

חוויית הביקור באתרי אופל – המקרה של מחנה ההשמדה אושוויץ

גילה אורן*, אביטל בירן** ויניב פוריה***

* בית הספר למנהל עסקים, המכללה למנהל

** בית הספר לניהול University of Surrey – Guildford

*** המחלקה לניהול מלונאות ותיירות, הפקולטה לניהול, ע"ש גילפורד גלייזר, אוניברסיטת בן גוריון בנגב

הספרות שעניינה אתרים המציגים מוות וזוועות מתמקדת בעיקר בחקר המוצג תוך התעלמות מהמבקר ומחוויית הביקור (Stone and Sharpley 2008). במסגרת מחקר זה נעשה ניסיון לחקור מרכיבים מהותיים להבנת חוויית הביקור באתרים אלו. מחקר זה מתמקד במחנה ההשמדה אושוויץ-בירקנאו ובוחר את הרצון לבקר (רצון כללי ומניעים ספציפיים) והעדפות המבקרים אשר לתכני ההדרכה והתועלות המצופות ממנה. תוצאות המחקר מעידות כי ניתן להבחין בין קבוצות מבקרים על פי תפיסתם את האתר ביחס למורשתם. כמו כן, עולה כי כלל המבקרים לאתר מצפים לחוויה רגשית ורואים בהדרכה אמצעי להשגתה. על סמך ממצאי המחקר ניתן לטעון כי חוויית הביקור באושוויץ, גולת הכותרת של תיירות האופל, דומה במידה רבה לחוויית הביקור באתרי מורשת. ממצאי מחקר זה מצביעים על הצורך במסגרת תאורטית המבחינה בצורה ברורה בין תיירות מורשת לבין תיירות אופל.

מלות מפתח: מוטיבציה, ציפיות, תיירות אופל, הדרכה.

הקדמה

מחקרים מצביעים על העניין הגובר של תיירים באתרים בהם התרחשו בעבר ו/או מוצגים בהם כיום מוות, אסונות וזוועות (Lennon and Foley 2000; Stone and Sharpley 2008). למרות העניין הגובר בנושא, מרבית המחקרים העוסקים באתרים אלו מתמקדים על פי רוב במוצג (Stone and Sharpley 2008). מחקרים אלו עניינם איזו היסטוריה מוצגת באתר (ואיזו אינה מוצגת, או מוסתרת) ומסקנתם היא כי אלו השולטים בהווה שולטים גם בעבר ובאופן הצגתו. עד כה תשומת לב מועטה הופנתה לחוויית הביקור באתרים אלה. המחקר הנוכחי שואף לצמצם פער זה בספרות.

מחקר זה מאמץ את הגישה החווייתית (Apostolakis 2003), המדגישה את המשמעות הסמלית של האתר והמורשת המוצגת בו כמרכיב מהותי להבנת חוויית הביקור. בהתאם לכך המחקר

הנוכחי בוחן את המניעים לביקור, התועלות המצופות מן ההדרכה והתכנים אליהם מעוניין המבקר להיחשף במהלך הביקור, ביחס למשמעות הסמלית של האתר. הבנת קשרים אלו עשויה לשפוך אור על אופיין ההטרונגי של החוויות בהן חפצים המבקרים במרחבים בהם מוצגים מוות ואסונות, כמו גם לסייע בניהול אתרים אלו.

סקירת ספרות

ביקורים באתרי מוות וזוועות נחקרו בעבר תחת המסגרת הרחבה של תיירות מורשת (Stone and Sharpley 2008). דוגמאות לכך ניתן למצוא במחקרים העוסקים ב-"מורשת צורמת" (dissonant heritage) (Tunbridge and Ashworth 1996), "מורשת זוועות" (atrocities heritage) (Ashworth 2004) ו-"מורשת מכאיבה" (heritage that hurts) (Uzzell and Ballantyne 1998). כיום, רוב החוקרים מתייחסים לתופעה זו כתופעה נפרדת

האתר. הוא מבחין בין אתרים מקריים (*accidental*), שלא נוצרו על מנת לשמש כאטרקציות תיירותיות, לבין אתרים מכוונים (*purposeful*) אשר מיועדים לשמש כמרחב תיירותי. בצד הביקוש מבחין Sharpley בין מבקרים להם עניין מועט במוות (*palest*), לבין מבקרים עבורם העניין במוות מהווה את הסיבה המרכזית לביקור (*darkest*). באופן דומה, Smith and Cory (2005) מדגישים את הקשר בין תפיסת המבקרים את האתר כאפל והמידה בה הם מונעים לבקר באתר בשל מאפייניו כזה. בשונה משתי הגישות הראשונות, הגישה השלישית מכירה בכך שלא כל המבקרים לאתרים בהם מוצגים מוות וזוועות מונעים לבקר באתר בשל הרצון במפגש מוחשי או סמלי עם המוות.

משמעות האתר עבור המבקר

הבנת דפוסי הביקור לאתרים בהם מוצגים מוות וזוועות על סמך ספרות העוסקת בתיירות אופל בלבד, עלולה להתעלם ממרכיבים חשובים להבנת חוויית הביקור. ספרות מחקרית זו רואה במוות עצמו את ליבת החוויה, תוך התעלמות כמעט מוחלטת מסמליותו ומשמעותו. אולם, יש לזכור כי למרחבים המציגים מוות וזוועות תפקידים שונים. מרחבים אלו מהווים מקום זיכרון, מקום להתייחדות, מרחב לחוויה רוחנית, או מקום ייצוג של זהות לאומית (Lisle 2004; Seaton and Lennon 2004; Slade 2005; Tarlow 2003). בעוד שהספרות בנושא תיירות האופל נוטה להתעלם ממגוון שימושים אלו, שמקורם בסמליות המיוחסת למוות, הרי ששימושים אלו הוכרו בספרות מתחום תיירות המורשת כמשמעותיים להבנת חוויית הביקור.

הצורך להתייחס למשמעות חוויית הביקור באתרי זוועות עולה גם ממחקרים בתחומים כמו, גאוגרפיה אנושית ופסיכולוגיה סביבתית. Beech (2000), על סמך מחקרו במחנה הריכוז בוכנוואלד, טוען כי יש להבין את חוויית הביקור תוך הבחנה בין שני סוגי מבקרים. הסוג הראשון הוא המבקר שאין לו קשר

וייחודית המכונה dark tourism (Lennon and Foley 2000), התופעה הומשגה בעברית לביטוי "תיירות אופל" בו ייעשה שימוש במאמר זה.

גישות להבנת ביקורים באתרי מוות וזוועות

כיום רווחות בספרות שלוש גישות מרכזיות להבנת המושג תיירות אופל: הגישה הראשונה והנפוצה בספרות, הגישה התיאורית, מדגישה את מאפייני האתר תוך התעלמות מגורמים כמו המניעים לביקור ותפיסת האתר (Seaton and Lennon 2004). לדוגמה, Lennon and Foley (2000) מגדירים תיירות אופל כביקור באתרים הקשורים במוות, אסונות וזוועות. אימוץ גישה זו הוביל לאוסף של מחקרים הבוחנים מגוון רחב של אתרים הקשורים במוות. החל מ"בתי חרושת לבידור אפל" (dark fun factories) (Stone 2006: 152) בעלי אוריינטאציה בידורית דוגמת תיירות Dracula ברומניה (Light 2007), סיורים בלונדון בעקבות ג'ק המרטש וכלה באתרים כשדות קרב ומחנות השמדה (Stone 2006). הגישה התיאורית רואה בכל המבקרים לאתרים אלו תיירי אופל, תוך התעלמות מהרבגוניות הקיימת בין המבקרים, מניעיהם לביקור והחוויית להם הם מצפים (Seaton and Lennon 2004; Stone 2006).

הגישה השנייה מגדירה, תיירות אופל תוך התייחסות למניעים לביקור. לדוגמה, Seaton (1996) מגדיר תופעה זו כמונעת מהרצון במפגש מוחשי, או סמלי עם המוות ומציע כי העניין במוות קיים במידה זו או אחרת אצל כלל המבקרים. נראה שגישתו של Seaton מתעלמת מהאפשרות שהסיבות לביקור באתר והחווייה המצופה כלל אינן קשורות בעניין במוות.

הגישה השלישית, מדגישה את הצורך לבחון הן את מאפייני האתר והן את מאפייני המבקר. לדוגמה, Sharpley (2005), מגדיר את המושג תיירות אופל בהתייחס לשני מימדים: מניעי התייר ומאפייני

להתבגר על פחדי ילדות, נוסטלגיה, האפשרות לחוות את השונה או תאוות דם.

