

Slum turizam

Budić, Andrea

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:858629>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

ANDREA BUDIĆ

SLUM TURIZAM

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

ANDREA BUDIĆ

SLUM TURIZAM

Diplomski rad

JMBAG: 0303057752

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: izv.prof.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Andrea Budić, kandidatkinja za magistricu poslovne ekonomije, smjer Turizam i razvoj, ovime izjavljujem da je ovaj diplomski rad rezultat isključivo mogeg vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

U Puli, _____ 2021. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Andrea Budić, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom "**SLUM TURIZAM**" koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ 2021. godine

Potpis

Sadržaj:

| | |
|--|----|
| 1. Uvod | 1 |
| 1.1. Predmet rada..... | 2 |
| 1.2. Cilj istraživanja | 2 |
| 1.3. Svrha istraživanja | 2 |
| 1.4. Izvori podataka i metode prikupljanja | 2 |
| 1.5. Struktura rada..... | 3 |
| 2. Turizam..... | 4 |
| 2.1. Specifični oblici turizma | 4 |
| 3. Definiranje sluma | 12 |
| 3.1. Pojam sluma i slumminga..... | 13 |
| 3.2. Utvrđivanje i mjerenje slumova..... | 14 |
| 3.3. Karakteristike sluma | 15 |
| 3.4. Neuspjeh upravljanja i pravno pitanje..... | 18 |
| 3.5. Socio-ekonomska nejednakost..... | 20 |
| 4. Slum turizam..... | 23 |
| 5. Razvoj slum turizma | 24 |
| 5.1. Slum turizam na globalnom sjeveru | 24 |
| 5.2. Slum turizam na globalnom jugu | 26 |
| 6. Pitanje etike slum turizma..... | 30 |
| 6.1. Negativan pogled na slum turizam | 30 |
| 6.2. Pozitivan pogled na slum turizam..... | 31 |
| 7. Slumovi koji prakticiraju slum turizam | 33 |
| 7.1. Afrika | 34 |
| 7.1.1. Južna Afrika | 34 |
| 7.1.2. Nairobi..... | 35 |

| | |
|--|----|
| 7.1.3. Canhane | 36 |
| 7.2. Rio de Janeiro | 37 |
| 7.2.1. Rocinha | 39 |
| 7.3. Indija..... | 41 |
| 7.3.1. Dharavi..... | 44 |
| 8. Turističke agencije..... | 50 |
| 8.1. Važnost turističkih agencija u podizanju životnog standarda na primjeru Dharavija | 51 |
| 8.1.1. Metoda višestrukih studija slučaja..... | 52 |
| 8.1.2. Rezultati istraživanja | 57 |
| 8.1.3. Zaključak analize istraživanja..... | 60 |
| 9. Zaključak | 61 |
| Literatura | 63 |
| Popis tablica, slika i grafova | 68 |
| Sažetak..... | 69 |
| Summary | 70 |

1. Uvod

Slum je fizička stvarnost; neplaniran, neorganiziran, neformalan i bez osnovnih usluga te se uzima kao potpuna suprotnost uređenog društva. Može se reći da se u većini mjesta 'živi', a u slumovima se 'prebiva'. Također, slum ima visoku razinu nepismenosti, nezaposlenosti, kriminala, zlouporabe droga te je u slumovima često jako izražena nejednakost stanovništva.

U literaturi su mnogi znanstvenici proučavali koncept slum turizma, ali još uvijek postoji jaz kada je riječ o zastupljenosti slumova u (internetskim) medijima. Isto tako, mnogi znanstvenici su neodlučni u svrstavanju slum turizma, neki tvrde da slum turizam spada pod mračni turizam (unatoč svojim mračnim uvjetima, teško se preklapa s mračnim turističkim destinacijama), dok drugi tvrde kako spada pod edukativni ili volonterski turizam. No ipak, većina znanstvenika tvrdi kako je slum turizam posebna kategorija zbog njegovog preklapanja s drugim oblicima, ali opet ne postoje dovoljna preklapanja kako bi se bez iznimke mogao svrstati u neki drugi oblik turizma. Razlog tome je što slum, danas, postaje općeprihvaćen te se kontinuirano razvija i postaje sve popularniji među turistima koji žele iskusiti nešto stvarno, novo i drugačije.

Kako je Dharavi jedan od najvećih slumova na svijetu, ali isto tako i jedan od najpopularnijih slumova što se tiče prihvaćanja turista, odnosno provođenja slum turizma, nastoje se prikazati prednosti rada turističkih agencija za zajednicu u kojoj se slum turizam odvija. Ova tematika nije do sada u potpunosti obrađena, mogu se naći istraživanja s počecima slum turizma u Dharaviju koja obuhvaćaju samo jednu turističku agenciju, ali nisu provedena nova istraživanja nakon što su se na tržištu pojavile mnogobrojne druge turističke agencije koje nude ture po slumu, a koje sa svojim poslovanjem pridonose poboljšanju životnog standarda lokalnog stanovništva. Prema tome, znanstveni doprinos ovog rada je istraživanje postojećih turističkih agencija na području Dharavija te prikazivanje njihovih prednosti (njihov doprinos zajednici) u poslovanju, ali se također, na temelju komparacije mogu utvrditi različitosti i sličnosti njihovog poslovanja te se na osnovi toga može potaknuti daljnji razvoj turističkih agencija za ovakvim načinom poslovanja.

1.1. Predmet rada

Predmet ovog rada predstavlja slum turizam, kako se on razvijao kroz povijest, koji su njegovi utjecaji na stanovnike slumova te utjecaj turističkih agencija na podizanje životnog standarda zajednice (Dharavi) putem slum turizma.

1.2. Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je predstaviti slum turizam na pozitivan način te pokazati kako nije sve samo crno te da se razvija kao i bilo koji drugi oblik turizma i zbog toga ga se ne smije zanemariti. Također, nastoji se prikazati kako turističke agencije uvelike olakšavaju, odnosno pridonose poboljšanju života u slumu Dharavi, kako kroz njihov direktan doprinos tako i kroz indirektan doprinos. U radu se istražuju sve turističke agencije, do čijih se podataka moglo doći, na području Dharavija koje utječu na život lokalnog stanovništva kroz zapošljavanje, pomaganje u obrazovanju, provođenje izvanškolskih aktivnosti i slično.

1.3. Svrha istraživanja

Svrha istraživanja je omogućiti jasnije razumijevanje samog sluma, pa tako i slum turizma. Također, se nastoji prikazati problematika slum turizma, ali i obrazloženja zašto se slum turizam ne bi trebao prestati prakticirati. Osim toga, nastoji se potaknuti dodatni razvoj i osnivanje novih turističkih agencija koje provode slum turizam, odnosno potaknuti turističke agencije na ovakav način poslovanja koji nije čisto „sebičan“, ali isto tako, potaknuti turiste da prilikom odabira tura, odaberu one turističke ture i turističke agencije koje aktivno nude životni razvoj zajednice.

1.4. Izvori podataka i metode prikupljanja

Prilikom izrade rada kao primarna literatura se koristi nekoliko djela, vlastita mišljenja i stavovi autora te osobno znanje.

Rad se većinom temelji na sekundarnim izvorima podataka, a to su knjige, znanstveni radovi i stručni članci te internet izvori.

Znanstvene metode koje su korištene prilikom pisanja rada su metoda klasifikacije, metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda deskripcije, matematička metoda i komparativna metoda.

1.5. Struktura rada

Rad se sastoji od ukupno devet poglavlja. U uvodnom poglavlju definirani su predmet rada, cilj i svrha istraživanja te su prikazane metode prikupljanja podataka, ali i izvori podataka.

U drugom poglavlju se definira turizam te se prikazuju specifični oblici turizma. Treće poglavlje donosi definiranje sluma i slumminga, načine na koje se vrši utvrđivanje i mjerenje slumova, prikazuju se karakteristike sluma, opisuje se neuspjeh upravljanja vlada i prikazuje se pravno pitanje slumova, ali i stanovništva te se govori o socio-ekonomskoj nejednakosti stanovnika slumova.

Četvrto poglavlje opisuje sami slum turizam, a dok peto poglavlje prolazi kroz razvoj slum turizma, kako na globalnom sjeveru, tako i na globalnom jugu.

U šestom poglavlju se dovodi u pitanje etika slum turizma te se daje pozitivno i negativno stajalište koje proizlazi iz slum turizma.

Sedmo poglavlje obuhvaća slumove koji prakticiraju slum turizam, pa se tako navode Afrika (Južna Afrika, Nairobi, Canhane), Rio de Janeiro (Rocinha) i Indija (Dharavi) kao primjeri koji daju detaljniji uvid u slumove.

U osmom poglavlju se daje uvid u turističke agencije te se vrši istraživanje važnosti turističkih agencija u podizanju životnog standarda lokalnog stanovništva na primjeru Dharavija, potom se daju rezultati istraživanja te zaključak analize istraživanja.

Na kraju rada uz zaključak će se dati pregled korištene literature te popis tablica, slika i grafova.

2. Turizam

Kako je turizam jedna od najbrže rastućih grana svjetske ekonomije te je sklon brzim promjenama, potrebno ga je pažljivo istraživati i proučavati. Isto tako, u turizmu je jako bitna sposobnost prilagodbe, jer se potražnja za nekim novim trendovima brzo mijenja, a tržište, odnosno ponuda, treba biti sposobna odgovoriti svojim proizvodima ili sadržajima.

Brojne su definicije turizma od raznih autora, pa je zbog toga odabrana najopširnija definicija koja će omogućiti bolje razumijevanje u ostatak rada:

„Turizam je ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost; gospodarska djelatnost koja obuhvaća turistička kretanja i sve odnose koji proizlaze iz takvih kretanja.“¹

2.1. Specifični oblici turizma

U današnje vrijeme možemo se susreći s raznim tipovima, odnosno oblicima, turizma, od onih s kojima smo najčešće u dodiru i koji su najpopularniji u svijetu, do onih koji su iznimno rijetki i samo neke zemlje nude takav oblik turizma. Iz istog razloga su neki od naziva, koji su ispod navedeni, napisani na engleskom jeziku jer kod nas još uvijek ne postoji hrvatski naziv ili i ako postoji nije u upotrebi.

Specifični oblici turizma u svijetu:²

1. Avanturistički (pustolovni) turizam

- uključuje istraživanje udaljenih mjesta gdje putnici mogu očekivati neočekivano. Podrazumijeva povezivanje s novom kulturom ili novim krajolikom i istovremeno fizičku aktivnost (dnevno planinarenje, slobodni pad, rafting, biciklizam, skijanje, bordanje i dr.).

¹ Hrvatska enciklopedija, dostupno na: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (22.05.2021.)

² Colorwhistle (2021) *63 Types of Tourism in The World*, dostupno na: <https://colorwhistle.com/types-of-tourism/#read-more-one> (22.05.2021.)

2. Pristupačni turizam

- osigurava ljudima pristup turističkim destinacijama, proizvodima i uslugama bez obzira na fizička ograničenja, invaliditet ili dob.

3. Agroturizam / ruralni turizam

- turizam na farmama, turistima se pruža prilika da iskuse seoski život, kušaju lokalnu izvornu hranu i upoznaju se s raznim poljoprivrednim zadacima.

4. Alternativni turizam

- poznat i kao turizam sa specifičnim interesima (SIT) uključuje putovanja koja potiču interakciju s lokalnom samoupravom, ljudima i zajednicama. Mnogi turisti odabiru alternativni turizam jer vole prirodu i žele ju očuvati. Neki od pristupa alternativnog turizma uključuju ekoturizam, avanturistički turizam, seoski turizam, održivi turizam, itd.

5. Benefit turizam

- popularni izraz za građane koji nisu Britanci (npr. iz EU-a) koji dolaze u Ujedinjeno Kraljevstvo kako bi živjeli od socijalne sigurnosti i drugih prava, uključujući dječji doplati, državnu mirovinu, tražitelje posla, doplati i dodatak za zapošljavanje i potporu.

6. Turizam rođenja (Birth tourism)

- praksa putovanja u drugu zemlju radi porođaja. Glavni razlog ove prakse je stjecanje državljanstva s pravom djeteta. Ostali razlozi uključuju pristup javnom školovanju, zdravstvenoj zaštiti i sponzorstvu roditelja.

7. Boat Sharing

- čin je dijeljenja čamaca s drugim ljudima koji žele ići na isto mjesto. Podijelili su troškove broda, kapetana ili skipera.

8. Booze Cruise

- kratko putovanje iz Britanije u Francusku ili Belgiju s namjerom kupnje osobnih potrepština poput alkohola ili duhana na veliko. To je zakonski prihvatljivo i ne smije se miješati s krijumčarenjem.

9. Poslovni turizam

- uključuje putovanje izvan mjesta stanovanja ili uobičajenog radnog mjesta. To je vrsta putovanja u profesionalne, a ne osobne svrhe (izložbe i sajmovi, konferencije i sastanci i korporativni događaji).

10. Kampiranje

- poznata aktivnost na otvorenom koja uključuje noćenje u šatoru ili kamp prikolici.
 - o Glamping - luksuzniji tip kampiranja.

11. Gastro turizam

- namijenjen je ljubiteljima hrane koji vole istraživati nove prehrambene destinacije.

12. Kulturni turizam

- mjesto gdje turisti istražuju kulturu ili religiju druge zemlje, ali i njihov životni stil. Turisti se uživljavaju u povezane aktivnosti poput rituala i festivala.
 - o Vjerski turizam - odnosi se na individualna ili grupna putovanja na sveta mjesta. Ta mjesta posjećuju i nereligiozni turisti koji žele znati kulturni, povijesni i vjerski značaj.
 - Halal turizam - usmjeren je prema muslimanskim obiteljima koje slijede pravila islama. Pružatelji usluga smještaja na takvim odredištima ne poslužuju alkohol i imaju zaseban bazen i spa sadržaje za muškarce i žene.

13. Mračni (crni) turizam

- uključuje posjećivanje prirodnih katastrofa ili mjesta koja su uzrokovana prirodnim katastrofama. Ljude ova vrsta turizma privlači zbog njegove socijalne, akademske ili kulturne suštine.

- Atomski turizam - turizam u kojem turisti uče o atomskom dobu putujući na mjesta poput muzeja s atomskim oružjem, raketnih silosa, vozila koja nose atomsko.
- Tombstone tourist - pojedinac koji uživa u povijesti poznatih smrtnih slučajeva, grobljima, natpisima. Takvu vrstu turista posebno zanima povijesni aspekt takvih mjesta.
- Ratni turizam - uključuje putovanje u ratna područja radi razgledavanja ili povijesnih studija. Takve vrste turista uzbuđuju putovanje na opasna i zabranjena mjesta.
- Turizam militarizma baštine - vrsta turizma gdje ljudi posjećuju nekadašnja vojna mjesta

14. Rekreativni narko turizam

- vrsta putovanja u svrhu korištenja droga za rekreaciju koje su nedostupne, ilegalne ili skupe.

15. Ekoturizam

- uključuje posjećivanje neometanih prirodnih područja. Promovira se očuvanje okoliša i poboljšanje dobrobiti lokalnog stanovništva.

16. Iskustvena putovanja

- turistička vrsta u kojoj turisti doživljavaju zemlju koju posjećuju, baveći se njezinom poviješću, ljudima, kulturom i hranom.

17. Eksperimentalna putovanja

- putnici ne posjećuju mjesta koja su uobičajena za privlačenje. Ova vrsta turizma uključuje humor, nesretnost i slučajnost (let noću, polagan povratak, slijepo putovanje dr.).

18. Ekstremni turizam

- putovanja na opasna mjesta kao što su planine, džungle, pustinje, špilje, kanjoni itd. Glavna atrakcija je navala adrenalina uzrokovana rizikom.
 - Jungle tourism – potkategorija, koji nije ništa drugo nego putovanje u džunglu.

19. Shopping turizam

- posjećivanje određenog mjesta radi uživanja, eksperimentiranja, otkrivanja, proučavanja, trgovine i kupnje robe, odnosno putovanje radi mode.

20. Garden tourism

- putovanja u botaničke vrtove i mjesta koja imaju bogatu povijest vrtlarstva.

21. Enoturizam

- kušanje, konzumacija ili kupnja vina. Turisti posjećuju vinarije, degustiraju vino, šetaju vinogradima ili čak sudjeluju u berbi.

22. Genealoški turizam

- uključuje turiste koji putuju u zemlje svojih predaka, kako bi se ponovno povezali sa svojom prošlošću ili hodali stopama svojih predaka.

23. Geoturizam

- održava ili poboljšava osebujni geografski karakter mjesta - njegovu okolinu, baštinu, estetiku, kulturu i dobrobit njegovih stanovnika.

24. Industrijski turizam

- posjeti industrijskim mjestima određenog mjesta. Ovaj koncept ponovno je zainteresirao turiste da posjete industrijsko naslijeđe i moderna nalazišta.

25. Volonterski turizam

- poznat i kao volonterizam. Volonturisti su ljudi koji, zasićeni ponudom masovnog turizma, biraju turističke aranžmane u kojima pomažu lokalnoj zajednici u turističkoj destinaciji i pri tom upoznaju njezin način života, baštinu i kulturu. Ova vrsta turizma postala je popularna u mnogim zemljama.

26. LGBT turizam

- oblik je nišnog turizma koji se prodaje gej, biseksualnim i transrodnim osobama. Ovi turisti obično otvoreno govore o svojoj seksualnoj orijentaciji ili rodnom identitetu, putuju na odredišta koja su LGBT prijateljska i putuju s drugim LGBT osobama bez obzira na odredište.

27. Klevetnički turizam

- postupak tužbe zbog navodne klevete u stranoj jurisdikciji u kojoj postoje slabi zakoni o kleveti.

28. Književni turizam

- bavi se turistima koji posjećuju rodna mjesta, groblja, muzeje i druga mjesta povezana s autorima ili književnim stvaralaštvom.

29. Motociklistički obilazak

- turisti kupuju ili iznajmljuju motocikle koji su opremljeni za duga putovanja.

30. Glazbeni turizam

- uključuje posjet gradu kako biste vidjeli glazbeni festival ili glazbene performanse. Posljednjih se godina glazbeni turizam transformirao u ogroman globalni fenomen.

31. Zdravstveni turizam

- odnosi se na ljude koji putuju u drugu zemlju radi liječenja. Ljudi iz razvijenih zemalja putuju u zemlje u razvoju kako bi se liječili jeftino.
 - o Stomatološki turizam - uključuje ljude koji stomatološku njegu traže izvan svog lokalnog zdravstvenog sustava. To također može biti popraćeno odmorom.

32. Nautički turizam

- kombinira jedrenje i plovidbu s aktivnostima na odmoru.
 - o Krstarenje rijekom - plovidba je unutarnjim plovnim putovima koja usput ima nekoliko lučkih stajališta.

