

İRFAN ARIKAN ANISINA

# Turizmde Yeni Kavramlar

Paradoks, Ekinoks, Detoks,  
İyi Turizm, Doğru Turizm,  
Organik Turizm

Prof. Dr. İrfan Arıkan – İlker Ünsever

Çalışmaların kitaplaşmasında  
katkılarını esirgemeyen  
sevgili Dr. Alev Arıkan'a ve  
Doç. Dr. Hakan Yılmaz'a  
şükranlarımızla.

---

## EMEĞİ GEÇENLER

### EDİTÖR:

Av. S. Elif Altaş

### KAPAK:

Keçi Kalesi tablosundan detay.  
Ahmet Başar

### FOTOĞRAFLAR:

Yazar arşivleri.

### KATKIDA BULUNANLAR:

Nayif ALTAŞ, Yavuz AYAZ

### YAYINLAYAN:

Ünsever Hukuk Bürosu  
Halaskargazi Cad. N° 125  
Şişli 34380 İstanbul TR  
T: +90.212.230 73 89 / 231 13 89  
E: unsever@unsever.com

### GRAFİK TASARIM ve YAPIM:

Üretimevi Ltd.

### BASKI:

Ofset Baskı, İstanbul

---

Ücretsiz yayındır.

### HER HAKKI MAHFUZDUR.

Yazı, fotoğraf ve diğer görsellerin izin  
alınmadan veya kaynak  
gösterilmeden her türlü ortamda  
çoğaltılması yasaktır.

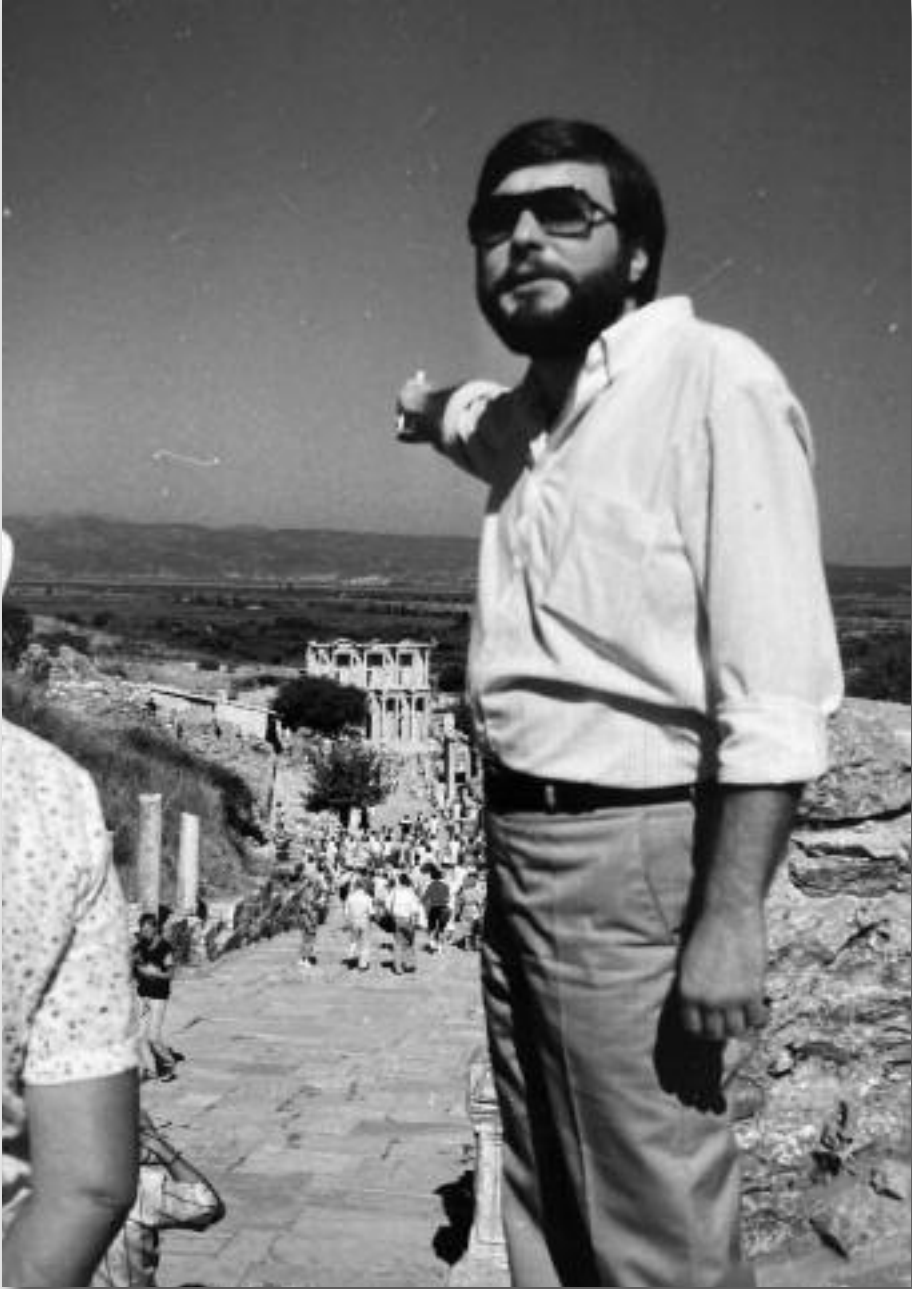
Eylül 2022

İRFAN ARIKAN ANISINA

# Turizmde Yeni Kavramlar

Paradoks, Ekinoks, Detoks,  
İyi Turizm, Doğru Turizm,  
Organik Turizm

Prof. Dr. İrfan Arıkan – İlker Ünsever



Türkiye'nin turizm akademisyeni rehberlerinden İrfan Arıkan Efes'te.

---

# İçindekiler

---

Turizmle 50 Yıl! (1971-2021) _____	4	Importance of Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox for Urban Environments _____	71
İrfan'a _____	6		
Yazarlar Hakkında _____	8	Turizmde Yeni Kavramlar: İyi Turizm, Doğru Turizm, Organik Turizm _____	83
Kitapta Yer Alan Çalışmalar Hakkında _	10		
Turizm Paradoksu ve Turizm Paradoksundan Çıkış Yöntemi Olarak Sakin Şehir (Cittaslow) Hareketi _____	13	An Analysis of Tourism Development: Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox _____	91
Tourism Paradox vs. Sustainability: A Case From Turkey _____	25	Tourism Concepts within the Scope of Cittaslow Philosophy (A “De Lege Feranda” Study) _____	99
Turizm Ekinoksu: Tarım Ekonomisi Odaklı Yörelerde Turizmin Gelişim Modeli _____	33	Importance of Tourism Equinox for Sustainable City Tourism _____	109
The Trap vs. the Remedy: Tourism Paradox and Tourism Equinox _____	41	Tourism Development at Agricultural Economy Focused Destinations. A Case Study in Trilye/Turkey _____	123
Reconstruction of Tourism: Tourism Detox _____	51	Bildiri ve Makaleler Künyesi _____	127
The Treatment is within The Disease: Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox _____	61	Özgeçmişler _____	129

---

---

## Turizmle 50 Yıl! (1971-2021)

---

Yurt dışı tur lideri, profesyonel turist rehberi, seyahat acentesi genel müdürü ve akademisyen olarak turizmle yaşanan tam 50 yıl! Aslında turizmle tam 57 yıl önce tanıştım. Leyli meccani (parasız yatılı) olarak okuduğum İstanbul Erkek Lisesi'nde hazırlık sınıfındayken okulumuza yakın olduğu için hafta sonları Sultanahmet'e gider, turistlerle konuşmaya çalışırdık. Hayatımda kazandığım ilk yevmiyem, Alman Çeşmesi önünde tanıştığım İsviçreli genç bir çiftle Topkapı Sarayına kadar eşlik ettikten sonra, bana verdikleri Suchard marka çikolata olmuştu. O çikolatanın lezzeti bugün bile damağımdadır.