מקומה של ההדרכה בחווית הביקור

ההדרכה נחשבת למרכיב מהותי לחווית הביקור באתרים היסטוריים. מחקרים שעוסקים בתפקידי המדריך מלמדים כי ההדרכה מהווה אמצעי לחיפוש משמעות וליצירת חוויה ריגשית.

Cohen (1985), מציג טיפולוגיה של הדרכה המבוססת על שני תפקידי המסורתיים של המדריך ההיסטורי. ה-pathfinder מי שמראה את הסביבה הפיסית וה-mentor, שתפקידו להוביל ולעודד התעוררות רוחנית. מדריך המאמץ את שני התפקידים, משמש על כן כמתווך חברתי וסוכן תרבותי (Cohen 1985). תפקידו של המדריך אף מתעצמים על רקע מקומה של הפעילות התיירותית כאמצעי לחיפוש משמעות קיומית (MacCannell 1977). באופן דומה, Cohen, Ifergan and Cohen (2002) רואים במדריך מחנך המסייע בידי התייר למצוא משמעות במה שהוא רואה. Guter and Feldman (2006), על סמך מחקרם בקרב מדריכים יהודים של צליינים לישראל, מציינים כי מתפקידו של המדריך גם להגביר את החוויה האמונתית-רגשית שלעיתים מהווה את המניע לפעילות התיירותית בישראל.

הבנת העדפות המבקרים אשר לנושא ההדרכה ותוכנה מהותית להבנת חווית הביקור (Timothy and Boyd 2003; Moscardo and Ballantyne 2008). בעוד שהספרות הנוגעת לתפקיד המדריך מדגישה את הצורך לתת מקום לחווית ביקור שונות, הספרות הקיימת בנושא הדרכה נוטה להתעלם מהשונות במאפייני המבקרים, מההיכרות עם המורשת המוצגת באתר ומתפיסת האתר (Goulding 2000; Waitt 2000). שונות זו בקרב המבקרים עשויה להקיש על העדפותיהם באשר לתכני ההדרכה כמו גם על החוויה בה הם מעוניינים.

מיוחד לאתר והוא תופס את הביקור כפעילות פנאי. הסוג השני הוא המבקר בעל קשר אישי לאתר, אשר אינו תופס את הביקור כפעילות פנאי. באופן דומה, Muzaini et al. (2007) המתמקדים באתר Fort Siloso בסינגפור (אחת מהמצודות להגנת סינגפור, אשר נכבשה על ידי היפנים במלחמת העולם השנייה), כמו גם Lisle (2004) הבוחנת ביקורים במוקד ההרס של מגדלי התאומים בניו-יורק (Ground Zero), מבחינים בין מי שיש להם ומי שאין להם קשר אישי לאתר ולאירועים המוצגים בו. מחקרים אלו מצביעים על חשיבות תפיסת האתר בניסיון להבין את חווית הביקור באתרים המציגים מוות וזוועות. לפיכך, במחקר זה יושם דגש על תפיסת האתר, כבסיס להבנת מרכיבים בחווית הביקור.

המניעים לביקור וחווית הביקור

מניעים לביקור משמשים בסיס להגדרת תתי סוגים של תיירות. Poria et al. (2006) מצביעים על מניעים כמו הרצון לחוש מעורבות רגשית כבסיס להגדרת תיירי מורשת. באופן דומה מציע Sharpley (2005) כי הבנת המניעים לביקור באתרי אופל חשובה לגבי השאלה האם תיירות אופל הינה תת קבוצה בתיירות.

Stone and Sharpley (2008) טוענים כי המניעים לביקור באתרי מוות וזוועות עדיין לא נחקרו באופן שיטתי ובשל כך אינם מאפשרים הבנה תאורטית מספקת של התופעה. בשל מגוון האתרים והגישות להבנת תיירות אופל, חוקרים שונים מציעים מגוון רחב של מניעים אפשריים לביקור באתרי מוות וזוועות. Ashworth (2001) מזהה ארבעה מניעים מרכזיים: סיפוק סקרנות, הנאה מהתרחשויות מפחידות ומסבלם של אחרים, הזדהות עם הקורבנות (או עם מחוללי הרוע) וחיפוש אחר זהות עצמית. Seaton and Lennon (2004) מצביעים על מניעים כהתעניינות מורבדית. Dann (1998) מציין מניעים כמו, הרצון

הוא מצפה להשיג מההדרכה. לבסוף, הקשר שבין תפיסת המבקר את האתר לבין העדפותיו אשר לתכני ההדרכה.

שיטת המחקר

מכיוון שבמחקר זה היה צורך באתר המוכר למגוון רחב של מבקרים, התופסים את המורשת המוצגת בו באופנים שונים, נבחר מחנה הריכוז וההשמדה אושוויץ הנמצא בסמוך לעיר קראקוב בפולין. אושוויץ, הינו מחנה ההשמדה הגדול ביותר מבין כאלפיים מחנות ריכוז והשמדה שהוקמו על ידי הנאצים. באושוויץ נרצחו לפחות 1.2 מיליון בני אדם, 90% מהם יהודים (פיפר 2003). ב-27 לינואר 1945 שוחרר המחנה בידי חיילי הצבא האדום (בשנת 2005 קבעה מועצת האו"ם יום זה כיום השואה הבינלאומי). ב-14 ביוני 1947, יום השנה השביעי לטרנספורט הראשון למחנה, הוצגה במוזאון התערוכה הראשונה. התערוכה המרכזית, הקיימת עד היום במוזאון, נפתחה בשנת 1955 וניתן לראותה בשינויים קלים עד היום (אמברושביץ וביאלצקה 2008: 77-98).

אושוויץ אשר הוכרז בשנת 1979 כאתר מורשת עולמית, נחשב לסמל המוכר ביותר לזוועות הנאציות. בנוסף להיות האתר בעל חשיבות עולמית, מחקרים מצביעים על כך שאושוויץ נתפס באופנים שונים על ידי קבוצות אתניות ודתיות שונות (אמברושביץ וביאלצקה 2008). הרלוונטיות של המקום למגוון רחב של קהלים מתבטאת גם במספר הרב של מבקרים. במוזאון אושוויץ ביקרו בשנת 2009 כ-1,300,000 מבקרים מכ-30 מדינות (Auschwitz Museum 2010).

המחקר הנוכחי בוצע בשלושה שלבים. בשלב הראשון, שלב מחקר הגישוש, נעשה שימוש באסטרטגיית מחקר איכותנית על מנת לזהות מניעים לביקור ותועלות מצופות מההדרכה במחנה אושוויץ ובאתרי זוועות בכלל. בשלב זה נערכו

הספרות העוסקת בפרשנות באתרי מורשת מדגישה את השונות בציפיות המבקרים מההדרכה. מחקרים אלו מצביעים על כך שמבקרים שונים מעוניינים בפרשנויות שונות כתולדה של המשמעויות השונות המיוחסות למורשת המוצגת. לדוגמה, Austin (2002) ראיין מבקרים בגאנה באתר בו התרחש סחר עבדים (Castle Cape Coast) ומצא שמשמעות האתר עבור מבקרים שונים (אפרו-אמריקאים, אפריקאים או לבנים) מקישה על המידע לו המבקרים מעוניינים להחשף. באופן דומה, מחקר שנערך ב-Elmina Castle שבגאנה מצא שמבקרים הולנדים העדיפו לשמוע אודות השלטון ההולנדי, בעוד שמבקרים אנגלים גילו עניין רב יותר בתקופת השלטון הקולוניאלי (Bruner 1996). מחקרים תאורטיים מתחום הבניית מורשת מלמדים כי אנשים מעוניינים להיחשף להיסטוריות שונות בשל משמעות האירועים ההיסטוריים עבורם. Tunbridge and Ashworth (1996) הדנים ב-"dissonant heritage" ו-Poria (2007) המתייחס למונח "bad/active heritage" סבורים כי אנשים מעוניינים להתעלם מחלקים בהיסטוריה אשר מעוררים בהם תחושת בושה, או כאלה המייצרים להם תדמית שלילית. Wight and Lennon (2007) שבחנו את ההדרכה בשתי אטרקציות תיירותיות בליטא, הבחינו בכך שתיירים אף נמנעים מביקור באתר המציג מרכיב במורשתם הגורם להם לחוש אשמה או בושה.