33. Politički turizam

- odnosi se na putovanja koja se vode s političkom namjerom. Takva putovanja uključuju odlazak na područja sukoba radi proučavanja okolnosti, razumijevanja situacije obje strane i razvijanja znanja o lokalnoj povijesti.
 - o Justice tourism - ima za cilj stvoriti ekonomske mogućnosti za lokalne zajednice, pozitivnu kulturnu razmjenu i političko / povijesno obrazovanje. To se može preklapati s revolucionarnim turizmom. Posebno se promovira u Bosni i Palestini.

34. Romantična putovanja

- romantične ture organiziraju turoperatori u kojima muškarci odlaze u zemlje kako bi se upoznali sa ženama radi romantike ili braka.

35. Edukativni turizam

- može se definirati kao turizam koji provodi obrazovno učenje kao izgovor za putovanje, bilo to učenje znanja ili učenje jezika.
 - o Znanstveni turizam - posjećuju i istražuju se znanstvene znamenitosti poput muzeja, laboratorija, zvjezdarnica i sveučilišta. Uključuje i gledanje znanstvenih događaja poput pomrčine Sunca.

36. Filmski turizam (Set-jetting)

- Set-jetting je najnoviji trend koji uključuje putovanja na odredišta koja se vide u filmovima.

37. Slum turizam

- uključuje posjećivanje siromašnih područja.

38. Svemirski turizam

- putovanje u svemir u rekreacijske svrhe.

39. Sportski turizam

- uključuje promatranje ili sudjelovanje u sportskom događaju.

40. Stag party tourism

- sudjelovanje u momačkoj večeri koja se obično održava u drugoj zemlji.

41. Održivi turizam

- uključuje putovanje u mjesta radi pozitivnog utjecaja na okoliš, društvo i gospodarstvo.

42. (3D) Virtualni turizam

- omogućuje putnicima istraživanje mjesta bez fizičkog putovanja putem pametnog telefona ili računala. Takva vrsta obilazaka kreira se s 3D modelima i 2D panoramskim slikama, nizom hiperpovezanih nepokretnih ili video slika, te modelima stvarnog svijeta temeljenim na slikama, zajedno sa zvučnim efektima i tekстом.

43. Wellness turizam

- uključuje putovanja radi promicanja zdravlja fizičkim, psihološkim ili duhovnim aktivnostima. Ne smije se miješati s medicinskim turizmom jer wellness turisti putuju kako bi održali svoje zdravlje.

Naravno, postoje i drugi oblici turizma, ali su oni slabije zastupljeni ili se usko vežu s nekim drugim oblikom turizma.

3. Definiranje sluma

Korištenje prave i točne definicije sluma ključna je za razumijevanje i rješavanje problema ovih nesigurnih i neformalnih naselja. Osim što se tako slumovi mogu svrstavati, mogu se početi vršiti i točna mjerenja te samim time se mogu osmisliti razni programi koji će pomoći u razvoju slumova, ali isto tako i stanovnicima u poboljšanju njihovog životnog standarda.

Činjenice koje rastu u porastu globalne stambene krize:³

- 1,6 milijardi ljudi živi bez odgovarajućeg skloništa
- 1 od 7 ljudi na planeti trenutno živi u slumu
- prema trenutnim procjenama, 1 od svake 4 osobe živjet će u slumu do 2030. godine
- svaki treći stanovnik grada živi u slumu u zemljama u razvoju
- u nekim zemljama čak 90% urbane populacije živi u slumovima.

Također je važno napomenuti da trenutni rast stanovništva nadmašuje stopu kojom gradovi mogu odgovoriti na potrebe za stanovanjem te je to još jedan od razloga zašto slumovi napreduju i izmiču kontroli. Osim toga, mnoge vlade odbijaju vidjeti slumove ili priznati njihovo postojanje jer njihove kuće nisu registrirane. Kako stanovnici slumova žive „izvan zakona“, tako se i stopa kriminala i nasilja povećava.

Nadalje, životni uvjeti u slumovima su loši, odnosno, ljudi ostaju odsječeni od najosnovnijih usluga kao što su čista voda, sanitarni čvorovi i drugo. A manjak osnovnih usluga dalje uzrokuje razne bolesti i zaraze.

U nastavku se detaljnije ulazi u pojam sluma i slumminga, kako se zapravo slumovi mjere i utvrđuju te koje su poteškoće povezane s time, koje su karakteristike slumova i mogu se vidjeti negativne strane slumova. Osim toga, detaljnije se objašnjava zašto stanovnici slumova zapravo žive „izvan zakona“.

³ Habitat for Humanity; *What is a Slum? Definition of a Global Housing Crisis*, dostupno na: <https://www.habitatforhumanity.org.uk/what-we-do/slum-rehabilitation/what-is-a-slum/> (22.05.2021.)

3.1. Pojam sluma i slumminga

U prošlosti se ljudi višeg statusa nisu trudili udruživati se s onima nižeg statusa. Riječ 'slum' relativno je novijeg datuma, a prvi put je korištena 1820. kao žargonski izraz, dok je djelatnost 'slumminga' još novija.

Turizam sluma nije nova pojava, iako se mnogo toga promijenilo od njegovog početka. „Slumming” je dodan Oxfordskom engleskom rječniku 1860-ih, što znači „ulaziti u siromašne četvrti u svrhe diskreditacije...”⁴

Definicija sluma prema Oxfordskom engleskom rječniku glasi:

„Uboga i prenapučena urbana ulica ili kvart u kojem žive vrlo siromašni ljudi.“,

dok je definicija slumminga:

„Provođenje vremena u nižoj društvenoj razini radi vlastite iz znatiželje ili u dobrotvorne svrhe.“

odnosno,

„Turistička valorizacija siromašnih urbanih područja metropola u takozvanim zemljama u razvoju ili u usponu, koje prvenstveno posjećuju turisti s globalnog sjevera.“

Ostali opisi ili definicije glase:⁵

„Vrlo gust, niskog rasta, nekvalitetan i nezdrav.“,

„Opasno mjesto za život.“,

„Samoizgrađena spontana zajednica.“,

„Tamo gdje su privatna ulaganja nadmašila javnu infrastrukturu.“,

„Tamo gdje su fizička stvarnost i pravna dokumentacija u suprotnosti.“, itd.

⁴ National Geographic (2018) *Inside the Controversial World of Slum Tourism*, dostupno na: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/history-controversy-debate-slum-tourism> (07.04.2021.)

⁵ Smith, D. A. (2013) *Affordable Housing Innovations: 06*, dostupno na: <https://www.citiesalliance.org/sites/default/files/AHInnovations06-what-is-a%20slum-130225.pdf> (22.05.2021.)

Pojam „slum“ koristi se u općem kontekstu za opisivanje širokog spektra naselja s niskim prihodima i/ili loših uvjeta života ljudi. Stanovi u takvim naseljima variraju od jednostavnih koliba do trajnijih građevina, a pristup osnovnim uslugama i infrastrukturi obično je ograničen.

Slumovi se mogu podijeliti u dvije široke klase⁶:

1. Slumove nade - naselja koja „napreduju“, koja su karakterizirana novim, obično samoizgrađenim strukturama, ilegalnim (npr. Skvoteri) koji su u ili su nedavno prošli kroz proces razvoja, konsolidacije i poboljšanja; i
2. Slumove očaja – „propadajuće“ četvrti u kojima okolišni uvjeti i usluge prolaze kroz proces degeneracije.

Nažalost, povijest slumova pokazala je da, u nedostatku odgovarajućih intervencija, slumovi nade se mogu lako pretvoriti u slumove očaja.

Definicija pojma „slum“ uključuje stambena područja koja su nekada bila ugledna ili čak poželjna, ali koja su se u međuvremenu pogoršavala kako su se stanovnici selili u nova i bolja područja gradova. Stare kuće su tada propadale te su postupno podijeljene i iznajmljene grupama s nižim prihodima.

3.2. Utvrđivanje i mjerenje slumova

Problem s mjerenjem slumova započinje nedostatkom dogovorene definicije. Kao rezultat toga, popisivanje slumova još nije ugrađeno u redovite instrumente praćenja, poput nacionalnih popisa stanovništva, demografskih i zdravstvenih istraživanja i globalnih istraživanja. Neka istraživanja pružaju zamjenske podatke ili s njima povezane varijable, poput "udjela neovlaštenog stanovanja" ili "udjela skvotera".⁷

⁶ Millennium Development Goals (2010) *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements*, dostupno na: https://mirror.unhabitat.org/downloads/docs/GRHS_2003_Chapter_01_Revised_2010.pdf (08.04.2021.)

⁷ UN-HABITAT (2003) *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements*, dostupno na: <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/The%20Challenge%20of%20Slums%20-%20Global%20Report%20on%20Human%20Settlements%202003.pdf> (22.05.2021.)

Opće definicije daju uvid u to što je zapravo slum, ali se uz pomoć tih definicija ne može točno tvrditi je li određeno područje zapravo slum.

Predlaganje „kvantitativnije“ definicije započelo je nedavno, ne samo zbog različitih mišljenja o ključnim odrednicama, već i zbog:⁸

- Slumovi su previše složeni da bi se mogli definirati prema jednom parametru.
- Slumovi su relativan pojam i ono što se u jednom gradu smatra slumom morat će biti primijenjeno i u drugom gradu – čak i u istoj zemlji.
- Lokalne varijacije među slumovima su preširoke da bi mogli definirati univerzalno primjenjive kriterije.
- Slumovi se mijenjaju prebrzo da bi bilo koji kriterij postao valjan u razumno dugom vremenskom razdoblju.
- Prostorna priroda slumova znači da je veličina određenih područja slumova osjetljiva na promjene u nadležnosti ili prostorne agregacije.

Dogovoreno je da su slumovi višedimenzionalne prirode. Neke karakteristike slumova mogu biti definirane (pristup fizičkim uslugama ili gustoća), a druge ne (socijalni kapital).

3.3. Karakteristike sluma

Pregled definicija koje koriste nacionalne i lokalne vlasti, statistički zavodi, institucije uključene u probleme slumova i percepcija javnosti otkriva sljedeće osobine slumova:⁹

1. Nedostatak osnovnih usluga

- jedna je od najčešće spominjanih karakteristika slumova u svijetu. Nedostatak pristupa sanitarnim objektima i sigurnim izvorima vode najvažnija je značajka, koja se ponekad nadopunjuje nedostatkom

⁸ UN-HABITAT (2003) *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements*, dostupno na: <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/The%20Challenge%20of%20Slums%20-%20Global%20Report%20on%20Human%20Settlements%202003.pdf> (22.05.2021.)

⁹ Ibid.

sustava za prikupljanje otpada, opskrbom električnom energijom, cestama i pješačkim stazama, uličnom rasvjetom i odvodnjom kišnice.

2. Nekvalitetno stanovanje ili ilegalne i neadekvatne građevinske strukture

- mnogi gradovi imaju građevinske standarde koji postavljaju minimalne zahtjeve za stambene zgrade. Područja sluma povezana su s velikim brojem nekvalitetnih stambenih građevina, često izgrađenih od nestalnih materijala neprikladnih za stanovanje s obzirom na lokalne klimatske uvjete i položaj. Čimbenici koji pridonose strukturi koja se smatra nekvalitetnom su, na primjer, zemljani podovi, zidovi od blata i vate ili slamnati krovovi. Razni podzakonski akti o prostorijama i stanovima također se mogu teško kršiti.

3. Prenatranost i velika gustoća

- prenatranost je povezana s malim prostorom po osobi, velikom stopom popunjenosti, zajedničkim životom različitih obitelji i velikim brojem jednosobnih jedinica. Mnoge stambene jedinice u slumovima prenatrane su, a pet i više osoba dijeli jednosobnu jedinicu koja se koristi za kuhanje, spavanje i život.

4. Nezdravi životni uvjeti i opasna mjesta

- nezdravi životni uvjeti rezultat su nedostatka osnovnih usluga, s vidljivom, otvorenom kanalizacijom, nedostatkom putova, nekontroliranim odlaganjem otpada, zagađenim okolišem, itd. Kuće se mogu graditi na opasnim mjestima ili zemljištu neprikladnom za naseljavanje, poput poplavnih ravnica, u blizini industrijskih postrojenja s otrovnim emisijama ili odlagališta otpada, te na područjima koja su podložna odronima zemlje. Izgled naselja može biti opasan zbog nedostatka pristupnih putova i velike gustoće dotrajalih građevina.

5. Nesigurni posjed; neredovita ili neformalna naselja

- brojne definicije smatraju nedostatak sigurnosti posjeda središnjom karakteristikom slumova, a nedostatak bilo kakvog formalnog dokumenta koji daje pravo stanaru da zauzme zemlju ili građevinu

smatraju *prima facie* dokazom ilegalnosti i okupacije slumova. Neformalna ili neplanirana naselja često se smatraju sinonimima slumova. Mnoge definicije ističu i neformalnost zanimanja i nepridržavanje naselja s planovima korištenja zemljišta. Glavni čimbenici koji doprinose neusklađenosti su naselja izgrađena na zemljištu rezerviranom za nestambene svrhe ili koja predstavljaju invaziju na neurbano zemljište.

6. Siromaštvo i socijalna isključenost

- siromaštvo zbog prihoda ili sposobnosti smatra se, uz neke iznimke, središnjom karakteristikom područja slumova. Ne promatra se kao svojstvena karakteristika slumova, već kao uzrok (i, u velikoj mjeri, posljedica) stanja u slumovima. Uvjeti sluma su fizičke i zakonske manifestacije koje stvaraju prepreke ljudskom i društvenom razvoju. Nadalje, slumovi su područja socijalne isključenosti za koja se često smatra da imaju visoku razinu kriminala i druge mjere socijalne dislokacije. U nekim su definicijama takva područja povezana s određenim ranjivim skupinama stanovništva, poput nedavnih imigranata, interno raseljenih osoba ili etničkih manjina.

7. Minimalna veličina naselja

- mnoge definicije slumova također zahtijevaju određenu minimalnu veličinu naselja da bi se područje moglo smatrati slumom, tako da slum predstavlja zasebno područje i nije jedno prebivalište. Primjeri su općinska definicija siromašnog naselja Kolkata koja zahtijeva da najmanje 700 četvornih metara zauzimaju kolibe ili indijska popisna definicija koja zahtijeva najmanje 300 ljudi ili 60 domaćinstava koja žive u nakupinskom naselju.

UN-HABITAT definira kućanstvo u slumu kao skupinu pojedinaca koji žive pod istim krovom u urbanom području kojima nedostaje jedno ili više od sljedećeg:

1. Izdržljiva kuća trajne prirode koje štiti od ekstremnih klimatskih uvjeta.
2. Dovoljno životnog prostora, što znači da više od tri osobe ne dijele istu sobu.

3. Jednostavan pristup sigurnoj vodi u dovoljnim količinama po pristupačnoj cijeni.
4. Pristup odgovarajućim sanitarijama u obliku privatnog ili javnog zahoda koji dijeli razuman broj ljudi.
5. Sigurnost vlasništva koja sprečava prisilne deložacije.

Stupanj uskraćenosti ovisi o tome koliko od pet uvjeta koji definiraju siromašne četvrti prevladavaju u siromašnom kućanstvu. Otprilike jedna petina siromašnih kućanstava živi u izuzetno lošim uvjetima, kojima nedostaje više od tri uvjeta. Općenito, nedostatak sanitarnih uvjeta i vode u sirotinjskim četvrtima složen je zbog nedovoljnog životnog prostora za obitelji i neodgovarajućeg, improviziranog stanovanja.¹⁰

3.4. Neuspjeh upravljanja i pravno pitanje

Slumovi i urbano siromaštvo nisu samo manifestacija eksplozije stanovništva i demografskih promjena, ili čak ogromnih neosobnih sila globalizacije. Slumovi se moraju promatrati kao rezultat neuspjeha stambenih politika, zakona i sustava isporuke, kao i nacionalnih i urbanih politika.¹¹

Najvažniji čimbenik koji ograničava poboljšanje stanovanja i životne uvjete u slumovima je nedostatak političke volje da se problem riješi na strukturiran i održiv način, drugim riječima, politička volja je ključ uspjeha za postizanje dugotrajnih i strukturiranih intervencija, odnosno predanost u poboljšanju ili smanjenju slumova.

Također, slaba urbana uprava susreće utjecaj rastuće nejednakosti, korupcije i neravnoteže u raspodjeli resursa (neuspjeh vlade da se prepozna brza urbanizacija).

Neuspjeh politike se javlja na svim razinama:¹²

1. Globalnoj

¹⁰ UN-HABITAT (2006/2007) *State of the world's cities*, dostupno na: https://mirror.unhabitat.org/documents/media_centre/sowcr2006/SOWCR%205.pdf (08.04.2021.)

¹¹ UN-HABITAT (2003) *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements*, dostupno na: <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/The%20Challenge%20of%20Slums%20-%20Global%20Report%20on%20Human%20Settlements%202003.pdf> (22.05.2021.)

¹² Ibid.

- čini se da politike koje su oslabile nacionalne vlade bez bilo kakve kompenzacijske središnje kontrole vode do neobuzdane globalizacije koja udovoljava većoj nejednakosti i marginalizaciji.

2. Nacionalnoj

- liberalizacija i sektorska fragmentacija politike te analitički i institucionalni okviri nisu uspjeli podržati urbano-ruralnu i međusektorsku dinamiku koja je presudna za održivi gospodarski rast i raspodjelu njegovih mogućnosti.

3. Lokalnoj

- zapanjujući nedostatak kapaciteta da se nose ili upravlja situacijom, mnogi su građani slumova u ničijoj zemlji ilegalnosti, nesigurnosti i degradacije okoliša.

Također se može reći da je primarni smjer i nacionalnih i međunarodnih intervencija zapravo povećao urbano siromaštvo i slumove, odnosno, povećava se isključenost i nejednakost. Međutim, to se djelomično uravnotežuje neoliberalnim priznavanjem samopomoći kao učinkovite strategije (smanjenje progona gradske sirotinje u njihovim pokušajima da stvore bolji život).

Nadalje, slumovi ostaju neformalni i „ilegalni“, odnosno, ne postoje na kartama, ne sakuplja se otpad, ne plaća se porez i ne pružaju se javne usluge. Službeno, slumovi ne postoje. Prema tome, stanovnici slumova, kao ilegalni ili nepriznati stanovnici, nemaju nikakva imovinska prava niti sigurnost posjeda, odnosno žive i rade izvan zakona. Osim toga, u nemogućnosti su pristupiti većini formalnih društvenih institucija niti socijalnim uslugama poput subvencionirane zdravstvene zaštite ili obrazovanja.