Orta ikinci sınıfı bitirince Nuruosmaniye'de Bosfor Deri mağazasında tezgahtarlık yaptım. Hem cep harçlığını çıkarıyor, hem de kruvaziyerlerle gelen Alman turistlere deri ceket satmaya çalışıyordum. İstanbul Erkek Lisesi'nden mezun olunca beden eğitimi hocamız Selim Duru'nun sahibi olduğu Duru Turizm'de yurt dışı tur lideri olarak çalışmaya başladım. 1971 yılının bir Temmuz günü Ayasofya önünden elimde içi dolarla dolu bir bond çanta ile ilk yurt dışı turuma çıktım. O zamanlar otobüs ile yapılan bu yurt dışı turlar 10-15 gün sürer, Edirne'den çıktıktan sonra Bulgaristan, Yugoslavya, Avusturya, Macaristan, Çekoslovakya, Almanya, Fransa gibi ülkeler gezildikten sonra, yine Kapıkule üzerinden Türkiye'ye dönülürdü.

1974 yılında Turizm Bakanlığı'nın açmış olduğu Profesyonel Turist Rehberliği Kursuna devam edip ülkesel profesyonel turist rehberi kokartımı aldım. Akademisyenlik yaşamım 1984 yılında Boğaziçi Üniversitesi'nde yarı zamanlı öğretim görevlisi olarak başladı. 2010 yılında ise Anadolu Üniversitesi'nden emekli oldum. Türkiye'de ve yurt dışında davet edildiğim üniversitelerde çeşitli turizm dersleri verdim.

Yanlış hesaplamadıysam bugüne kadar yaklaşık elli bin turiste güzel Türkiye'mizi tanıtmaya çalıştım. Gerek derslerime ve seminerlerime katılan öğrencilerimle, gerekse hocalarım ve mesai arkadaşlarımla oluşan güzel dostluklar ve biriken tatlı anılar elli yılın en büyük zenginliği oldu. Barış Manço'nun seslendirdiği gibi:

*Usta terzi dar kumaştan bol gömlek diker  
Doğru tartan esnaf rahat, huzurlu gezer  
Eğrinin ve doğrunun hesabı mahşerde  
Dünyada biraz huzur her şeye bedel  
Sağlığın nasıl gülüm sen ondan haber ver  
İlaç neye yarar vade gelmişse eğer  
Han senin, hamam senin, konaklar senin  
Tarla senin, çiftlik senin, bağ bostan senin  
Diyelim ki dünya malı tümünden senin  
Ağız tadıyla yersen bir şeye benzer  
Sağlığın nasıl gülüm sen ondan haber ver  
İlaç neye yarar vade gelmişse eğer  
Barış der biraz tuzum ekmeğim olsa  
Buz gibi pınar suyundan bir testim olsa  
Bir de şöyle püf püf bir çınar gölgesi  
Kaç kula nasip olur ki keyfin böylesi  
Bir lokma ye, bir yudum iç, bir oh çekiver  
İlaç neye yarar vade gelmişse eğer  
Halk içinde muteber bir nesne yok devlet gibi  
Olmaya devlet cihanda bir nefes sıhhat gibi.*

SAĞLIKLI, HUZURLU, MUTLU VE YANGINSIZ  
GÜZEL GÜNLER DİLEKLERİMLE.

**İrfan Arıkan**  
8 Ağustos 2021

---

## İrfan'a

---

Sevgili İrfan,

Hani seninle şu bildirilerimizi, makalelerimizi falan toplayıp kitap yapacaktık ya, sen bizi bırakıp gidince bu iş bana kaldı... Alacağın olsun!

Sen bu işin başında olsaydın en az dört ay önce toplamış, elden gözden geçirmiş, bastırıp dağıtmıştık bile, bana kalınca biliyorsun... Kongre Turizmi ve Hukuksal Analizi'ni yazarken sen senin kısmı bitirmiştin de ben bir türlü kendi kısmıma başlayamamıştım, kızmış ama sitem bile etmemiştin. (Zaten hep böyleydin, içine atar her şeyi dert eder ama muhatabına tek bir kötü söz demezdin) Sonra beni zorla bilgisayarın başına oturtup çalıştırmıştın, ben başlayınca devam ederim ama bir bahane çıkar da ara verirsem yeniden başlaman zaman alır, bunu bildiğin için ben bitirene kadar iki gün iki gece benim yanımda masada oturmıştın. Sonra ben "iyi ki yazdırdın bana bunları" dediğim için her ortak çalışmamızda aynı taktiği kullanmıştın. Bu yüzden kaç kez beraber sabahladık, kaç tane bildiri, makale böyle ortaya çıktı... Şimdi yine

"iyi ki beni zorlamışsın" diyorum, ortak imzalı makale ve bildirilere baktıkça... Senin sayende ortak düşüncelerimizi, büyük tartışmalarla bir düzleme oturttuğumuz yeni teorilerimizi, turizme dair yeni bakış açılarını dünyaya açtık. Benim seninle paylaştığım fikirlerin, tezlerin akademik elbise giymesi, senin titiz çalışanla elâlem içine çıkabilir hale gelmesi ve uluslararası kongrelerde sunulması, yayınlarda yer bulması olmasaydı kendi ismimi benim için gurur kaynağı platformlarda, önemli üniversitelerin kitaplıklarında görmem mümkün olur muydu?

Sana teşekkür edeceğim şeyler sadece makale ve bildirilerle de sınırlı değil elbette... Benim hayatımı değiştiren o günü unutmam mümkün mü? Doğuş Üniversitesinde bir hocamızın Turizm Mevzuatı dersini 1998 de bir yıl için üstlendiğimde, seninle ders arasında koridorda karşılaşmıştık.

O güne kadar çok kez aynı ortamlarda bulunmuştuk, hatta Doğuşa karşılaştığımız zaman beraber TUYED Yönetim Kurulu üyeliği yapıyorduk.





İlker Ünsever ve İrfan Arıkan. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir

Bana “Ders verdiğini neden söylemedin?” diye çıkmıştın. Sonra senden gelen davetle Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliğinde ders verme süreci başlamıştı; senin sorumlu olduğun sertifika programında ve akabinde aynı yıl bölüm hocalarımın uygun görmesi ile lisans programında Turizm Hukuku derslerini üstlendim. Birbirimize hep “Hocam” dedik seninle ama bugün bana “Hocam” denilmesinin sebebi de en başta sen oldun. Sakin Şehir Bilim Kurulu üyeliğinde de beraberdik, Krems’te de... Yine sayende Krems’de konuk konuşmacı oldum, dersini paylaştın benimle, Krems’teki evini, Boğaziçi’nde odanı paylaştığın gibi... Ve birbirimizle dertlerimizi, sevinçlerimizi paylaştığımız gibi...

