



Alternatif Turizmin Bazı Türleri Üzerine Bir Değerlendirme (An Evaluation on Some Types of Alternative Tourism)

*Ebru ARSLANER^a , Günay EROL^b 

^a Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Eskişehir /Turkey

^b Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Ürgüp Sebhat ve Erol Toksöz Vocational School, Department of Travel Tourism and Entertainment, Nevşehir /Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 20.11.2017

Kabul Tarihi: 21.12.2017

Anahtar Kelimeler

Alternatif turizm

Toplum temelli turizm

AAZ turizmi

Gönüllü turizm

Gastronomi turizmi

Keywords

Alternative tourism

Community based tourism

VFR tourism

Volunteer tourism

Gastronomy tourism

Öz

Kitle turizminin çevresel, kültürel ve sosyal yönden meydana getirdiği olumsuz etkileri ortadan kaldırmak, alternatif turizmin ortaya çıkmasında ana neden olarak görülmektedir. Ayrıca kaynakları etkin kullanmak, turizmi dört mevsime yaymak ve bütün yıl turizm gelirlerinden yararlanmak anlamında da alternatif turizm türlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Yeni gelişmekte olan doğa ve kültür temelli birçok alternatif turizm türünde yerel halkın turizm faaliyetlerine dâhil edilmesi, yapılan turizm hareketinde yerel halka, yerel kültüre saygı duyulması ve sürdürülebilirliğin benimsenmesi esastır. Bu çalışmada, doğa ve kültür temelli bazı alternatif turizm türlerinin kavramsal olarak incelenmesi amaçlanmaktadır.

Abstract

Eliminating the negative environmental, cultural and social impacts of mass tourism is seen as the primary reason for the emergence of alternative tourism. Moreover, alternative tourism types are needed in order to use the resources effectively, spread tourism activities to all four seasons and benefit from tourism incomes throughout the year. It is essential, in recently developing nature and culture based alternative tourism types, to include the local population in the tourism activities, respect the local population and the local culture during the tourism activities and embrace sustainability. This study aims to examine some of the nature and culture based alternative tourism types on a conceptual basis.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: earslaner@ogu.edu.tr (E. Arslaner),

GİRİŞ

İnsanların refah düzeyinin yükselmesi, boş zamanlarının artması, sanayileşme ve teknolojik gelişmeler turizm hareketlerinin de hızlanmasına ivme kazandırmış, bu hareketlilik kitle turizmine olan ilgiyi artırmıştır. Başlangıçta kitle turizmine olan yönelimler bilinç düzeyinin artması, turizmin kitleler halinde yapılmaktan öte bireyselliğe dönüşmesi, internetin yaygınlaşması ve bilgiye ulaşma kolaylığı gibi nedenlerle alternatif turizm türlerine doğru kaymıştır. Bununla birlikte kitle turizminde mevsimselliğin ön planda olması, kıt kaynakların etkin kullanılmaması alternatif turizm türlerinin ortaya çıkmasında başlıca nedenler olarak görülmektedir.

Bahsedilen gelişmeler doğrultusunda ortaya çıkan ve yaygınlaşan alternatif turizm, kitle turizmine karşı bir hareket olarak görülse de insanların farkındalığının arttığı bir göstergesi olarak da değerlendirilebilir. Alternatif turizmde kitle turizmi ve her şey dâhil sistemde olduğu gibi yerel halkın bertaraf edilmesi söz konusu olmayıp, aksine yerel halkın da turizm faaliyetlerine dâhil edildiği bir anlayış gelişmiştir. Birçok alternatif turizm türünde kitle turizmden farklı olarak çevresel sürdürülebilirlik ve yerel halk gibi unsurlar önemsenmektedir. Bu durum doğal ve kültürel kaynakların ve buna bağlı alternatif turizm türlerinin ön plana çıkmasını, gelişmesini ve desteklenmesini sağlamıştır.

Türkiye zengin doğal ve kültürel varlıklara sahip bir ülkedir. Bu zenginliğin kullanılırken korunması sürdürülebilirlik anlamında önemlidir. Alternatif turizmin gereklerini yerine getirmek için konu ile ilgili bilinç düzeyini artırmak, bilgilendirmek ve alanyazına katkı sağlamak elzemdir. Bu çalışma doğa ve kültür temelli bazı alternatif turizm türleri hakkında bilgi sunması anlamında önemli görülmektedir. Çalışma kapsamında doğa ve kültür temelli bazı alternatif turizm türlerinin kavramsal olarak değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Alternatif Turizm

21. yüzyılın ilk yıllarında turizm endüstrisine bağlı olarak arz ve talepte önemli değişiklikler olmuştur. Düşük ücretli havayolu ulaşımı, internetin yaygınlaşması ve daha sık seyahat etme fırsatı, daha yeni ve keşfedilmemiş destinasyonlara seyahat etme arzusu gibi eğilimler turizm endüstrisinin yapısında ve turistik destinasyonlarda büyük değişiklikler meydana getirmiştir (Lopez-Guzman ve Sanchez-Canizares, 2012: 63). Bireyler artık deniz-kum-güneşi ifade eden kitle turizmi yerine daha farklı alternatiflere yönelmiş, bu değişiklik alternatif turizm türlerinin ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır. Alternatif turizm en genel haliyle, deniz-kum-güneş ya da diğer adıyla kitle turizminin çevre ve sosyal yapı üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltmak ve klasik turizm anlayışından farklı arayışları olan tüketicilerin istek ve beklentilerini karşılamak amacıyla oluşturulan ve sunulan tüm turizm türleri olarak tanımlanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009: 95).

Kitle turizminin yoğunlaştığı bölgelerde, yerel mimariye uygun olmayan yapıların çoğalması ve bölgenin özgün yapısının bozulması, hava ve gürültü kirliliğinin artması, hem yeşil alanların hem de kültürel alanların yok olmasına yol açmaktadır (Akış Roney, 2011: 20). Algılanan bu olumsuz etkiler, çevreye, sosyal ve kültürel yaşama daha duyarlı alternatif turizm stratejilerinin ve türlerinin bir gereklilik olduğunu düşündürmüştür. Bu bağlamda ortaya çıkan alternatif turizm, kültürel yapıya karşı duyarlı ve saygılı olmak ve ev sahibi bölgenin kültürüne zarar vermemek gerektiğini savunmaktadır (Brohman, 1996: 64). Dolayısıyla alternatif turizm anlayışına göre, turizmin

çeşitlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmalar doğal yaşamın sürdürülebilirliği dikkate alınarak yapılmalıdır (Erdoğan ve Erdoğan, 2005: 7).

Alternatif turizmin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009: 98-101).