מטרות המחקר

מטרת העל של מחקר זה היא להוסיף להבנת חוויית הביקור באתרים בהם מוצגים מוות וזוועות ביחס לתפיסת המבקר את האתר. על מנת להבין את חוויית הביקור נבחרו שלושה מדדים לבדיקה. ראשית, הקשר בין תפיסת המבקר את המורשת המוצגת באתר לבין המוטיבציה לביקור (מוטיבציה כללית ומניעים ספציפיים). שנית, הקשר בין תפיסת המבקר את האתר לבין התועלות אותן

משתתפים שלא ביקרו באתר בעבר כמו גם כאלו אשר ביקרו באתר. יש לציין כי מטרת הדגימה בשני מרחבים (קראקוב ומחנה אושוויץ) היתה להבטיח שונות במאפייני המבקרים שתוביל למגוון דעות רחב יותר. שיטת הדגימה שיושמה בכניסה לאתר, כמו גם במרכז העיר, היתה דגימה סיסטמטית (quasi random sampling). חשוב לציין כי מטרת אסטרטגיית הדגימה שיושמה במחקר זה, המוגדרת בספרות כדגימה תיאורטית (theoretical sample) (Fife-Schaw 1995), אינה ייצוג של כלל האוכלוסייה כי אם שיקוף מגוון הדעות. מילויי השאלון ארך כ-25 דקות בממוצע. שיעור ההשתתפות בכניסה לאתר עמד על 80%. מרבית המסרבים נמנעו מלהשיב על השאלון בעיקר כיוון שהדבר עיכב את כניסתם לאתר. בעיר קראקוב שיעור הסירוב היה נמוך יותר ועמד על 10%.

בתחילה נשאלו המשתתפים שאלה שמטרתה ללמוד אם הם מכירים את האתר. התשובה לשאלה זו (מכיר/לא מכיר את האתר) שימשה כקריטריון מבחין להשתתפות במחקר. השאלון עצמו כלל חמישה חלקים בהם נבדקו תפיסת האתר, מוטיבציה לביקור (סה"כ רצון לבקר כמו גם סיבות ספציפיות לביקור), תועלות מצופות מההדרכה, תכנים מועדפים ושאלות על המאפיינים הדמוגרפים של המשתתפים. השאלון הורכב מהיגדים לגביהם נתבקשו המשתתפים לציין את מידת הסכמתם בסולם ליקרט (כאשר 1 משמעותו Disagree, ו-7 מציינ Agree). תפיסת האתר ביחס למורשת האישית של המשתתפים נבחנה באמצעות שלושה היגדים על פי אינדקס PSOH (Poria et al. 2006), שמטרתו לכמת את תפיסת הפרט מרחב מסוים כחלק ממורשתו.

לניתוח התוצאות קובצו המשתתפים באמצעות ניתוח אשכולות (Cluster Analysis), לפי המידה בה הם תופסים את האתר כחלק ממורשתם האישית. השאלות בנושא המניעים לביקור, תועלות מצופות

ריאיונות חצי-מובנים עם עשרה תיירים ישראלים ועשרים תיירים אמריקנים. הריאיונות עם הישראלים התקיימו בישראל, בקרב מי שעתידים לנסוע לפולין, טרם יציאתם לפולין. המשתתפים האמריקנים רואינו בפולין, טרם הביקור באושוויץ. הריאיונות נמשכו בין חצי שעה לשעה ומחצה. איסוף הנתונים התקיים במהלך החודשים ינואר-פברואר 2008. המידע שנאסף נותח על פי שיטת ה-Thematic Content Analysis בה מאותרים נושאים עיקריים והקשר ביניהם. בשלב השני נבנה השאלון על בסיס תוצאות מחקר הגישוש וכלי מחקר קיים אשר שימש את פוריה ועמיתיו (Poria et al. 2006). השאלון נכתב באנגלית ופולנית (לשם ביקורת, השאלון באנגלית תורגם לפולנית ותורגם שוב לאנגלית). בתחילת אפריל 2008 נערך מחקר חלוץ (Pilot) לשתי הגרסאות בקרב עשרים וחמישה תיירים בפולין שנועד לבדוק את בהירותו ואורכו של השאלון, כמו גם את פיזור התשובות. בעקבות מחקר החלוץ נערכו שינויים מזעריים בניסוחן של מספר שאלות. השלב השלישי, שלב המחקר העיקרי, נערך במהלך חודש אפריל 2008 וכלל איסוף נתונים באמצעות שאלון מובנה. הנחקרים מילאו את השאלון בנוכחות חוקרת השותפה לכתיבת מאמר זה, ולמעוניינים, הוקרא השאלון. מועד ביצוע המחקר העיקרי (כמו גם מחקר החלוץ) נקבע משיקולי נוחות (עורכת המחקר ביקרה בפולין לצורך הדרכה במסגרת מצעד החיים 2008).

אוכלוסיית המחקר היתה תיירים מקומיים ובינלאומיים מעל גיל 15 (גיל הנחשב מבחינת היכולת הקוגניטיבית מתאים למילויי שאלונים, (Apter et al. 1998). כיוון שבמחקר זה נבחנו גורמים כמו, המניעים לביקור והתועלות המצופות מההדרכה, היה צורך לערוך את הריאיונות טרם הביקור באתר. מרבית הנחקרים, 76.3% (N=151) נדגמו בכניסה לאתר בעוד ש-23.7% (N=47) נדגמו במרכז העיר הסמוכה, קראקוב. המדגם כלל

השוואה בין אלו שרואיינו בכניסה לאושוויץ ואלו שרואיינו בעיר קראקוב מלמדת על דימיון בדפוס התשובות ולכן לצורך הניתוח כמו גם לצורך הצגת הממצאים אוחדו הקבוצות.

תפיסת האתר

בשלב הראשון נבדקה תפיסתם של המבקרים את האתר ביחס למורשתם האישית. המשתתפים התבקשו לציין את מידת הסכמתם לשלושה היגדים:

1. לאושוויץ משמעות סמלית עבורי (Auschwitz has symbolic meaning for me).
2. אושוויץ היא חלק מהמורשת האישית שלי (Auschwitz is part of my personal heritage).
3. אושוויץ מייצג משהו שקשור לזהות שלי (Auschwitz represents something which relates to my identity).

ערך הקורנבך אלפא עבור שלושת ההיגדים היה יחסית גבוה ($\alpha=0.818$) ומצביע על כך שהם מודדים אותו משתנה תיאורטי.

בניגוד למחקרים קודמים בהם חלוקת הנחקרים לקבוצות בוצעה שרירותית (Poria et al. 2006), במחקר זה נעשה ניתוח אשכולות. כאשר ממוצע שלושת ההיגדים המודדים את תפיסת האתר שימש כ-Clustering Variable. ניתוח האשכולות נערך בשני שלבים. תחילה יושמה שיטה הייררכית ולאחריה שיטה לא הייררכית וזאת בכדי ליהנות מהיתרונות של כל אחת מהשיטות. השיטה ההייררכית נערכה בטכניקת Ward על מנת לזהות את מדד הצבירה (Agglomeration schedule). טכניקה זו הועדפה מאחר והיא ממזערת את השוני בערכי הממוצע הריבועי על פני האשכולות (Hair et al. 2005). לאור העובדה שהניתוח נעשה על בסיס

מההדרכה ותכנים מועדפים נותחו באמצעות ניתוח גורמים factor analysis. בנוסף, בוצעו מבחני One Way ANOVA ו-Paired Sample T Test לבחינת הבדלים בין ובתוך קבוצות המבקרים השונות. מבחן ה-Post Hoc שנבחר הוא Scheffe וזאת בשל רמת החומרה הגבוהה המיוחסת לו בהשוואה למבחן ה-Tukey. הממצאים נותחו ברמת מובהקות של $p<0.05$. על מנת לבדוד השפעה אפשרית של ביקור קודם באתר על רמת המוטיבציה לביקור (סה"כ רצון לבקר וסיבות ספציפיות) וההעדפות מההדרכה (תועלות מצופות ותכנים) בוצע מבחן ANCOVA. ניתוח ANCOVA בוצע כאשר המשתנה התלוי הוא הרצון הכללי לביקור, הסיבות הספציפיות לביקור וההעדפות המשתתפים מההדרכה (תועלות ותכנים). משתנה הבקרה הוא ביקור קודם באתר. לא נמצאו הבדלים משמעותיים בין תוצאות ה-ANOVA לבין אלו של ה-ANCOVA (מלבד מקרה אחד שידון בהמשך). לשם בהירות תוצגנה רק תוצאות מבחן ה-ANOVA.