Seninle yapacağımız o kadar çok şey vardı ki senin o meşhur not kağıtlarına girmiş... Hatta bazıları büyük kağıttan küçük cep kağıtlarına geçecek hale bile gelmişti. Bitirince sen üzerlerini çizecek, sonra yeni bir kâğıda yapılacaklar listesine temiz olarak geçirecektin. Meselâ beraber yazdığımız Bilirkişi Raporları’nı da

yayına hazırlayacaktık değil mi? Şimdi “Bir işi de kendin yap, ne olacak, yazılmış raporları derlemekte!” diyorsundur ama kırılırım diye içinde tutuyorsundur söyleyeceklerini. Ah be Hocam! Sen böyle apansız giderken kırdın bizi, büsbütün dağıttın, darmadağın ettin... Keşke beni de başkalarını da kırmaktan bu kadar çekinip her şeyi içine atmasaydın, neler, neler yapıyor olurduk şimdi!

Neyse Hocam, bilirsin çenem düşünce susmam, burada keseyim artık, oralardan bakıyorsundur bize, umarım yaptığımız işi beğenirsin, en azından cebindeki kâğıda o titiz yazınla yazdığın ve hep yeni kâğıda aktardığın yapılacaklar listesinden bunu silebilirsin...

Hoşça kal ve benzeri bir sözcüğü yakıştıramadım sana be Hocam! Buluşmak nasıl olsa kaçınılmaz... O halde merhaba Hocam, merhaba!

**İlker Ünsever**

---

## Yazarlar Hakkında

---

### İRFAN ARIKAN

Prof. Dr. İrfan Arıkan, çok genç yaşta turist rehberliği ile başlayan turizm serüveninde, seyahat acentası yöneticiliği dahil birçok alanda profesyonel olarak çalışmış, akabinde turizm alanında akademik hayata atılmıştır. Akademik çalışmaları döneminde de turizm sektöründen kopmamış, turizmcilerle SKAL gibi sosyal yapılardaki görevleri, turizm çalışanlarına verdiği eğitimler gibi vesilelerle hep bir arada olmuştur. Özellikle profesyonel turist rehberliği mesleğinin şekillenmesinde oldukça önemli roller üstlenmiş, akademik hayatının başlangıcı dönemi dahil olmak üzere turist rehberi olarak uzun yıllar çalışmaya da devam etmiştir. Seyahat acentası yöneticiliği döneminde de iç turizmden incoming servislere kadar turizmin her alanında çalışırken turizmin gelişimine de “içinden” tanıklık etmiştir.

Prof. Dr. İrfan Arıkan, akademik hayatında da turizm alanında mesleki eğitime önem vermiş, Boğaziçi Üniversitesi’nde lisans programındaki derslerinin yanı sıra uzun yıllar sorumluluğunu üstlendiği yine üniversite bünyesinde sürdürülen

“Turizm Sertifika Programı”, BUYEM bünyesinde gerçekleştirilen ve tüm Türkiye’yi kapsayan çeşitli eğitimler ve projelerde üstlendiği görevlerle turizm sektörüne çok sayıda kişiyi kazandırırken turizm teorisi ile pratiğini bir araya getirme ihtiyacını hissetmiştir.

Anadolu Üniversitesi’nden emekli olduktan sonra görev aldığı Krems, Avusturya’daki IMC-FH Üniversitesi’nde Turizm ve Etkinlik Yönetimi programı dahilinde turizm pratiği ile teorisinin buluşmasını hedeflediği çalışmalarına hız vermiş, vefat ettiği güne kadar bu çalışmalarını sürdürmüştür.

## İLKER ÜNSEVER

Avukat, Öğr. Gör. İlker Ünsever, 1961’de İzmir’de doğdu. İlk ve orta öğrenimini Karşıyakada tamamladı. 1985’te Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi’ni bitirdi. 1986 yılında İzmir Barosu üyesi olarak başladığı avukatlık mesleğini, 1996 yılından bu yana İstanbul Barosu üyesi olarak sürdürmekte olan Ünsever, turizm yatırım ve işletmeciliğinde karşılaşılan hukuki sorunları çalışma alanı olarak seçmiş, başta tur operatörleri olmak üzere seyahat işletmeleri arasındaki uyumsuzlukların çözümü için çeşitli projelerde yer almıştır.

TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) Hukuk Müşavirliği yaptığı 1994-1999 yılları arasında turizm mevzuatının oluşumu çalışmalarına katılmış olan Ünsever, turizm sektörünün yaşadığı sorunlar üzerine çalışmalarının yanı sıra 1998 yılından bu yana da Boğaziçi Üniversitesi’nde verdiği Hukuka Giriş ve Turizm Hukuku derslerinde deneyim ve birikimlerini öğrencileri ile paylaşmıştır. Turizm Hukuku alanında kitaplar ve çeşitli dergilerde yayınlanan hukuki makalelerin yanı sıra bilimsel

kongre ve konferanslarda tebliğler sunmuştur.

Ünsever, Avukatlık mesleğinin yanı sıra, 1999 yılından bu yana Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde yarı-zamanlı öğretim görevlisi olup Turizm Hukuku, Temel Hukuk dersleri vermektedir. Yine BUYEM (Boğaziçi Üniversitesi Yaşam Boyu Eğitim Merkezi) programları dahilinde; İnsan Kaynakları Enstrümanı Olarak Hukuk, Etkinlik Hukuku, Etkin Yöneticinin Hukuku, Aile Anayasası gibi dersleri vermektedir. Ayrıca 2018 yılından bu yana yeniden “TÜRSAB Hukuk Başkanışmanı” olarak görev yapmaktadır. TÜRSAB TV’de düzenli olarak “İlker Ünsever İle Turizm Hukuku” programını sürdürmektedir.

Prof. Dr. İrfan Arıkan ve Av. Öğr. Gör. İlker Ünsever, beraber gerçekleştirdikleri akademik çalışmalarda ortaya koydukları tespit ve kavramları Türkiye ve Dünyanın çeşitli ülkelerinde sundukları kongrelerde savunmuş, çalışmaları çok sayıda atıf almıştır.

---

## Kitapta Yer Alan Çalışmalar Hakkında

---

Turizm olgusunun endüstriyel bir hâl alması ve iktisadi boyutuyla büyük önem kazanmasıyla birlikte klasik turizm tanımları ve bu tanımlara dayanan değerlendirmelerin yaşanan gerçeklikten uzaklaşmaya başlamış, bu durum önce “işin içindekiler”, yani turizm pratiğinde olanlar tarafından görülerek gündeme getirilmeye, “sürdürülebilir turizm” kavramı ifade edilmeye başlanmıştır.

Gerek Prof. Dr. İrfan Arıkan ve gerekse Av. Öğr. Gör. İlker Ünsever, turizm pratiğinin içinde olmakla beraber akademik alanda da turizmi seçmiş kişiler olarak turizm endüstrisindeki gelişmelere yakından tanıklık ederken turizme çok yönlü/katmanlı/boyutlu bakmak gerektiği düşüncesini bulundukları ortamlarda; derslerde, projelerde savunmuşlardır.

Arıkan ve Ünsever’in çalışmalarının temelinde yer alan üç unsur: Turizmin kontrolsüz gelişiminin olumsuz etkileri; Turizmin olumsuz etkilerinden korunmanın temel noktaları ve turizmin olumsuz etkileri sonucunda oluşan bozulmanın giderilmesi olarak

özetlenebilecek ve “Ne? Neden? Nasıl? Ne yapmalı?” sorularına aradıkları cevaplar olarak ifade edilebilir.

