besöka en mörk turism plats, har de alltid fattat ett beslut om vilken destination de reser till och då har de fattat ett beslut som inte involverar mörk turism. Detta beslut kan vara medvetet eller omedvetet.

5.4 Mörk turism platser samt orsaker till vistelsen

Som konstaterat i kapitlet resultatredovisning, är 9/11 memorialen och Anne Frank huset de mest besökta mörk turism platserna av de alternativ som fanns i enkäten. Detta kan delvis bero på att dessa platser är väldigt lätt tillgängliga och stora turistattraktioner i respektive stad. Enligt Walter (2009) är ofta resor till mörk turism platser kombinerade med en huvudsaklig resa och dessa exkursioner är ofta spontana som ibland bara räcker ett par timmar. Denna teori stämmer överens med resultaten från undersökningen till detta arbete där en stor majoritet (84 %) svarade att besöket var en del av en annan resa. Dock svarade de flesta att det ändå var planerat på förhand att åka till mörk turism platsen. Bara tre av respondenterna uppgav att de åkte till platsen enbart för att besöka mörk turism platsen och dessa platser var Auschwitz, Holocaust, Anne Frank huset och en av respondenterna valde alternativet "annat" och där nämndes Sachsenhausen, Treblinka, massgrav i Riga och Ravensbrück. Det kan ändå antas att respondenterna inte menade att de åkte till Berlin bara för att se Holocaust eller till Amsterdam bara för att se Anne Frank huset men att det kanske var huvudmålet med resan.

När respondenterna fick ange huvudorsakerna till besöket hade de några färdiga alternativ att välja mellan och även ett öppet fält där de kunde ange orsaken ifall den inte fanns med i alternativen. De mest populära orsakerna var "Intressant historia",

”Nyfikenhet”, ”Det är en del av kulturen” och ”Det är en obligatorisk sevärdhet i staden/landet”. Enligt World Tourism Organization (2016) är unga vuxna en åldersgrupp som har intresset och viljan att utforska så mycket som möjligt av världen och enligt Demeter och Bratucu (2014) ansåg unga vuxna för länge sedan att krig kunde förhindras genom att utbilda sig om främmande kulturer och språk. Unga vuxna har en tendens att vilja lära sig om andra delar av världen och således kan besök till mörk turism vara väldigt lärorikt för dem. McIntosh, Goeldner och Ritchie (1995) har framställt en figur (se figur 2) som beskriver fyra kategorier av motivation. Från detta kan en slutsats dras att de respondenter som svarade på enkäten i huvudsak fokuserade på de kulturella och mellanmännsliga motivationsfaktorerna. Dock svarade några också att huvudorsaken till besöket var viljan att kunna säga att personen har varit där, vilket kan räknas till status och prestige motivationsfaktorer. Även det populära alternativet ”Det är en obligatorisk sevärdhet i staden/landet” kan räknas till den sistnämnda kategorin eftersom de kanske inte själv hade något intresse för platsen men kände en slags press att man borde se attraktionen.

Enligt Sharpley (2009a) kan man dela upp efterfrågan och utbudet inom mörk turism i fyra olika nyanser; ljus, grå som styrs av efterfrågan, grå som styrs av utbudet och svart. Med tanke på hur respondenterna svarade på enkäten kan man uppfatta alla dessa fyra nyanser. Den ljusa nyansen gäller dem som inte hade något speciellt intresse för en attraktion som är oavsiktlig skapad, till exempel Anne Frank huset. Den gråa nyansen som styrs av efterfrågan gäller dem som har intresse för mörk turism men besökte en plats som är oavsiktlig skapad. Den andra gråa nyansen som styrs av utbudet gäller dem som inte har intresse för mörk turism men besökte en plats som är avsiktlig skapad, till exempel 9/11 memorialen och den sista nyansen, svart, gäller dem som har intresse för mörk turism och besökte en plats som är avsiktlig skapad.