- Alternatif turizm, genel olarak küçük ölçeklidir.
- Alternatif turizm, yerel halka öncelik tanır.
- Alternatif turizm, sürdürülebilir turizm kapsamı içerisinde, doğal, tarihi ve kültürel kaynakları koruyan ve her türlü yaşama kapasitesini dikkate alan bir gelişimi ön görür.
- Alternatif turizm, gelişim sürecinde tüm paydaşların katılımını sağlar.
- Alternatif turizm ürünleri sürdürülebilir gelişim felsefesine uygun olarak, hem yerel halkın hem de tüketicinin yaşam kalitesini artıracak nitelikte olmalıdır.
- Alternatif turizm, sürdürülebilir anlayış çerçevesinde sosyal ve fiziksel kapasiteyi aşmayacak şekilde yapılmalı, bununla birlikte ekonomik rasyonelliği de gözetmelidir.
- Alternatif turizmde; büyük grup tüketimi değil, daha küçük gruplar ve bireysellik söz konusudur.

Alternatif turizme çevrecilik boyutu yüklenmiş, doğal ve kırsal alanların korunmasına yönelik bir anlayış gelişmiştir. Bu anlayışa göre doğayı değiştirmeden, kaynakları tüketmeden ve bozmadan kullanmak esastır. Böylece sürdürülebilir bir turizm faaliyeti oluşmaktadır (Erdoğan ve Erdoğan, 2005: 15). Brohman'a (1996: 64) göre ise, alternatif turizm küçük ölçekli ve yoğunluğu az olan bir turizm türü olarak düşünülmektedir. Alternatif turizmde mülkiyet hakkı, yerel halkın lehine olacak şekilde yabancı yatırımlardan ziyade küçük ölçekli ve aile işletmesi olarak yürütülmektedir. Turizm ile ilgili bölgesel ve yerel planlamada toplumsal katılımı gerekli kılmaktadır. Hem çevresel hem de kültürel anlamda sürdürülebilirliği vurgulamaktadır.

Savunulan birçok görüş alternatif turizmin kitle turizme karşı oluşan bir hareket olduğunu göstermektedir. Genel hatlarıyla incelendiğinde alternatif turizmin, sürdürülebilirliği ve gelişmekte olan/az gelişmiş bölgelerdeki yerel halkı korumaya yönelik bir anlayış temelinde yapıldığı ifade edilebilir. Alternatif turizmin alanyazında farklı sınıflandırmaları olduğu görülmektedir. Bu çalışmada ise doğa ve kültür temelli alternatif turizm türlerinden bazılarına yer verilmiştir.

Toplum Temelli Turizm (TTT)

Toplum temelli turizm (TTT) kitle turizminin meydana getirdiği olumsuz etkilerin fark edilmesiyle birlikte ona bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Goodwin ve Santilli'ye (2009: 9) göre toplum temelli turizm, turizmde koruma ve toplumsal kalkınmaya katkı yapma anlamında eko turizm ile birlikte yükselme grafiği gösteren iki alternatif turizm türünden birisidir. Eko turizm ve toplum temelli turizm, kitle turizmi karşısında üstün bir alternatif olarak gösterilmektedir. Topluluk turizmi ya da toplum temelli turizm olarak adlandırıldığı gibi, topluluk turizmi sıklıkla toplum temelli turizmin kısaltması olarak da kullanılmaktadır (www.onecaribbean.org).

TTT, kırsal alanlarda yerel topluluklar tarafından yürütülen turizm türüdür (Anuar ve Sood, 2017). "Özellikle yerli topluluklar ve kırsal kesimdeki köylüler gibi yerel toplulukları içine alan ve bu toplulukların turizm

kararlarında söz sahibi olmasını ve turizm gelirlerinden faydalanmasını hedefleyen bir turizm türü” olarak tanımlanmaktadır (Boz, 2013: 51). Başlangıçta, TTT programlarının amacı, küçük kırsal toplulukları ve doğayı korumakken, zamanla değişip, dünyadaki farklı turizm modellerini örnek alarak; folklor, gastronomi, el sanatlarını da kapsayan bir turizm modeli haline gelmiştir (Zapata, Hall, Lindo ve Vanderschaeghe, 2011: 726). TTT projeleri, yerel halkın yetenek ve tecrübelerini kullanabileceği iş imkânları yaratma anlamında da önem taşımaktadır. Bu yönüyle yerel halk için alternatif bir gelir elde etme yolu olarak değerlendirilebilir. Ayrıca Anuar ve Sood’a (2017) göre, TTT’nin birçok faydası bulunmaktadır. Örneğin, TTT projeleri, okul, hastane gibi toplum yararına çalışan kurumlara gelir sağlamaya yardımcı olur. TTT girişimleriyle birçok alanda istihdam sağlanmaktadır. Bu faydalar temelinde, gelişmekte olan ülkeler için ekonomik gelişim sağlamak ve yaşam kalitesini artırmak anlamında TTT projeleri bir araç olarak görülmektedir.

TTT, yerel halk temelinde değerlendirilmektedir. Vajirakachorn’a (2011: 25) göre TTT’de yerel halk yönetim ve planlama süreçlerine katılmalı ve süreçlerde toplumun her kesimi eşit şekilde fayda sağlamalıdır. Bu anlamda düşünüldüğünde TTT; turizmin uygulanması, yönetilmesi, değerlendirilmesi ve fayda paylaşımı gibi süreçlerde toplumun katılımını ve kontrolünü sağlayan bir turizm projesi olarak değerlendirilmektedir.

TTT ve diğer turizm yaklaşımları arasındaki en temel fark ise turizme halkın katılımının söz konusu olması noktasında ortaya çıkmaktadır (www.onecaribbean.org). TTT’ye göre, yerel halk kendi bölgeleriyle ilgili karar süreçlerinde söz sahibi olmalıdır. Hatta yerel halk turizm faaliyetlerine sıcak bakmıyorsa buna saygı duyulmalıdır. Çünkü kırsal bölgelerin turizme açılması, hor kullanılması, kültürel değerlerin yozlaşması gibi olumsuz etkiler yerel halkın turizm hareketlerine karşı olumsuz bir duruş sergilemesine neden olabilmektedir. Bu noktada TTT projelerinin; belli planlar dâhilinde, öncelik yerel halkı gözetmek kaydıyla yürütülmesi gerekmektedir. Ancak Karacaoğlu, Yolal ve Birdir’e (2016) göre, TTT girişimlerinin çok azı başarılı olmaktadır. TTT girişimleri genellikle küçük ölçeklidir, bu durum büyük topluluklardaki bireylerin tümünün süreçlere dâhil edilmelerini ve fayda sağlamalarını zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla turizmden elde edilen gelirler adaletsiz bir şekilde dağılmaktadır.

Gönüllü Turizm

Gönüllülük kavramı turizm literatüründe çok geniş yer bulamamaktadır (Uriely, Reichel ve Ron, 2003: 57). Gönüllü turizm ile ilgili akademik çalışmalardaki yetersizlik hala devam etse de, uygulamada dünyanın farklı yerlerine seyahat eden birçok turist için gittikçe popüler hale gelen bir turizm türü olarak görülmektedir. Raymond ve Hall’in (2008: 531) de belirttiği gibi, son zamanlarda gönüllü turizm organizasyonlarına katılan bireylerin sayısında hızlı bir artış görülmektedir.