ממצאים

המדגם הסופי עמד על 198 משתתפים. מתוך המדגם, 153 שאלונים (77.3%) מולאו בשפה האנגלית ו-45 שאלונים (22.7%) מולאו בשפה הפולנית. אוכלוסיית המדגם כללה 51.3% נשים ($N=96$) ו-48.7% גברים ($N=91$). בקרב המשתתפים, 25.8% הם בוגרי תיכון ($N=51$) ו-67.1% ($N=133$) סיימו לימודים גבוהים (תואר ראשון, שני או שלישי). בקרב המשתתפים שציינו את קבוצת הגיל שלהם השכיח היה גילאי 20–39 (59.7%, $N=117$). מרבית המשתתפים הם נוצרים (77.2%, $N=142$), 6.5% ($N=12$) הם יהודים, ו-16.3% ($N=30$) הגדירו עצמם כבני דתות אחרות. שלוש המדינות העיקריות מהן הגיעו המשתתפים היו פולין (24.7%, $N=49$), ארה"ב (12.6%, $N=25$) ואנגליה (12.6%, $N=25$). מרבית הנחקרים (77.7%, $N=153$) ציינו כי לא ביקרו באושוויץ קודם לכן. חשוב לציין כי

את האתר כחלק ממורשתם האישית (קבוצה 3) הם בעלי מוטיבציה גבוהה יותר, באופן מובהק, לבקר באתר בהשוואה לשתי הקבוצות האחרות (LSD 1vs3=0.006, LSD 2vs3=0.032). ההבדלים ברמת המוטיבציה ביחס לתפיסת הפרט את האתר כמורשת אישית עשויים להצביע, כפי שיידון בהמשך, על כך שמבקרים שונים תרים אחר חוויות שונות בעת הביקור באתר.

מניעים לביקור

המשתתפים התבקשו לציין את מידת הסכמתם עם רשימה של מניעים ספציפיים לביקור באתר. על מנת לזהות מימדים כמוסים של מניעים לביקור בוצע ניתוח גורמים. בשל מאפייניו של מחקר זה וכפי שמקובל במדעי החברה הניתוח בוצע באמצעות ניתוח גורמים בסיסי (PCA – Principal Component Analysis) (Field 2009). כיוון שניתן להניח שקיים מתאם בין הגורמים נעשה שימוש ברוטציה Oblique מסוג Promax. מספר הגורמים נקבע על סמך (>1) Eigenvalue וה-Scree plot. בהתאם ל-Field (2009), רק היגדים בעלי ערך מוחלט גבוה מ-0.4 נכללו בגורמים. אף אחד מההיגדים לא הוצא מהניתוח וכל היגד נמצא טעון בגורם אחד בלבד. טבלה 1 מציגה את תוצאות ניתוח הגורמים.

התוצאות מצביעות על קיומם של ארבעה גורמים המסבירים 60.95% מהשונות. הגורם הראשון, "לראות על מנת להאמין" (see to believe), משקף את העניין של התיירים לראות את האתר במו עיניהם "על מנת להאמין". הגורם השני, "לימוד והבנה" (learning and understanding), משקף את העניין של המבקרים בהעשרת הידע שלהם בנושא אושוויץ ומלחמת העולם השנייה, כמו גם להבין את אשר התרחש באתר. בנוסף, גורם זה כולל היגד שמתייחס לרצון להעביר את סיפור השואה לאחרים. הגורם השלישי, "אתר מוות תיירותי מפורסם" (famous death tourist attraction)

משתנה יחיד, מקדם צבירה (Agglomeration coefficient) היה הקריטריון המרכזי לבחירת פתרון ניתוח האשכולות. נוכח העובדה שעיקר הגידול התרחש בשלב המעבר בין שלושה אשכולות לשניים (191.47%), הועדף פתרון של שלושה אשכולות. בשלב השני נערך ניתוח אשכולות בשיטה לא הייררכית תוך שימוש ב-K mean algorithm. על מנת לאפשר פתרון אופטימלי, מרכזי האשכולות (Clusters Centroids) שנבעו מהשלב הראשון, שימשו כנקודת מוצא לשלב השני (Cluster 1(n=53)=1.46, Cluster 2(n=105)=3.91, Cluster 3(n=40)=6.56, F=546.875, Sig.=0.000). התוצאות הניבו שלושה אשכולות של מבקרים הנבדלים בתפיסתם את האתר כחלק ממורשתם האישית. הראשון (N=63), מייצג את המשתתפים שאינם תופסים את אושוויץ כחלק ממורשתם האישית (mean=1.65). מנגד האשכול השלישי (N=53), כולל את המשתתפים שתופסים את אושוויץ כחלק ממורשתם האישית (mean=6.30). האשכול השני שזוהה (N=82), מייצג משתתפים דו-ערכיים בתפיסתם את האתר ביחס למורשתם האישית (mean=3.81).

מוטיבציה לביקור

בהתייחס לשלושת הקבוצות שצוינו, נבדקו משתנים כמו המוטיבציה הכללית לבקר באתר והמניעים השונים לביקור. יש לציין כי בעוד שבמקרה זה מבחן ANOVA לא מצא הבדלים מובהקים בין המשתתפים ביחס לתפיסתם את האתר, מבחן ANCOVA בו המשתנה של ביקור קודם מוחזק כמשתנה בקרה מצביע על הבדלים מובהקים בין המבקרים במוטיבציה הכללית לביקור. הנתונים מצביעים על כך שלכל שלושת הקבוצות רמת עניין גבוהה לבקר באתר (הממוצע הכללי גבוה מ-5 עבור שלושת הקבוצות). עם זאת, ישנם הבדלים מובהקים בין הקבוצות במוטיבציה שלהם לבקר באתר (F=4.050, Sig.=0.019). אלה הרואים

טבלה 1: ניתוח גורמים של המניעים לביקור במחנה ההשמדה אושוויץ

אני רוצה לבקר באושוויץ ...			
חוויית מורשת רגשית	אתר מוות תיירותי מפורסם	לימוד והבנה	לראות על מנת להאמין
			0.895
			0.749
			0.660
		0.889	
		0.746	
		0.698	
		0.521	
	0.807		
	0.773		
	0.527		
	0.455		
	0.442		
0.902			
0.587			
1.185	1.731	2.222	3.395
8.460	12.36	15.870	24.250
0.610	0.646	0.730	0.719

ערכי Eigenvalues

% שונות

אלפא קורנבך

Total variance explained 60.95%

Extraction method: Principal Component Analysis.

Rotation method: Promax with Kaiser normalization.

Rotation converged in 6 iterations.

משקף מניעים הקשורים להיות האתר מוקד משיכה תיירותי מפורסם וכן, להיות קשור במוות ובזוועות. מעניין לצייץ שהמניע "לבקר באתר על מנת לחוש אמפטיה עם הקורבנות" טעון בגורם זה. הגורם הרביעי, מורכב משני היגדים המבטאים את הרצון לחיבור עם המורשת האישית של המבקר והציפייה לחוויית מורשת רגשית (emotional heritage experience).

טבלה 2 מציגה את ההבדלים במניעים הספציפיים לביקור, (כפי שזוהו בטבלה 1), בין קבוצות המבקרים, על בסיס תפיסתם את האתר כמורשתם האישית.

כפי שניתן לראות מטבלה 2, באופן כללי המניע החזק ביותר הוא המניע החינוכי "לימוד והבנה" (5.38). אחריו המניע "לראות על מנת להאמין"

(4.26). המניע השלישי בעוצמתו הוא מאפיין האתר בהיותו "אתר מוות תיירותי מפורסם" (4.11). המניע הרביעי הוא הרצון לחוות "חוויית מורשת רגשית" (3.79). התוצאות מצביעות על הבדלים מובהקים בין קבוצות המבקרים בשלושה גורמים: "לימוד והבנה", "לראות על מנת להאמין", ו"חוויית מורשת רגשית". הגורם "לימוד והבנה" נמצא כמניע החשוב ביותר לביקור באושוויץ עבור שלש הקבוצות. עם זאת, בגורם זה נמצאו הבדלים מובהקים בין אלו התופסים את האתר כחלק ממורשתם האישית (קבוצה 3) לבין אלו שאינם תופסים את האתר כחלק ממורשתם האישית (קבוצה 1). כמו כן, נמצא קשר חלש אך מובהק בין גורם זה לבין תפיסת המבקר את האתר כחלק ממורשתו האישית (Pearson's $r=0.242$, Sig. 0.001). בהתייחס לגורם "לראות על מנת להאמין", הבדלים מובהקים נמצאו בין קבוצה