De allra flesta av respondenterna hade förkunskaper om mörk turism platsen de besökte och de flesta svarade även att dessa förkunskaper stämde till en viss del överens med hur de uppfattade platsen. Från detta kan en slutsats dras att många unga vuxna har kunskap om olika platser i världen även om de flesta ansåg att förkunskaperna bara stämde överens till en viss del. Unga vuxna tenderar att bilda sin egen uppfattning om ett visst ställe och låter sig inte påverkas av samhällets åsikt och i detta fall bildar de sin egen uppfattning om mörk turismen men influeras till en viss del av andra.

5.5 Känslorna vid besöket

Enligt Tarlow (2005) kan turisten uppleva fyra grundläggande känslor vid besök av en mörk turism plats. Dessa fyra är *osäkerhet, tacksamhet, ödmjukhet och överordnad*, och även uppfattningar som mystik och stolthet kan uppstå. Känslorna som kan uppstå vid besöket är ändå personliga och kan variera mycket från person till person. De flesta av respondenterna valde alternativet ”respekt”, men även de känslor som Tarlow (2005) anser att kan uppstå vid besök av en mörk turism plats nämndes, speciellt ”tacksamhet” och ”ödmjukhet”. Respondenterna kunde även fylla i själv vilken känsla de ansåg att uppstod ifall den inte fanns med bland alternativen och många respondenter uppgav ”sorg”. Man kan anta att ifall ”sorg” skulle ha funnits med som alternativ skulle flera respondenter också ha valt det och detta var ett misstag att det alternativet inte fanns med.

Alla respondenterna visade intresse för att besöka en mörk turism plats igen i framtiden. Det kan dras en slutsats från detta att som Richards & Wilson (2006) argumenterar, växer ungdomsturismen och författarna anser dessutom att de unga har en större möjlighet att resa vart de vill tack vare lägre arbetslöshet bland unga, högre intresse för utbildning och många alternativ för att resa billigt. Dessutom enligt World Tourism Organization (2016) är gruppen unga vuxna en viktig åldersgrupp för turismen och fungerar ofta som trendsättare genom att locka andra turister att besöka platser vilket inte bara gynnar mörk turism utan även andra sorters turism.

5.6 Respondenternas kommentarer

Även om bara fem personer valde att tillägga något i den sista frågan i enkäten, var det intressant att veta hur de tänkte när de svarade på frågorna. Den första kommentaren handlade om att skillnaden mellan att besöka Dachau och krigsmuseer inte var speciellt stor men respondenten ansåg ändå att hen betedde sig lite försiktigare vid besöket av Dachau. Detta är en intressant kommentar och man kan anta att respondenten hade flera känslor vid besöket av Dachau och framförallt att respondenten visade respekt för andra människor på platsen.

Den andra och tredje kommentaren betonade mycket att det är viktigt att besöka dessa platser för att lära sig av misstag och förhindra att liknande ska ske igen. Även respondenten som skrev den femte kommentaren ansåg att det var intressant att besöka mörk turism för att lära sig mera om historien kring händelserna. En slutsats av detta kan dras att unga vuxna anser att det är mera lärorikt att besöka de platser där en händelse har inträffat än att bara läsa om det i en bok, och att de är intresserad av att lära sig mera om historien kring dessa hemska händelser. Detta förstärks även med Demeters och Bratucus (2014) teori om att unga vuxna ansåg för länge sedan att krig kunde förhindras genom att utbilda sig om främmande kulturer och språk.

Respondenten som skrev den fjärde kommentaren ansåg att det inte var tillräckligt tydligt angett i enkäten vad som menas med Holocaust. Det kan reflekteras över ifall det inte var tillräckligt tydligt angett vad som menas med Holocaust men å andra sidan var det bara en av alla respondenter som kommenterade det. Dock kan man inte veta ifall flera respondenter missförstod vad som menas med Holocaust och resultatet skulle ha visats sig bli annorlunda ifall en tydligare förklaring fanns med.