Gönüllü turizm, turistlerin seyahatlerinin bir parçası olarak yerel topluluklar için gönüllü olmaları olarak tanımlanmaktadır (Sin, 2009: 480). Tur operatörü perspektifinden ise gönüllü turizm, isteğe bağlı olmak üzere gönüllülük esasıyla yapılacak bir işi kapsayan bir geziye katılma ve yerel halkla kültür alışverişi yapma olanağının sunulduğu bir turizm tecrübesidir (Brown, 2005: 480).

Gönüllü turizm gönüllülük esasına dayanmaktadır. Gönüllü turistler, toplumu bazı yönlerden iyileştirmek için hizmet etmek ya da iyi niyetle yapılan aktivitelere katılmak amacıyla hareket ederler. Gönüllü turistler, bu esasa

dayalı olarak yerel topluluğu ya da bir alanın çevresini iyileştirmek amacıyla yapılan projelere gönüllü olarak katılmaktadırlar (Callanan ve Thomas, 2005: 184).

Gönüllü turizmin çoğu zaman gönüllü işler ve seyahatin birleşmesi ile oluştuğu düşünülse de, yeni biçimiyle çalışma ve boş zamanı birleştirme, çalışma yerine yardımda bulunma deneyimini içermektedir (Tourism Research and Marketing, 2008). Gönüllü turistler kitle turistlerinden farklı olarak daha fazla fedakârlık içeren deneyimler aramakta (Wearing ve McGehee, 2013: 122) ve diğer turizm türlerinin aksine gönüllü turist olabilmek için ücret ödemeye hazırlardır. Gönüllü turizm faaliyeti, 1-2 haftalık periyotlarda olabileceği gibi bir yıla varan sürelerde de olmaktadır. Gönüllü turizm faaliyeti düzenleyen organizasyonlar, katılımcıları belirli niteliklere göre sınırlayabilir ve yalnızca belli bir hedef kitleye yönelebilirler. Örneğin Operation Wallacea gönüllü turizm faaliyetleri için yalnızca üniversite öğrencilerini hedef almaktadır (Benson, 2005: 136). Gönüllü turizm adı altında yapılan etkinlikler, bilimsel araştırmalar, koruma projeleri, ekonomik ve sosyal gelişim, kültürel restorasyon, sağlık yardımı gibi birçok alanda gerçekleştirilmektedir (Wearing, 2001: 12). Gönüllü turizmin yoğun olarak yapıldığı destinasyonlar ise Latin Amerika, Asya ve Afrika'dır. Bu bölgeler gönüllü turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü destinasyonların %90'ını oluşturmaktadır (Tourism Research and Marketing, 2008).

Gönüllü turizmin temelinde, turizm ile ilgili girişimlerin yerel halk üzerinde olumlu etkiler yaratacağı düşüncesi yatmaktadır (Sin, 2009: 481). Bu turizm türü, turistlerin bir turizm bölgesindeki turizm hareketlerine katılmalarının yanı sıra, bölgedeki yerel halkın da kalkınmasını sağlayacak faaliyetlerde bulunmalarını gerektirir (Akoğlan Kozak ve Türktarhan, 2012: 1).

Gönüllü turizm faaliyetlerine katılanlar gönüllülük esasına bağlı olarak gittikleri destinasyonu iyileştirmeye, güzelleştirmeye ve yerel halkın yaşam kalitesini artırmaya yönelik faaliyetler gerçekleştirirler. Örneğin, bir destinasyondaki çocukların ve kadınların gelişimine yönelik okuma yazma eğitimleri vermek, sosyal yardım sağlayacak binaların yapımı aşamasında görev almak, nesli tükenmesi muhtemel hayvanları korumak, kadınlara istihdam sağlayacak iş fırsatları sunmak, kadınları sağlıkla ilgili konularda bilinçlendirmek gönüllü turizm kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerden bazılarıdır.

Gastronomi Turizmi

Gastronomi temelde yemek sanatı olarak bilinmektedir. Ancak kavramın çok geniş içerikli olmasından dolayı tam olarak tanımlanamadığına vurgu yapılmaktadır (Çevik ve Saçılık, 2011: 503). Kavram en genel haliyle, yiyecek ve içecek kültürünün bilime ve sanata dönüşmesi olarak tanımlanmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013: 207, Sünnetçioğlu ve Özkök, 2017: 586). Britanica Ansiklopedisi'ne göre gastronomi; iyi yiyeceği seçme, hazırlama, sunma ve iyi yiyecekten zevk alma sanatıdır (Kivela ve Crotts, 2005: 41). Gastronomi turizmi ise, “temel motivasyon faktörü, özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek” şeklinde tanımlanmaktadır (Cömert ve Özkaya, 2014: 63).

Araştırmacılar tarafından sıklıkla yaşamın sanatı olarak ifade edilen gastronomi birçok kişi için yaşamdaki mutluluk kaynağı, bir kesim için de sağlık için gerekli olan temel yapı taşı olarak görülmektedir (Zengin, Uyar, Erkol, 2014: 511). Ancak insanlar sadece açlık hissini gidermek için değil, yemek yerken farklı deneyimler

yaşamak için de dışarıda yemek yemektedirler (Yüncü, 2010: 27). Bu durum düşünülenin aksine, gelişen turizm anlayışıyla birlikte gastronomi ve ilgili kavramların önem kazanmaya başladığını göstermektedir. Böylece yeme içme olgusu temel ihtiyaç olmaktan çıkarak, ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağına taşınmaktadır (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80).

İnsanlar seyahatlerinin birinci nedenini yeme-içme olarak belirleyebilmekte, yemek yemek için gününbirlik de bazı destinasyonlara gitmektedirler. Diğer yandan ise gastronomi turizmi ikincil seyahat nedeni de olabilmektedir. Örneğin bir turist bir bölgeye gidip, kültürel ve doğal kaynakları ziyaret ederken ya da bir iş seyahati gerçekleştirirken, günün belirli bölümlerinde o bölgeye özgü yerel tatları da denemek isteyebilir. Bu durum Güzel Şahin ve Ünver'in (2015: 63) de belirttiği gibi seyahat edilen destinasyona ait mutfak kültürü seyahat deneyiminin önemli bir bölümünü oluşturabilmektedir.

Türkiye'nin kültürel anlamda çeşitlilik gösteren bir ülke olması mutfağına da yansımış, zengin bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Bu anlamda gelişmiş bir gastronomi hazinesine sahip olduğu düşünülmektedir. Ancak Güzel Şahin ve Ünver'e (2015: 71) göre, bu zenginliğin tam olarak pazarlanabildiği söylenemez. Kendilerine ait bir mutfak kültürü olmayan Kanada, Güney Afrika, Avustralya gibi ülkelerin turizm stratejilerini gastronomiye dayandırdıkları ve gastronomi turizminde başarılı oldukları, Avrupa'da pek çok destinasyonun gastronomi turizmiyle marka yarattığı düşünüldüğünde, Türkiye'nin henüz tam olarak değerlendirilememiş olan potansiyelinin kullanılabilirdiği takdirde oldukça güçlü bir pazarlama aracı olabileceği düşünülmektedir. Türkiye'nin bu potansiyelini ortaya çıkarmak amacıyla birtakım çalışmalar yapılmalıdır. Örneğin Türkiye'de hangi bölgelerde nelerin yenilip içileceğine dair bilgi veren gastronomi rehberleri oluşturulabilir. Bu rehberler farklı dillerde hazırlanarak, seyahat acentaları aracılığıyla farklı gruplara ulaştırılmalıdır. Ayrıca televizyonlarda tanıtıcı bilgilere yer verilmeli ve internet siteleri düzenlenmelidir (Cömert ve Özkaya, 2014: 64).