Yazarlar, birlikte geliştirdikleri tespitler sonucunda “Turizm Paradoksu”, “Turizm Ekinoksu” ve “Turizm Detoksu” kavramlarını ortaya atarak çalışmalarını bu kavramlar çerçevesinde sürdürmüşlerdir. Bu kavramlardan ilki olan “Turizm Paradoksu” tanımı ilk olarak Prof. Dr. İrfan Arıkan’ın yöneticiliğini üstlendiği “Datça Turizmi” üzerine yapılan bir çalışma sonucunda yayınlanan kitapta Ünsever tarafından ifade edilmişse de kavram akademik niteliğine Arıkan ve Ünsever’in birlikte kaleme alarak 2012 yılında Antalya’da Akdeniz Üniversitesi bünyesinde gerçekleştirilen 13. Ulusal Turizm Kongresinde sundukları “Turizm Paradoksu Ve Turizm Paradoksundan Çıkış Yöntemi Olarak Sakin Şehir Hareketi” isimli bildiride akademik camiayla paylaşılmıştır. 2012 yılını takip eden süreçte “Turizm Paradoksu” kavramını başka akademisyenlerle de paylaşarak farklı boyutları ile ele alan Arıkan ve Ünsever, bu kavramlara “Turizm Ekinoksu” ve

“Turizm Detoksu” kavramlarını da ekleyerek soruna tespitler dışında korunma ve düzeltme olanakları üzerinden bütüncül bir bakış geliştirmişlerdir.

Arıkan ve Ünsever yukarıda yer alan kavramları ele alan çalışmalarından başka turizm terminolojisinde yeni bir tartışma başlatan ve turizm türleri yerine her türün sahip olması gereken temel özellikler açısından değerlendirilmesi gerektiğini ileri sürdükleri “İyi Turizm”, “Doğru Turizm” ve “Organik Turizm” kavramlarını Bursa’da gerçekleştirilen “Uludağ Üniversitesi 1. Uluslararası Kırsal Turizm Kongresindeki bildirileri ile ortaya koymuşlar, daha sonra bu çalışmayı da uluslararası alana taşımışlardır.

Bu kitapta yer alan bildiri ve makaleler yukarıda da açıklandığı gibi üç temel kavram etrafında şekillenen, birbirini tamamlayan, bu yönleriyle birbirini tekrarlayan çalışmalardır. Aynı temel tespit ve teorinin farklı ortam ve alanlardaki gelişiminin takip edilebileceği çalışmalar birbirine yakın olsa da aralarındaki farklar kavramların kullanımı ve konumlanması açısından önem taşımaktadır.

Prof. Dr. İrfan Arıkan’ın aramızdan çok erken, beklenmeyen ayrılığı birçok çalışmayı eksik bırakmış olsa da bu kitapla mevcut çalışmaları bir araya getirmiş olmak İrfan Arıkan Anısını yaşatmanın sadece bir yöntemidir. Başka yöntem ve çalışmalarla İrfan Arıkan’ın ışığı, öğrenci ve bu alanda çalışan akademisyenlere yön göstermeye devam edecektir.



Genç turizm rehberi İrfan Arıkan

# Turizm Paradoksu ve Turizm Paradoksundan Çıkış Yöntemi Olarak Sakin Şehir (Cittaslow) Hareketi

Tourism Naturally Online Symposium, Deggendorf Institute of Technology, Germany, October 2021  
*Doğal Turizm Online Sempozyum, Deggendorf Teknoloji Enstitüsü, Almanya, Ekim 2021*

---

## ÖZET

Günümüzde mevcut turizm tanımlarının tamamı bize; “insanların gezme, görme, eğlenme ve öğrenme gibi amaçlarla, bir yerden başka bir yere gidip, orada zaman geçirmesinin turizm olduğunu” söylemektedir. Bir yerden diğer bir yere gidilerek (seyahat) ve orada yeme-içme ve konaklama gibi ihtiyaçlar giderilerek yapılan işin adıdır turizm. “Daha çok turist = Daha çok turizm geliri” gayet anlaşılabilir bir denklemdir. Yeni binalar, yeni yaşam biçimi, yeni sosyal ve ticari ilişkiler, yeni kazançlar, gidilen yerde (turistik yer-destinasyon) hızla artacaktır. Yeni tesisler inşa edilecek, „daha çok’ ve „daha da çok’ için, gidilen yerdeki görülmeye değer her şey hızla küçülecek, yok olacaktır. İşte TURİZM PARADOKSU bu aşamada ortaya çıkmaktadır, çünkü görülesi her şey görmeye gelenlerce tüketilebilmektedir.

Sürdürülebilir turizm kavramının tanımı, çerçevesinin belirlenmesi, ilkelerinin ortaya konulması önemli bir süreçtir. Gelineen noktada sürdürülebilir turizm kavramının hayata geçirildiği örneklerle ihtiyaç duyulmaktadır. Şehir nüfuslarının artışı ile birlikte oluşan sorunlar ağına karşı sağlıklı çözümler bulabilmek amacıyla yeni uygulamalar, projeler ve sürdürülebilir sağlıklı bir şehir için çalışmalar günümüzde giderek önem kazanmaktadır. Bu uygulamalardan, son yıllarda başta İtalya olmak üzere pek çok Avrupa ülkesinde hatta ABD’de başarıyla yürütülen “Citta Slow-Slow Cities (Sakin Şehirler)” oluşumu, turizm paradoksundan çıkış yöntemi olarak önerilmektedir.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Turizm, Sakin Şehir, Turizm Paradoksu, Sürdürülebilir Turizm.

## GİRİŞ

Bu çalışmada turizme başka bir açıdan bakmanın yanı sıra bilimsel makale düzenine de farklı bir açıdan yaklaşarak “öz-biçim” ilişkisi sağlamlaştırmaya çalışılmıştır. Bilimsel veri ve gözlemler, içten ve mümkün olabildiğince edebi biçimde aktarılmaya çalışılmıştır. Umarız bu yaklaşımımız çalışmamızdaki bilimsel bakış açısının göz ardı edilmesine neden olmaz...

Ateşle çevrilen akrebin kendini sokması bilinen bir davranış biçimidir. Turizmle çevrelenen, sınıksız sarılan, turizmi bir yaşam biçimi olarak kabullenen yerler için turizm, akrebin etrafındaki ateş çemberi olur kimi zaman! Öyle ki turizmle çevrilen, örtülen yerler, akrebin kendini sokması gibi bulunduğu yeri “yok” eder! Akrp ve ateş metaforu yeni bir şey değil belki ama gerçeği ifade eden metafordur. İkinci cümledeki “kimi zaman” ifadesine dikkat çekmek gerekirse, henüz “her zaman” değildir, ama “çoğu zaman” olmasına ramak kalmış bir zamandır, şimdiki zaman. Ateş ve akrep metaforundan hareketle turizmi sayılardan ya da turizm gelirlerinden ibaret sanarak sürdürülebilirliği dikkate almadan, arz-talep dengesini umursamadan ateşle çevirebilirsiniz doğanın ve tarihin birçok yerini.

Günümüzde mevcut turizm tanımlarının tamamı bize; “insanların gezme, görme, eğlenme ve öğrenme gibi amaçlarla, bir yerden başka bir yere gidip, orada zaman geçirmesinin turizm olduğunu” söylemektedir. Burada esas olan, bir yerden diğer bir yere geçici olarak gidilip, geri dönülmesidir. Bir yerden diğer bir yere gidilerek (seyahat) ve orada yeme-içme ve konaklama gibi ihtiyaçlar giderilerek yapılan işin adıdır turizm. İnsan, deniz, güneş, antik bir kent veya özgün bir etkinlik gibi görülmeye değer bir şeyler olduğu için evinden başka bir yere gidip orada kalmaktadır. Gidilen yerde, bulunduğu yerden farklı görülmeye ve yaşanmaya değer bir şey, sizi çağıran bir şey vardır.