5.7 Konklusion

Frågeställningen som presenterades i kapitel 1.1 bestod av tre frågor. Hur vanligt är det att unga vuxna från södra Svenskfinland har besökt någon form av mörk turism? Vilka är huvudorsakerna för unga vuxnas besök till mörk turism platser? Vilka känslor har de upplevt vid dessa besök? Efter att ha framställt, analyserat och diskuterat resultaten från webbenkäten kan man konstatera att dessa frågor har blivit besvarade.

Dryga hälften av respondenterna har besökt någon form av mörk turism och även om denna undersökning baserade sig på ett bekvämlighetsurval kan man ändå anta att resultaten visar en riktlinje för frågan. De centrala motiven för unga vuxna från Svenskfinland att besöka mörk turism är för att de har intresset att lära sig mera om historien bakom händelserna och även landets kultur. De är också nyfikna och vill uppleva och se så mycket som möjligt av världen, inklusive de mörkare sidorna. Av respondenterna uppgav majoriteten att de känslor som uppstod vid besöken av mörk turism var främst respekt, tacksamhet, ödmjukhet och sorg, även om många andra

känslor också nämndes av respondenterna. Det är också värt att nämna att väldigt få kände till begreppet mörk turism från tidigare och en klar majoritet hade inte hört talas om begreppet även om de har besökt någon form av mörk turism. Resultaten av frågan om vilka mörk turism platser respondenterna har besökt var intressant eftersom det var nästan jämnt uppdelat mellan de alternativ som fanns och respondenterna nämnde även många andra mörk turism platser som inte fanns bland alternativen.

6 AVSLUTNING

Syftet med detta arbete var att redogöra för vilka motiven är bakom unga vuxnas intresse för mörk turism och vilka känslor som kan uppstå vid dessa besök av en mörk turism plats. Detta arbete byggde på tidigare undersökningar och framställda teorier samt en kvantitativ webbenkät som 104 unga vuxna i åldern 18 till 29 år från Svenskfinland svarade på. Svaren från enkäten gick för det mesta hand i hand med teorin bakom det och resultatet var förväntat.

6.1 Arbetets begränsningar och vidare undersökning

Eftersom enkäten delades på Facebook begränsas resultatet till mina finlandssvenska vänner från södra Finland och urvalet är således ett bekvämlighetsurval. Som många författare anser även jag att fortsatt forskning inom mörk turism är vital för att få en klarare uppfattning om vad det är som driver människorna till mörk turism eftersom undersökningen för detta arbete var väldigt koncentrerad till ett visst område och en slutsats går således inte att dra för en hel population. Det framkom inte heller i undersökningen varför unga vuxna har ett intresse för mörk turism, bara vilka motiven bakom besöken är och detta kunde vara ett ämne att fortsätta forska inom.

6.2 Validitet och reliabilitet

Validitet och reliabilitet för den teoretiska delen av arbetet diskuterades under kapitlet 4.4 och validitet och reliabilitet för den empiriska delen kommer nu att diskuteras och analyseras.

Eftersom undersökningen byggde på ett bekvämlighetsurval kan man direkt konstatera att resultaten från denna undersökning inte kan gälla för en hel population. Alla respondenter är hemma från södra och västra Svenskfinland och många av dem kan även räknas som bekanta till mig eftersom webbenkäten delades via min och min systems Facebook. Dock stämde resultatet överens med teorin så man kan ifrågasätta ifall resultatet skulle ändå ha blivit liknande om samma undersökning skulle göras med ett slumpmässigt urval. Respondenterna svarade på en webbenkäten och svaren var helt anonyma vilket höjer reliabiliteten eftersom deltagarna vet att de kan svara anonymt och det höjer sannolikheten att de svarar ärligt. Inga personliga frågor ställdes och respondenterna kunde även välja att inte ange till exempel sitt kön vilket även kan öka validiteten för undersökningen. Det kan konstateras att resultaten från undersökningen är reliabla för målgruppen som undersöktes även om undersökningen byggdes på ett bekvämlighetsurval.