Arkadaş Akraba Ziyareti (AAZ)

AAZ, arkadaş veya akrabalara yapılan ziyaretleri içeren seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Backer, 2009: 18). Arkadaş ve akraba ziyareti turizmin büyük ve önemli bir kısmını oluşturmasına rağmen, pazarlama araştırmacıları tarafından göz ardı edilmiş ve konu hakkındaki araştırmalar yetersiz kalmıştır (Backer, 2008: 60; Backer, 2009: 20). AAZ ziyaretçilerinin motivasyonları, davranışları ve karakteristik özellikleri ve onların tercihlerini etkileyen faktörler üzerine yapılmış çalışmaların azlığı yerel ekonomiye ve turizm endüstrisine çok az katkısı olduğu varsayımını doğurmuştur (Backer, 2010: 334). Ancak araştırmacılar AAZ pazarının büyüklüğü ve yerel topluma olan ekonomik katkısının önemi konusunda hemfikirdirler (Hu ve Morrison, 2002: 201). Varsayılanın aksine AAZ pazarının, doğrudan ve dolaylı birçok faydası aşağıda sıralanmaktadır (Ramachandran, 2006: 6).

- AAZ etkili bir ağızdan ağıza iletişim aracıdır.
- AAZ turistlerinin tekrar ziyaret etme eğilimleri yüksektir.
- AAZ turistleri, seyahate, eğlenceye ve hediyelik eşyaya önemli miktarda para harcamaktadır.

AAZ turistleri, egzotik yerler görme ihtiyacından ziyade ailevi ve sosyal sebeplerle daha fazla motive olmaktadır (Morrison ve O'Leary, 1995: 4). Başka bir çalışmada ise, AAZ'nin sıklıkla tek bir seyahat

motivasyonu olmayıp, birden çok nedene bağlı olarak da gerçekleşebileceğinden bahsedilmektedir (Lehto, Morrison ve O’Leary, 2001: 210). Daha farklı bir görüşe göre ise, AAZ turistleri yalnızca ev sahipleri ile olan ilişkileri değil, arkadaş ve akrabalarının bulunduğu destinasyonun çekiciliği için de ziyarette bulunabilirler (Backer, 2008: 60). AAZ turistlerinin birincil amacı arkadaş ve akraba ziyareti olsa da ikincil amaç olarak gittikleri destinasyonlarda farklı turizm hareketlerine de dâhil olabilmektedirler. Ağırlayıcı konumda olan ev sahipleri gelen misafirlere turistik alanları gezdirmek, yöresel yemekleri yedirmek gibi çeşitli aktivitelerde bulunurlar. Bischoff ve Koenig-Lewis’in (2007: 468) çalışmasında da belirtildiği gibi, ev sahiplerinin misafirleri ile birlikte en sık yaptıkları aktiviteler; yemek yemek, alışveriş yapmak, turistik yerleri gezmek ve gece kulübüne gitmektir. Bu anlamda ziyaretçileri evlerinde ağırlayan ev sahiplerinin de ekonomik olarak sürece dâhil olup, fayda sağladığı düşünülebilir. Ev sahipleri, hem ziyaretçilerini gezdirmek anlamında hem de yaptıkları ev içi harcamalarla ekonomiye katkı sağlamaktadırlar.

Bireylerin seyahat amacı yalnızca akraba ve arkadaşlarını ziyaret edebilmek olabilirken, bir iş seyahatine giden ya da kruvaziyer turizme katılan bir turist gittiği destinasyonda bir yakınını ya da bir arkadaşını ziyaret etmesi gibi bir nedeni de olabilir. Bu durum AAZ’nin hem birincil hem ikincil bir seyahat nedeni olabileceğini göstermektedir.

AAZ turizmi, diğer turizm türlerine göre mevsimler arasında daha fazla eşit dağılım gösterir. Hatta, diğer turizm türlerinin genellikle azalma gösterdiği zamanlarda artış göstermektedir (Seaton ve Palmer, 1997: 354). Bu anlamda, turistik bölgeler ve işletmeler için sezonluk (mevsimlik) değişimleri dengeleyecek bir araç işlevi görmektedir (Lehto vd., 2001: 202, Ramachandran, 2006: 6). Özellikle arkadaş ziyareti bağlamında, üniversite öğrencilerinin eğitim-öğretim dönemlerinde arkadaşlarını ziyarete gitmeleri ve bu ziyaretlerini yaz dönemi dışında daha yoğun şekilde gerçekleştirmeleri AAZ turizminin kitle turizminin yoğun olduğu yaz dönemi dışında da turizme hareketine katkı yaptığını göstermektedir. Bischoff ve Koenig-Lewis’in (2007) yaptıkları çalışmada da belirtildiği üzere, arkadaş ziyaretlerinin en yoğun olduğu dönem Şubat-Mart ayları olarak belirlenmiştir.

AAZ turizminin başka bir boyutu konaklama kullanım durumu ile ilgilidir. AAZ turistlerinin 1/5’inden fazlası otelde konaklamayı tercih etmektedir. Eğlence amaçlı gelen bir turiste göre otelde daha uzun süre kalsalar da daha düşük gecelik harcama yapma eğilimindedirler (Braunlich ve Nadkarni, 1995: 46). Yapılan bir çalışmada AAZ turistlerinin, yaş ortalamalarının 41, yarısından fazlasının kadın, mevsime bağlı seyahat etme yönleri çok güçlü olmayan bireyler olduğu belirtilmektedir (Lehto vd., 2001: 206). Başka bir araştırma sonucu, AAZ turistlerinin büyük çoğunluğunun 18-30 yaş aralığında olduğunu ortaya koymaktadır (Pennington-Gray, 2003: 359). Alanyazında da açık bir şekilde görüldüğü üzere, AAZ turizm pazarı homojen bir dağılım göstermemektedir. AAZ turistlerinin özellikleri ülkelere, kültürlere ve diğer bazı değişkenlere bağlı olarak değişebilmektedir (Taufatofua ve Craig-Smith, 2010: 91). Bu durum AAZ üzerine farklı bölgelerde daha fazla çalışma yapma gerekliliği olduğunu ortaya koymaktadır.

Diaspora Turizmi

Türk Dil Kurumu’na (TDK) göre, diaspora diğer bir ifadeyle kopuntu; “ herhangi bir ulusun veya inanç mensuplarının ana yurtları dışında azınlık olarak yaşadıkları yer” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017). Yunanca

bir terim olan diaspora, “dia” (saçılmak) ve “spora” (tohumlar) sözcüklerinin birleşmesiyle oluşur. Daha açık bir ifadeyle, göç yaşayan bir topluluk, göç etmeden önce tecrübe ettiği bazı kültürel unsurları anavatanından alarak ayrılır. Böylelikle kültür gittiği topraklara taşınır, başka coğrafyalara ekilir ve yeni topraklarda üretilmeye devam eder (Ersoy, 2008: 8).