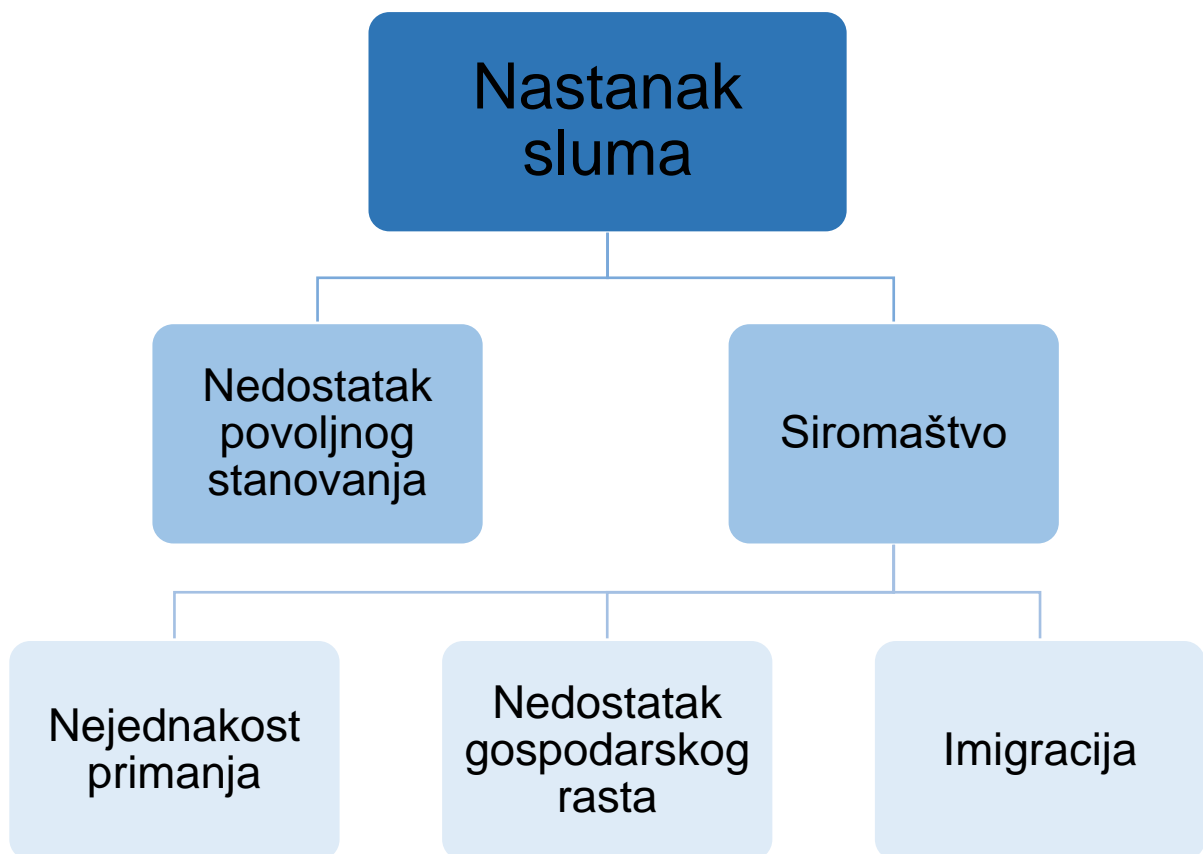
Zbog same neformalnosti i „ilegalnosti“ stanovnici slumova su rijetko u mogućnosti dobiti posao u formalnom sektoru, ali isto tako i zbog nedostatka socijalnog kapitala, obrazovanja, pokroviteljstva i kontakata te su općenito isključeni iz 'redovnog društva'. Po tome, stanovnici sluma nemaju mogućnost pristupiti redovnim izvorima financiranja, a samim time nemaju niti pristup bankama, odnosno, nemaju pravo na kredite, a banke će isključiti sve osim najbogatijih stanovnika. Zbog toga su stanovnici

prisiljeni koristiti neformalne izvore financiranja s pretjeranim stopama i vrlo kratkim rokovima otplate.

3.5. Socio-ekonomska nejednakost

Slumovi su rezultat kombinacije siromaštva ili niskih primanja s neadekvatnim sustavom stambenog zbrinjavanja, zbog toga su ljudi s nižim primanjima prisiljeni tražiti pristupačniji smještaj. Drugim riječima, pojava slumova se javlja zbog ekonomske stagnacije, povećane nejednakosti i rasta stanovništva, posebno kroz imigraciju.

Slika 1: Nastanak slumova



Izvor: UN-HABITAT (2003) *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements* (22.05.2021.)

Glavni dio gradskog života su stalne promjene (izgradnja i obnova, preseljenje industrije i trgovine, itd.), a to je potaknuto potragom za većim prinosima i optimalnom uporabom zemljišta. No, to dovodi do fizičkog izražavanja nejednakosti, od kojih su slumovi na najnižoj društveno-ekonomskoj razini.

Ljudi s većim prinosima su se preselili iz centra grada u predgrađe, prepuštajući tako centar grada grupama u najnepovoljnijem položaju. Drugim riječima, društvene klase su se nadmetale od kojih su najjače skupine dobili najpoželjniji položaj, a slabije skupine zauzimaju zaostale prostore. Razlog preseljenja imućnijih ljudi je zato što su se društvo i tehnologija transporta promijenile ili je stambeno pitanje postalo neadekvatno.

Slumovi i siromaštvo usko su povezani i međusobno se jačaju, ali veza nije uvijek izravna ili jednostavna. Naime, neki ljudi s prihvatljivim prihodima odlučuju živjeti unutar ili na rubovima slumova. Iako većina stanovnika radi u neformalnoj ekonomiji, često ti stanovnici imaju veće prihode od ljudi u formalnom sektoru. Osim toga, u mnogim gradovima je više siromašnih izvan slumova nego u njima jer čak i najekskluzivnija i najskuplja područja imat će ljude s niskim primanjima.

Različite dimenzije siromaštva opisane su kao:¹³

1. Niski prihodi

- sastoji se od onih koji u nemogućnosti sudjelovati na tržištima rada i nedostaju im drugi načini podrške, i onih čiji je dohodak od plaća toliko nizak da je ispod nominalne granice siromaštva

2. Nizak ljudski kapital

- nisko obrazovanje i loše zdravlje komponente su „siromaštva sposobnosti“, a zdravstveni šokovi mogu dovesti do kroničnog siromaštva

3. Nizak socijalni kapital

¹³ UN-HABITAT (2003) The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements, dostupno na: <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/The%20Challenge%20of%20Slums%20-%20Global%20Report%20on%20Human%20Settlements%202003.pdf> (22.05.2021.)

- uključuje nedostatak mreža za zaštitu kućanstava od šoka, slabo pokroviteljstvo na tržištu rada, označavanje i izuzeće, a to se posebno odnosi na manjinske skupine

4. Nizak financijski kapital

- nedostatak proizvodne imovine koja bi se mogla koristiti za stvaranje prihoda ili izbjegavanje plaćanja većih troškova (na primjer: kuća, poljoprivredno gospodarstvo ili poduzeće).

No, nije moguće gledati samo jedan aspekt siromaštva, važno je uključiti više njih jer privremeno rješavanje novčanih prihoda može biti samo privremeni jaz, a ne sigurni prijelaz iz siromaštva.

Još jedna nejednakost se javlja u kućanstvima koja vode žene. Naime, žene imaju manje mogućnosti za zaradu od muškaraca i općenito su takva kućanstva siromašnija. U prilog tome, žene imaju i nižu razinu obrazovanja, rade dulje radno vrijeme, vode brigu o djeci, nemaju bitne produktivne uloge niti uloge upravljanja te imaju ograničeniju pokretljivost od muškaraca. Kada se uzme u obzir sve navedeno, žene imaju uži izbor stanovanja te su prisiljene na život u lošijim uvjetima, odnosno, slumovima.

4. Slum turizam

Slum turizam globalizirajući je trend i kontroverzni oblik turizma. „Slumming“ ima dugu tradiciju. No, njegova razvojna dinamika i brzo širenje popularnosti širom svijeta je novo. Slum turizam, odnosno turizam favela, je dostigao karakteristike masovnog turizma u Južnoj Africi i u Rio de Janeiru. U drugim zemljama se također javlja slum turizam, a pružatelji usluga vide ogroman potencijal rasta.

Međutim u usporedbi s konvencionalnim načinima masovnog turizma, slum turizam i dalje je manji fenomen. Njegovih je sudionika manje, a trajanje kraće. Većina obilazaka slumova udovoljava malim grupama turista koji odlaze na kraći izlet.

Iako je moralno kontroverzna praksa slum turizma već nekoliko godina pobuđivala veliku pozornost i rasprave u medijima, akademska istraživanja tek su je nedavno počela obrađivati kao globalni fenomen.¹⁴

U potrazi za nečim drugačijim od uobičajenih muzeja, odmarališta na plaži i restorana, mnogi se strani turisti okreću mjestima koja se u početku mogu činiti antitezom tipičnom odredištu za odmor; slumu (township, favela, barrio, shantytown ili ghetto). Daleko od toga da se na njih gleda kao na zabranjene zone koje bi turisti izbjegavali, neka područja sa slumovima u gradovima poput Mumbaija, Johannesburga i Rio de Janeira sada su postala turistička atrakcija. Danas je slum turizam prerastao u legitimnu globalnu industriju, koja dovodi više od milijun turista godišnje.¹⁵

Osnovni motiv slum turizma je avantura kroz nesigurne destinacije, gdje u kontakt dolaze ljudi različitog socijalnog, kulturološkog i ekonomskog miljea. Pojedini autori ove ture nazivaju društvene ture ili ture realnosti, dok ih neki smatraju oblikom kulturnog ili etničkog turizma, a opet ih neki autori smatraju edukativnim turama.

¹⁴ Frenzel, F., Koens, K. i Steinbrink, M. (2012) *Slum Tourism: Poverty, Power and Ethics*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/236893153_Slum_Tourism_Poverty_Power_and_Ethics (07.04.2021.)

¹⁵ Forbes (2016) *Slum Tourism: How It Began, The Impact It Has, And Why It Became So Popular*, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/wadeshepard/2016/07/16/slum-tourism-how-it-began-the-impact-it-has-and-why-its-become-so-popular/?sh=7d4c88f4297d> (08.04.2021.)

5. Razvoj slum turizma

Tijekom posljednja dva desetljeća razvoj slumova se odvija u sve većem broju. Slum turizam nepogrešivo dobiva na važnosti kako u ekonomskom smislu, tako i u pogledu broja turista. Odvija se na razne načine, ali najočitija i najčešća praksa su turističke ture kroz slumove vođene turističkim vodičem.

Svaki novi trend u turizmu omogućuje šire promišljanje o samom turizmu, pa je tako slum turizam jedan od novih trendova na međunarodnom tržištu. Postavljaju se pitanja zašto se slum turizam pojavljuje upravo u određenom trenutku i u određenom društvenom kontekstu te kako i s kojim posljedicama se razvija u različitim lokalnim okruženjima. Na prvi pogled ovakav oblik turizma može izgledati iznenađujuće i zapanjujuće jer je u potpunoj suprotnosti s uobičajenim predodžbama o tome kako turisti provode svoje slobodno vrijeme, odnosno odmor. Želja da se vidi i doživi „nešto drugačije“ te da se „distancira od svakodnevnog života“, obično se odnosi na lijepe i opuštajuće susrete, dok slum turizam proturječi tim pojmovima.

5.1. Slum turizam na globalnom sjeveru

Sredinom osamnaestog stoljeća London je bio poznat po svojoj kulturi niskog životnog vijeka, u kojoj su poroci i kriminal bili rašireni, a tjelesne kazne i javna pogubljenja bili su dostupni kao turistički spektakli.

Potom, uslijed povećanja broja stanovnika došlo je do siromaštva i prenapučenosti koji su mnogima stvorili loše životne uvjete i bolesti u nekoliko engleskih industrijskih gradova - Manchesteru, Leedsu, Wiganu, Sheffieldu i glavnom gradu. Razlozi su bili kombinacija nezaposlenosti i niskih plaća, posebno među nekvalificiranim radnicima koji su pristizali sa sela. U Francuskoj je Pariz bio glavno središte urbane nevolje, budući da nije imao regionalni industrijski razvoj britanskih sjevernih gradova.

A kako su se ti urbani uvjeti s vremenom pogoršavali, postojala je još jedna posljedica, izraženija u Londonu nego u Parizu - rastuća društvena segregacija. Klase su se polarizirale zemljopisno, jer su se radnici koncentrirali u mjestima intenzivne

gospodarske aktivnosti, dok su se oni koji su si to mogli priuštiti udaljavali iz takvih područja zbog industrijske ružnoće i opasnosti po zdravlje.

Takva slika probudila je humanitarne osjećaje, ali bacila je i političku sjenu. U Francuskoj i Britaniji briga za dobrobit urbane siromašne išla je ruku pod ruku sa strahovima od socijalnih nemira i prijetnjama javnom poretku koje su se možda inkubirale među njima, posebno tijekom 40-ih i 1850-ih.

Čini se da je znatiželja o slumovima stara koliko i sam slum: pojam 'slum' razvio se u Londonu osamnaestog stoljeća. Izvorno, 'slum' je bila žargonska riječ - vjerojatno irskog podrijetla - koju su skovali stanovnici siromašnih četvrti. Našao se u standardnom engleskom tek oko 1840. godine, a potom su ga koristili Londonci za opisivanje East Enda. U istom je razdoblju riječ 'slumming' evoluirala u londonskom 'West Side Lingu'.¹⁶ Izraz je opisivao rastuću praksu pripadnika londonskih viših razreda koji su posjećivali East End, a često su ih vodili policajci u civilnoj odjeći, novinari i svećenici.

Potom se u New Yorku 1880-ih godina pojavio slumming, što je značilo i snažnije turistiziranje fenomena. Bogati turisti iz Londona odlazili su New York kako bi posjetili njihova siromašnija područja (slumove) te ih uspoređivali sa svojim siromašnim četvrtima. Također, prve komercijalne turističke agencije specijalizirane za posjete slumovima osnovane su u San Franciscu, Manhattanu i Chicagu. Početkom dvadesetog stoljeća prvi se put pojavio 'slum turizam', a slumovi su postali sastavni dio urbanog turizma.

Slumovi su se doživljavali kao mjesta moralnog propadanja. U SAD-u s početka dvadesetog stoljeća slum je poprimio drugačiji oblik. Između 1880. i 1920. godine, milijuni imigranata iz istočne i južne Europe i iz Azije ušli su u SAD. Kao odgovor na to mogu se smatrati ture po slumovima tog vremena koje su pretežno posjećivale etničke urbane enklave i izgrađivale useljeničke zajednice.¹⁷

Iako je turizam slumova na jugu vodeći – ali je i noviji, počeci slum turizma se ipak javljaju prvo na sjeveru.

¹⁶ Steinbrink, M. (2012) „*We did the slum!*”- *Urban poverty tourism in historical perspective*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/233457271_We_did_the_Slum_-_Urban_Poverty_Tourism_in_Historical_Perspective (04.05.2021.)

¹⁷ Ibid.

5.2. Slum turizam na globalnom jugu

Već u viktorijanskom Londonu, pionirski "slumeri" odlazili su u slumove zbog; bilo je novinara u potrazi za dobrom pričom, akademika u potrazi za zanimljivim istraživačkim područjem i socijalnih reformatora, političkih aktivista i „pomagača“, bilo po zanimanju ili altruizmom.¹⁸ Takvi su "profesionalni i altruistički slumaši"¹⁹ imali povijesnu važnu ulogu u razvoju slumova. Profesionalni slumaši danas svojim fotografijama, filmovima i izvještajima i dalje značajno oblikuju sliku slumova na jugu, pridonoseći diskurzivnoj proizvodnji slumova kao atrakcije.

Opće je prihvaćeno da je noviji oblik turizma u slumovima započeo u Južnoj Africi za vrijeme apartheida. Paralelno s razvojem gradskog turizma u post-apartheidnoj Južnoj Africi, siromašni turizam započeo je i u Brazilu. Pojava turizma favela povezana je s Konferencijom Ujedinjenih naroda o okolišu i razvoju (UNCED) u Rio de Janeiru 1992. godine, gdje su novinari i politički aktivisti prvi obišli Rocinhu, naselje poznato kao najveća favela u gradu. Iz ovih prvih neformalno vođenih obilazaka izrasla je poslovna turistička grana.²⁰ U novije vrijeme, ture s favelom nude se i u Sao Paulu i Salvadoru de Bahii.

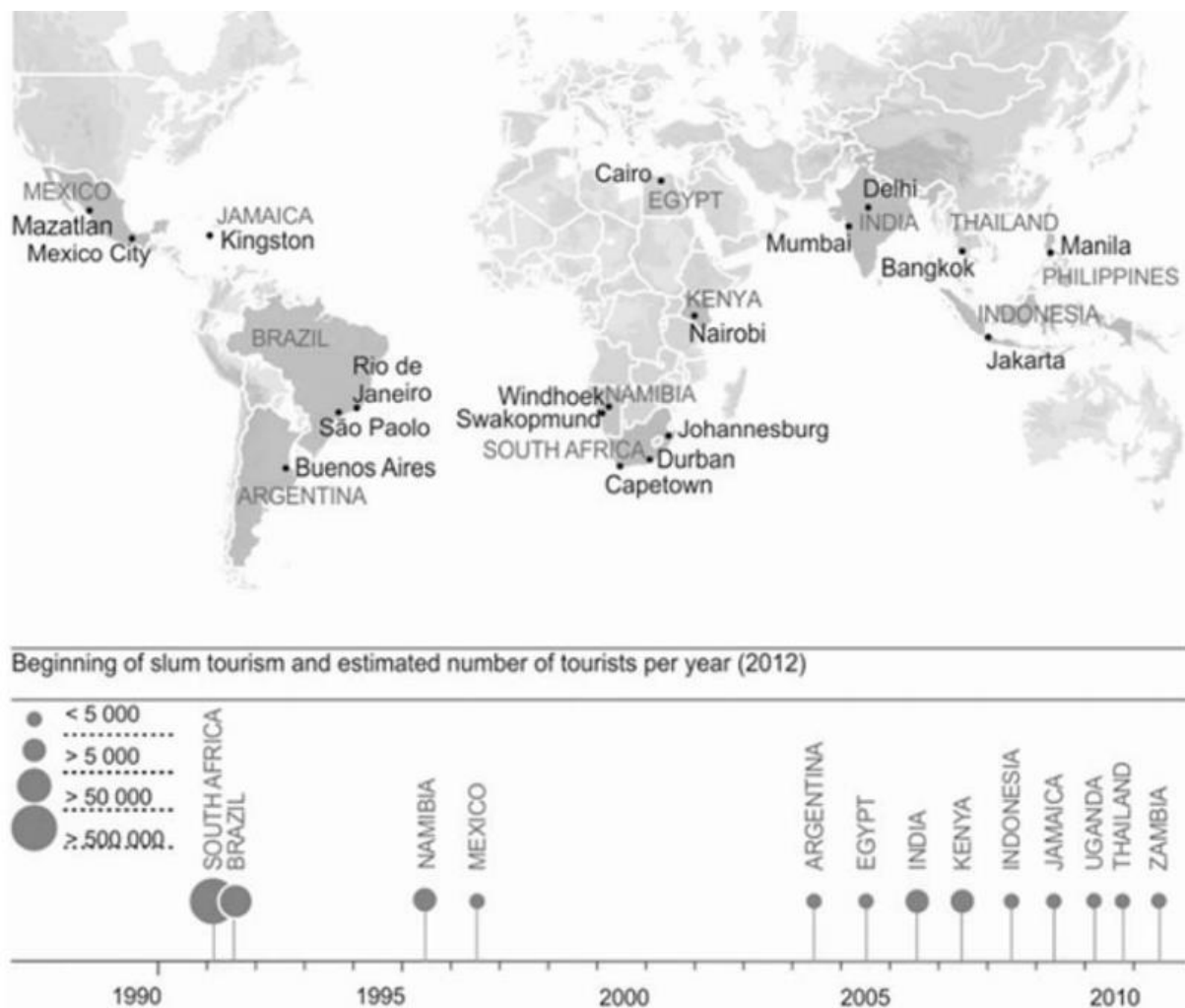
U međuvremenu su se slumovi pojavili i u drugim zemljama. Teško je dati precizne dokaze o svim lokacijama gdje se prakticira slum turizam. Ipak, u nastavku je kronološki pregled mjesta gdje se slum turizam organizira.