טבלה 2: תפיסת האתר והמניעים לביקור

ממוצע	קבוצה 3 (n=53)	קבוצה 2 (n=82)	קבוצה 1 (n=63)	ממוצע	One-way ANOVA	הבדלים בין קבוצות	מבחן Scheffe	מתאם Pearson
5.38 Std=1.159	5.80	5.36	5.05	5.38 Std=1.159	F=6.373 Sig. 0.002	1 & 3	0.002	r=0.242 Sig. 0.001
4.26 Std=1.757	4.84	4.03	4.07	4.26 Std=1.757	F=4.067 Sig. 0.019	2 & 3	0.031	r=0.181 Sig. 0.011
4.11 Std=1.183	4.10	4.32	3.85	4.11 Std=1.183	F=2.885 Sig. 0.058	NA		r=0.078 Sig. 0.272
3.79 Std=1.840	5.43	3.59	2.68	3.79 Std=1.840	F=49.218 Sig. 0.000	1 & 2 1 & 3 2 & 3	0.002 0.000 0.000	r=0.617 Sig. 0.000
קבוצה 1: אינם תופסים את האתר כחלק ממורשתם האישית קבוצה 2: דו-ערכיים בתפיסתם את האתר כחלק ממורשתם האישית קבוצה 3: תופסים את האתר כחלק ממורשתם האישית								

2 לקבוצה 3 בלבד. כלומר, בין מי שרואים את האתר כחלק ממורשתם האישית ובין מי שדו-ערכיים. גורם זה נמצא בקורלציה נמוכה אך מובהקת עם תפיסת האתר (Pearson's $r=0.18$, Sig. 0.011). בהתייחס לרצון ב"חוויית מורשת רגשית", נמצאו הבדלים מובהקים בין כל שלושת הקבוצות וכן נמצא קשר חזק לתפיסת המבקר את האתר כחלק ממורשתו (Pearson's $r=0.617$, Sig. 0.000). כלומר, ככל שהמבקרים חשים שהמורשת המוצגת קשורה למורשתם האישית, כך הם יותר מעוניינים בחוויה רגשית. הממצאים מצביעים על כך שהמבקרים אינם נבדלים ברצון לבקר באתר משום היותו "אתר מוות תיירותי מפורסם".

התועלות המצופות מההדרכה

המשתתפים התבקשו להביע את מידת הסכמתם עם היגדים שונים בנושא התועלות המצופות מן ההדרכה (מקור ההיגדים הינו במחקר החשיפתי). על מנת לזהות את קיומם של מימדים כמוסים ביחס לתועלות המצופות מההדרכה בוצע ניתוח גורמים מסוג PCA, תוך שימוש ברוטציית Promax (אף היגד לא הוצא מהניתוח, וכל אחד מההיגדים נכלל בגורם אחד בלבד). כפי שניתן לראות מטבלה 3,

מהניתוח עלו שלושה גורמים המסבירים 73.63% מהשונות.

הגורם הראשון, "הבנה ומעורבות רגשית" (understanding and emotional involvement), כולל היגדים המתארים את העניין של המשתתפים בכך שההדרכה תאפשר להם להבין את אשר התרחש באושוויץ, תעורר בהם מעורבות רגשית ותחושת אמפטיה לקורבנות. הגורם השני, "חוויית מורשת אישית" (experiencing personal heritage), משקף את העניין של המבקרים בכך שההדרכה תעשיר את הידע שלהם אודות מורשתם האישית ותאפשר להם לחוש "מחברים" למורשתם. הגורם השלישי, "העשרת הידע" (knowledge enrichment), כולל היגדים הקשורים לרצון המשתתפים שההדרכה תעשיר אותם בידע אודות השואה ומלחמת העולם השנייה. טבלה 4 מציגה את ההבדלים בין שלוש הקבוצות ביחס לתועלות המצופות מההדרכה, בהתאם לגורמים המוצגים בטבלה 3.

מספר ממצאים עולים מטבלה 4. ראשית, ערכי הממוצעים עבור שלושת הגורמים מלמדים כי המבקרים רואים בהדרכה כלי להעשרת ידיעותיהם

טבלה 3: ניתוח גורמים של התועלות המצופות מההדרכה

אם היית מבקר באושוויץ היית רוצה שההדרכה....			
העשרת הידע	חוויית מורשת אישית	הבנה ומעורבות רגשית	
		0.928	תאפשר לך להבין טוב יותר את האופן בו התבצעו הרציחות באושוויץ
		0.826	תעזור לך להבין כיצד אירוע כמו השואה התרחש
		0.612	תעזור לך לחוש אמפטיה לקורבנות אושוויץ
		0.564	תגרום לך לחוש מעורבות רגשית
	0.992		תגרום לך לחוש קשר למורשת האישית שלך
	0.973		תאפשר לך ללמוד אודות המורשת האישית שלך
0.875			תעשיר את הידע שלך בנושא שואת העם היהודי
0.875			תעשיר את הידע שלך בנושא מלחמת העולם השנייה
1.215	1.639	3.036	Eigenvalues ערכי
15.193	20.493	37.950	% שונות
0.674	0.955	0.753	אלפא קורנבך

Total variance explained: 73.63%

Extraction method: Principal Component Analysis.

Rotation method: Promax with Kaiser normalization.

Rotation converged in 5 iterations.

טבלה 4: תפיסת האתר והתועלות המצופות מההדרכה

מתאם Pearson	מבחן Scheffe	הבדלים בין קבוצות	One-way ANOVA	ממוצע	קבוצה 3 (n=53)	קבוצה 2 (n=82)	קבוצה 1 (n=63)	
r=0.042 Sig. 0.555		NA	F= 1.034 Sig. 0.358	5.29 Std=1.24	5.33	5.41	5.12	העשרת הידע
r=0.180 Sig. 0.011	0.012 0.004	3 & 1 3 & 2	F=6.619 Sig. 0.002	5.28 Std=1.26	5.81	5.07	5.12	הבנה ומעורבות רגשית
r=0.712 Sig. 0.000	0.000 0.000 0.000	2 & 1 3 & 1 3 & 2	F= 78.221 Sig. 0.000	3.48 Std=2.20	5.72	3.24	1.92	חוויית מורשת אישית
קבוצה 1: אינם תופסים את האתר כחלק ממורשתם האישית קבוצה 2: דו-ערכיים בתפיסתם את האתר כחלק ממורשתם האישית קבוצה 3: תופסים את האתר כחלק ממורשתם האישית								

באתר חלק ממורשתם מציניים עניין גבוה יותר בתועלת זו לעומת שתי הקבוצות האחרות. הבדלים מובהקים נמצאו בין כל הקבוצות ברצון שההדרכה תאפשר להם לחוות קשר למורשת האישית. כמו כן, נמצא קשר חזק בין הרצון לחוות קשר למורשת אישית לבין תפיסת האתר (Pearson's $r=0.712$, Sig. 0.000). כאשר משווים בין הקבוצות ניתן לשים לב כי בקבוצה 3 הרצון בחוויה רגשית

כמו גם אמצעי ליצירת חוויה רגשית. העובדה כי לשלושת הקבוצות ציפייה גבוהה לחוויה רגשית מפתיעה לאור העובדה כי עבור קבוצות 1 ו-2 המניע הרגשי, היה הנמוך ביותר בסיבות לביקור באתר (ראה טבלה 2). לא נמצאו הבדלים מובהקים בין הקבוצות בצפייה להפקת ידע מההדרכה. עם זאת, הבדלים מובהקים נמצאו בין הקבוצות בצפייה שההדרכה תספק חוויה רגשית, כאשר אלו הרואים

וחוויית מורשת אישית הם הגבוהים ביותר בעוד שהרצון בידע הוא שלישי בחשיבותו. דפוס זה שונה מזה שהתגלה בשאר הקבוצות.