Diaspora turizmi nispeten yeni bir alan olarak görülmekte, bu nedenle kavramın tanımlanma ve kavramsallaşma problemi devam etmektedir (Mortley, 2011: 171). Tören’e (2012: 555-556) göre, ataları ya da kendisi bulunduğu yerden göç etmek zorunda bırakılmış veya ekonomik sebeplerden dolayı göç etmek zorunda kalmış, Kafkasya’da yaşayan bir Çerkez’in, Çerkezlerin yaşadığı başka bir bölgeye yaptığı turizm hareketi diaspora turizmi olarak adlandırılmaktadır.

Diaspora turizmi kültür turizmi alt başlığı altında yer alan turizm türleriyle ortak yönlere sahip olsa da aynı anlama gelmemekte, bir takım farklılıklar göstermektedir. Diaspora turizminin temelinde, ziyaret edilen yer ile ziyaret edenlerin ortak bir geçmişe sahip olması ve o topraklara geri dönme isteğinin olması gerektiği yatmakta ve bu diaspora turizmini diğer turizm türlerinden ayırmaktadır (Tören, 2012: 550). Diğer taraftan diaspora turizminin AAZ turizmiyle aynı anlama geldiğini vurgulayan çalışmalar mevcuttur.

AAZ turizminin uluslararası göçlerle sıkı bir ilişkisi vardır (Jackson, 1990: 10). Diasporalar göç ettikleri bölgelere kültürlerini taşımakta, yaşam çizgilerini şekillendirmektedirler. Diasporalarla başlayan göç akımı, göç edenlerin akraba ve arkadaş ziyaretleri için anavatanlarına seyahat etmeleri şeklinde devam etmektedir. Göçmenler kendi topraklarındaki akraba ve arkadaşlarını ziyaret etmeleriyle turist olurlar. Böylelikle AAZ turizm hareketliliği oluşmaya başlar. Bu açıdan bakıldığında AAZ, diaspora turizminin bir bölümü olarak görülebilir.

Diasporalar göçler sonucunda oluşmaktadır. Daha çok şehir merkezleriyle ilişkili olsa da küçük yerleşim alanları da diaspora merkezi durumuna gelmektedir (Duval, 2003: 275). Türkiye önceki dönemlerde verdiği göçlerle oluşan Türk, Rum, Ermeni diasporalarının yanı sıra aldığı göçlerle oluşan Kırım Tatar, Çerkez, Bulgar, Doğu Türkistan-Uygur diasporalarıyla güçlü bir diaspora turizm merkezidir (Tören, 2012: 550).

Çiftlik Turizmi

Kırsal turizmin özel bir türü veya niş pazar olarak değerlendirilen çiftlik turizmi (Ingram, 2002: 1), kırsal kesimde gelir kaynaklarını artırmak ve yerel ekonomiyi canlandırmak için uygulanan sürdürülebilir bir kalkınma modelidir (Gössling ve Mattsson, 2002: 17). Kırsal turizm kapsamında tatil çiftlikleri, çiftlik turizmi, tarım turizmi, çiftliğe dayalı turizm kavramları aynı anlamda kullanılmaktadır (Selvi ve Demirer, 2012: 188). Çiftlik turizmi en genel haliyle, çiftlik işlerini yapabilmeye olanağının bulunduğu çiftliklerde, çiftlik sahipleriyle birlikte yapılan turistik faaliyetler olarak ifade edilmektedir (Sü Eröz ve Bozkurt, 2015: 3). Başka açık anlatımla, “gelen ziyaretçilerin hem tarım ve hayvancılık, hem de çeşitli ekoturizm faaliyetlerini birlikte kullanabilmesini sağlayan, bunun yanı sıra yöre halkına ekonomik anlamda ek gelir kazandıran, aynı zamanda bölgenin kültürel anlamda tanıtılmasına da katkıda bulunan bir turizm çeşidi” olarak tanımlanmaktadır (Ahmadova ve Akova, 2016: 14). Özetle çiftlik turizmi, konukların doğayla iç içe dinlenebildikleri aynı zamanda çiftlik işlerini izleme veya öğrenme imkânı bulabildikleri, temeli tarım ve hayvancılığa dayanan bir turizm çeşidi olarak değerlendirilebilir.

Dünyada Avusturya, İngiltere, Almanya, Kuzey Amerika ve Yeni Zelanda'da sıklıkla yapılan çiftlik turizmi, son yıllarda Türkiye için de önemli hale gelmiştir (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 44). Türkiye'deki çiftlik turizmi uygulamaları Buğday Derneği tarafından TaTuTa (Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü, Bilgi Tecrübe Takası) isimli projeye yürütülmektedir. Projenin amacı, Türkiye'de tarımla geçinen çiftçi ailelere mali, gönüllü işgücü ve/veya bilgi desteği sağlayarak, ekolojik tarıma teşvik etmek ve sürdürülebilirliği sağlamaktır. TaTuTa projesine gönüllü veya konuk olarak dâhil olunabilir. Gönüllü olarak katılımda, çiftlikte gönüllü olarak çalışma, bu çalışma karşılığında konaklama ve yemek ihtiyacı çiftlik sahibi tarafından karşılanmaktadır. Konuk ise, çiftlikte çalışma zorunluluğu olmayan, konaklama ve aldığı diğer hizmetler için ücret ödeyen kişilerdir (www.tatuta.org). Çiftlik turizminde, ziyaretçiler salça yapmak, yufka açmak, hamur yapmak, meyve sebze toplamak, süt sağmak, reçel yapmak gibi işler yapabilmektedirler. Böylelikle ziyaretçiler, hem doğayla baş başa olup rahatlama hem de çiftlik yaşamını deneyimleme şansına sahip olabilmektedirler.

Çeltek'e (2014) göre, uygun doğal koşullara ve kamp alanlarına sahip olması, 12 ay konuk kabul edebilmeleri, doğal çekiciliğin yanı sıra kültürel çekiciliğe de sahip olmaları Türkiye'deki çiftliklerin güçlü yanları olarak değerlendirilmektedir. Tesis ve çevre kalitesi arasındaki uyumsuzluk, kalite ve aktivite standardının olmaması, kırsal alanda turizm bilincinin gelişmemiş olması ise çiftlik turizminin zayıf yönleri olarak değerlendirilmektedir.

Çiftlik turizminde başarı sağlanması için, öncelikle yerel halkın tutumları değerlendirilmelidir. Yerel halk çiftliklerini turizme açmak istiyorsa bu yönde teşvik edilmelidir. Bu süreçten en fazla çiftlik sahiplerinin kazanç sağlaması elzemdir. Kırsal alanların korunması ve çiftliklerin işletmecilik faaliyetlerinin nasıl yürütülmesi gerektiği konusunda eğitimler verilerek, bilinç oluşturularak çiftlik turizmi için daha başarılı sonuçlar elde edilebilir.