¹⁸ Koven, S. (2004) *Slumming: Sexual and Social Politics in Victorian London*, Princeton University press, dostupno na: https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=qUOVAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=koven+S.,+2004.+Slumming:+Sexual+and+Social+Politics+in+Victorian+London,+Princeton,&ots=zkmTpGP91L&sig=2C78Uuw6cbj7K6GHLvQeg6HVtEU&redir_esc=y#v=onepage&q=koven%20S.%2C%202004.%20Slumming%3A%20Sexual%20and%20Social%20Politics%20in%20Victorian%20London%2C%20Princeton%2C&f=false (05.05.2021.)

¹⁹ Njih se može razlikovati od ljudi koji posjećuju siromašna urbana područja kao slobodnu aktivnost (leisure slummers).

²⁰ Freire-Medeiros, B. (2009) *The favela and its touristic transits*, dostupno na: http://inctpped.ie.ufrj.br/spiderweb/dymask_5/5.3-9S%20Friere-Medeiros.pdf (09.05.2021.)

Slika 2: Razvoj slum turizma



Izvor: Fabian, F. et al. (2015) *Slum tourism: State of the art* (06.05.2021.)

Tijekom 1980-ih, 'Smokey Mountains' u Manili postali su simbol urbanog siromaštva. Potom, početkom 1990-ih turoperator je počeo nuditi obilaske ovog odlagališta smeća, na kojem su živjele i radile tisuće ljudi, a obilasci su prestali 1993. godine, kada je deponija zatvorena.

Još jedan primjer obilaska smetlišta nalazi se u Mazatlanu. Obilasci su počeli 1997. godine, a nudili su se svim turistima, pa čak i turistima s kruzera koji se zaustavljaju u Mazatlanu. U novije vrijeme počele su se nuditi komercijalne ture po slumovima u Mexico Cityju.

U prosincu 2004. u Argentini je započeo slum turizam. Bivši izviđač mjesta za filmove, Roisi Martin, počeo je nuditi posjete; 'Villa 20' i 'Trava tours' (posjeti bordelu za transvestite u četvrti s crvenim svjetlima u Buenos Airesu).²¹

U Egiptu se slum turizam pojavio 2005. godine kada su američki eko aktivisti T.H. i Sybille Culhane pokrenuli "Solar CITIES Urban Eco Tours". Inspirirani svojim iskustvima o urbanim eko-turnejama u favelama u Riju i ekološkim turnejama tijekom Zemaljskog samita 2002. u Johannesburgu, ovi su urbanisti razvili eko-turciju unutar grada kroz siromašne četvrti Darb al-Ahmar-a i Manshiyat-a Nasera ('Grad smeća') u Kairu, koju vode lokalni turistički vodiči.²²

Početak 2006. godine, Chris Way i njegov indijski kolega Krishna Poojari pokrenuli su "Reality Tours and Travel" u Mumbaiju u Indiji. Slum turizam u Indiji trenutno se osjetno širi, a pokretačka snaga za ovaj razvoj bila je velika medijska pažnja nakon osmostruko dodijeljenog Oscarom filma - 'Slumdog Millionaire' (2008), koji kao kulisu koristi Dharavi, najveću siromašnu četvrt u Aziji.

Slum turizam u Keniji započeo je na Svjetskom socijalnom forumu (WSF) koji se održao u Nairobiju 2007. Slično razvoju turizma favele u Riju, prve ture odvijale su se za političke aktiviste te je to označavalo početak slum turizma u Kiberi. Slum turizam uzima maha u Keniji. Nekoliko lokalnih organizacija počelo je prodavati vođena putovanja kroz Kiberu, kratku vožnju od luksuznih hotela koji opslužuju većinu stranih posjetitelja u Nairobiju. Također, Kibera je često označena kao najveća siromašna četvrt Afrike.²³

U Jakarti u Indoneziji Ronny Poluan prvi je započeo komercijalni slum turizam, osnovao je svoju tvrtku "Jakarta Hidden Tours" 2008.²⁴

U Kingstonu na Jamajci su se nedavno pojavile ture po slumovima, odnosno tijekom Svjetskog kupa u kriketu 2007. lokalni vodiči su nudili ture. Trench Town je poznat kao "rodno mjesto reggaea"; bio je dom Boba Marleyja, zajedno s mnogim drugim

²¹ Marrison, J. (2005) *Wise to the streets*, The Guardian, dostupno na:

<https://www.theguardian.com/travel/2005/dec/15/argentina.buenosaires.darktourism> (06.05.2021.)

²² Solar CITIES (2008) *Coming to Egypt? Why not take the Solar CITIES Tour!?* dostupno na: <http://solarcities.blogspot.com/2008/03/coming-to-egypt-why-not-take-solar.html> (06.05.2021.)

²³ Rice, X. (2009) *Kenya's slums attract poverty tourism*, The Guardian, dostupno na: <https://www.theguardian.com/world/2009/sep/25/slum-tourism-kenya-kibera-poverty> (22.05.2021.)

²⁴ Jakarta Hidden Tour, dostupno na: <https://realjakarta.blogspot.com/2014/12/a-lifetime-travel-adventure-hidden.html> (22.05.2021.)

glazbenicima. Pješačke ture, koje uglavnom vode afričko-jamajčanski lokalni stanovnici, obično počinju od muzeja 'Culture Yard' i mogu uključivati interakciju s umjetnicima, obrtnicima i starješinama zajednice.²⁵

U Bangkoku na Tajlandu može se primijetiti potpuno novi razvoj destinacije za slum turizam. U svim ostalim mjestima pojedinci, mala poduzeća ili nevladine organizacije prvi su organizirali obilaske po slumovima, dok su se veće tvrtke tek kasnije pridružile tržištu. No, u Bangkoku se prvi pojavljuje poznati turoperator "Asian Trail", u vlasništvu Luzija Matziga koji nudi ture po slumovima.

²⁵ Jaffe, R. et al. (2020) *What does poverty feel like? Urban inequality and the politics of sensation*, dostupno na: http://eprints.lse.ac.uk/90950/3/What_does_poverty_feel_like.pdf (22.05.2021.)

6. Pitanje etike slum turizma

Slumovi se ne prikazuju samo u turizmu već u raznim drugim oblicima, poput filmova, književnosti i mode te takva predstavljanja oblikuju sliku slumova i tako stvaraju znatiželju i interese turista. U nekim slučajevima filmovi i knjige čak izravno potiču pojavu slum turizma.

6.1. Negativan pogled na slum turizam

Relevantnost siromaštva za proučavanje slum turizma prije svega proizlazi iz činjenice da je siromaštvo definirajuće obilježje i najniži zajednički nazivnik onoga što se obično definira kao "slum".²⁶ Siromaštvo je glavna atrakcija; atraktivnost slumova kao turističkih odredišta često je izravno povezana s koncepcijama turista s mjestima koja žele posjetiti (turisti žele vidjeti ono što očekuju).

Također, siromaštvo je presudno za turizam u slumovima, jer se slum turizam često gleda i prodaje kao potencijal koji može potaknuti lokalno poduzetništvo i lokalni ekonomski razvoj te podržati ublažavanje siromaštva.

No, želja da se vide stanovnici koji žive u slumovima, samim time i siromaštvu, odmah izaziva zabrinutost zbog etike. Turiste, ovog oblika turizma, se često optužuje za voajerizam te je slum turizam oštro kritiziran u javnim diskursima i moralno je osuđen u medijima. Istodobno su turisti kritizirani kao nemoralni promatrači ili ih se optužuje da se bave "pornografijom siromaštva", pretvarajući nevolju drugih ljudi u spektakl, a pogled na siromaštvo uspoređuje se s posjetom zoološkom vrtu i ocjenjuje se neukusnim te se ugrožava dostojanstvo stanovnika slumova.

Pritom se javlja i pitanje moći u slum turizmu, odnosno dolazi se do pretpostavke relativne nemoći stanovnika slumova u odnosu na turiste i turoperatore. Po tome turisti postaju moćniji od siromašnih koje posjećuju te se iz tog razloga promatranje

²⁶ UN-HABITAT (2003) *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements*, dostupno na: <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/The%20Challenge%20of%20Slums%20-%20Global%20Report%20on%20Human%20Settlements%202003.pdf> (22.05.2021.)

siromašnih smatra problematičnim. Slum je tako transakcija u kojoj siromašni omogućavaju bogatijima da se 'ostvare'.

6.2. Pozitivan pogled na slum turizam

Dok kritičari odbijaju slum turizam na temelju etike i morala i narušavanja privatnosti ljudi, branitelji slum turizma svoje argumente uglavnom temelje na tome da ga opisuju kao iskustvo učenja - 'vrijedan prozor u živote najsiromašnijih' to također "usmjerava turistički dolar u slumove".²⁷ Također, posjet slumovima može pomoći u uklanjanju predrasuda koje turisti imaju o takvim područjima. Po tome ga neki svrstavaju u obrazovni turizam.

No, razvoj turizma slumova rezultirao je jačim naglaskom na kulturnu jedinstvenost mjesta. Reklamirani od strane turističkih agencija i promovirane od strane lokalne vlasti, slumovi se preuređuju u vrijedna mjesta za posjetiti, ne zato što pružaju uvid u patnje siromašnijih, već zato što omogućuju turistima da cijene jedinstvene kvalitete ovih mjesta. Pretvaranje slumova u nešto vrijedno ispunjava moralnu funkciju za turiste. Ako se siromaštvo shvaća kao problem, zagledanje u njega izaziva potrebu da se nešto poduzme. Na primjer, ako se siromaštvo jednostavno troši za zabavu bez obzira na siromašne, odnosno stanovnici su jednostavno terani kao siromašni, tada takav obilazak postaje samo voajerizam. Međutim, ako se siromaštvo može smatrati nečim vrijednim, obilazak postaje „must-do“, baš kao što i druge vrijedne znamenitosti treba vidjeti ili doživjeti.

Dakle, jedan od presudnih elemenata u transformaciji stoji u promjeni vrijednosti onoga što se posjećuje. Umjesto da se uokviruju slumovi kao slabost, oni postaju prednost. Također, vrlo je vjerojatno da će mnogi turisti koji posjete slum intervenirati. Međutim, onda se postavlja pitanje koliko se turisti mogu odvojiti od samog voajerstva iako im je cilj integracija i velikodušnost u namjerama.

²⁷ Weiner, E. (2009) *Slumming It: Can Slum Tourism Be Done Right?*, dostupno na: <http://www.worldhum.com/features/eric-weiner/slum-tourism-the-responsible-way-20090312/> (20.06.2021.)

Pored ostalog, iako se slum turizam odbija na etičkim osnovama, istodobno se podržava kao alat za ekonomski razvoj i smanjenje siromaštva.

Potom se javlja glavno pitanje: Koja je razlika između turizma općenito i slum turizma te treba li slum turizam u potpunosti odbaciti? Turizam, općenito, se može opisati kao „gospodarska aktivnost koja proizvodi niz pozitivnih i negativnih utjecaja, a socijalni, kulturni i okolišni utjecaji povezani s razvojem turizma izgledaju neizbježni bez obzira na vrstu turističke djelatnosti“²⁸. Prema tome, kritika turizma nije nova te je to dovelo do razvoja alternativnog turizma i održivog turizma²⁹. Unatoč izazovima koji se javljaju, turizam nije zanemaren kao sredstvo gospodarskog razvoja.

Prema tome, ako se turizam može prihvatiti i podržati negdje drugdje, zašto bi se onda slum turizam odbacio ako ima slične dileme i moralne probleme? Briga za siromašne te zaštita njihovih interesa i privatnosti hvalevrijedni su ciljevi, ali slum turizam može imati neke blagodati za zajednicu u čemu se slažu svi kritičari. Može se čak tvrditi da je malo logike u uskraćivanju prava na obilazak turistima, kada slične aktivnosti poduzimaju stručnjaci, sociolozi, novinari i umjetnici, i to često bez izravne koristi za zajednicu.

²⁸ McKercher, B. (1993) *Some Fundamental Truths About Tourism: Understanding Tourism's Social and Environmental Impacts*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/249023827_Some_Fundamental_Truths_About_Tourism_Understanding_Tourism's_Social_and_Environmental_Impacts (20.06.2021.)

²⁹ Imaju za cilj ima minimaliziranje negativnih utjecaja i maksimiziranje koristi od turizma.

7. Slumovi koji prakticiraju slum turizam

Slum turizam se prvi put pojavio u post-apartheidnoj Južnoj Africi u obliku takozvanih 'gradskih tura'. Iako se turizam u slumovima nedavno razvio na mnogo više mjesta, važno je napomenuti da se turizam u slumovima ne javlja u svim siromašnim dijelovima svijeta. Čini se da razvoj često potiču određeni događaji i određeni socio-kulturni konteksti.

Iako se u raznim studijama slučajeva izvještava o neetičkim praksama, čini se da se središnji etički problem turizma siromašnih naselja temelji na pretpostavci radikalnih razlika u moći između turista i posjećenih siromašnih.

Afrika (Južna Afrika i Nairobi) i Brazil (Rio de Janeiro) pokazuju značajnu razinu nejednakosti među svojim stanovništvom, kako ekonomski, tako i u pogledu socijalnih i političkih prava. U posljednja dva desetljeća - razdoblje u kojem se u tim zemljama razvijao slum turizam³⁰ - sve su se tri države znatno demokratizirale.

Posebno je značajno kako su različiti lokalni i nacionalni kreatori politike u ovim državama počeli aktivno promovirati turizam u slumovima kao dio politike obnove i ublažavanja siromaštva. Također se ističe i promjena diskursa u kojem se promoviraju obilasci. Slumovi i gradske četvrti oglašavaju se kao mjesta koja se razlikuju u kulturi, pružaju uvid u autentično zakulisje pojedinih gradova i dodaju raznolikost mjesta.

Turisti, osim što se suočavaju s etičkim izazovom zvanja voajera, moraju opravdati svoju intervenciju i činjenicu da ukazuju na probleme u inozemstvu.

³⁰ Slum turizam postaje značajan čimbenik u njihovoj strategiji gospodarskog razvoja.

7.1. Afrika

Kako od Afrike kreće slum turizam kojeg mi danas poznajemo, a ujedno obuhvaća i jedan od najvećih slumova na svijetu, kreće se od nje. U nastavku se obrađuju samo pojedini slumovi Afrike, te se ističu neke zanimljivosti i same razlike između slumova.

7.1.1. Južna Afrika

Već u režimu apartheida država je nudila obilaske gradova kao službenu turističku atrakciju. To je imalo političke svrhe, jer su ti posjeti trebali prikazati sliku neometanih rasnih odnosa u režimu apartheida.

Po završetku režima apartheida 1994. godine, zanimanje za posjet gradovima je raslo. U početku su neslužbene gradske ture nakon apartheida izričito bile konstruirane kao „politički turizam“, naglašavajući tekuće borbe i nepravde u demokraciji u razvoju.

U godinama koje slijede i u kontekstu rastuće turističke industrije u Južnoj Africi, obilasci gradova sve su više dobivali oblik obilaska naslijeđa. To je uključivalo posjete Sowetu kao mjestu koje simbolizira ugnjetavanje i borbu protiv apartheida, čiji je cilj bio vidjeti mjesta otpora i kuće u kojima su nekada živjeli simbolički likovi poput Nelsona Mandele i biskupa Desmond Tutua.³¹ Potom se povijesni i politički aspekti premještaju u pozadinu, a gradovi se sve više predstavljaju kao kulturne atrakcije.

Postojale su kontroverze hoće li takvi prikazi gradova biti ponižavajući, no to se pobija jer postoji nada da će turizam smanjiti siromaštvo. Naime, nakon apartheida fokus mnogih tura je obuhvatiti one kulturne aspekte, pri čemu sada više cijene kao mjesta koja pokazuju kulturnu raznolikost (nešto pozitivno) umjesto siromaštva i isključenosti.

Također, obilasci gradova istaknuti su kao pokazatelj nebijelog poduzetništva. U tom smislu otvoreno se promovira gradski turizam i na lokalnoj i na nacionalnoj razini. Iako se učinkovitost turizma u smanjenju siromaštva u cjelini može ograničiti, nesumnjivo

³¹ Steinbrink, M. (2012) *'We did the Slum!' – Urban Poverty Tourism in Historical Perspective*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/233457271_'We_did_the_Slum'_-_Urban_Poverty_Tourism_in_Historical_Perspective (04.05.2021.)

je da su neki imali financijske koristi. Gradske ture postale su turistički 'must', svakako u regiji Cape jer u obilascima sudjeluje i do 25% posjetitelja Cape Towna.

7.1.2. Nairobi

U Nairobiju je Svjetski socijalni forum (WSF), 2007. godine, pokrenuo uspon slum turizma u siromašnom kvartu Kibere.

Nairobi je afričko sjedište Ujedinjenih naroda i redovito je domaćin međunarodnih summita. Gradska infrastruktura pripremljena je za takve događaje, pružajući gostima hotele svjetske klase i druge sadržaje koji su u očiglednoj suprotnosti sa životnim uvjetima milijuna stanovnika Nairobija koji žive u slumovima.