תכנים מועדפים

מרכיב מהותי במחקר זה הינו התכנים להם חפץ המבקר להיחשף במהלך הביקור. המשתתפים התבקשו לציין את העדפתם ביחס ל-17 היגדים

כחלק מההדרכה באושוויץ. על מנת לבחון את קיומם של מימדים כמוסים בוצע ניתוח גורמים מסוג PCA תוך שימוש ברוטציית Promax. טבלה 5 מציגה את הגורמים שהתקבלו. בטבלה ניתן לראות כי התקבלו חמישה גורמים המסבירים 64.53% מהשונות הכללית. יש לשים לב שההיגד "שגם כיום מתרחש רצח עם" נמצא טעון בשני גורמים (בגורם השלישי "העמידה מהצד ותוצאותיה", ובגורם השני

טבלה 5: ניתוח גורמים של התכנים להם חפץ המבקר להיחשף

סיפורים אישיים	חשיבות קיומה של מדינה יהודית עצמאית	העמידה מהצד ותוצאותיה	לקחים אוניברסליים מהשואה	הסבל באושוויץ	באושוויץ הייתי רוצה שההדרכה תדגיש
				0.778	את הסבל שנגרם לפולנים על ידי הנאצים במלחמת העולם השנייה
				0.770	את אכזריותם של הנאצים
				0.763	את הסבל של מיעוטים לא יהודים (צוענים והומוסקסואלים) באושוויץ ובמלחמת העולם השנייה
				0.650	כיצד התבצע הרצח באושוויץ
			0.853		כיצד למנוע התרחשותה של שואה נוספת
			0.808		את החשיבות שבכינונו של שלום עולמי
			0.575		שגם כיום מתרחש רצח עם
			0.572		את הזוועות הכרוכות במלחמה
			0.432		את השואה באופן כללי
		0.757			שקבוצות מיעוטים צריכות לחשוש מקבוצות הרוב
		0.734			שהכנסייה התעלמה מהרצח באושוויץ
		0.540			שמורשת יהדות אירופה שהוכחדה
		0.506			שהקהילה הבינלאומית התעלמה מהרצח שהתרחש באושוויץ
	0.896				את החשיבות שלעם היהודי תהיה מדינה משלו
	0.891				את חשיבות קיומה של מדינת ישראל חזקה
0.741					את הסיפורים האישיים של האסירים היהודיים
0.679					את התפקיד של הנאצים בשואה
0.635					סיפורים אישיים של אסירים לא יהודים
0.896					סיפורים אישיים של נאצים שחיו במחנה
1.305	0.891	2.289	2.402	4.739	ערכי Eigenvalue
6.871	8.032	12.048	12.641	24.943	% שונות
0.660	0.871	0.658	0.744	0.779	אלפא קורנבך

Total variance explained 64.53%

Extraction method: Principal Component Analysis

Rotation method: Promax with Kaiser normalization.

Rotation converged in 10 iterations.

האישית מלמדת על קיומו של קשר בעל עוצמה בינונית ($Pearson's r=0.439$, Sig. 0.000).

דיון בממצאים

מטרתו של המחקר הנוכחי היתה להרחיב את גוף הידע בנושא חווית הביקור באתרים המציגים מוות וזוועות, נושא שעד כה זכה בספרות לתשומת לב מועטה בלבד. לצורך המחקר נבחר מחנה ההשמדה אושוויץ הנחשב ל"אתר הדגל" של תופעת תיירות האופל (Miles 2002; Tarlow 2005). במסגרת המחקר נבחנו המוטיבציה הכללית והספציפית לביקור, התועלות המצופות מההדרכה והתכנים המועדפים. מרכיבים אלו בחווית הביקור נחקרו לאורה של הגישה החווייתית (Apostolakis 2003) וביחס לתפיסתם של המשתתפים את האתר כחלק ממורשתם האישית.

מספר תובנות בנושא חווית הביקור באתרי אופל עולות מהממצאים. בדומה למחקרים קודמים העוסקים באתרי מורשת (Poria et al. 2006), גם במחקר זה נמצאו הבדלים בין המשתתפים במניעים הכלליים לביקור באתר ביחס לתפיסתם את המורשת המוצגת. אלו הרואים את המורשת המוצגת כחלק ממורשתם האישית ביטאו מניע גבוה יותר לביקור, בהשוואה לקבוצות האחרות. ההבדלים שנמצאו בין הקבוצות ברמת המוטיבציה לביקור באתר מצביעים על כך כי אנשים שונים מעוניינים בחוויות שונות בעת הביקור באתר (Timothy and Boyd 2003). תוצאות המחקר מלמדות על מידת רצון גבוהה לביקור באושוויץ בקרב כלל המשתתפים. ממצא זה ייתכן ומשקף את ייחודיותו של אושוויץ והשוואה בכלל, כסמל בזיכרון הגלובלי שהפך אתר זה ל"must see" (Miles 2002).

תוצאות המחקר הנוכחי אשר למקומה של ההדרכה באושוויץ שונות במהותן מתוצאות מחקרים קודמים שבמרכזם דפוסי הביקור לאושוויץ. הסבר

אפשרי הינו אוכלוסיית המחקר. מחקרים שונים שנערכו על ידי חוקרים ישראלים (Feldman 1998; Romi and Lev 2002) עמדו על חווית הביקור באושוויץ בקרב בני נוער ישראלים יהודים. לראייתם של Feldman ולב הביקור באושוויץ הוא חלק מתהליך חברתי חינוכי בו מעורבים בני הנוער. לפי Feldman ניתן לתאר את המסע לפולין כתהליך בו בני הנוער הופכים ל"קורבנות לניצולים, מנצחים ועדי העדים המחויבים כעת להעברת זיכרון של הניצולים ולהגנה על המדינה שהמסע הציג כתשובה לאושוויץ" (2000: 347) ומכאן נגזר תפקידה של ההדרכה באתר. את חווית המסע כפי שמתוארת על ידי Feldman ניתן להסביר לאור תהליך ה-Heritagization (Poria and Ashworth 2009) היות והשוואה מהווה מרכיב מהותי בזהותם של בני נוער ישראלים יהודים. לעומת זאת, המחקר הנוכחי למד את דפוסי הביקור של מבקרים בני לאומים שונים (רק שלושה משתתפים היו ישראלים), עבורם השוואה אינה מהווה מרכיב חשוב בזהותם ומורשתם. העובדה כי מחקר זה לא התרכז בישראלים ייתכן ומסבירה את ההבדלים בתכני ההדרכה המצופים ובתפקידה בחווית הביקור. ניתן לציין בהקשר זה כי שיעור המבקרים הישראלים מקרב סך כל המבקרים באושוויץ עומד על פחות מחמישה אחוזים (מתוך 1,303,800 מבקרים בשנת 2009, 62,400 בלבד הגיעו מישראל (Auschwitz Museum 2010)).

הספרות מרבה להדגיש את הביקורים באתרים המציגים מוות וזוועות, כמונעים (לעיתים באופן בלעדי) על ידי העניין במוות. Seaton (1996) לדוגמה, מדגיש את הרצון של המבקר למפגש (מוחשי, או דמיוני) עם המוות. כך גם Sharpley (2005) יוצר הבחנה בין רמות עניין נמוכות יותר ("palest") ורמות עניין גבוהות יותר במוות ("darkest"), כמניע לביקור באתרים כאלה. בניגוד לכך, הממצאים במחקר זה מצביעים על כך שהרצון למפגש עם המוות אינו מהותי להבנת חווית

המחקר בחן גם את העדפות המשתתפים באשר לתכנים שיוצגו במהלך הביקור. התכנים שהתגלו מלמדים על עניין במגוון נושאים ולא דווקא באלו הקשורים במוות. לצד העניין שהמשתתפים מגלים באכזריות של מחוללי הרוע, ובמה שהתרחש באתר, המשתתפים מגלים עניין גם בנושאים כמו החשיבות בשלום עולמי, הלקחים האוניברסליים מהשואה, הסכנה הטמונה באדישות לרצח עם וחשיבות קיומה של מדינה יהודית חזקה. הנושאים אליהם מעוניינים המשתתפים להיחשף, מצביעים על כך שהמשתתפים אינם מעוניינים לשמוע רק אודות זוויות העבר בלבד כי אם, ובעיקר, על הרלוונטיות הנובעת מהם להווה ולעתיד.

במחקר הנוכחי, לאור הגישה החווייתית ניתן דגש לקשר שבין תפיסת האתר לבין מרכיבים בחוויית הביקור. ממצאי המחקר תומכים בגישתם של Apostolakis (2003) ו-Slade (2003) המדגישים את המשמעות הסמלית שהמבקר מייחס לאתר כמרכיב להבנת חוויית הביקור. ממצאי המחקר מלמדים על קשר ישיר בין תפיסת האתר, ביחס למורשתו האישית של המבקר, לבין המניעים, התועלות המצופות מההדרכה והעדפות המבקרים אשר לתכנים המוצגים. ההבדלים בין הקבוצות מלמדים כי תפיסת האתר ביחס למורשת המבקר מהווה בסיס להבחנה בין המבקרים. בהקשר זה המחקר הנוכחי חושף שתי קבוצות מבקרים עיקריות. הקבוצה הראשונה הם "מכווני הזהות", הרואים באתר חלק ממורשתם האישית וחפצים לחזק את זהותם באמצעות חוויית ביקור רגשית המדגישה את הקשר למורשתם האישית. מבקרים אלו מעוניינים להיחשף גם לתכנים הקשורים בצורך במדינה יהודית. הקבוצה השנייה הם "מכווני הידע", הכוללת את אלו שאינם רואים את האתר כחלק ממורשתם האישית כמו גם את אלו הדו-ערכיים בתפיסתם את האתר. מבקרים אלו מונעים בעיקר על ידי הרצון בהעשרת ידע, אך עם זאת מצפים במידה מסוימת גם לחוויה רגשית מההדרכה.