Gidersiniz, görürsünüz ve kalırsınız. İyi bir şeydir; farklı olanı, görülesi olanı görmek, bilmek, tanımak. Turizmin doğuşu kabul edilen, Thomas Cook isimli rahibin oğluyla birlikte düzenlediği turlara karşı, da o zamanda bu turları küçümseyen bakışlar varmış.

Henüz 1910 da Louis Bertrand turistler için: “...turistik seyahatte gerçeklik, çevirilerinden okunmuş bir metin gibi tahrif edilmiş olarak ulaşır” derken, bir başkası ise “gittikleri yerde önlerine gelen her şeyi silip süpürüp, dükkânların raflarını boşaltmaz ama uğruna geldikleri şeyi yerken, en iyi lokmaların hızla azaldığını görürler.” (*Zygmunt Baumann-Turist Sendromu Adrian Franklin ile Söyleşi*) diye düşüncelerini dile getirmiştir. Jean-Didier Urbain ise “Yolcu ve İkizi”nde, “Turizm, özgün hale getirmekle yetinmeyerek onlara düzen vermekte ve “kutsallaştırarak” cazibe kaynaklarının biçimini bozmaktadır. Dolayısı ile “gerçeği” sahteletirmektedir” şeklinde yazmıştır. Stendhal ise, 1826 yılında Henri Beyle’nin 1959 baskılı kitabında Floransa için, “turistlerle dolu koca bir müzeden ibaret” demektedir. (*Cogito*, 2009). Acaba bu düşünürler bugünkü “kitle turizmi endüstrisini” görselerdi nasıl bir yorumda bulunurlardı?

İster Adorno’nun “kültür endüstrisi” tanımlarına, ister Jean-Didier Urbain gibi “seyahat” ile “turisti” birbirinin karşıtı görenlere itibar edin, isterseniz görülecek yerleri görme olanağını zenginlerin tekeline çıkararak günümüz turizmine biat edin, sonuç değişmemektedir: İnsanlar her olanakta “başka” bir yerde geçici ve oraya ait olmadan bulunmayı istemişler ve gelecekte de isteyeceklerdir.



Hangi saikle olursa olsun, gidilen yerde kalınacaktır. Yani konaklanacaktır ki “turizm” olsun. Ve gidip de konaklanılan “o” yerde, klima, havuz ve “spa” hizmeti veren tesisler istenecektir. Gezginlere “gel!” diyenler de gelenlerin orada zaman geçirip para harcamaları için bu tesisleri yapacaklardır. Bu tesislerin özellikleri, gelenlerin alıştıkları evlerindeki konforu, hatta daha fazlasını karşılayacak nitelikte olacaktır. Bununla yetinilmeyecek, evdekinden daha fazla yiyecek, daha fazla içecek tüketilecek, daha fazla yıkanılacak ve daha fazla şampuan ile sabun kullanılacaktır. Yani konaklayanlar doğayı, havayı, suyu ve dahi çeşit, çeşit ürünleri daha fazla tüketeceklerdir.

Bu tesisler, gidip de görmek istenilen her şeye en yakın yerde, hatta mümkünse görmek istenilen yerin tam ortasında olacaktır. İstanbul’da örneğin gidilen yer, mümkünse Sultanahmet’te ya da Boğaz’da, Venedik’te ise, San Marco meydanındaki otel tercih sebebi olacaktır. Bunlar, kitlelerde “gitme” talebinin oluşturulabilmesi ve neticesinde bu talebin karşılanabilmesi için önemli unsurlardır. Sonuçta ne kadar çok ziyaretçi gelirse, yörede yaşayanlar da o kadar çok para kazanacaktır. Öyleyse, daha çok gelir için, çok kişinin kalabileceği tesisler, gidip gelinecek yollar, havaalanları ve limanların yapılması kaçınılmaz olacaktır.

## TURİZM PARADOKSU

“Daha çok turist = Daha çok turizm geliri” gayet anlaşılabilir bir denklemdir. Öte yandan, gidilen yerde, gelecek kişiler için yapılan her şey, gidilen yerin “görülecek” niteliğinden koparılacak “parseller” üzerine inşa edilecektir. Yeni binalar, yeni yaşam biçimi, yeni sosyal ve ticari ilişkiler, yeni kazançlar, gidilen yerde (turistik yer- destinasyon) hızla artacaktır. Yeni kazançlar (ki burada turizm gelirleri oluyor) oradakilere tatlı gelecek, yeni tesisler inşa edilecek, “daha çok” ve “daha da çok” için, gidilen yerdeki görülmeye değer her şey hızla küçülecek, yok olacaktır. İşte TURİZM PARADOKSU bu aşamada ortaya çıkmaktadır, çünkü görülesi her şey görmeye gelenlerce tüketilebilmektedir. Turizmin, akrebin etrafındaki ateş olması meselesi de budur. Turizm Paradoksu, endüstriyel anlamda turizmin, turizmin varlığı için gerekli doğal ve kültürel ortamı bozması ve/veya yok etmesine verdiğimiz isimdir.

Side’yi, Aspendos’u otellerin arasına gömünce, görülmeye değerliğinden ne kadar çok şey kaybettiği kesindir. Sultanahmet’i ve Ayasofya’yı etrafındaki binalardan ayıklayabilsek (yani o binaları hiç yapmamış olsak) neler değişirdi acaba? Daha “görülmeye değer” olmaz mıydı? Ama o zaman görmeye gelenlere konaklama, yeme- içme hizmetlerini nerede sunacaktık? İşte turizm paradoksu! Oralara giden biz turistler, bizim konfor talebimiz için yapılmış otellerden etrafa bakıp da “yazık olmuş buralara” veya “bozulmuş bu Side!” demiyor muyuz? Bu da “turist paradoksu” olsa gerek!

1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, hem turizmin hem de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın en temel kanunudur. Bu kanun, özelliği itibarı ile “yap” diyen bir kanundur. İnkâr edilemeyecek bir gerçek olarak; Türkiye, bugün sahip olduğu turizm potansiyelini bu kanuna borçludur. Arazi tahsisinden imar ayrıcalığına, tüm turizm teşvikleri bu kanunun getirdikleridir. Turizm imarı konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı’nı bugün de “en yetkili” makam yapan, yine 2634 sayılı bu kanundur.

Turizm alanında yapılan hemen her şey bu kanunun ve uygulayıcısı Bakanlığın eseridir. Bu anlamda eldeki “turizm başarısı” konusunda, herhangi bir hükümet dönemine bağlı olmaksızın Bakanlık en büyük paya sahiptir. Eğer bugün, geline noktanın memnun değilsek de sebebi aynı adrestir. Bu kanuna ve dahi Bakanlığa göre, turizmi teşvik etmek ile bol bol tesis yapmak, yatak sayısını arttırmak aynı anlama gelmektedir ki bu nedenle olsa gerek, halen turizm, bu anlamda “fena halde” teşvik edilmektedir! Burada, Türkiye’deki yatak sayısının verimli kullanılmaması, arz-talep dengesinin bozulmaya başlaması, bu nedenle fiyat üzerinden rekabetin turizm gelirlerini olumsuz etkilemesi gibi birçok konu üzerinde tartışılmaya değerdir. “İşletme belgesi” tesisler ile “yatırım belgesi” tesislerin yatak kapasitelerine baktığımızda, halen eskisi gibi olmasa da “hızla” yatak üretiminin devam ettiğini gözlemlemekteyiz. Yatırım belgesi tesislerin sayısı 1970 yılında 301 iken, 2010 yılında 877 ye, 25872 olan yatak sayısı 252984 e; işletme belgesi tesislerin sayısı ise 1970 yılında 292 iken, 2010 yılında 2647 ye ve 28354 olan yatak sayısı ise 629465’e yükselmiştir (*Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012*). Bakanlık tarafından tahsis edilen ve çıkarılma aşamasında olan turizm alanlarındaki kamu arazileri de hesaba katıldığında turizmde yatak arzının artması konusunda “durma noktasına” yakın olmadığımız kesindir.