Yavaş Turizm

Yavaş turizm, yerel kültüre, tarihe, çevreye saygılı, turistle turisti, yerel halkla turisti birbirine bağlayan keşfetme, paylaşma ve öğrenmenin keyfini çıkarma anlayışı olarak ifade edilmektedir (Heitmann, Robinson, Povey, 2011: 117-118). Yavaş turizm, yavaş yemek hareketi felsefesine dayanan; ekonomik, çevresel ve sosyal anlamda sürdürülebilirliği hedefleyen ve kitle turizmine karşı duran bir yaklaşımdır (Conway, 2010: 334).

Yavaş turizm, yavaş şehir ve yavaş yemek kavramlarıyla özdeşleşmiştir. Yurtseven ve Kaya (2011: 93-94) yavaş şehir ve yavaş yemek hareketlerinin doğrudan turizm ile bağlantılı olmadığını ancak bu oluşumların yavaş harekete konu olan destinasyonu etkilemesi ve slow (yavaş) markası ile bir destinasyonun ünlenmesi bağlamında etkileri olduğunu vurgulamaktadırlar.

Yavaş yemek ve yavaş şehir hareketlerinin amacı, McDonalds, KFC, Wal-Mart ve diğer küresel işletmelerin standartlaşmasına karşı çıkmaktır (Mayer ve Knox, 2006). Hareket, Carlo Petrini'nin Roma'da 1986'da bir McDonalds açılışına tepki göstermesiyle başlamıştır. Carlo Petrini protestosuyla, McDonalds gibi küresel restoranların yerel kültürü ve yerel yemekleri yok ettiğini savunarak, hızlı yemek (fast food) kültürünün yerine hayattan zevk alarak ve tüm tatları hissederek yaşanması ve sürdürülebilir olunması gerektiğine vurgu yapmaktadır (Çıtak, 2016: 2693).

Yavaş yemek felsefesi; gıdaların üretim ve tüketiminde sosyal, kültürel, ekonomik anlamda korunmasına (Mayer ve Knox, 2006) ve sürdürülebilirliğe dayanmaktadır. Yavaş yemek iyi, temiz ve adil gıdayı ifade

etmektedir (www.cittaslowturkiye.org). Gıdanın iyi olması gerçek bir tat, aroma ve görünüşe sahip olmasını, temiz olması insan sağlığı için güvenli olmasını ve ekosisteme zarar vermeyen üretim yöntemlerinin kullanılmasını, adil olması ise çalışanları sömürmeden üretim yapmayı yani gıdaların etiksel sürdürülebilirliğini ifade etmektedir. Adil gıda tüketiciler ve üreticiler için adaletli bir fiyat politikası olması gerektiğini de ifade etmektedir (Yurtseven vd.'den aktaran Öztürk, 2012: 64-65).

Heitmann vd.'ye (2011: 118) göre yavaş turizme birçok farklı yönden bakılabilir. Turizm faaliyetinin merkezinde bir yerden bir yere seyahat etme eylemi yatmaktadır. Yavaş turizm hareketinde ise çok destinasyona çok hızlı şekilde ulaşmaktan öte alternatif seyahat şekillerine doğru yönelmek hedeflenmektedir. Ancak bu yaklaşım yalnızca seyahat davranışı veya ulaşım tercihinde bir değişiklik yapmak anlamına gelmemekte, aynı zamanda ulaşım tercihiyle ilgili arz unsurlarının değişimini de gerekli kılmaktadır. Ayrıca yavaş turizm felsefesi sürdürülebilir turizmle benzer özellikler göstermektedir. Bu anlamda yavaş turizm kavramının, turizmin gelişimi ve sürdürülebilirliği bağlamında tartışılması gerekmektedir.

Sonuç

Alternatif turizmde başlangıçta öne çıkan turizmin mevsimsellik özelliğini bertaraf ederek, turizmin her mevsim yapılmasının önünü açmak, kitle turizmine karşı çıkmak ve kaynakların etkin kullanımına teşvik etmek amacı güdülmekteydi. Ancak turistlerin istekleri, beklentileri, ihtiyaçlarında meydana gelen değişimleri belirlemeye yönelik çalışmalar, turistlerin deniz-kum-güneş üçlüsünü kapsayan kitle turizminin yerine daha değişik turizm türlerine yöneldiğini, turistlerin yoğun olarak kültür ve doğa temelli turizm türlerine katıldığını göstermektedir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 10). Bu durumun standart paket turlar yerine farklı deneyimleri içeren turistik hareketliliği daha ilgi çekici hale getirdiği söylenebilir. Farklı alternatif turizm türlerine olan yönelim insanların farklı deneyimler yaşama isteğiyle de açıklanabilir. Çiftlik turizminden gönüllü turizme, gastronomi turizmden toplum temelli turizme kadar birçok turizm türüyle çeşitlenen alternatif turizm pazarı bireylerin çok farklı turistik tecrübeler yaşamasına da olanak sağlamaktadır. Turistler bir yandan kendilerine farklı deneyimler katarak bir yandan da yerel halkın hayatını güzelleştirecek ve kolaylaştıracak faaliyetler içinde bulunarak turizm faaliyetlerine katılmayı önemser olmuştur. Turistik faaliyetlerde, hem hizmet sunan hem de hizmetten faydalananlar açısından katılımcı turizm odaklı bir değişme yaşanmakta ve böylece katılımcılar turistik ürünün bir parçası haline gelerek destinasyonları daha iyi benimseyebilmektedirler.

Alternatif turizm pazarının genişlemesi ülkelerin gelir elde etmesi anlamında önem arz etmektedir. Ancak bu, bahsi geçen alternatif turizm faaliyetlerinin gerekliliklerini yerine getirmekle mümkün olacaktır. Bu anlamda her bir alternatif turizm türü için ayrı bir planlama yapılarak bu planlar doğrultusunda hareket etmek elzem görülmektedir. Alternatif turizmde, kitle turizmine göre nispeten daha planlı ve kontrollü bir turizm gelişimi ve planlaması sağlanabilir. Alternatif turizm faaliyetlerinden elde edilecek gelirin; yerel halk, yerel işletmeler ve diğer turizm paydaşları arasında eşit dağılımı sağlanarak, daha küçük turistik faaliyetlerin sürdürülebilirliği sağlanabilir. Ayrıca alternatif turizm, tur organizatörlerinin; fiyat, belirli destinasyonlara hareketlilik sağlama gibi baskılarını azaltıcı etki yaparak, yeni destinasyonlara yönelik hareketliliğin sağlanması, turistik ürünlerin bağımsız bir şekilde ve değeri kadar kullanımı açısından katkılar sağlamaktadır.