Zbog politike WSF-a, mnogi međunarodni izaslanici osporili su ekskluzivnost događaja i zahtijevali da se WSF više poveže sa siromašnima koji žive u Nairobiju. Kako je siromaštvo bila glavna tema, bilo je raznih rasprava o tome kako se najbolje odnositi prema siromašnima. Jedno od najznačajnijih pitanja odnosilo se na otvorenost foruma za siromašne u Nairobiju.

Za razliku od Brazila i Indije, gdje se WSF ranije odvijao, lokalna i središnja vlada nisu financijski podržale WSF u Nairobiju. Sudionici WSF-a osporili su isključenje siromašnih, a jedan od neposrednih ishoda bio je preseljenje mnogih međunarodnih delegata, s mjesta WSF-a, u slumove.

Slum u Kiberi je pozornost privukao međunarodnim dokumentarnim filmovima i filmovima poput *The Constant Gardener* (2006), a također ga često nazivaju najvećom siromašnom četvrti Afrike.

Posjete delegata slumu organizirale su nevladine organizacije koje su lokalno djelovale s projektima u Kiberi i ponudile im se da povedu delegate sa sobom kako bi vidjeli njihove projekte. Posjeti Kiberi razvili su se u „obaveznu radnju“ WSF-a tijekom cijelog trajanja. Tako se sve više delegata pridruživalo spontano organiziranim turama. Istodobno su i drugi slumovi „otkriveni“ kao nove znamenitosti. Sudionici ovih posjeta često su hvalili činjenicu da su ovi slumovi "izvan utabane staze" u usporedbi s Kiberom i nudili su "autentičniju" sliku siromaštva.

7.1.3. Canhane

U primjeru Canhanea se pokazuje da se siromaštvo može shvatiti kao vrijednost za neke koji su kategorizirani kao siromašni. Danas turistička industrija prodaje siromaštvo, a Canhane je odličan primjer.

Prema podacima iz 2006. koje je dostavio vođa zajednice, Canhane je tada imao 1.105 stanovnika. Zbog prevladavanja neformalne emigracije u Južnoj Africi, posebno zbog rada u rudnicima, teško je utvrditi precizan broj ljudi koji žive u selu. Ipak, procjena je da trenutno u Canhaneu ne živi više od 650 ljudi. Stanovnici govore dijalektom Shangane, a samo nekolicina tečno govori portugalski, nacionalni jezik Mozambika.³²

Canhane je razvio prvi projekt 'turizma zasnovan na zajednici' te izgradnju doma, a infrastruktura tog istog doma te turističko poslovanje ostaje u vlasništvu je 'zajednice'. Canhane otvara svoja vrata turistima 2004. godine te riječi turist, zajednica, razvoj i siromaštvo postaju dio svakodnevice.

Nadalje, turisti mogu posjetiti Canhane i stanovnike kroz seosku šetnju koja je u osnovi turistički proizvod, odnosno nude se uobičajena mjesta, materijali i ljudi kao turističke atrakcije. Stanovnici predstavljaju dio turističke atrakcije zato što imaju potencijal da predstave 'Turizam u zajednici', odnosno iskorjenjivanje siromaštva putem turizma na zanimljiv i neobičan način.

Na primjeru plitkog bunara (rupa iskopana u središtu sela kako bi se omogućio pristup vodi) kojeg posjećuje najviše turista je vizualni prikaz nestašice vode te se s time potvrđuje siromaštvo. Turisti s posjetom tog plitkog bunara doživljavaju 'stvarni turizam', odnosno istinsko lokalno iskustvo. Iako Canhane obuhvaća područja koja nisu siromašna, turisti se ne vode na takva mjesta, odnosno ne vode se na mjesta koja nisu direktno povezana s turizmom. Drugim riječima, turisti se ne vode na mjesta koja nisu izgrađena ili razvijena uz pomoć turističkog profita, a razlog tome je što zajednica zapravo želi pokazati kako se siromaštvo može suzbiti turizmom. Točnije,

³² Frenzel, F., Koens, K. I Steinbrink, M. (2012) *Slum Tourism: Poverty, Power and Ethics*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/236893153_Slum_Tourism_Poverty_Power_and_Ethics (07.04.2021.)

turisti posjećuju uglavnom dva mjesta koja sadrže razvojna rješenja, a to je osnovna škola i spremnik za vodu te oni pokazuju način razvoja zajednice u kojoj su prihodi turista moralno opravdani.

Kao što je već rečeno, Canhane se može prepoznati i bogatijim mjestima. Primjerice, čovjek je implementirao sustav (generator i antena) koji ostalim stanovnicima omogućuje gledanje nogometnih utakmica. Međutim, niti jedan turist nikada nije posjetio kolibu u kojoj se nalazi televizija.

Nadalje, 2006. godine stanovnici Canhanea počeli su dovoditi vodovod. Siromaštvo i nedostatak vode su bili povezani s privlačenjem i empatijom turista, a samim time i sudjelovanjem u razvoju zajednice. Materijali koji su korišteni za dovod vodovoda su kupljeni od prihoda turista koji su posjećivali Canhane, a raspodjela troškova i donacija turista istaknuta je na recepciji i u sobama doma.

Međutim, zbog lokalnih načina uređenja strukture, provedba vodoopskrbnog sustava bila je osuđena na propast i prije nego što je uspostavljen. Naime, vodoopskrbni sustav je morao poštivati tehničke uvjete što je dovelo do postavljanja spremnika za vodu izvan djelokruga zajednice te nakon što je sustav postavljen, stanovnici su ga koristili samo nekoliko puta. No da stvar bude bolja, ovaj promašaj se ne spominje turistima, nego ih se i dalje vodi do plitkog bunara kao znak nestašice vode i siromaštva.

7.2. Rio de Janeiro

Porijeklo tura u Rio faveli se osporava i postoje različiti podaci o tome tko ih je prvi ponudio. Međutim, nesporno je da je razvoj fenomena započeo određenim političkim događajem, summit u Riju 1992.³³ Summit u Riju uglavnom je poznat po iznošenju agende održivosti. Tijekom summita sudionici su počeli istraživati Rio, bilo kao turisti ili kako bi pronašli priče o kojima će izvještavati. Tijekom svojih obilazaka uobičajenijim turističkim mjestima Rija, prolazili su pored Rocinhe, najveće favele u Riju. Ulazi u Rocinhu i druge favele bili su osigurani policijom, kako bi zaštitili konferenciju od

³³ Freire-Medeiros, B. (2009) *The favela and its touristic transits*, dostupno na: http://inctpped.ie.ufrj.br/spiderweb/dymask_5/5.3-9S%20Friere-Medeiros.pdf (09.05.2021.)

izbijanja nasilja u tim favelama. Društveno svjesni „politički“ turisti, tražili su da saznaju više o favelama, a također su se raspitivali je li ih moguće posjetiti. Turoperatori su odgovorili na zahtjev i odveli sudionike konferencije u Rocinhu.

Nakon završetka summita u Riju, ture su se počele sve više prodavati. Razvoj favela tura u početku je izazvao kontroverze u Riju i širem brazilskom društvu. Obilasci su optuženi da su voajerski i izrabljuju siromašne koji žive u faveli. Turoperatori su brzo pronašli 'etičke' popravke protiv ovih tvrdnji o eksploataciji, uglavnom povezivanjem svog turističkog rada s dobrotvornim angažmanom u faveli, za što su osiguravali financiranje iz dobiti od ture. Također je postajalo sve jasnije da su gostujući turisti zbunjivali 'faveladose'³⁴ iz Rocinhe, ali i općenito su im željeli dobrodošlicu. Ova otkrića pobijaju optužbe za voajerizam.³⁵

Povijest favele je složena, no, jedan od središnjih aspekata bilo je zanemarivanje i stigmatizacija ljudi koji žive u faveli. Zanimanje međunarodnih putnika za favelu ukazalo je na socijalni problem na koji brazilsko društvo do sada nije uspjelo pronaći odgovor.

Razvoj turneja favele u turističku 'obvezu' u Brazilu u godinama nakon summita u Riju ima mnogo uzroka. Presudna su bila dva filma o favelama u Riju, *City of God* (2003.) i *Favela Rising* (2005.).³⁶ Danas Rio ima nekoliko turoperatora koji nude favela ture. Paralelno s ovim razvojem došlo je do značajne promjene u stavu brazilskog društva prema turizmu favele. Iako bi skepticizam mogao potrajati, politička ga je klasa počela prihvaćati.

³⁴ Osobe koje žive u faveli.

³⁵ Freire-Medeiros, B. (2009) *The favela and its touristic transits*, dostupno na: http://inctpped.ie.ufrj.br/spiderweb/dymask_5/5.3-9S%20Friere-Medeiros.pdf (09.05.2021.)

³⁶ Ibid.

7.2.1. Rocinha

Rocinha je četvrta najgora po indeksu ljudskog razvoja te Gávein je dohodak po stanovniku deset puta veći od dohotka u Rocinhi. Unatoč znatnom porastu kvalitete života u faveli u posljednjim desetljećima, dio stanovništva i dalje živi ispod granice siromaštva. Također, zbog ekstremnih razina gustoće naseljenosti, Rocinha ima najviše stope tuberkuloze u državi Rio de Janeiro.

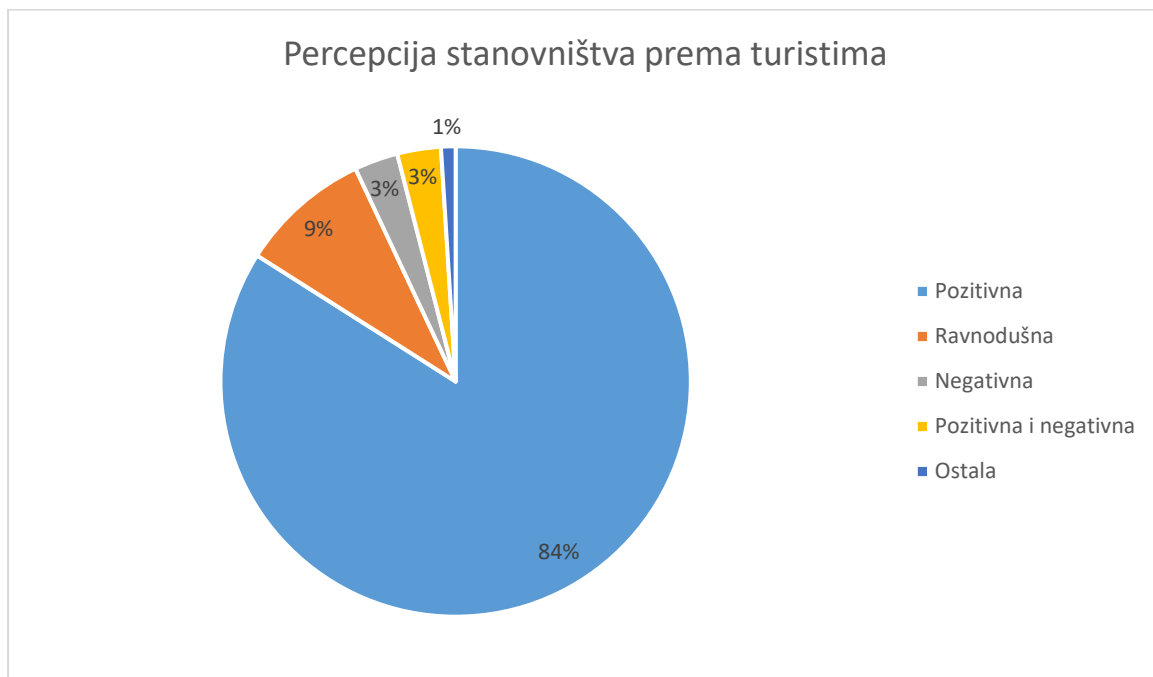
Ipak, Rocinha često se naziva elementom relativizacije. Zapravo, niti jedno drugo mjesto koje se zove "favela" ne može se pohvaliti nevjerojatnim brojem i raznovrsnim poduzećima koja se mogu naći u Rocinhi (banke, trgovine i sl.), ali niti usluge ne zaostaju (škole, vrtići, pošta, autobusne linije, itd.).

Od početka 2010. u Rocinhi su provedena značajna poboljšanja u sklopu Programa ubrzanja rasta³⁷. Na području koje su prije zauzimale straćare s otvorenom kanalizacijom, podignut je sportski centar s bazenom. Projekt također uključuje reurbanizaciju određenih područja, otvaranje cesta i odvoz smeća. Međutim, većina tih usluga i mogućnosti nije jednako raspoređena unutar same Rocinhe. Zajednica je neformalno podijeljena na nekoliko vrlo društveno-prostorno raznolikih sektora (25). Općenito govoreći, oni koji žive u dijelovima bližim glavnim žilama ili na dnu favele u puno su boljoj situaciji od onih u manje pristupačnim regijama smještenim na vrhovima brežuljaka. U tom smislu moguće je reći da bogatstvo i siromaštvo artikuliraju rastuću raznolikost ne samo u okolini Rocinhe, već jednako i na njezinom teritoriju.

U istraživanjima o Rocinhi kao turističkoj destinaciji, iako se ostvareni kapital samo neznatno reinvestira u favelu i to uvijek u dobrotvorne svrhe, stanovnici su i dalje pozitivni u pogledu na prisutnost turista.

³⁷ Programa de Aceleração do Crescimento: PAC.

Graf 1: Percepcija lokalnog stanovništva Rocinhe prema turistima



Izvor: Frenzel, F., Koens, K. i Steinbrink, M. (2012) *Slum Tourism: Poverty, Power and Ethics* (07.04.2021.)

Većina stanovnika Rocinhe, 84%, ima pozitivnu percepciju prema prisutnosti turista. No, treba imati na umu kako se ovakav odgovor stanovništva može temeljiti na potencijalnim ekonomskim dobicima. Pozitivan stav imaju zato što se mogu istaknuti najpozitivniji aspekti Rocinhe (komercijalno područje, pogled na ocean i šumu te umjetnost). Iako pretpostavljaju da su upravo siromaštvo i nasilje ključne atrakcije Rocinhe kao turističke destinacije, mnogi mještani inzistiraju na tome da negativniji aspekti (kolibe, smeće, prostorni poremećaj, oružje) ne bi trebali biti povezani s turističkom favelom. Također, većina stanovnika ističe kako se s turizmom u favelama smanjuje nasilje, odnosno uporaba oružja te da sve više njihova kultura dolazi do izražaja. Istodobno, javlja se i osjećaj važnosti i dostojanstva među stanovnicima favele.

Unutar odgovora klasificiranih kao „pozitivna i negativna“, 3%, nalaze se oni koji sugeriraju pozitivnu ocjenu turizma favele kao ideju, ali ukazuju na nezadovoljstvo kako se ture zapravo odvijaju. Odnosno, turisti se ne odbijaju, ali postoji potražnja za alternativnim turama, drugačijim od onih koji se trenutno promoviraju u Rocinhi.

Potom, negativnu stranu turizma stanovnici vide u tome da su turisti nametljivi, invazivni, nepristojni, stvaraju gužvu, imaju krivu sliku o zajednici te je takvu prenose ostatku svijeta. Također, stanovništvo se propituje imaju li turisti sumnjičave namjere.

7.3. Indija

Slumovi su sastavni dio indijskog urbanog krajolika. Ukupna populacija slumova, prema popisu stanovništva 2011., iznosila je 65,5 milijuna. U Mumbaiju, financijskom glavnom gradu Indije, ima najviše stanovnika koji žive u slumovima, a slijedi nacionalni grad Delhi.

Tablica 1: Populacija slumova u Indiji

| Država | | Kućanstva | Stanovništvo | Pismenost |
|--------|----------------|------------|--------------|-----------|
| Indija | | 13.920.191 | 65.494.604 | 77,72% |
| 1 | Maharashtra | 2.499.948 | 11.848.423 | 84,55 % |
| 2 | Andhra Pradesh | 2.431.474 | 10.186.934 | 75,32 % |
| 3 | Tamil Nadu | 1.463.689 | 5.798.459 | 82,06 % |
| 4 | West Bengal | 1.391.756 | 6.418.594 | 81,38 % |
| 5 | Madhya Pradesh | 1.117.764 | 5.688.993 | 77,25 % |
| 6 | Uttar Pradesh | 1.066.363 | 6.239.965 | 68,98 % |
| 7 | Karnataka | 707.662 | 3.291.434 | 75,63 % |
| 8 | Chhattisgarh | 413.831 | 1.898.931 | 80,36 % |
| 9 | Rajasthan | 394.391 | 2.068.000 | 69,79 % |
| 10 | Delhi | 367.893 | 1.785.390 | 75,16 % |
| 11 | Orissa | 350.032 | 1.560.303 | 78,95 % |
| 12 | Gujarat | 345.998 | 1.680.095 | 70,49 % |

| | | | | |
|----|-----------------------------|---------|-----------|---------|
| 13 | Haryana | 332.697 | 1.662.305 | 75,87 % |
| 14 | Punjab | 293.928 | 1.460.518 | 74,18 % |
| 15 | Bihar | 216.496 | 1.237.682 | 68,15 % |
| 16 | Jammu and Kashmir | 103.633 | 662.062 | 68,02 % |
| 17 | Uttarakhand | 93.911 | 487.741 | 76,88 % |
| 18 | Jharkhand | 72.544 | 372.999 | 75,51 % |
| 19 | Kerala | 45.417 | 202.048 | 93,11 % |
| 20 | Assam | 42.533 | 197.266 | 81,57 % |
| 21 | Puducherry | 34.839 | 144.573 | 81,39 % |
| 22 | Tripura | 34.143 | 139.780 | 90,71 % |
| 23 | Chandigarh | 21.704 | 95.135 | 66,38 % |
| 24 | Nagaland | 17.152 | 82.324 | 88,85 % |
| 25 | Mizoram | 15.987 | 78.561 | 98,11 % |
| 26 | Himachal Pradesh | 14.385 | 61.312 | 87,74 % |
| 27 | Meghalaya | 10.518 | 57.418 | 89,02 % |
| 28 | Sikkim | 7.203 | 31.378 | 88,13 % |
| 29 | Goa | 5.497 | 26.247 | 82,44 % |
| 30 | Arunachal Pradesh | 3.479 | 15.562 | 69,39 % |
| 31 | Andaman and Nicobar Islands | 3.324 | 14.172 | 82,80% |

Izvor: Census 2011.; Slum Population (22.05.2021.)

Iz ove tablice je također vidljivo da, iako Maharashtra ima jedan od najvećih slumova na svijetu, postotak pismenosti je izrazito visok. Ako se uzme u obzir broj stanovništva u Maharashtri, može se reći da prednjači naspram drugih.