Yatak arzı durmasa da geldiğimiz noktada, devlette eskisi gibi teşvik, girişimcilerde iştah olmadığı için mi, yoksa hep söylenen “ucuz, kalitesiz turist” nedeniyle mi bilinmez, artık çevre hassasiyetimiz de öne çıkmaya başlamıştır. Kuşadası’nı, Marmaris’i kaybettikten sonra, yani “görölmeye değerlik” envanterimiz azaldıkça, turizmin sürdürülebilmesi için “korumacılık” yönümüz gelişmeye başlamıştır. Öyle ki 1982’den yakın zamana kadar “yap!” diyen, “teşvik eden” mevzuat, şimdilerde daha çok “yapma!” demektedir. “Yasak”, turizm tesisleri için “teşvik” ten daha çok karşımıza çıkmaktadır. Çevre örgütleri ve doğa dostları daha çok “yasakçı” olmakta, turizm ve çevre, çatışan kavramlar olarak gündemde yer bulmaktadır. Mevzuat ve bürokrat çatışmalarında Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Orman Bakanlığı karşı karşıya gelmiştir. Bu çatışmada çevrecilerin en önemli silahları olan Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulları da idari olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı olmalarının yanı sıra son değişikliklerle etkinlik ve bağımsızlıkları da neredeyse “yok” olmuştur. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yürütülen SİT çalışmalarında da korumacılık duvarının daha aşağı çekildiği gözlenmektedir.

## YASAK VE CEZA İLE KORUMA YÖNTEMİNİN ETKİSİ

Türkiye’de değişmeyen bir yöntemdir; yasaklamak ve cezalandırmak. Yasaklama ve bu yasaklara uymayanı en ağır şekilde cezalandırma yöntemi, “korumak” için en temel davranış biçimidir. 1983 yılında yürürlüğe giren 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu en ağır yaptırımları içeren bir kanundur. Arkeolojik Sit veya 1. Derece Doğal Sit ilan edilmiş yerden su borusu geçirenler, iki taşı üst üste koyanlar 2 seneden başlayan ve para cezasına çevrilemediği gibi ertelenmesi de mümkün olmayan hapis cezalarına çarptırılmakta, bir çok köy muhtarı Ağır Ceza Mahkemesi kapılarında sü-rünürken, bir çoğu da cezaevinde gün saymaktadır. Yani ülkemizin nadide yerleri yıl-

lardır başka bir alanda örnekleri görülmeyecek ağırlıkta kanun hükümleri ile koruma altındadır... O zaman, Side'ye, Didim'e ve saymakla bitmez diğer yerlere bakıp da koruma başarısızlığı örneği mevcut durumu nasıl açıklayacağız?

Çivi çakmanızın yasak olduğu ya da çok ağır ve yoğun prosedürlere tabi olduğu bir yığın ev yıkılmak üzeredir. Tarım alanlarında tesis yapmak olanaksız, “bağ evi” yapmak olanaksız yakın kurallara tabii iken bu yasaklarla “korunan” bu tarım alanlarını bakımsız bırakmak, tarım alanı özelliğini bakımsızlıktan kaybetmesine neden olmak bir yaptırıma tabii değildir. Bu, kültür ve tabiat varlığını korumak için yıllardır uyguladığımız bir yöntemdir. Bu yöntemin başarısını değerlendirmek için çevremize bakmak yeterli olacaktır.

Kültür ve tabiat varlığını böyle korurken, bazı bölgeleri çok daha “özel” koruma altına alınmıştır. Bunun için de 2872 sayılı Çevre Kanunu'nun 9. Maddesi uyarınca Özel Çevre Koruma Kurulları kurulmuş, bu kapsamda 1989 yılında, 383 sayılı Kanun Hükmünde Kararname çıkarılmıştır. Buna göre Bakanlar Kurulu kararları ile bir yer kapsam altına alındı mı, artık orada Özel Çevre Koruma Kurulu adındaki koruyucu makamın dediği olmaktadır. Yani özel çevre koruma varsa katmerli bir koruma var demektir. Bir bölge bu kapsama alınırken çıkan Bakanlar Kurulu kararlarının ilk maddesinin kalıbı aynen “*Ekli haritalarda kara ve deniz sınırları belirtilen alanları; çevre kirlenmesi ve bozulmasına karşı korumak, buraların doğal güzellikleri ve tarihi kalıntılarının gelecek nesillere intikalini teminat altına almak amacıyla 'Özel Çevre Koruma Bölgesi' olarak tespit ve ilan olunmuştur.*” şeklindedir. Örneğin Fethiye Ölüdeniz, 1988 yılından bu yana Özel Çevre Koruma Kurulu yetkisi altında korunmaktadır. O tarihten bu yana Ölüdeniz korunurken (!) bugünkü haline ulaşmıştır. Resimlerinden eskiyi bulmak zor değil, yeniye görmek için google earth aracılığıyla bakmak yeterli olacaktır. Öncesi ve sonrasına bakınca nasıl korunduğunun kararı çok kolay verilebilmektedir!

Yasak ve ceza ile koruma yöntemi ihtiyaçlarla çatıştığı sürece başarısızlığa mahkûmdur.

Konumuz turizm olduğuna göre, Ölüdeniz, anlatılmak istenenlere en iyi örneklerden biridir. 1990'ların başına kadar Ölüdeniz'de (Ölüdeniz tanımının içine lagün ve Belceğiz'i de almak gerekir.) çadır kampları ve (nasıl olmuşsa) tam lagünün en dibinde betonarme ama makul ölçülerde inşa edilmiş tek bir tesis vardı. Şu anda ise Ölüdeniz'de yüzlerce tesis, binlerce yatak bulunmaktadır. Nerdeyse oteli, lokantası, diskosu ve çarşısı ile Ölüdeniz Belceğiz'de koca bir şehir kurulmuştur. Lagün, kısılmış bir köşe ve resimlerde Türkiye'nin vitrini olarak binaların az ötesinde kalmıştır. Lagün içinde de “izinle” inşa edilmiş yeme-içme tesisleri, havadan bakıldığında bile rahatsız edici bir görüntü vermekte, yeni çekilen fotoğraflarda Ölüdeniz'i resimlerken kadraj gittikçe küçülmek zorunda kalmaktadır. İnsan merak ediyor, acaba, kaç tesisi daha “kaldırabilir” Ölüdeniz ve çevresi? Ya da soruyu tersten sorarsak: Daha kaç “yatak” Ölüdeniz'i gerçekten öldürebilir?