הביקור על פי ממצאי המחקר המבקרים מונעים בראש ובראשונה על ידי הציפייה לרכוש ידע ומתוך רצון בחוויה רגשית, ואילו העניין במוות הינו בעל חשיבות מוגבלת בלבד. עם זאת, ממצאי המחקר תומכים בטענתם של Lennon and Foley (2000) כי לתיירים עניין לבקר במקום שבו התרחשו הזוועות (Lisle 2004; Rittichainuwat 2008).

המניעים לביקור שהתגלו במחקר הנוכחי מצביעים על כך שהסיבות לביקור באתר אופל דומות לאלו שנמצאו באתר מורשת ואתרים היסטוריים "רגילים". מחקרים שבמרכזם מוזאונים ומרכזי תרבות היסטוריים מרבים להצביע על מוטיבציות חינוכיות כמניע מרכזי לביקור באתרים אלו (Falk and Dierking 2003; Kerstetter et al. 2001). גם הרצון בחוויה רגשית מתואר כמניע מרכזי לביקור באתר מורשת "רגילים" (Poria et al. 2006). Sharpley (2005) מעלה ספק אשר לקיומה של קטגוריה נפרדת בתיירות בשם תיירות אופל וטוען לצורך לחשוף את המניעים לביקור באתרים המציגים מוות, על מנת לבחון את קיומה של תת קבוצה זו. על סמך הדמיון בין המניעים לביקור שעלו במחקר זה לבין המניעים לביקור באתר מורשת "רגילים" נטען כאן כי הביקור באושוויץ, אתר הנחשב לסמל של תיירות האופל, הוא בגדר חוויית תיירות מורשת. באופן דומה, בחינת התועלות המצופות מן ההדרכה מלמדת כי ניתן להבין את הביקור באושוויץ כחוויית מורשת. בעוד שחוקרים ואנשי שטח נוטים להדגיש את ההיבט החינוכי של ההדרכה (Beech 2000; Lennon and Foley 2000; Timothy and Boyd 2003), עולה מהמחקר הנוכחי כי כלל המבקרים מצפים שההדרכה תניב חוויה רגשית. הציפיות מההדרכה לחוויה רגשית ולהענקת ידע, דומות לציפיות שנחשפו במחקרים קודמים באתר מורשת שלא נסבו סביב מוות (Austin 2002; Poria et al. 2006; Guter and Feldman 2006).

בהתחשב במידה בה המבקרים חשים כי המורשת המוצגת היא חלק ממורשתם האישית. לדוגמה, בהקשר של אושוויץ, מוצע כי לקהל הרואה באתר חלק ממורשתו יש לסלול באמצעות ההדרכה את הדרך לחוויה רגשית דרכה יחוש מחובר למורשתו. ההדרכה צריכה לתת למבקר תחושה שמאורעות העבר המוצגים באתר רלוונטים למורשתו האישית. בד בבד עם ההתייחסות לקהל זה, יש להציע הדרכה המותאמת גם לאלה שאינם רואים את האתר כחלק ממורשתם האישית, אלא מעוניינים בעיקר בידע ובחוויה רגשית אך ללא דגש למורשתם האישית.

תוצאות המחקר מלמדות כי הציפייה המרכזית של המבקרים, מלבד הרצון בידע אודות השואה ומלחמת העולם השנייה, היא לחוויה רגשית. על מנת לאפשר למבקרים חוויה זו, ניתן לעשות שימוש באנשי עדות ובסיפורים אישיים. ניתן גם לבחון את האפשרות של שיתוף המבקרים עצמם באמצעות סיפוריהם האישיים וסיפורי משפחותיהם. לניהול המימד הרגשי של ההדרכה ניתן לשקול גם שימוש בטקסים. טקסים עשויים לענות על הציפייה לחוויה רגשית וחיזוק תחושת המורשת האישית. בתהליך הטקסי מתקיים חיזוק הקשר לקבוצה (טרנר 2004). באמצעות התהליך אותו מכנה טרנר כ-Communitas. כיום לדוגמה, קבוצות יהודיות-ישראליות באושוויץ מקיימות טקס בו המבקרים מקריאים שמות של נספים ממשפחותיהם בביתן היהודי (Feldman 2000, 2002). מסורת מסוג זה ניתן ליישם עבור בני לאומים שונים להם ביתנים באושוויץ. לבסוף, אתרי מורשת יכולים לעשות שימוש בטכנולוגיות מתקדמות (סרטי ווידאו, הדרכה באמצעות iPod, Palm וכדומה), שיאפשרו למבקרים לבחור את התכנים להם הם מעוניינים להיחשף. שימוש באמצעים אלו יאפשר התאמה המונית (mass-customization) של חווית הביקור בהתאם להעדפות המבקרים. עם זאת, יש לזכור כי מנהלי אתרי מורשת לא בהכרח מעוניינים לענות על ציפיות המבקרים, אלא בעיקר להשפיע

קבוצה זו, להבדיל מהקבוצה הראשונה, אינה מעוניינת להיחשף לתכנים שעניינם מדינת ישראל אלא לתכנים שאינם נוגעים לקבוצת קורבנות מסוימת המדגישים את משמעות האתר לקהילה הבינלאומית. יש לציין כי שתי הקבוצות שהתגלו במחקר זה, "מכווני הזהות" ו"מכווני הידע", דומות לאלו שנחשפו במחקרים קודמים בהם נחקרה חווית הביקור באתרי מורשת.

לסיכום, הרצון של כלל המבקרים בחוויה רגשית כמו גם חשיבות תפיסת האתר והמוות המוצג בו להבנת דפוסי הביקור, תומכים בצורך לאמץ את הגישה החווייתית להבנת חווית הביקור באתרי אופל. על סמך ממצאי המחקר ניתן לטעון כי חווית הביקור באושוויץ, גולת הכותרת של תיירות האופל, דומה במידה רבה לחווית הביקור באתרי מורשת "רגילים". ממצאי מחקר זה מלמדים כי יש צורך במסגרת תאורטית המבחינה באופן ברור בין תיירות מורשת לבין תיירות אופל. מסגרת זו צריכה להתייחס למרכיבים בהתנהגות המבקר ותפיסתו של המבקר את המורשת המוצגת, ולא רק לתכנים המוצגים באתר. חוסר היכולת להבחין בין תיירות מורשת לתיירות אופל, מעלה ספקות באשר לקיומה של תיירות אופל כתופעה חברתית ייחודית.

הצעות ויישומים ניהוליים

ההבחנה בין קהלים שונים על בסיס תפיסתם את האתר כחלק ממורשתם האישית מציעה מגוון רחב של יישומים ניהוליים. כיום באתרי מורשת נהוג להציע למבקרים חוויה הומוגנית המבוססת על נרטיב אחד מרכזי המושפע מסדר היום החברתי והפוליטי של הנהלת האתר המייצגת את האליטה השולטת. ממצאי המחקר מלמדים כי בהנחה ומטרתם של אתרי מורשת היא למשוך תיירים (אם על מנת לחנוך או לשם רווח כלכלי), על מנהלי האתר להציע מגוון סוגי הדרכות לקהלים השונים. בהסתמך על תוצאות המחקר מוצע כי יש להתאים את ההדרכה הניתנת לקהלים שונים,

על קהל המבקרים על פי מתווה אידאולוגי מסוים (Poria and Ashworth 2009).

מגבלות ומחקר המשך

למחקר זה מספר מגבלות. הראשונה קשורה באתר ובמאפייניו הייחודיים. מחד, ההשמדה אושוויץ הוא משהו ש"חייבים לראותו" (must-see tourist attraction) (Lonely Planet 2009). גם העובדה כי אושוויץ הפך לסמל בינלאומי לרוע, למלחמת העולם השנייה ולזוועות שנעשו על ידי הנאצים (Miles 2002) עלולה לפגום ביכולת ההכללה של תוצאות המחקר. עריכת מחקר השוואתי באתרים נוספים, בעלי משמעות שונה לקבוצות שונות (אתרי ההרג בקמבודיה והירושמה לדוגמה) תתרום להבנת חוויות הביקור באתרי מוות וזוועותיהם.

מקורות

אמברושביץ, י' וא' ביאלצקה. 2008. *הדינמיקה של זיכרון השואה בפולין בתוך איים של זיכרון, השואה במוזיאונים בראשית המאה ה-21*. הוצאת משרה המכון ללימודי השואה.

פיפר, פ' 2003. מספר הקורבנות. בתוך י' גוטמן ומ' ברנבאום (עורכים), *אשוויץ – אנטומיה של מחנה מוות*, 93–115, ירושלים: יד ושם.