Brojke odražavaju zemljopisno širenje i veličinu problema s kojima se suočavaju planeri politike i stručnjaci za razvoj u Indiji. Međutim, usprkos snažnim naporima indijske vlade da preokrene trend povećanja slumova, još uvijek nisu uspjeli. Naime, brojke se uzastopno povećavaju.

Slumovi su nadahnuli ljude iz različitih sfera života (nastaju mnoga književna djela i filmovi). Primjerice, slumovi Mumbaija - korišteni su kao kulisa te kao središnja tema filmova iz "Bollywooda". Kao i drugdje, slumovi u Indiji posjećivani su i istraživani. Nastanak slum turizma u Indiji može se pripisati ovom nesputanom interesu. Započeo je u Mumbaiju 2005. godine s turama Reality Tours and Travela, nakon kojeg je uslijedio Delhi, i od tada je u funkciji. Iako se slum turizam nije razvio u drugim većim gradovima, kao što su Kolkata, Chennai, Hyderabad i Bangalore, on se konsolidirao i napredovao u oba ova grada. Slum turizam u Indiji možda je ograničen geografskim širenjem, ali dobiva na snazi kako se broj turista svake godine povećava, na veliku nesreću vlasti. Fenomen je stvorio negodovanje zbog svoje etike i učinkovitosti među službenicima kao i stručnjacima za razvoj u Indiji.

Također, može se tvrditi da je, kao i drugdje, turizam slumova u Indiji puno stariji nego što kritičari priznaju. Međutim, uvođenje slum turizma u sadašnjem obliku, organiziranih posjeta grupa turista od strane turoperatora, izazvalo je oštre kritike vlasti. Izražavajući zabrinutost zbog toga tko i kako provodi takve ture, turistički službenici u Indiji mišljenja su da turizam u siromašnim dijelovima 'ne treba poticati jer nije dobar ni za Indiju ni za ljude koji tamo žive.³⁸ Kritike tu nisu stale. Vladini dužnosnici preporučili su da se to potpuno zaustavi i da se kazne turistički operatori.

Bilo je mnoštvo politika, programa i shema za poboljšanje slumova, počevši od prvog „Petogodišnjeg plana“ u Indiji. Većina je gradova čak poticala specijalizirane institucije. Međutim, uspjeh ovih institucija bio je nedostižan u odnosu na njihove navedene ciljeve. Iako su se broj slumova i populacija povećavali tijekom godina, osnovne usluge kao što su voda i sanitacija, su se s vremenom poboljšali.

Vlada nije sretna ni što se ove ture sve češće opisuju i plasiraju na tržište kao "stvarnost" i "autentična putovanja". Slumovi i siromaštvo bez sumnje su stvarnost u Indiji, kao i u mnogim drugim zemljama u razvoju, ali opisivanje tura kao "stvarnosti" i

³⁸ Ward, M. (2010) *Booming trade in "slum tourism" dispels some myths, creates others*, dostupno na: <https://this.org/2010/01/28/slum-tourism/> (25.05.2021.)

"autentičnosti", zanemaruje jedan dio cijele stvarnosti (npr. Taj Mahal, egzotičnog prirodnog nasljeđa plaža Goa i Kerala, himalajskog lanca, itd.). Osjetljivost u odabiru riječi za opisivanje, kao i marketinški turizam u slumovima, može u velikoj mjeri ublažiti skepticizam (ako ne u potpunosti) i poboljšati njegovu prihvatljivost za turističku potrošnju.

7.3.1. Dharavi

Dharavi ima čast biti okrunjen za „najveći slum u Aziji“ te je dobio ime „srce Mumbaija“. Smješten u središtu grada, ograničen je dvjema željezničkim prugama na istoku i zapadu, te potokom Mahim na sjeveru.

Procjene stanovništva znatno se razlikuju; istraživanje iz 1986. brojilo je 530.225 ljudi koji žive u 80.518 građevina, novija revizija Harvard Business School revidirala je ovo na 700.000 ljudi, iako mediji izvještavaju da često navode višak od 1.000.000 milijuna ljudi. Na temelju ove procjene, znači da gustoća naseljenosti Dharavija premašuje 400 000 ljudi po km², gotovo deset puta više od gustoće Manhattana. Mumbai ima i najveći apsolutni broj i najveći udio stanovnika siromašnih četvrti bilo kojeg grada na svijetu, s procjenom od 5 milijuna ljudi (40% ukupne populacije) raspoređenih u dvije tisuće siromašnih četvrti.³⁹

Prema navodima turoperatora, učinak filma „Slumdog Millionaire“ na privlačenje posjetitelja u slumove Dharavija bio je ogroman. Iako su turneje postojale puno prije filma, film je povećao njihovu popularnost i postao referentna točka za ono što su ljudi tamo očekivali.⁴⁰

No, 2012. godine Pulitzerova novinarka i autorica Katherine Boo prikazala je novu stranu života u sirotinjskoj četvrti u svojoj knjizi "Behind the Beautiful Forevers: Life,

³⁹ Dyson, P. (2012) *Slum Tourism: Representing and Interpreting 'Reality' in Dharavi, Mumbai*, dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/254370191_Slum_Tourism_Representing_and_Interpreting_'Reality'_in_Dharavi_Mumbai (08.04.2021.)

⁴⁰ Forbes (2016) *Slum Tourism: How It Began, The Impact It Has, And Why It Became So Popular*, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/wadeshepard/2016/07/16/slum-tourism-how-it-began-the-impact-it-has-and-why-its-become-so-popular/?sh=7d4c88f4297d> (08.04.2021.)

Death and Hope in Mumbai Slum", koja je pokazala kako u njoj buji nada u svijet koji se mijenja.⁴¹

Nedavni bollywoodski film "Gully Boy" također daje slumu novi izgled s pričom o punoljetstvu koja se temelji na životu uličnih repera, ali se također ističu i socio-ekonomski problemi slumova.⁴²

Turistička agencija „Reality Tours and Travel“ (RTT) službeno je započela s izletima po slumovima u Dharaviju, najveće siromašne četvrti u Mumbaiju, 2006. RTT je od tada brzo rastao i sada nudi ture za više 17.000 turista godišnje. U isto vrijeme sve veći broj drugih, manjih turističkih agencija su postali aktivni neovisni vodiči. Iako je RTT i dalje tržišni lider s procijenjenim tržišnim udjelom od 85%, broj ljudi koji koriste nove turističke agencije, po siromašnim krajevima, raste i preko 20.000 turista godišnje.

Približna duljina većine tura je tri kilometra i oni prolaze kroz više nagara (četvrti), svaka sa svojom zajednicom i karakteristikama. Područja se razlikuju u religiji, higijeni, javnim objektima, održavanju, vrsti industrije, veličini životnog prostora i još mnogo toga.

Također, kao najveća tvrtka, RTT naglašava da njihove ture moraju biti s poštovanjem prema lokalnoj zajednici i postavili su pravila odijevanja kojih se turisti moraju pridržavati.⁴³

Web stranica za putovanja TripAdvisor.com proglasila Dharavi najboljim posjetiteljskim iskustvom u 2019. godini u Indiji i među 10 najomiljenijih turističkih mjesta u Aziji.⁴⁴

„Dharavi nije poput siromašne četvrti, ali to je grad u gradu. Dobro je organiziran i ljudi iz svih zajednica i religija zajedno koegzistiraju. Jako se trude. Kad turisti dođu,

⁴¹ Goodreads; *Behind the Beautiful Forevers: Life, Death, and Hope in a Mumbai Undercity*, dostupno na: <https://www.goodreads.com/book/show/11869272-behind-the-beautiful-forevers> (08.04.2021.)

⁴² IMDb; *Gully Boy*, dostupno na: <https://www.imdb.com/title/tt2395469/plotsummary> (08.04.2021.)

⁴³ Slikker, N. i Koens, K. (2015) *„Breaking the Silence“: Local Perceptions of Slum Tourism in Dharavi*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/280631563_Breaking_the_Silence_Local_Perceptions_of_Slum_Tourism_in_Dharavi (07.04.2021.)

⁴⁴ Tripadvisor; *Top 10 Experiences — India*, dostupno na: https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Experiences-cTop_Experiences-g293860 (08.04.2021.)

vide novi život u sirotinjskoj četvrti kakav ne vide u Mumbaiju i izvan njega. To se povezuje sa strancima”, rekao je Bhurara za Arab News.

„Ljudi imaju puno zablude o Dharaviju. Filmovi poput „Slumdog Millionaire“ stereotipizirali su sirotinjski kraj prikazujući njegovo siromaštvo, nedovoljno stisnutu i tipizirajući likove. Ali nije tako. Kad turisti posjete, to im otvara oči ”, dodao je.

Turističke grupe se obično sastoje od oko pet do šest ljudi, a posjetitelji se vode kroz njegove skućene uličice i prikazuju kuće i tvrtke te takvo vođenje tura u jednu ruku predstavlja edukativni prikaz. Dharavi se najčešće posjećuje između studenoga i svibnja, a turističke agencije bilježe prosječno 200 turista dnevno tijekom sezone.

Dharavi je središte male industrije s izvozom kože i reciklirane robe koja navodno vrijedi milijardu dolara godišnje. Tamo posluje više od 4.000 tvrtki zajedno s tisućama tvornica u kojima su zaposleni radnici, migranti iz istočne i zapadne Indije.⁴⁵

U slučaju slum turizma, siromaštvo se pretvara u poticaj značajnom sudjelovanju turista u „razvoju“, koji može biti u obliku donacija ili potrošnje; i stoga „obilasci slumova“ dobivaju auru (nevladine) solidarnosti, a turizam postaje katalizator „lokalnog razvoja“. Primjeri toga, jesu nevladine udruge "Reality Gives", koje su stvorili Reality Tours and Travel u Mumbaiju s ciljem kanaliziranja dijela dobiti od slum turizma u dobrotvorni rad; ili neprofitna "Salaam Baalak Trust", koja koristi prihode koji dolaze od "obilaska siromašnih četvrti" za financiranje projekata medicinske njege i školovanja u Indiji (Delhi).

Turisti žele vidjeti što očekuju, a to su mjesta siromaštva, očaja i patnje. Stoga ture Reality Tours and Travela nastoje pozitivno predstaviti slumove, usredotočujući se na aspekte kao što su razvojne inicijative, komercijalna i tehnička infrastruktura, raznolike i često neformalne ekonomske aktivnosti stanovnika te društvene i dobrotvorne organizacije.

⁴⁵ Arab News (2021) *Dharavi slum beats Taj Mahal as India's top tourist destination*, dostupno na: <https://www.arabnews.com/node/1515756/world> (08.04.2021.)

Tablica 2: Očekivanja turista koji idu na ture po Dharaviju

| Br. | Očekivanja turista |
|-----|--|
| 1. | Siromaštvo |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Poteškoće - Očaj - Opća pasivnost - Kriminal |
| 2. | Loši uvjeti života; |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Privremeno naselje - Prljavo naselje - Prenatrpano naselje - Nema odgovarajućih higijenskih i sanitarnih uvjeta - Otvorena kanalizacija - Privatni toaleti su rijetkost - Nema odgovarajuće javne infrastrukture (vode i struje) |
| 3. | Bolesti; |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Malarija - Tifus - Kolera |
| 4. | Okruženje krajnje nesposobno za gospodarske aktivnosti |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Stanovnici nemaju pristup tržištu rada - Prošnja |
| 5. | Loš obrazovni standard te nedostatak obrazovnih infrastruktura |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Stanovnici su loše obrazovani - Stanovnici su slabe inteligencije |
| 6. | Stanovnici su lijeni, inertni ljudi koji nisu u stanju promijeniti svoju situaciju |
| 7. | Život u slumovima je borba za opstanak |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Preživljavanje ovisi o ručnom radu |

Izvor: izrada autora prema; Frenzel, F., Koens, K. i Steinbrink, M. (2012) *Slum Tourism: Poverty, Power and Ethics* (07.04.2021.)

Izjave turista prije tura uvijek su isticale da je siromaštvo semantički nabijeno negativno konotiranim obilježjima. Kao takav, može se govoriti o specifično negativnoj semantici siromaštva. To dovodi do izgradnje semantike specifične za neko mjesto, koja je u početku strukturirana kroz prizmu negativne sheme promatranja siromaštva.

Mi smo jedinstvena turistička agencija sa sjedištem u Mumbaiju u Indiji koja se specijalizirala za obilazak Dharavija - najvećeg azijskog "sluma" - mjesta siromaštva i poteškoća, ali i mjesta poduzetništva, humora i non-stop aktivnosti.⁴⁶ Time je vidljivo da Reality Tours and Travel ima za cilj ispravljanje percepcije i općenito osporavaju negativnu semantiku siromaštva. Zapravo je središnji cilj turističke bio postići transformaciju i poboljšanje negativne semantike Dharavija povezane s mjestom.

Turistička agencija smatra da je takva slika nacrtana u svijesti turista izlaganjem nacionalnim i međunarodnim medijima. Pretpostavljaju da će svi međunarodni turisti imati takvu izloženost i da će imati negativne slike siromašnih četvrti.

Tablica 3: Reality Tours and Travel ispravlja percepciju turista kroz svoje ture

| Br. | Ispravljanje percepcije |
|-----|---|
| 1. | Dharavi je mjesto visoke ekonomske produktivnosti <ul style="list-style-type: none"> - Više od 10.000 malih industrija - Godišnji promet od 665 mil. američkih dolara - Raspravlja se o njihovoj važnosti - Detaljni opis procesa industrija (recikliranje te tekstilna i kožna industrija) |
| 2. | Loši uvjeti rada |
| 3. | Stanovnici su poštteni, marljivi ljudi koji se bave poslovima unatoč lošim radnim i životnim uvjetima (pokriće troškova života) |
| 4. | Shema promatranja zajednice (bez kriminala i asocijalnog ponašanja) |
| 5. | Skladan suživot različitih vjerskih i etničkih grupa |
| 6. | Stanovništvo je obrazovano <ul style="list-style-type: none"> - Relativno dobra obrazovna infrastruktura koju koristi 85% djece |

⁴⁶ Reality Tours and Travel, dostupno na: <https://realitytoursandtravel.com/> (06.04.2021.)

| | |
|----|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - 15% maturanata iz Dharavija nastavlja stjecati više kvalifikacije i raditi u bankama ili u multinacionalnim tvrtkama - Mnogi uspješni i dalje žive u Dharaviju, čak i ako su pronašli dobro plaćen posao |
| 7. | Skretanje pažnje na napore vlade i privatnih agencija za obnovu (npr. tekuća voda i struja) |
| 8. | Skretanje pažnje na planirane projekte preuređenja (razvoj) |

Izvor: Izrada autora prema; Reality Tours and Travel (06.04.2021.)

Većina turista ostala je i dalje zaprepaštena životnim uvjetima koje su promatrali tijekom tura. Posebice ih je uznemirila velika gustoća naseljenosti te loša sanitacija i nedostatak higijene. Za mnoge turiste to su bili dovoljni razlozi da Dharavi i dalje smatraju mjestom siromaštva. Međutim, svi su turisti prihvatili shemu promatranja (ekonomske) aktivnosti. Svaki od ispitanika impresioniran je koliko su stanovnici bili vrijedni i visoko produktivni te su ostali iznenađeni razinom obrazovanja stanovništva Dharavija. Između ostalog, bili su začuđeni i sa skladnim suživotom zajednice.

8. Turističke agencije

U početku razvoja turizma, turisti su se sami brinuli o organizaciji prijevoza i o rezervaciji smještaja i svih ostalih potreba; sa sve većim uključivanjem u turizam pojavljuju se putničke agencije koje su posredovale između turista s jedne strane, i prometnika i hotelijera s druge strane. Turističke agencije posreduju između turističke potražnje s jedne strane i turističke ponude s druge strane.⁴⁷

Postoji nekoliko definicija putničkih ili turističkih agencija:

„Putničke agencije su svako ono poduzeće koje kod putovanja i boravaka stranaca ili samo posreduje potrebne usluge trećih lica ili ove nudi u posebnim kombinacijama kao nove vlastite turističke usluge.“

„Privredno poduzeće koje usluge trećih poduzeća, koje su (usluge) potrebne za putovanje i boravak, posreduje putnicima i turistima, ili te usluge nudi u posebnim kombinacijama kao nove vlastite usluge. Putnička agencija posreduje između turističke ponude i potražnje.“

„Subjekt trgovačkog prava čija se temeljna djelatnost sastoji u organiziranju i sklapanju ugovora o prijevozu, ugovora vezanih uz boravak turista u nekom kraju te pružanju drugih usluga svojim klijentima i sudionicima turističkog prometa.“⁴⁸

„Specijalizirana poduzeća na turističkom tržištu koja savjetuju, informiraju, iniciraju i organiziraju, stvarajući tako specifičan proizvod koji može zadovoljiti potrebe i želje potencijalnih korisnika, turističkih potrošača.“⁴⁹

Danas su turističke agencije prepoznate kao vitalna komponenta putovanja i turizma te su postale sastavni dio turističke industrije. Oni čine više od 90% međunarodnog i 70% domaćeg turističkog prometa. Nadalje, više od 60% svih prihoda turističkih agencija dolazi od poslovnih putovanja. Većina turističkih agencija prodaje

⁴⁷ Berc Radišić, B. (2013) *Turističke agencije* dostupno na: <https://drakic.files.wordpress.com/2013/03/marketing-i-menadzment-turistickih-agencija-predavanja-seminarski-diplomski-maturski-radovi-ppt.pdf> (11.04.2021.)

⁴⁸ Lucianović, L. (2004) *Organizacija receptivnih turističkih agencija*, Sveučilište u Dubrovniku, Alfa-2, Dubrovnik

⁴⁹ Vukonić, B. (2003) *Turističke agencije*, Mikrorad d.o.o., Zagreb

komercijalna i rekreativna putovanja, ali postoji mnogo turističkih agencija koje su se specijalizirale samo za jedan ili drugi sektor.

Rad svake putničke agencije temelji se na opsegu njezinih aktivnosti i organizacijskoj veličini. Glavna funkcija velike turističke agencije su: informacije o putovanju, priprema puta, avionske karte i rezervacije, turistički aranžmani i troškovi putovanja, rezervacija, osiguranje i drugo.⁵⁰

8.1. Važnost turističkih agencija u podizanju životnog standarda na primjeru Dharavija

Utjecaj turističkih agencija na život lokalnog stanovništva u sklopu slum turizma se javlja kao ključni element u razvoju slumova te nivou obrazovanja djece koja žive u sklopu tih slumova. Stoga se ovim istraživanjem nastoji doprionijeti utvrđivanju trendova doprinosa turističkih agencija na području Dharavija. Pronalazi se najutjecajnija turistička agencija „Reality Tours and Travel“ od koje kreće daljnje istraživanje. Spomenuta turistička agencija se odabire kao početna zato što je prva počela ovakvo poslovanje na području Dharavija.