Alternatif turizmin çok çeşitlilik göstermesi nedeniyle çalışma kapsamında bütün alternatif turizm türlerine değinmek mümkün olmamıştır. Ancak Türkiye'nin zengin doğal ve kültürel yapısı göz önünde bulundurulduğunda, alternatif turizme yoğunlaşmanın bir gereklilik olduğu görülmektedir. Kitle turizminin Türkiye'de en baskın turizm türü olduğu bilinmektedir. Buna rağmen alternatif turizm türlerinin potansiyelinin farkına varıldığı söylenebilir. Böylece kitle turizminin yanında daha küçük gruplarla yapılan ya da bireysel turistik faaliyetlerin gelişmekte olduğu gözlemlenmektedir. Kitle turizminin beraberinde getirdiği nüfus yoğunluğu (Snachez-Galiano, Marti-Ciriquian ve Fernandez-Aracil, 2017) ile birlikte özellikle plansız bir şekilde yapılan faaliyetlerin turistik kaynaklara zarar verebildiği bilinmektedir. Buna ek olarak dönemsel nüfus artışlarının fazlalığı yerel halkın turistik faaliyetlere ve bölgedeki turizmin gelişmesine bakış açısı üzerinde de etkili olabilmektedir. Alternatif turizm faaliyetlerinde ise kaynakların öneminin farkına varılması, destinasyonların farklı özellikleri ve değerlerinin korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması esas alınmaktadır. Örneğin, gastronomi turizmi ve mutfak çeşitliliğinde kitlesel turizm hareketliliğine yönelik bütüncül değerlerden ziyade, destinasyonun bölgeye özgü değerlerinin yansıtılması ve bölgesel değerlerin vurgulanarak destinasyon markalaşmasının katılımcılarla birlikte sağlanması oldukça önemlidir. Diğer yandan bölgesel alternatif turistik çekiciliklerin ortaya çıkarılması, kitle turizminin oluşturduğu "sezon" kavramının değişmesine ve böylece ülke genelinde turizm sezonunun uzamasına ya da dengelenmesine katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Ahmadova, S. ve Akova, O. (2016). Türkiye'de Organik Ekoturizm Çiftlikleri Üzerine Bir Araştırma. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 14-29.
- Akış Roney, S. (2011). Turizm Bir Sistemin Analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2009). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, N. ve Türktarhan, G. (2012). Gönüllü Turizmine Kavramsal Bir Bakış. Turizm&Araştırma Dergisi, 2(1), 1-13.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Anuar, A. N. A. ve Sood, N. A. A. M. (2017). Community Based Tourism: Understanding, Benefits and Challenges. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6(1).
- Backer, E. (2008). VFR Travellers - Visiting the Destination or Visiting The Hosts?. *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2(1), 60-70.
- Backer, E. R. (2009). VFR travel: An Assessment of VFR Versus Non-VFR Travellers. Doctoral Thesis, Southern Cross University, Lismore.
- Backer, E. R. (2010). Opportunities for Commercial Accommodation in VFR Travel. *International Journal of Tourism Research*, 12, 334-354.

- Benson, A. (2005). Research Tourism Professional Travel for Useful Discoveries. Marina Novelli (Ed.). *Niche Tourism Contemporary Issues, Trends and Cases*, (133-142). Burlington.
- Bischoff, E. E. ve Koenig-Lewis, N. (2007). VFR Tourism: The Importance of University Students as Hosts. *International Journal of Tourism Research*, 9, 465-484.
- Boz, M. (2013). Toplum Temelli Turizm. Şule Aydın Tükeltürk ve Mustafa Boz (Ed.) *İçinde Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler* (49-64), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Braunlich, C. G. ve Nadkarni, N. (1995). The Importance of The VFR Market to the Hotel Industry. *The Journal of Tourism Studies*, 6(1), 38-47.
- Brohman, J. (1996). New Directions in Tourism for Third World Development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48-70.
- Brown, S. (2005). Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers. *Current Issues in Tourism*, 8(6), 479-496.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Callanan, M. ve Thomas, S. (2005). Volunteer Tourism Deconstructing Volunteer Activities Within a Dynamic Environment. Marina Novelli (Ed.). *Niche Tourism Contemporary Issues, Trends and Cases* (183-200), Burlington.
- Conway, D. (2010). Re-branding Alternative Tourism in the Caribbean: The Case for ‘slow tourism’. *Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 329-344.
- Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çeltek, E. (2014). Çiftlik Turizminde Ürün Geliştirme: Türkiye’deki Ekolojik Tarım Turizmi Çiftlikleri Üzerinde Bir İnceleme. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3(8), 90-114.
- Çevik, S. ve Saçılık, M. Y. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. 12. Ulusal Turizm Kongresi, 30 Kasım-4 Aralık, Düzce.
- Çıtak, Ş. Ö. (2016). Sakin Şehirler Hızlı Turistler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 2692-2706.
- Duval, T. D. (2003). When Hosts Become Guests: Return Visits and Diasporic Identities in a Commonwealth Eastern Caribbean Community. *Current Issues in Tourism*, 6(4), 267-308.
- Erdoğan, N. ve Erdoğan, İ. (2005). Ekoturizm Betimlemeleriyle İletilenlerin Doğası. *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, 20(1), 55-82.
- Ersoy, İ. (2008). Diaspora ve Kimlik: Eskişehir ve İstanbul’da Yaşayan Kırım Tatarları’nda Çoklu Kültürel Kimliğin İfade Alanı Olarak “Tepreş”. *Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.*

- Goodwin, H. ve Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: A Success?. ICRT Occasional Paper 11.
- Gössling, S. ve Mattsson, S. (2002). Farm Tourism in Sweden: Structure, Growth and Characteristics. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(1), 17-30.
- Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Heitmann, S., Robinson, P. ve Povey, G. (2011). Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism. Peter Robinson, Heitmann, Sine ve Dieke, Peter (Ed.) içinde *Research Themes for Tourism* (114-127), UK: CABI.
- Hu, B. ve Morrison, A. M. (2001). Tripography: Can Destination Use Patterns Enhance Understanding of the VFR Market?, *Journal of Vacation Marketing*, 8(3), 201-220.
- Ingram, G. (2002). Motivations of Farm Tourism Hosts and Guests in the South West Tapestry Region, Western Australia: A Phenomenological Study. *Indo-Pacific Journal of Phenomenology*, 2(1), 1-12.
- Jackson, R. T. (1990). VFR Tourism: Is It Underestimated?. *The Journal of Tourism Studies*, 1(2), 10-17.
- Karacaoğlu, S., Yolal, M. ve Birdir, K. (2016). Toplum Temelli Turizm Projelerinde Katılım ve Paylaşım: Misi Köyü Örneği. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 103-124.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Lehto, X. Y., Morrison, A. M. ve O’Leary, J. T. (2001). Does the Visiting Friends and Relatives’ Typology Make a Difference? A Study of the International VFR Market to the United States. *Journal of Travel Research*, 40, 201-212.
- Lopez-Guzman, T. ve Sanchez-Canizares, S. (2012). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 2, 63-72.
- Morrison, A. M. ve O’Leary, J. T. (1995). The VFR Market: Desperately Seeking Respect. *The Journal of Tourism Studies*, 6(1), 2-5.
- Mortley, N. K. (2011). Strategic Opportunities from Diaspora Tourism: The Jamaican Perspective. *Canadian Foreign Policy Journal*, 17(2), 171-185.
- Öztürk, A. (2012). Bir Yerleşim Birimi Olarak Kent Anlayışında Yeni Politika: Yükselen Değer Olarak “Yavaş Kent” (Citta Slow). Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.