6.3 Slutord

Jag anser att syftet med detta arbete uppnåddes och jag är nöjd med vad jag har åstadkommit. Det har varit en intressant och tidskrävande process att skriva detta examensarbete men även mycket lärorikt. Det var intressant att se hur resultatet från enkäten blev och framförallt intressant att undersöka personer i min egen ålder. Avslutningsvis vill jag tacka alla som tog sig tid att svara på min enkät och på det viset bidra till detta arbete, samt alla som har stöttat mig under arbetets gång.

KÄLLOR

- 9/11 memorial. 2015, *Year in review*. Tillgänglig: <http://2015.911memorial.org> Hämtad 2.11.2016
- Alexanderson, Kristina. 2012, *Källkritik på Internet*, Stockholm: .SE, 47 s.
- Altinay, Levent & Paraskevas, Alexandros. 2008, *Planning Research in Hospitality and Tourism*, Oxford: Elsevier, 247 s.
- Beech, John. 2009, Genocide Tourism. I: Sharpley, Richard & Stone, Philip R., *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, Bristol: Channel View Publications, s. 207-223
- Beeton, Sue. 2005, The Case Study in Tourism Research: A Multi-Method Case Study Approach. I: Ritchie, Brent W.; Burns, Peter & Palmer Catherine, *Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice*, Oxfordshire: CABI publishing, s. 37-48
- Biran, Avital & Hyde Kenneth F. 2013, New perspectives on dark tourism, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 7 nr 3, s. 191-198. Tillgänglig: ABI/INFORM Global. Hämtad 12.10.2016
- Bizirgianni, Ionna & Dionysopoulou. 2013, The Influence of Tourist Trends of Youth Tourism through Social Media (SM) & Information and Communication Technologies (ICTs), *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, vol. 73, s. 652-660. Tillgänglig: ScienceDirect. Hämtad 8.12.2016
- Bryman, Alan & Bell, Emma. 2011, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, 2 uppl., Oxford University Press, 757 s.
- Cooper, Chris. 2008, Measuring Demand for Tourism. I: Cooper, Chris; Fletcher, John; Fyall, Alan; Gilbert, David & Wanhill, Stephen, *Tourism: Principles and Practice*, 4 uppl., Essex: Pearson Education Limited, s. 72-95
- Cooper, Chris & Gilbert David. 2008, Tourism Consumer Behaviour. I: Cooper, Chris; Fletcher, John; Fyall, Alan; Gilbert, David & Wanhill, Stephen, *Tourism: Principles and Practice*, 4 uppl., Essex: Pearson Education Limited, s. 42-71
- Cooper, Chris. 2012, *Essentials of tourism*, Essex: Pearson Education Limited, 363 s.
- Cristiana, Patrichi Ioana. 2013, Dark tourism – a niche segment for the Romanian tourism, *Romanian Economic and Business Review*, s 351-358. Tillgänglig: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rau/journal/WI13S/REBE-WI13S-A37.pdf> Hämtad 13.10.2016