Fethiye'de 61 adet turizm işletme belgeli ve 5 adet turizm yatırım belgeli tesis yer almaktadır. Yerel belgeli tesislerin sayısı 750'dir. İlçedeki toplam tesislerin oda sayısı 20.723, yatak kapasitesi ise 42.602'dir. Fethiye'deki tesislerin %18'i ilçe merkezinde, %18'i Çalış'ta, %30'u Ölüdeniz'de, %24'ü Hisarönü-Ovacık'ta, %5'i Göcek'te yer almaktadır. (Fethiye İlçe Raporu: [www.geka.org.tr/yukleme/dosya/FETHIYE.docx](http://www.geka.org.tr/yukleme/dosya/FETHIYE.docx), Erişim Tarihi: 29.08.2012)

Turizm Paradoksuna karşı geliştirilen endüstriyel olmayan turizm çeşitlerinden “agro turizm” için tarımsal alanların yakınında ve hatta içinde tesislere ihtiyaç duyulduğu ortadadır. Örneğin zeytin ağaçları ile kaplı alanlar “özel tarım arazisi” olarak nitelenmektedir. Özel tarım arazilerinde tesis yapmak mümkün değildir. Parsel bazında %5’i ve her durumda toplam 250 m<sup>2</sup>’yi geçmemek üzere “bağ evi” yapmak için, yola cep-heli olmak vb. kurallar söz konusu olmaktadır. Zeytinlik içinde “Provence” ve “Toscana” daki gibi yapılar ve ağaçlar arasında yollar, setler, rekreasyon alanları şeklinde düzenlemeler yapmak mevcut İmar Kanunu ve ekli mevzuat, örneğin “3573 sayılı Zeytinciliğin Islahı ve Yabancıların Aşılattırılması Hakkında Kanun” ve “Plansız Alanlar İmar Yönetmeliği” kapsamında “yasak” kapsamındadır. Böylece “zeytin ağacı varlığı” koruma altına alınmış olmaktadır. Ancak, aynı zeytinliği bakımsız bırakmak, ağaçlara bulaşan hastalıkla mücadele etmemek, erozyona karşı önlem almamak, ağaçları budamamak vb. davranışlar yasak kapsamında değildir. Böylece zeytin ağaçları içinde, zeytincilik faaliyetine entegre olarak yaşamak, turistik anlamda konuk ağırlamak, “agro turizm” işletmesi oluşturmak olanaksız olurken, zeytinliğin bakımsızlıktan yok olması bir yasak ya da cezaya tabi olmamaktadır.

Koruma kavramını “yasak” ve “ceza” ile hayata geçirmenin mümkün olmadığı kanıtlanmış bir durum olarak karşımızdadır. *Fair tourism and organic tourism* (Arikan & Ünsever, 2017).

## SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMI

Bu tesbitleri ortaya koyarken “turizm olmamalıdır” ya da “turizm kötüdür”, “turizm çevre düşmanıdır” gibi bir fikir öne sürülmemektedir. Turizm olmalıdır ve olacaktır da! Ama nasıl bir turizm? Bozmayan, yok etmeyen, koruyan, korumayı finanse eden bir turizm elbette. Bunun için, yani sürdürülebilir turizm için yapılacak çok şey var. Ortak akıl harekete geçmeli, resmi akıl ortak aklı dikkate almalı, yanlışları tekrarlamayıp, doğruya izin ve destek verilmelidir. Sadece zenginliğin paylaşımı için değil, anlamak için, sevmek için, kabul etmek için turizm olmalıdır. Mardin’de hiç gitmemiş olan bir gezginle, Mardin’de 15 gün yaşamış olanların, Mardin ve Mardinli için yargıları farklıdır. Türkiye’ye gelmiş, gezmiş bir Avrupalı için de Türkiye farklıdır, gezdikçe tanır, tanıdıkça seversiniz.

Turizm yalnızca “bozan” değildir, olmamalıdır. Bozulmaması için tek çare yasaklar, engeller değildir. Su, önüne konan setleri eninde sonunda yıkacaktır. Doğru olan, insanoğlu ve “medeniyeti” ile doğanın barışı için suyun akışına barışçı bir yön vermektir. Çare, turizme salt “ticari” bakmamakta, ona doğru bir yön verebilmektedir. Sürdürülebilirlik, içi doldurulması, hukukla sarmalanması gereken bir kavram olarak görülmeli ve herkes için her alanda sürdürülebilirliği sağlamak bir görev olmalıdır.

Sürdürülebilir turizm kavramı üzerine yapılan çalışmalarda üretilen bir çok görüş bu alanda ilerlemelere katkı sağlamaktadır. Sürdürülebilir turizm kavramının tanımı, çerçevesinin belirlenmesi, ilkelerinin ortaya konulması önemli bir süreçtir. Gelinektada sürdürülebilir turizm kavramının hayata geçirildiği örneklerle ihtiyaç duyulmaktadır. Şehir nüfuslarının artışı ile birlikte oluşan sorunlar ağına karşı sağlıklı çözümler

bulabilmek amacıyla yeni uygulamalar, projeler ve sürdürülebilir sağlıklı bir şehir için çalışmalar günümüzde giderek önem kazanmaktadır. Bu uygulamalardan biri de son yıllarda başta İtalya olmak üzere pek çok Avrupa ülkesinde hatta ABD’de başarıyla yürütülen “Citta Slow-Slow Cities (Sakin Şehirler)” oluşumudur.

## SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İÇİN ÖNEMLİ BİR ÖRNEK: SAKİN ŞEHİR

Hızlı yaşamının diğer adı olan “Amerikan Tarzı” hayata bir alternatif olarak, hayatı yavaş, tadına vara vara, sükûnet içinde keyif ve haz alarak yaşamayı öngören bir kavram olan “Sakin Şehirler”; yemek kültüründen şehir planlamasına ve turistik faaliyetlere kadar her aktivitenin yavaşlık, sakinlik ve tarihi mirasa saygı prensipleriyle düzenlenmesi gerekliliğini öngörmektedir.

Turizmin sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik boyutları göz önüne alındığında yeni turistik destinasyonların yaratılmasında “Sakin Şehirler”in oldukça etkili olabileceği düşünülmektedir. “Sakin Şehirler” yaklaşımının turizme uyarlanması ve bu hareketin uygulanabileceği yeni destinasyonların oluşturulması, doğal, özgün ve sakin bir yaşam (ya da tatil) özlemi çeken turistik tüketicilerin talebini karşılayacak ve yeni turistik yaşam alanlarının geliştirilmesine katkıda bulunacaktır. (Arikan & Uca, 2008, 167-176)

Aslında, “Sakin Şehirler” oluşumunun “Hızlı Beslenme (Slow Food)” hareketinden çok güçlü bir biçimde etkilendiğini söylemek mümkündür (Radstrom, 2005). Günümüzde, hava ve gürültü kirliliği, betonlaşma, biyolojik çeşitliliğin azalması, kültür ve yaşam tarzı yozlaşmaları, yerel kimlik ve öğelerin etkilerinin yok olması vb. tehlikeler insanları yeni, denenmemiş, çevre ve kültür dostu turistik uygulamalara yönlendirmekte ve bu anlamda güdülemektedir. Turizm alanında günümüzde bu yöndeki eğilimler “Slow (Sakin) Turizm” ismiyle adlandırılmaktadır (Matos, 2002). Sakin turizm terimi, aslında bir bakıma belli bir bölgede gerçekleştirilecek olan turistik faaliyetlerden elde edilecek “yüksek seviyede zindelik”i ifade etmekte ve “sağlıklı beslenme”, “hareket”, “kültürel” ve “manevi yenilenme”yi içermektedir (Mueller ve Kaufmann, 2001). Bölgenin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi potansiyelin kitle turizminin olumsuz etkilerinden korunarak, sürdürülebilir bir turizm destinasyonu olarak geliştirilebilmesi için, ürün geliştirme, hizmet ve tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir.