- Pennington-Gray, L. (2003). Understanding the Domestic VFR Drive Market in Florida. *Journal of Vacation Marketing*, 9(4), 354-367.
- Ramachandran, S. (2006). Visiting Friends and Relatives (VFR) Market: A Conceptual Framework. *TEAM Journal of Hospitality & Tourism*, 3(1), 1-10.
- Raymond, E. M. ve Hall, C. M. (2008). The Development of Cross-Cultural (Mis)Understanding Through Volunteer Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 530-543.
- Sanchez-Galiano, J. C., Marti-Ciriquian, P. ve Fernandez-Aracil, P. (2017). Temporary Population Estimates of Mass Tourism Destinations: The Case of Benidorm. *Tourism Management*, 62, 234-240.
- Seaton, A. V. ve Palmer, C. (1997). Understanding VFR Tourism Behaviour. The First Five Years of the United Kingdom Tourism Survey. *Tourism Management*, 18(6), 345-355.
- Selvi, M. S. ve Demirer, D. (2012). Ekolojik Tatil Çiftliklerinin TATUTA Projesi Deneyimine İlişkin Örnek Olay İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 187-202.
- Sin, H. L. (2009). Volunteer Tourism-“Involve Me and I Will Learn”?. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 480-501.
- Sü Eröz, S. ve Bozkurt, M. (2015). Kırsal Turizm Kapsamında Çiftlik Turizmi ve Rize İlinde Uygulanabilirliği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(1), 1-9.
- Sünnetçioğlu, S. ve Özkök, F. (2017). İyi, Güzel, Özgün Yemeğin Peşindeki Yolculuk: Gastronomi. *Journal of Awareness*, 2, 585-596.
- Taufatofua, R. G. ve Craig-Smith, S. (2010). The Socio-Cultural Impacts of Visiting Friends and Relatives on Hosts: A Samoan Study. *Island Sustainability*, 130, 89-100.
- Tören, E. (2012). Ata Toprağı Ziyaretlerinin Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi. VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Antalya, 550-566.
- Uriely, N., Reichel, A. ve Ron, A. (2003). Volunteering in Tourism: Additional Thinking. *Tourism Recreation Research*, 28(3), 57-62.
- Vajirakachorn, T. (2011). Determinants of Success for Community-Based Tourism: The Case of Floating Markets in Thailand. Doctoral Thesis, Texas A&M University.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism. Experiences That Make a Difference*. Wallingford: CABI.
- Wearing, S. ve McGehee, N. G. (2013). Volunteer Tourism: A review. *Tourism Management*, 38, 120-130.
- Yurtseven, R. H. ve Kaya, O. (2011). Slow Tourists: A Comparative Research Based on Cittaslow Principles. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(2), 91-98.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı. Ankara.

Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P. ve Vanderschaeghe, M. (2011). Can Community-Based Tourism Contribute to Development and Poverty Alleviation? Lessons from Nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 14(8), 725-749.

Zengin, B., Uyar, H. ve Erkol, G. (2014). Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. 15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı. Ankara.

İnternet Kaynakları

Mayer, H., Knox, P. L. (2006). Can The U.S. Learn From The Slow City Movement?. <https://www.planetizen.com/node/21630> (Erişim Tarihi: 11.08.2017).

Tourism Research and Marketing (2008). Volunteer Tourism: A Global Analysis. <http://www.atlas-webshop.org/Volunteer-tourism-A-global-analysis> (Erişim Tarihi: 28.09.2017).

Türk Dil Kurumu (TDK), (2017). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.598873496b7bb8.04249848 (Erişim Tarihi: 07.08.2017).

<http://cittaslowturkiye.org/#cittaslow> (Erişim Tarihi: 11.08.2017).

<http://www.onecaribbean.org/wp-content/uploads/CompetingWithTheBestWORDGoodPracticesCBTENG.pdf> (Erişim Tarihi: 05.09.2017).

<http://www.tatuta.org/?p=301&pg=10&lang=tr#tatuta> (Erişim Tarihi: 09.09.2017).

An Evaluation on Alternative Tourism and Some Kinds

Ebru ARSLANER

Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management

Günay EROL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Vocational School, Department of Travel Tourism and Entertainment

Extensive Summary

The key factor in the emergence of alternative tourism is the perception that mass tourism bears unexpected and undesirable results in environmental, social and cultural senses. The increased number of buildings incompatible with the local architecture, deterioration of the regions' authentic structure and elevated air and noise pollution cause the destruction of both green zones and cultural areas in the regions where mass tourism is concentrated (Akış Roney, 2011: 20). These perceived negative effects give rise to the necessitation of alternative tourism types and strategies more sensitive to the environment, social and cultural life. Alternative tourism, emerging in this context, claims the necessity of being sensitive and respectful towards the cultural structure and not harming the culture of the hosting region's culture (Brohman, 1996: 64). Inclusion of the local population to tourism activities, respect for the local people and culture in tourism activities and a mindset for sustainability are essential in many emerging alternative tourism types that are based on nature and culture. This study aims to evaluate certain alternative tourism types that are based on nature and culture.

The term VFR stands for trips that include friends or relative visits (Backer, 2009: 18). VFR tourists are motivated more by familial and social reasons rather than the urge to see exotic places (Morrison and O'Leary, 1995: 4). As mentioned in another study, it is possible for the VFR tourists to have various reasons for travel rather than just one (Lehto et al. 2001: 210). According to a different view, VFR tourists may make a visit because of the attractiveness of the destination where their friends or relatives are located, and not just because of their relationships with the host (Backer, 2008: 60).

Diaspora tourism is seen as a relatively new area, and because of this, its definition and conceptualization problems are still at large (Mortley, 2011: 171). According to Tören (2012: 55-556), the tourism actions that a Circassian person living in the Caucasus - whose ancestors have been or even himself/herself has been subjected to forced migration or had to migrate because of economic reasons-takes toward other regions that house Circassian people is named as diaspora tourism.

Volunteer tourism is defined as tourists' participation in local communities' actions as part of their trip voluntary (Sin, 2009: 480). Volunteer tourism stands on the basis of volunteerism. Volunteers take action with the aim of charity, serving the community in certain areas, or to participate in activities based on goodwill (Callanan and Thomas, 2005: 184). In this sense, volunteer tourism is seen as a well-intentioned and fair approach (Sin, 2009: 480).

Community based tourism is a type of tourism run by local communities in rural areas (Anuar and Sood, 2017). It is defined as a type of tourism that incorporates indigenous communities and local communities like villagers in rural areas; one that aims to ensure the inclusion of these communities in tourism's decision-making process and provide benefit for them from tourism income (Boz, 2013: 51). While the aim of community based tourism programs, at first, was to conserve small rural communities and nature; it has evolved in time, taking examples from different tourism models in the world, into a tourism model that encapsulates folklore, gastronomy and hand crafts (Zapata et al. 2011: 726).

The expansion of alternative tourism market bears importance in the context of countries' income generation. This, however, can only be realized by doing what is necessary for tourism activities. In this sense, it is seen imperative to make different plans for each different alternative tourism program and to act in accordance with these plans.