- Demeter, T & Bratucu, G. 2014, Typologies of Youth Tourism, *Economic Sciences*, vol. 7 nr 56, s. 115-122. Tillgänglig: ProQuest. Hämtad 8.12.2016
- Eurostat. 2009, *Youth in Europe*. Tillgänglig: <http://pjp-eu.coe.int/documents/1017981/1668203/YouthinEurope.pdf/40f42295-65e4-407b-8673-95e97026da4a> Hämtad 12.10.2016
- Farmaki, Anna. 2013, Dark tourism revisited: a supply/demand conceptualization, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 7 nr 3 s. 281-292. Tillgänglig: Emerald Insight. Hämtad 8.12.2016
- Hollertz, Katarina. 2010, *Problemen förgår, lösningarna består – organisering av kommunala insatser för unga arbetslösa med försörjningsproblem*, Examensarbete, Lund: Lunds universitet, Socialhögskolan.
- Koppang, Julia & Pedersen, Emelie. 2012, *Varför språkresa? – en studie om motiv och efterfrågan hos språkresenären*, Examensarbete, Kalmar: Linneuniversitetet, Turism
- McIntosh, Robert W.; Goeldner, Charles R. & J. R. Brent Ritchie. 1995, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 7 uppl., Toronto: John Wiley & Sons, Inc., 551 s.
- Niemelä, Titta. 2010, *Motivation Factors in Dark Tourism, Case: House of Terror*. Examensarbete, Lahtis: Lahti University of Applied Sciences, Tourism and Hospitality Management.
- Pearce, Douglas G. 2012, *Frameworks for Tourism Research*, Oxfordshire: CABI, 210 s.
- Pearce, Philip J. 2005, *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*, Clevedon: Multilingual Matters, 249 s.
- Podoshen, Jeffrey S; Venkatesh, Vivek; Wallin, Jason; Andrzejewski, Susan A & Jin, Zheng. 2015, Dystopian dark tourism: An exploratory examination, *Tourism Management*, vol. 51, s. 316-328. Tillgänglig: ScienceDirect. Hämtad 13.10.2016
- Puhakka, Riikka. 2011, *Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä*, Projekt, Lahtis: Lahden Ammattikorkeakoulu. Tillgänglig: http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/tuleva_trendit_2030.pdf Hämtad 13.11.2016
- Raine, Rachael. 2013, A dark tourism spectrum, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 7 nr 3, s. 242-256. Tillgänglig: Emerald Insight. Hämtad 27.10.2016
- Richards, Greg & Wilson Julie. 2006, *Youth and Adventure Tourism*. Tillgänglig: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35986730/Youth_and_Adventure_Tourism.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1481210453&Signature=F1612Q976aT1%2Fdze%2BrkiYldxwGw%3D&response-content-

[disposition=inline%3B%20filename%3DYouth_and_Adventure_Tourism.pdf](#)

Hämtad 8.12.2016

- Ryan, Chris. 2005, Ethics in Tourism Research: Objectivities and Personal Perspectives. I: Ritchie, Brent W.; Burns, Peter & Palmer Catherine, *Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice*, Oxfordshire: CABI publishing, s. 9-20
- Sharpley, Richard. 2009a, Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction. I: Sharpley, Richard & Stone, Philip R., *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, Bristol: Channel View Publications, s. 3-22
- Sharpley, Richard. 2009b, Dark Tourism and Political Ideology: Towards a Governance Model. I: Sharpley, Richard & Stone, Philip R., *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, Bristol: Channel View Publications, s. 145-163
- Stone, Philip R. 2012, Dark Tourism and Significant Other Death, *Annals of Tourism Research*, vol. 39 nr 3 s. 1565-1587. Tillgänglig: Elsevier. Hämtad 2.12.2016
- Stone, Philip. 2013, Dark tourism scholarship: a critical review, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 7 nr 3, s. 307-318. Tillgänglig: ABI/INFORM Global. Hämtad 12.10.2016
- Stone, Philip & Sharpley, Richard. 2008, Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective, *Annals of Tourism Research*, vol. 35 nr 2, s. 574-595. Tillgänglig: Elsevier. Hämtad 4.12.2016
- Walter, Tony. 2009, Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living. I: Sharpley, Richard & Stone, Philip R., *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, Bristol: Channel View Publications, s. 39-55
- World Tourism Organization. 2016, *Affiliate Members Global Reports, Volume thirteen – The Power of Youth Travel*, UNWTO. Tillgänglig: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/2wyse_ultimoscambios.pdf 60 s. Hämtad 5.12.2016
- Åsberg, Rodney. 2001, Det finns inga kvalitativa metoder – och inga kvantitativa heller för den delen, *Pedagogisk forskning i Sverige*, vol. 6 nr 4, s. 270-29

BILAGOR

Bilaga 1. Enkäten

Fråga 1: Ålder: *

- 18-21 år
- 22-25 år
- 26-29 år

Fråga 2: Kön: *

- Kvinna
- Man
- Vill inte ange

Fråga 3: Jag är hemma från: *

- Egentliga Finland
- Nyland
- Österbotten
- Birkaland
- Åland
- Annat, varifrån?