Istraživanje započinje prepoznavanjem potencijala i cilja istraživanja, nakon čega slijedi odabir prikladne metode kojom će se istraživanje provesti, u ovom slučaju radi se o metodi komparacije, tj. metoda višestrukih studija slučaja (multiple case study method). Metode koje su se još koristile, osim već navedenih, su metoda klasifikacije, metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda deskripcije i matematička metoda. Kako bi istraživanje bilo potpuno, koriste se podaci do 2019. godine zbog virusa COVID-19 koji je utjecao na turizam u cijelome svijetu. U tabličnom prikazu obrađuju se podaci osam turističkih agencija na području Dharavija. Valja napomenuti kako to nisu sve turističke agencije koje postoje, ali su sve turističke agencije za koje su se mogli naći potrebni podaci kako bi ovo istraživanje bilo izvedivo.

⁵⁰ Tourism Notes; *Travel Agency*, dostupno na: <https://tourismnotes.com/travel-agency/> (11.04.2021.)

8.1.1. Metoda višestrukih studija slučaja

Podaci o turističkim agencijama, na području Dharavija, prikupljali su se iz različitih izvora. Najviše podataka se moglo pronaći na web stranicama tih istih agencija, dok se ostatak može pronaći u izvještajima, već postojećim znanstvenim istraživanjima te raznim programima u kojima turističke agencije sudjeluju.

U tablici ispod prikazane su sve turističke agencije koje su obrađene u ovom istraživanju. Za svaku turističku agenciju, na području Dharavija, prikupljen je naziv, njezin direktni doprinos zajednici kroz poslovanje, programi/projekti izvan agencije uz pomoć kojih agencija daje svoj doprinos zajednici te na kraju koji je doprinos turističkih tura koje turistička agencija provodi. Valja napomenuti kako turističke ture imaju direktan i indirektan doprinos zajednici pa se indirektan doprinos ne treba zanemariti.

Do direktnog doprinosa turističkih agencija se dolazi samim istraživanjem web stranica tih agencija ili njihovih programa, tj. direktno ulaganje turističkih agencija u razvoj zajednice, a do indirektnog doprinosa se dolazi tako što se uzimaju u obzir ture tih turističkih agencija i koje pogodnosti donose te ture zajednici.

Tablica 4: Prikupljeni podaci za promatrane studije slučaja

| Br. | Naziv | Doprinos zajednici | Programi izvan turističke agencije za doprinos zajednici | Doprinos tura |
|-----|---------------------------|--|---|---|
| 1 | Reality Tours and Travel | <ul style="list-style-type: none"> - 80% dobiti, nakon oporezivanja cijele tvrtke i isplate plaća radnicima, vraća se natrag u zajednicu kroz programe - većina vodiča je iz zajednice | <p>Reality Gives:</p> <ul style="list-style-type: none"> - obučavanje i zapošljavanje učitelja - učenje engleskog jezika - razvoj kompjuterskih vještina - životne vještine - predškolsko obrazovanje - osnovna škola - nogometna akademija za djevojke - kriket akademija - posebna aktivnost | <ul style="list-style-type: none"> - poticanje lokalne kuhinje (upoznavanje s lokalnim začinicima, hranom, ... , sudjelovanje u kuhanju) - recikliranje - kultura (izrada keramike, vezenje, pekarstvo, tvornica sapuna, štavljenje kože, izrada poppadoma) - umjetnost (freske, hramovi, džamije, crkve i pagode) - lokalne trgovine, tržnica - posjet lokalnim domovima |
| 2 | Slumgods Tours and Travel | <ul style="list-style-type: none"> - vodiči iz zajednice - učenje engleskog jezika za manje privilegirane - doprinos umjetnosti - pomoć pri obrazovanju djece | | <ul style="list-style-type: none"> - recikliranje - kultura (izrada keramike, vezenje, pekarstvo, tvornica sapuna, štavljenje kože, izrada poppadoma) - umjetnost (freske, hramovi, džamije, crkve i pagode) |

| | | | | |
|---|-------------------------|--|--|--|
| | | | | - lokalne trgovine, tržnica |
| 3 | Be the Local Tours | <ul style="list-style-type: none"> - vodiči iz zajednice - podrška lokalnim redovnim studentima u pohađanju nastave (kroz zaposlenje ostvaruju prihod za nastavak školovanja) | | <ul style="list-style-type: none"> - poticanje lokalne kuhinje (upoznavanje s lokalnim začinima, hranom, ... , sudjelovanje u kuhanju) - recikliranje - kultura (izrada keramike, vezenje, pekarstvo, tvornica sapuna, štavljenje kože, izrada poppadoma, Holi festival) - umjetnost (freske, hramovi, džamije, crkve i pagode) - lokalne trgovine, tržnica - posjet lokalnim domovima |
| 4 | Young Tours and Travels | <ul style="list-style-type: none"> - vodiči iz zajednice - stipendije za djecu da nastave svoje školsko i fakultetsko obrazovanje - omogućene donacije na web stranici za pomoć u obrazovanju djece | <p>Project Ujjwal Bachpan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - skupljanje starih knjiga i dijeljenje djeci kojima je potrebno - volonteri podučavaju djecu - podučavanje samoobrani od strane policije <p>The Urmil Project:</p> <ul style="list-style-type: none"> - stipendije za mlade | <ul style="list-style-type: none"> - poticanje lokalne kuhinje - recikliranje - kultura (izrada keramike, vezenje, pekarstvo, tvornica sapuna, štavljenje kože, izrada poppadoma) - lokalne trgovine, tržnica |

| | | | | |
|---|--------------------|---|--|---|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - distribucija potrebnog materijala (bilježnice, geometrijske kutije, olovke, kemijske, ...) - podučavanje samoobrani - sprječavanje nasilja | |
| 5 | Mumbai Dream Tours | <ul style="list-style-type: none"> - većina vodiča iz zajednice - podrška lokalnim studentima u pohađanju nastave (kroz zaposlenje ostvaruju prihod za nastavak školovanja) | | <ul style="list-style-type: none"> - recikliranje - kultura (izrada keramike, vezenje, pekarstvo, tvornica sapuna, štavljenje kože, izrada poppadoma) - umjetnost (freske, hramovi, džamije, crkve i pagode, mjesto gdje je sniman Slumdog Millionaire) - lokalne trgovine, tržnica - posjet lokalnim domovima |
| 6 | Mumbai Magic Tours | <ul style="list-style-type: none"> - većina vodiča iz zajednice | | <ul style="list-style-type: none"> - poticanje lokalne kuhinje - korištenje lokalnog prijevoza (taxi, autobusi, vlakovi) - umjetnost (arhitektura) - kultura (gradski sustav pranja rublja) - lokalne trgovine, tržnica |

| | | | | |
|---|---------------------------|-----------------------|--|---|
| 7 | Inside Mumbai Tours | - vodiči iz zajednice | | <ul style="list-style-type: none"> - recikliranje - kultura (izrada keramike, vezenje, pekarstvo, tvornica sapuna, štavljenje kože, izrada poppadoma) - umjetnost (freske, hramovi, džamije, crkve i pagode, mjesto gdje je sniman Slumdog Millionaire) - lokalne trgovine, tržnica |
| 8 | Mumbai Walkers | - vodiči iz zajednice | | <ul style="list-style-type: none"> - recikliranje - kultura (izrada keramike, vezenje, pekarstvo, tvornica sapuna, štavljenje kože, izrada poppadoma) - umjetnost (freske, hramovi, džamije, crkve i pagode, mjesto gdje je sniman Slumdog Millionaire) - lokalne trgovine, tržnica |

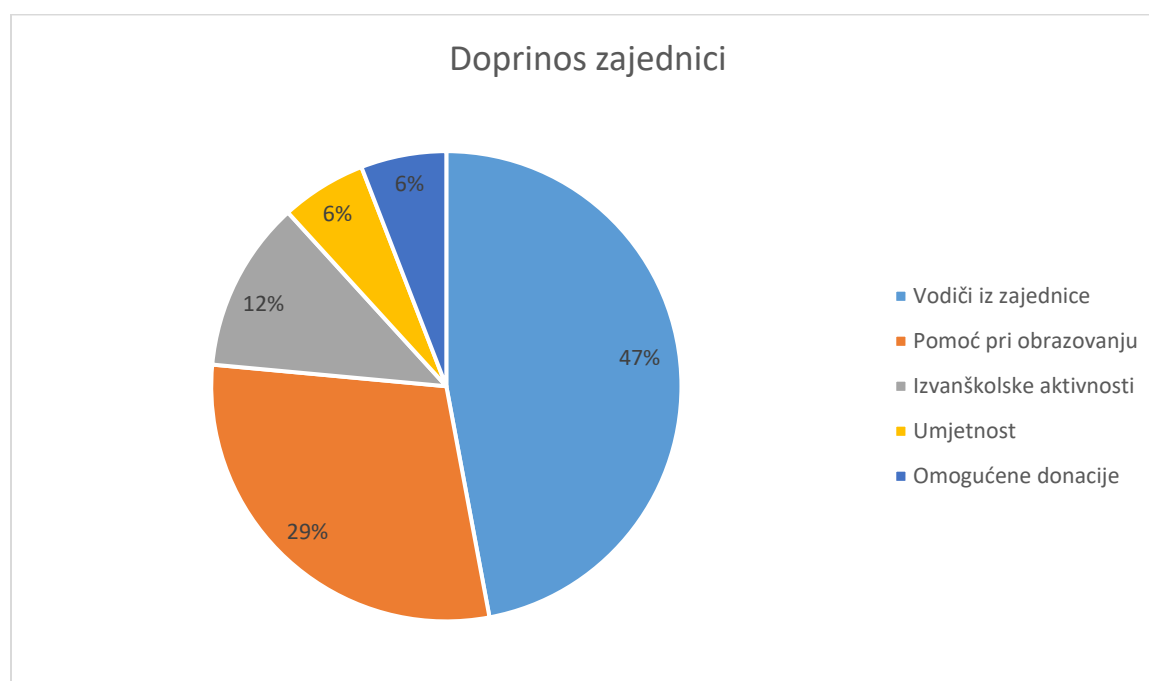
Izvor: Izrada autora na temelju prikupljenih podataka

Prilikom daljnje obrade podataka, odnosno analize, treba napomenuti kako se javljaju preklapanja. To je vidljivo na primjeru zapošljavanja lokalnog stanovništva i zapošljavanju studenata kao pomoć u nastavku svog obrazovanja. Ti podaci se uzimaju u obzir i svrstavaju se pod oba učinka, odnosno doprinosa.

8.1.2. Rezultati istraživanja

Na temelju provedenog istraživanja turističkih agencija u Dharaviju (Tablica 4), navode se rezultati istraživanja (grafovi ispod) kao znanstveni doprinos. Podaci se obrađuju kako bi se potvrdilo da turističke agencije doprinose poboljšanju životnog standarda stanovnicima Dharavija. Osim toga, iz grafova je moguće vidjeti koje su to najčešće vrste doprinosa.

Graf 2: Doprinos zajednici od strane turističkih agencija



Izvor: Izrada autora na temelju provedenog istraživanja

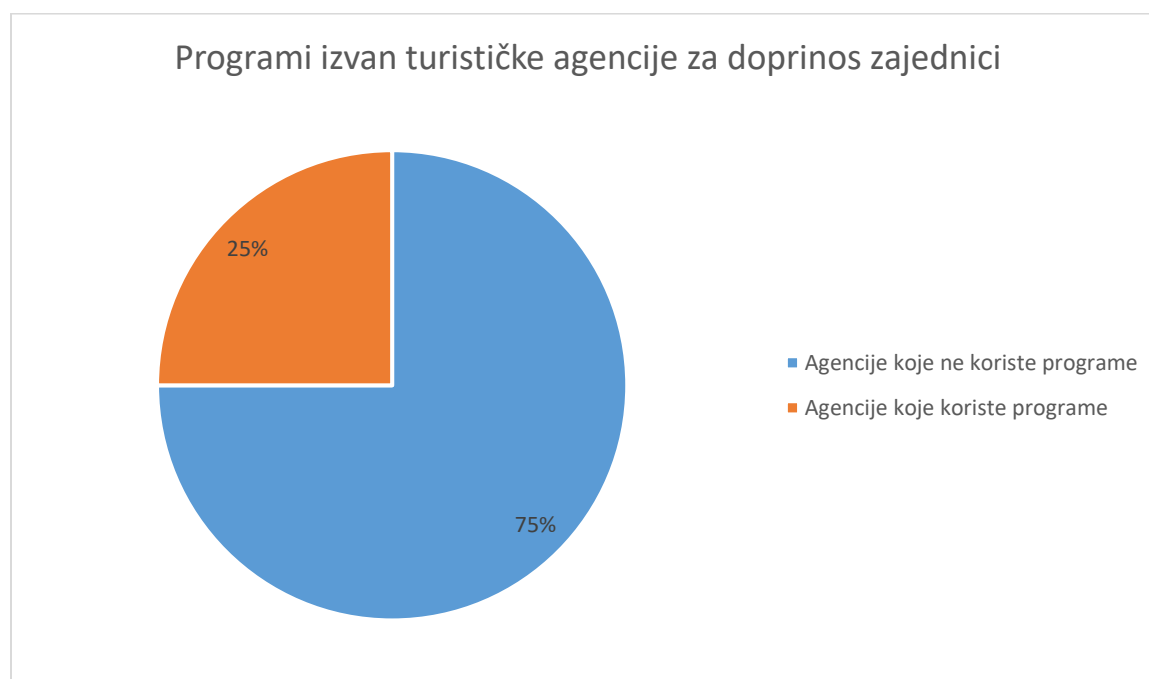
Prema priloženom grafu vidljivo je da sve turističke agencije zapošljavaju turističke vodiče iz zajednice, neke turističke agencije zapošljavaju studene kako bi im pripomogli u daljnjem obrazovanju (što je uključeno i u pomoć pri obrazovanju, dakle javlja se preklapanje). Još jedan od razloga zapošljavanja lokalnih vodiča je što turistima mogu

dočarati stvarnost te im mogu pokazati njihov način života i odgovoriti na sva moguća pitanja.

Pomoć pri obrazovanju pruža 5 od 8 turističkih agencija, odnosno 29%. Dok samo 3 turističke agencije pruža direktnu pomoć u obrazovanju, odnosno pomoć koja nije zaposlenje studenata.

Izvanškolsku aktivnost omogućuju 2 turističke agencije, odnosno 12% te pod to spada učenje samoobrane, nogomet, itd. Dok, poticanje razvoja i održavanje umjetnosti te omogućene donacije na web stranici imaju samo po jedna turistička agencija, odnosno 6%. Pod omogućene donacije se podrazumijeva to da turistička agencija daje do znanja turistima kako mogu donirati novac za poboljšanje života lokalnog stanovništva bez da turisti budu ograničeni uzimanjem ture kod njih.

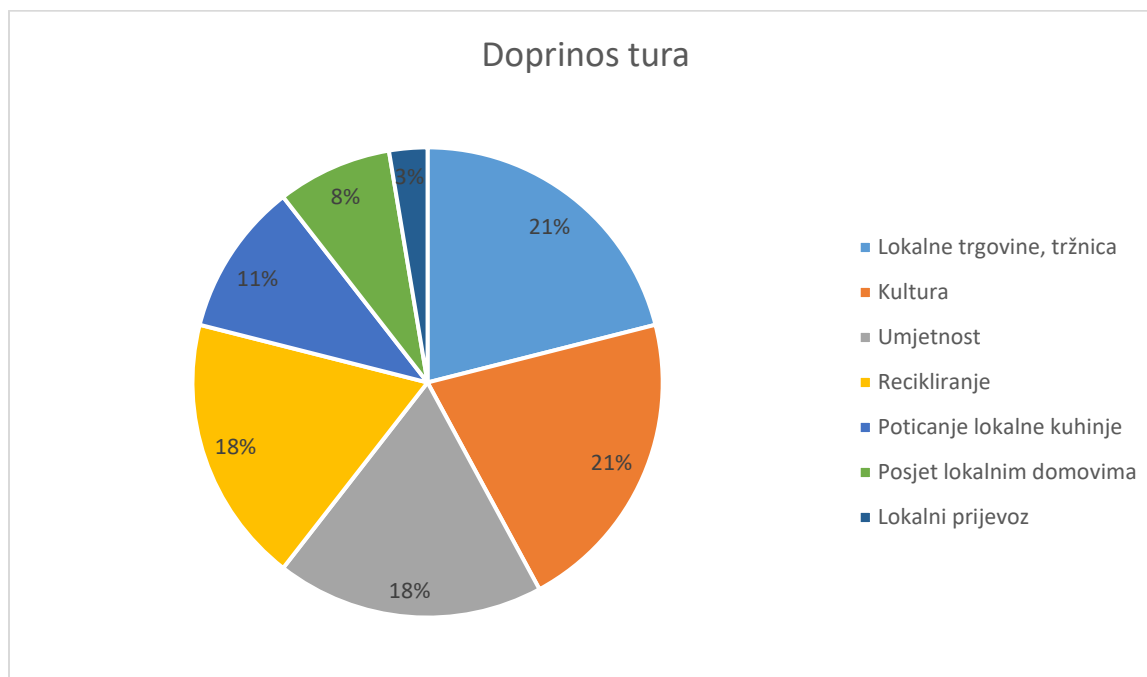
Graf 3: Programi/projekti izvan turističke agencije za doprinos zajednici



Izvor: Izrada autora na temelju provedenog istraživanja

U Grafu 3, vidljivo je kako 6 od 8 turističkih agencija ne koriste nikakve programe, odnosno projekte izvan vlastitog poslovanja za pomoć zajednici. Dok, samo dvije turističke agencije koriste programe/projekte koji su prvenstveno osmišljeni za podizanje životnog standarda. Takve projekte vode nevladine organizacije te obuhvaćaju povećanje obrazovanja za djecu te podučavanje samoobrane.

Graf 4: Doprinos turističkih tura zajednici



Izvor: Izrada autora na temelju provedenog istraživanja

U Grafu 4, je vidljivo kako ture svih turističkih agencija obuhvaćaju lokalne trgovine, tržnicu te kulturu, odnosno 21%. Samim time je uočljivo kako je kultura, lokalne trgovine i tržnica glavni oblik ponude na području Dharavija.

Umjetnost i recikliranje obuhvaća 7 turističkih agencija, odnosno 18%. Poticaj lokalne kuhinje se javlja u 4 od 8 tura turističkih agencija, odnosno 11%. Dok posjet lokalnim domovima pružaju 3 turističke agencije, odnosno 8%, a poticaj lokalnom prijevozu direktno pridonosi samo jedna turistička agencija, što čini 6%.