טורנר, ו' 2004. *התהליך הטקסי, מבנה ואנטי מבנה*. תל-אביב: רסלינג.

Apostolakis, A. 2003. The Convergence Process in Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 795-812.

Apter, A., J. Hatab, S. Tyano, and A. Weiziman. 1998. *Child and Adolescent Psychology*. Tel Aviv: Dyonon Publishing.

Ashworth, G. J. 2001. Heritage, Tourism and Cities: A Review of Where We Are. In G. Wall (ed.) *Contemporary Perspective on Tourism*, 143-180, Waterloo: Department of Geography, University of Waterloo.

Ashworth, G. J. 2004. Tourism and the Heritage of Atrocity: Managing the Heritage of South Africa for Entertainment. In T. V. Singh (ed.) *New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices*, 95-108, Wallingford: Cabi.

Austin, N. K. 2002. Managing Heritage Attractions: Marketing Challenges at Sensitive Historical Sites. *The International Journal of Tourism Research*, 4(6), 447-457.

מחקר זה מצביע על קיומם של מגוון מניעים ותועלות מצופות בקרב קהלים שונים. בולט בעיקר מקומה החשוב של המוטיבציה והציפייה לחוויה ריגשית מהביקור. מחקר עתידי אשר יתעמק במהות החוויה המצופה (לדוגמה, האם הציפייה היא לתחושת עצב, הזדהות, גאווה, או שמחה), יתרום לגוף הידע כמו גם לניהול חוויות הביקור. מחקר עתידי צריך לבחון האם וכיצד ניתן לשלב בין לימוד וחוויה ריגשית. נושא נוסף למחקר עתידי הינו האם אמצעים אלקטרוניים יכולים להוות מתווך לחוויה ריגשית. לבסוף, סקירת הספרות מלמדת כי מחקרים התעלמו כמעט לחלוטין מהשפעת הביקור על המבקרים באתרי מורשת. מחקר שיבחן נושא זה הינו מהותי לתיירות מורשת וניהול מרחבי מורשת, וזאת משום שייעודם של אתרי מורשת הינו להשפיע על המבקרים בהם.

- Beech, J. 2000. The Enigma of Holocaust Sites as Tourist Attractions: The Case of Buchenwald. *Managing Leisure*, 5, 29-41.
- Bruner, E. M. 1996. Tourism in Ghana: the Representation of Slavery and the Return of the Black Diaspora. *American Anthropologist*, 98(2), 290-304.
- Cohen, E. 1985. The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Cohen, E. H., M. Ifergan, and E. Cohen. 2002. A New Paradigm in Guiding: The Madrich as a Role Model. *Annals of Tourism Research* 29(4), 919-932.
- Dann, G. 1998. *The Dark Side of Tourism*. Etudes et Rapports, Série L. Vol. 14. Aix-en-Provence: Centre International de Recherches et d'Etudes Touristiques.
- Falk, J., and L. Dierking. 2002. *The Museum Experience*. Washington: Whalesback.
- Feldman, J. 2000. "It's My Brother, Whom I am Seeking": Israeli youth Voyages to Holocaust Poland. Ph.D. dissertation, Department of Jewish Studies, The Hebrew University of Jerusalem.
- Feldman, J. 2002. Marking the Boundaries of the Enclave: Defining the Israeli Collective through the Poland 'Experience'. *Israel Studies*, 7(2), 84-114.
- Field, A. 2009. *Discovering Statistics Using SPSS*. London: Sage Publications.
- Fife-Schaw, C. 1995. Questionnaire design. In G. M. Breakwell, S. Hammond and C. Fife-Schaw (eds.), *Research Methods in Psychology*, 174-193, London: Sage.
- Goulding, C. 2000. The Museum Environment and the Visitor Experience. *European Journal of Marketing*, 34(3/4), 261-278.
- Guter, Y., and J. Feldman. 2006. Holy Land Pilgrimage as a Site of Inter-Religious Encounter. *Studia Hebraica*, 6, 87-93.
- Hair, J. F., W. C. Black, B. J. Babin, R. E. Anderson, and R. L. Tatham. 2005. *Multivariate Data Analysis (6th edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kerstetter, D., J. Confer, and A. Graefe. 2001. An Exploration of the Specialization Concept within the Context of Heritage Tourism. *Journal of Travel Research*, 39, 267-274.
- Lennon, J., and M. Foley. 2000. *Dark tourism: The Attractions of Death and Disaster*. London: Thomson.
- Light, D. 2007. Dracula Tourism in Romania: Cultural Identity and The State. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 746-765.
- Lisle, D. 2004. Gazing at Ground Zero: Tourism, Voyeurism and Spectacle. *Journal for Cultural Research*, 8(1), 3-21.
- Lonely Planet. 2009. *Poland Travel Information and Travel Guide*. Retrieved September 21, 2009, from Lonely Planet Web Site: <http://www.lonelyplanet.com/poland>
- MacCannell D. 1977. Tourist and the New Community. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 208-216.

- Miles, W. F. S. 2002. Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1175–1178.
- Moscardo, G., and R. Ballantyne. 2008. Interpretation and attractions. In A. Fyall, B. Garrod, A. Leask, and S. Wanhill (eds.), *Managing Visitor Attractions*, (2nd edition), 237-252. Oxford UK: Elsevier.
- Muzaini, H., P. Teo, and B. S. A. Yeoh. 2007. Interactions of Postmodernity in Dark tourism: The Fate of History at Fort Siloso, Singapore. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 5(1), 28-44.
- Poria, Y., and G. Ashworth. 2009. Heritage Tourism-Current Resource for Conflict. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 522-525.
- Poria, Y. 2007. Establishing Cooperation between Israel and Poland to Save Auschwitz Concentration Camp. *International Journal of Tourism Policy and Research*, 1(1), 45-57.
- Poria, Y., A. Reichel, and A. Biran. 2006. Heritage Site Management: Motivations and Expectations. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 1172-1188.
- Rittichainuwat, B. N. 2008. Responding to Disaster: Thai and Scandinavian Tourists Motivation to Visit Phuket, Thailand. *Journal of Travel Research*, 46(4), 422-432.
- Romi, S., and Lev, M. 2007. Experiential Learning of History through Youth Journeys to Poland: Israeli Jewish youth and the Holocaust. *Research in Education*, 78(1), 88-102.
- Seaton, A. V. 1996. Guided by the Dark: From Thanatopsis to Thanatourism in International. *Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234-244.
- Seaton, A. V., and J. J. Lennon. 2004. Thanatourism in the Early 21st Century: Moral Panics, Ulterior Motives and Alterior Desires. In T. V. Singh (ed.), *New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices*, 63-82, Wallingford: Cabi.
- Sharpley, R. 2005. Travels to the Edge of Darkness: Towards a Typology of "Dark tourism". In C. Ryan, S. Page and M. Aicken (Eds.), *Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives*, 187-198, Elsevier: Amsterdam.
- Slade, P. 2003. Gallipoli Thanatourism: The Meaning of ANZAC. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 779-794.
- Smith, N., and W. G. Cory. 2005. Presentation of Dark tourism: Te Wairoa, the Buried Village. In C. Ryan, S. Page, and M. Aicken (Eds.), *Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives*, 199-213, Elsevier: Amsterdam.
- Stone, P. R. 2006. A Dark tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions. *Tourism*, 54(2), 145-160.
- Stone, P., and R. Sharpley. 2008. Consuming Dark tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574-595.
- Tarlow, P. E. 2005. Dark tourism: The Appealing "Dark" Side of Tourism and More. In M. Novelli (ed.), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*, 47-58, Elsevier: Amsterdam.

Timothy, D. J., and S. W. Boyd. 2003. *Heritage Tourism*. Harlow: Prentice Hall.

Tunbridge, J., and G. J. Ashworth. 1996. *Dissonant Heritage: The Management of the Past as a Resource in Conflict*. Chichester: Wiley.

Waitt, G. 2000. Consuming Heritage: Perceived Historical Authenticity. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 835-862.

Wight, A. C., and J. J. Lennon. 2007. Selective Interpretation and Eclectic Human Heritage in Lithuania. *Tourism Management*, 28(2), 519-529.

Uzzell, D., and R. Ballantyne. 1998. Heritage That Hurts: Interpretation in a Postmodern World. In D. Uzzell and R. Balantyne, R. (eds.), *Contemporary Issues in Heritage and Environmental Interpretation*, 152-171, London: The Stationary Office.

האתר הרשמי של מוזאון אושוויץ, Auschwitz Museum (2010) נדלה ב 16 בפברואר 2010.
<http://auschwitz.org.pl>