Fråga 4: Jag är: *

- Studerande
- Studerande men jobbar vid sidan om
- Arbetslös
- Arbetar på deltid
- Arbetar på heltid

Fråga 5: Hur ofta reser du utanför hemlandet?*

- Mer sällan än 1 gång per år
- Ungefär 1 gång per år
- 2-3 gånger per år
- 4 gånger eller oftare per år
- Jag har aldrig rest utanför hemlandet

Fråga 6: Är du bekant med begreppet mörk turism från tidigare?*

Mörk turism= fenomenet att besöka ställen som det har inträffat katastrofer på och där människor har dött, t.ex. 9/11 memorialen, Auschwitz, Holocaust, Anne Frank huset, Hiroshima & Nagasaki m.m.

- Ja
- Nej
- Vet inte
- Jag känner till fenomenet men inte begreppet

Fråga 7: Har du besökt platser som har en anknytning till mörk turism?*

Ifall ja, svara på nästa fråga och hoppa sedan till fråga nummer 11. Ifall nej/vet inte, svara på fråga 9 och 10.

- Ja
- Nej
- Vet inte

Fråga 8: Vilket/vilka ställen har du besökt?

Hoppa sedan till fråga nummer 11.

- 9/11 memorialen
- Auschwitz
- Holocaust
- Anne Frank huset
- Hiroshima/Nagasaki
- Annat, vad?

Fråga 9: Välj det påstående som passar bäst in på dig ifall du inte har besökt en plats i anknytning till mörk turism

- Jag har haft möjligheten att besöka en plats med anknytning till mörk turism men jag ville inte
- Jag har haft möjligheten att besöka en plats med anknytning till mörk turism men det intresserade inte / blev inte av
- Jag har inte haft möjlighet att besöka en mörk turism plats

Fråga 10: Välj det påstående som passar bäst in på dig ifall du inte har besökt en plats med anknytning till mörk turism.

- Jag skulle vilja besöka en mörk turism plats
- Jag skulle inte vilja besöka en mörk turism plats
- Jag skulle kunna tänka mig att besöka en mörk turism plats ifall platsen fanns lätt tillgänglig, t.ex. en av många sevärdheter under en resa
- Jag har inga åsikter

Fråga 11: Välj de påståenden som passar bäst in på dig ifall du har besökt en plats med anknytning till mörk turism.

- Jag åkte dit enbart för att besöka mörk turism platsen
- Jag besökte platsen som en del av en annan resa
- Det var planerat på förhand att besöka platsen
- Det var inte planerat på förhand att besöka platsen

Fråga 12: Ifall du har besökt en mörk turism plats, vad var huvudorsakerna till att du besökte stället? (välj max 3)

- Intressant historia
- Det är en del av kulturen
- Det är en obligatorisk sevärdhet i staden/landet
- Det fanns lätt tillgängligt
- Reklam
- Viljan att kunna säga att jag har varit där
- Nyfikenhet
- Annan orsak?

Fråga 13: Hade du några förkunskaper om platsen du besökte?

- Ja
- Nej
- Lite
- Vet inte

Fråga 14. Ifall du hade förkunskaper, stämde dessa överens med hur du upplevde platsen eller ändrades dina uppfattningar?

- De stämde överens
- De stämde inte överens
- De stämde till en viss del överens
- Vet inte/Kommer inte ihåg

Fråga 15: Vilka känslor uppstod vid besöket? (Välj max 3)

- Tacksamhet
- Ödmjukhet
- Osäkerhet
- Överordnad
- Respekt
- Glädje
- Rädsla
- Inga speciella känslor
- Jag kommer inte ihåg
- Andra känslor?

Fråga 16: Skulle du vilja besöka samma plats igen eller någon annan plats i anknytning till mörk turism?

- Ja
- Nej
- Eventuellt, ifall platsen skulle finnas lätt tillgänglig
- Vet inte

Fråga 17: Har du något du vill tillägga?