8.1.3. Zaključak analize istraživanja

U ovome radu, u tabličnom prikazu, istraživane su turističke agencije koje posluju na području Dharavija. Kao što je već i napisano, istraživane su samo one agencije čijim se podacima moglo pristupiti. Njihovom komparacijom dolazi se do zaključaka što je specifično za doprinos turističkih agencija na području Dharavija, ali isto tako mogu se vidjeti razni načini njihovih poslovanja te što se stavlja na prvo mjesto u njihovom poslovanju. Iz već spomenute tablice, mogu se uočiti i sličnosti i različitosti u doprinosima za poboljšanje života lokalnog stanovništva te koliko zapravo turističke agencije odskaču jedna od druge po tom pitanju.

Problematika koja se javlja tijekom istraživanja je što je pristup pojedinim podacima otežan. Naime, istraživanje koje se provodi je na hrvatskom jeziku, podaci koji su analizirani su na engleskom jeziku, dok se samo istraživanje odnosi na Indiju. Time rečeno, moglo je doći i do pogrešnog prijevoda. Kako su svi podaci prikupljeni samostalno, moglo je doći do pogreške u iznošenju podataka ili do pogrešnog tumačenja podataka. Valja napomenuti da se zbog virusa COVID-19 i mjera koje su propisane, istražuju podaci iz 2018./19. godine kako bi se u potpunosti mogao utvrditi značaj turističkih agencija u normalnim uvjetima. Zatim, najveća problematika prilikom pisanja rada je prikupljanje podataka turističkih agencija na području Dharavija. Neke turističke agencije nemaju konkretno napisano koji je njihov doprinos zajednici ili općenito nemaju razrađenu vlastitu web stranicu pa se do određenih podataka dolazi uz pomoć drugih istraživanja. Cjelokupni problem, ne samo ovog istraživanja, već općenito, je taj što slum turizam nije dovoljno istražen po određenim stavkama. To se ne odnosi na pojmove kao što je slum, što mora uključivati da bi bio slum turizam, etiku i slično, već na konkretne podatke kao što je na primjer: što je poželjno da turističke agencije ističu prilikom tura, može li se promijeniti život u slumovima uz pomoć turizma, bogate li se pojedinci ili zajednica i drugo.

9. Zaključak

Temeljem ovog rada može se uvidjeti kako je slum turizam relativno novi oblik turizma te još uvijek nije dovoljno istražen kao drugi oblici. Danas je takav oblik turizma postao općeprihvaćen te je i sve popularniji jer prikazuje „stvarnost“ i različitost od života na kakav smo navikli.

Pitanje etike povlači razne kontroverze, postaju li stanovnici slumova zaista kao životinje u zoološkom vrtu? Odgovor na to pitanje ovisi o stavu i percepciji turista i stanovnika. Dakako da postoje turisti koji se odlučuju za ovaj oblik turizma kako bi podizali svoj ego, ali zbog takvih ne treba zanemariti one koji putuju kako bi stvarno pomogli ljudima koji žive u slumovima. Također, bilo čije mišljenje postaje nebitno ako stanovnici i vlada odobravaju ovakvu vrstu turizma, pod uvjetom da imaju barem nekakve koristi od njega.

Nadalje, i sami smo svjedoci prednosti turizma općenito, ali uz same dobrobiti koje se dobivaju turizmom, postoje i nedostaci. Ti nedostaci se ne vežu uz samo jedan oblik turizma nego uz sve. No, zbog čega je onda slum turizam tabu tema? Što se više prakticira, to se više i istražuje i dolazi se do prilagodbi koje dovode u konačnici do razvoja zajednice, odnosno smanjenja siromaštva.

Temeljno pitanje koje treba razmotriti nije treba li se dogoditi slum turizam, već kako ga provesti na etičan način. Drugim riječima, slum turizam treba predstavljati razvoj za zajednicu, a ne samo atrakciju za turiste. Po tome rečeno, pobornik sam slum turizma jer ako se organizira na kvalitetan način, slum turizam postaje sredstvo za postizanje razvoja zajednice koja ga prakticira. Dakle, tako se ostvaruje nešto dodatno, a stanovnicima se omogućuje kvalitetniji život.

Osim toga, treba imati na umu kako nisu svi slumovi isti. U nekima se prakticira slum turizam, a u nekima ne. No, niti slumovi koji provode slum turizam nisu isti. U prošlosti se javlja sličnost među Brazilom, Afrikom i Indijom u tome što vlade nisu podržavale slum turizam i smatrale su ga neprikladnim. No danas, vlade su ipak prihvatile slum turizam kao nešto pozitivno, vrlo vjerojatno zbog utjecaja drugih razvijenih zemalja i njihovih turističkih dolazaka te zainteresiranosti za slumove.

Također, prilikom istraživanja za potrebe ovog diplomskog rada postoji jasna nesuglasnost stanovnika slumova i vlade, ali i turističkih agencija. Stanovnici obično nisu dovoljno uključeni ili ih se ništa ne pita. Također, veliki broj stanovnika nije upućen u misiju Reality Tours and Travel-a, niti su im prikazani programi ove turističke agencije. Kada bi se uključilo mišljenje stanovnika, lakše bi se došlo do razbijanja stereotipa te bi stanovnici uvelike potpomogli kako razvoju slum turizma tako i u osmišljavanju nečega jedinstvenoga prilikom vođenja tura. A osim dobrobiti za zajednicu, stanovnici bi se osjećali bitnijima i važnima što ponovo ide u prilog zajednici. Dakako, turističke agencije bi trebale pitati stanovnike kakvo je njihovo mišljenje o broju turista, vremenu provođenja tura, korištenju kamera, cijena i ostaloga, a ne u njihovo ime postavljati pravila na svoje web adrese.

Zaključno, s uključenjem stanovnika može se lako izbjeći antagonizam, ali i voajerizam od strane turista.

No, ipak nije sve tako crno. Iako stanovnici nisu dovoljno uključeni, s poslovanjem turističkih agencija ipak se bilježi značajan doprinos zajednici. U Dharaviju se slum turizam počinje javljati 2006. godine s početkom poslovanja Reality Tours and Travel-a koji sa svojim razvojem i poslovanjem danas zadržavaju svoju lidersku poziciju. Kao takvi, oni prvi uvode pomoć lokalnom stanovništvu u poboljšanje života u zajednici. Time su potakli i druge turističke agencije da se okušaju u svome poslovanju te su naveli i druge da pokušaju pomoći zajednici na razne načine.

Iako se slum turizam ubrzano razvija i privlači sve više turista, ne možemo reći da postoji mnoštvo istraživanja i podataka koji bi mogli odgovoriti na sva moguća pitanja i nedoumice.

Literatura

- Arab News (2021) *Dharavi slum beats Taj Mahal as India's top tourist destination*, dostupno na: <https://www.arabnews.com/node/1515756/world> (08.04.2021.)
- Be the Local Tours, dostupno na: <http://bethelocaltoursandtravels.com/> (06.04.2021.)
- Berc Radišić, B. (2013) *Turističke agencije*, dostupno na: <https://drakic.files.wordpress.com/2013/03/marketing-i-menadzment-turistickih-agencija-predavanja-seminarski-diplomski-maturski-radovi-ppt.pdf> (11.04.2021.)
- Census 2011.; *Slum Population*, dostupno na: <https://www.census2011.co.in/slums.php> (22.05.2021.)
- Colorwhistle (2021); *63 Types of Tourism in The World*, dostupno na: <https://colorwhistle.com/types-of-tourism/#read-more-one> (22.05.2021.)
- Dyson, P. (2012) *Slum Tourism: Representing and Interpreting 'Reality' in Dharavi, Mumbai*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/254370191_Slum_Tourism_Representing_and_Interpreting_'Reality'_in_Dharavi_Mumbai (08.04.2021.)
- Fabian, F. et al. (2015) *Slum tourism: State of the art*, dostupno na: https://pure.buas.nl/ws/portalfiles/portal/315418/Koens_slum_tourism_state_of_the_art.pdf (06.05.2021.)
- Forbes (2016) *Slum Tourism: How It Began, The Impact It Has, And Why It Became So Popular*, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/wadeshepard/2016/07/16/slum-tourism-how-it-began-the-impact-it-has-and-why-its-become-so-popular/?sh=7d4c88f4297d> (08.04.2021.)
- Freire-Medeiros, B. (2009) *The favela and its touristic transits*, dostupno na: http://inctpped.ie.ufrj.br/spiderweb/dymask_5/5.3-9S%20Friere-Medeiros.pdf (09.05.2021.)
- Frenzel, F., Koens, K. i Steinbrink, M. (2012) *Slum Tourism: Poverty, Power and Ethics*, dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/236893153_Slum_Tourism_Poverty_Power_and_Ethics (07.04.2021.)

- Goodreads; *Behind the Beautiful Forevers: Life, Death, and Hope in a Mumbai Undercity*, dostupno na: <https://www.goodreads.com/book/show/11869272-behind-the-beautiful-forevers> (08.04.2021.)
- Habitat for Humanity; *What is a Slum? Definition of a Global Housing Crisis*, dostupno na: <https://www.habitatforhumanity.org.uk/what-we-do/slum-rehabilitation/what-is-a-slum/> (22.05.2021.)
- Hrvatska enciklopedija, dostupno na: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (22.05.2021.)
- IMDb; *Gully Boy*, dostupno na: <https://www.imdb.com/title/tt2395469/plotsummary> (08.04.2021.)
- Inside Mumbai Tours, dostupno na: <http://www.insidemumbaitours.com/> (06.04.2021.)
- Jaffe, R. et al. (2020) *What does poverty feel like? Urban inequality and the politics of sensation*, dostupno na: http://eprints.lse.ac.uk/90950/3/What_does_poverty_feel_like.pdf (22.05.2021.)
- Jakarta Hidden Tour, dostupno na: <https://realjakarta.blogspot.com/2014/12/a-lifetime-travel-adventure-hidden.html> (22.05.2021.)
- Koven, S. (2004) *Slumming: Sexual and Social Politics in Victorian London*, Princeton University press, dostupno na: https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=qUOVAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=koven+S.,+2004.+Slumming:+Sexual+and+Social+Politics+in+Victorian+London,+Princeton,+Princeton.&ots=zkmTpGP91L&sig=2C78Uuw6cbj7K6GHLvQeg6HVtEU&redir_esc=y#v=onepage&q=koven%20S.%2C%202004.%20Slumming%3A%20Sexual%20and%20Social%20Politics%20in%20Victorian%20London%2C%20Princeton%2C&f=false (05.05.2021.)
- Laingsingh, S. (2019) *Slum tourism in Dharavi*, dostupno na: https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/7952/Laingsingh%2C_S.S._1.pdf?sequence=1 (06.04.2021.)

- Lucianović, L. (2004) *Organizacija receptivnih turističkih agencija*, Sveučilište u Dubrovniku, Alfa-2, Dubrovnik,
- Marrison, J. (2005) *Wise to the streets*, The Guardian, dostupno na: <https://www.theguardian.com/travel/2005/dec/15/argentina.buenosaires.darktourism> (06.05.2021.)
- McKercher, B. (1993) *Some Fundamental Truths About Tourism: Understanding Tourism's Social and Environmental Impacts*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/249023827_Some_Fundamental_Truths_About_Tourism_Understanding_Tourism's_Social_and_Environmental_Impacts (20.06.2021.)
- Millennium Development Goals (2010), *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements*, dostupno na: https://mirror.unhabitat.org/downloads/docs/GRHS_2003_Chapter_01_Revised_2010.pdf (08.04.2021.)
- Momspresso (2018) *UJJAWAL BACHPAN – A Community Initiative That Lights Up Childhood*, dostupno na: <https://www.momspresso.com/parenting/sufizen-mummy/article/ujjawal-bachpan-a-community-initiative-to-light-up-childhoods> (06.04.2021.)
- Mumbai Dream Tours, dostupno na: <https://mumbaidreamtours.com/> (06.04.2021.)
- Mumbai Magic Tours, dostupno na: <https://www.magicalmumbaitours.com/dharavi-slum-tours/> (06.04.2021.)
- Mumbai Walkers, dostupno na: <http://www.mumbaiwalkers.com/> (06.04.2021.)
- National Geographic (2018) *Inside the Controversial World of Slum Tourism*, dostupno na: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/history-controversy-debate-slum-tourism> (07.04.2021.)
- Oxford English Dictionary (OED), dostupno na: <https://www.lexico.com/definition/slum> (22.05.2021.)
- Reality Gives (2017/2018) *Annual report*, dostupno na: https://www.realitygives.org/wp-content/uploads/2020/06/Annual-Report_2017-18.pdf (06.04.2021.)

- Reality Tours and Travel, dostupno na: <https://realitytoursandtravel.com/> (06.04.2021.)
- Reality Tours and Travel, dostupno na: <https://realitytoursandtravel.com/> (06.04.2021.)
- Rice, X. (2009) *Kenya's slums attract poverty tourism*, The Guardian, dostupno na: <https://www.theguardian.com/world/2009/sep/25/slum-tourism-kenya-kibera-poverty> (22.05.2021.)
- Slikker, N., Koens, K. (2015) *“Breaking the Silence”: Local Perceptions of Slum Tourism in Dharavi*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/280631563_Breaking_the_Silence_Local_Perceptions_of_Slum_Tourism_in_Dharavi (07.04.2021.)
- Slumdogs Tours and Travel, dostupno na: <https://www.slumdogs.in/dharavi-tour-20> (06.04.2021.)
- Smith, D. A. (2013) *Affordable Housing Innovations: 06*, dostupno na: <https://www.citiesalliance.org/sites/default/files/AHInnovations06-what-is-a%20slum-130225.pdf> (22.05.2021.)
- Solar CITIES (2008) *Coming to Egypt? Why not take the Solar CITIES Tour!?*, dostupno na: <http://solarcities.blogspot.com/2008/03/coming-to-egypt-why-not-take-solar.html> (06.05.2021.)
- Steinbrink, M. (2012) *„We did the slum!”- Urban poverty tourism in historical perspective*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/233457271_'We_did_the_Slum'_-_Urban_Poverty_Tourism_in_Historical_Perspective (04.05.2021.)
- Tourism Notes; *Travel Agency*, dostupno na: <https://tourismnotes.com/travel-agency/> (11.04.2021.)
- Tripadvisor; *Top 10 Experiences — India*, dostupno na: https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Experiences-cTop_Experiences-g293860 (08.04.2021.)
- UN-HABITAT (2003) *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements*, dostupno na: <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/The%20Challenge%20of%20Slums%20->

[%20Global%20Report%20on%20Human%20Settlements%202003.pdf](#)

(22.05.2021.)

- UN-HABITAT (2006/2007) *State of the world's cities*, dostupno na: https://mirror.unhabitat.org/documents/media_centre/sowcr2006/SOWCR%205.pdf (08.04.2021.)
- Vukonić, B. (2003) *Turističke agencije*, Mikrorad d.o.o., Zagreb
- Ward, M. (2010) *Booming trade in "slum tourism" dispels some myths, creates others*, dostupno na: <https://this.org/2010/01/28/slum-tourism/> (25.05.2021.)
- Weiner, E. (2009) *Slumming It: Can Slum Tourism Be Done Right?*, dostupno na: <http://www.worldhum.com/features/eric-weiner/slum-tourism-the-responsible-way-20090312/> (20.06.2021.)
- Young Tours and Travel, dostupno na: <http://youngtoursandtravel.com/> (06.04.2021.)

Popis tablica, slika i grafova

Popis tablica:

| | |
|--|----|
| Tablica 1: Populacija slumova u Indiji..... | 41 |
| Tablica 2: Očekivanja turista koji idu na ture po Dharaviju | 47 |
| Tablica 3: Reality Tours and Travel ispravlja percepciju turista kroz svoje ture | 48 |
| Tablica 4: Prikupljeni podaci za promatrane studije slučaja | 53 |

Popis slika:

| | |
|------------------------------------|----|
| Slika 1: Nastanak slumova | 20 |
| Slika 2: Razvoj slum turizma | 27 |

Popis grafova:

| | |
|---|----|
| Graf 1: Percepcija lokalnog stanovništva Rocinhe prema turistima..... | 40 |
| Graf 2: Doprinos zajednici od strane turističkih agencija | 57 |
| Graf 3: Programi/projekti izvan turističke agencije za doprinos zajednici | 58 |
| Graf 4: Doprinos turističkih tura zajednici | 59 |

Sažetak

Počeci slum turizma se javljaju sredinom osamnaestog stoljeća u Londonu i drugim gradovima, a koji su rezultat povećanja broja stanovnika koji su dolazili sa sela u industrijski grad u potrazi za poslom. U današnje vrijeme možemo se susreći s raznim oblicima turizma, a slum turizam je jedan od specifičnih oblika koji ubrzano širi svoju popularnost diljem svijeta. Slumovi su kvartovi siromaštva gdje stanovnici ne 'žive' nego 'prebivaju'. Okarakterizirani su kao mjesta bez osnovnih usluga u kojima stanovnici žive "izvan zakona" te u nezdravim životnim uvjetima. Još jedna karakteristika slumova je da su prenatrpani, tj. ističe se premala veličina prostora po osobi. Zbog navedenih karakteristika postavlja se pitanje etike slum turizma. Mišljenja su podijeljena; jedni opisuju turiste kao nemoralne promatrače, pretvarajući nevolju drugih ljudi u spektakl, a pogled na siromaštvo uspoređuje se s posjetom zoološkom vrtu, dok drugi opisuju slum turizam kao iskustvo učenja uz pomoć kojeg stanovnici dobivaju novac od turista te ističu kako se siromaštvo može smatrati nečim vrijednim. Turističke agencije imaju zadatak razbiti stereotipe o slumovima, podići životni standard i uključiti stanovnike u odlučivanje, te se tek tada slum turizam može smatrati etički prihvatljivim.

Ključne riječi: slum turizam, slum, slumming, siromaštvo, Dharavi

Summary

The beginnings of slum tourism occur in the mid-eighteenth century in London and other cities, and are the result of an increase in the number of residents coming from the countryside to the industrial city in search of work. Nowadays, we can encounter various forms of tourism, and slum tourism is one of the specific forms that is rapidly expanding its popularity around the world. Slums are neighborhoods of poverty where residents do not 'live' but 'reside'. They are characterized as places without basic services where residents live "outside the law" and in unhealthy living conditions. Another characteristic of slums is that they are overcrowded, ie. the size of the space per person is too small. Due to these characteristics, the question of the ethics of slum tourism arises. Opinions are divided; some describe tourists as immoral observers, turning other people's plight into a spectacle, and the view of poverty is compared to a visit to a zoo, while others describe slum tourism as a learning experience through which residents receive money from tourists and point out that poverty can be considered valuable. Travel agencies have the task of breaking stereotypes about slums, raising the standards of living and involving residents in decision-making, and only then can slum tourism be considered ethically acceptable.

Keywords: slum tourism, slum, slumming, poverty, Dharavi