Bu çabalar destinasyonun sakin şehir olarak gelişiminde çok önemli rol oynayacaktır. Bunun için öncelikli olarak turizm destinasyonlarını, onları oluşturan unsurları ve yaşam döngülerini inceleyerek bölgenin bir sakin şehir destinasyonu olarak nasıl geliştirilebileceği irdelenmelidir.

## SAKİN ŞEHİR HAREKETİ

1987 yılında Çevre ve Kalkınma Dünya Komisyonu tarafından yayınlanan Brundtland Raporu’nda belirtilen sürdürülebilirlik düşüncesinin dört temel ilkesinden

(*Erdoğan, 2003, 99*) yola çıkarak, sakin şehir (Citta Slow) düşüncesinin temel ilkelerini şu şekilde belirlemek mümkündür:

**Saadet:** İnsanın doğayla ve çevresindeki kişilerle uyum içinde yaşaması gerektiğine inanması; yerel halkın yaşam kalitesinin artırılması; yaşanan çevreden ziyaretçilerle beraber aynı hazzın alınması,

**Sabır:** Ekolojik süreçleri korumanın ve yaşatmanın önemine inanılması; kısa vade yerine uzun vadeli fayda beklentilerine önem verilmesi,

**Sadelik:** “Mutluluk minimumdadır” düşüncesiyle yeni bir yaşam felsefesi oluşturularak davranış biçimlerinin sakin şehirlerin ilkeleri doğrultusunda değiştirilmesi, bisiklet yolları ve park yerleri yapılarak bisiklet kullanımının teşvik edilmesi,

**Sağlık (Sihhat):** İnsanın, doğanın kendisine tanıdığı sınırlar doğrultusunda yaşamını düzenlemesi; teknolojinin olanaklarını bu sınırlar içinde kullanması; “Slow Food” yani hazlı beslenmeye öncelik verilmesi; hava ve su kalitesinin yükseltilmesi; organik ürün üretilmesi ve çevre ekolojisinin geliştirilmesi,

**Sahiplik:** Tüm sektörleri kapsayan uzun dönemli planlamanın yapılması; 2000’li yıllardan sonra benimsenen yerel halkın “yerel düşün, yerel hareket et.” sloganına (*Saydam, 2011, 142*) uygun olarak, yörelere değer katmak için çalışmalarda bulunması; geleneksel yapıların ve el sanatlarının korunması, yerel ürünlerin ticarileşmesi için alanlar yaratılması,

**Saygı:** Turizm endüstrisinin paydaşları ile kamu ve özel sektör arasında karşılıklı koordinasyonun sağlanması; evrendeki tüm canlıların yaşamına saygı duyulması,

**Sessizlik (Sukunet):** Temiz hava, temiz su ve olumlu iklimin, gürültüden uzak bir ortamda yaratacağı etkiyi duyumsayacak şekilde canlanan ekosistemin farkına varılması; trafik ses kirliliğinin azaltılması; gürültü kirliliğinin engellenmesi; nüfusun 50.000’i geçmemesinin sağlanması,

**Sevgi:** Estetik ve güzellik kavramının her alanda öne çıkması,

**Sevinç:** Yerel halkın yaşam kalitesinin ve ziyaretçi memnuniyetinin artırılması ile ulaşılan coşkunun paylaşılması,

**Seyyah:** Doğal ve kültürel mirasın korunması için turistlerin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi; ziyaretçi yönetiminin sağlanması; hedef pazarın seçim sürecinde, destinasyona uygun farklı turist gruplarının belirlenmesi ve en uygun turist gruplarının seçimi (*Godfrey ve Clarke, 2003*),

**Sivil toplum:** Yerel halkın görüş ve düşüncelerinin dikkate alınması ve planlamaya dahil edilmesi; üreticilerin aracısız satış yapabilmeleri; kadınların üretime katılımının artmasının ve ilgili derneklerin aktif rol almasının sağlanması,

**Sorumluluk:** Doğal ve kültürel mirası koruma gereksinimi; uzun dönemde oluşacak çevresel kirlenmenin önlenerek biyolojik çeşitliliğin korunması; kaynak kullanımı ve atıkların azaltılmasına yönelik teknolojilerin geliştirilmesi; katı atıkların ayrıştırılarak toplanması; yenilenebilir enerji kaynaklarından enerji üretimi ve enerji tasarruf sistemlerinin kullanımının sağlanması,

**Sorunsuzluk:** Sorunların daha oluşmadan tüm paydaşlar tarafından önlenmesi; sorunlara neden olacak değişimlerin yönetilmesi ve yerel halk tarafından benimsenmesi; yerel halk ve ziyaretçiler arasında karşılıklı güven oluşturulması,

**Sosyallik:** Yerel halkın ve ziyaretçilerin sosyal ve estetik ihtiyaçlarının doyurulması; sosyal yeşil alanların yaratılması; sosyal ve kültürel çeşitliliğin korunması ve teşvik edil-



mesi; Prof. Dr. Ahmet İnsel'in belirttiği gibi, sakin şehir oluşumunun sadece bireysel bir keyif değil toplumsal ilişkilerden doğan bir haz olarak görülmesi,

**Stres (Sıkıcı olmayan):** Rahat ve huzurlu bireylerin bulunduğu ortamın sağlanması; slowfood ile birlikte yöre halkının eğitimi için çalışmalar yapılması,

**Sürdürülebilirlik:** Sürdürülebilir kalkınmanın temelinde kaynakların korunması ve geliştirilmesi bulunmaktadır. “Topraklarımız bize atalarımızdan miras kalmadı, biz onu çocuklarımızdan ödünç aldık” felsefesinin benimsenerek, gelecek kuşaklar için kaynakları tüketmeyecek şekilde kalkınmanın sağlanması; kaynakların sürdürülebilir bir şekilde korunması ve kullanılması; talebin mevsimselliğinin azaltılarak turizmin 12 aya yayılması; doğa koruma ile bütünleşmiş kalkınma programları ile oluşturulacak uygulamalar sayesinde yeryüzündeki yaşamın çeşitliliğinin korunması (*Türkiye Doğal Hayatı Koruma Derneği, 2000, 11*),

**Süreklilik:** Sakin şehirlere yönelik yapılan araştırmaların desteklenmesi; çevredeki kaynakların taşıma kapasitelerinin aşılmaması; bu kapasitenin dikkatli ve yaşam biçimine uygun olarak kullanılması ile kaliteli ürün ve hizmetlerin sunulabilmesi; iş olanakları yaratılarak başka yörelere oluşabilecek göçün önlenmesi.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Türkçede tesadüf eseri hepsi S harfi ile başlayan bu kavramların buluştukları ortak nokta da “KEYİF” olsa gerek. Turizm hareketinin olmazsa olmazının “keyif” olduğu hususu tartışmasızdır. “Sakin Şehirler” yaklaşımını benimseyen gezginler bu tür destinasyonların huzur ve mutluluğunu yakalamış bulunmaktadırlar. Özgün bir yaşam felsefesi olarak gelişmekte olan “Sakin Şehirler” oluşumuna uygun bir destinasyon haline gelebilmek için aday şehirlerde bir takım uygulamaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Kitle turizminden uzak bir anlayış temel alınarak, sahip olunan kültürel ve tarihi mirasın kullanıldığı yeni bir turizm destinasyonu yaratılmalı, yatırım, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri bu yönde yapılmalıdır.

Bu uygulamalara yönelik olarak aşağıdaki önerileri sıralamak mümkündür:

- “Sakin Şehirler” yaklaşımının uygulanabilirliği belirlendikten sonra gerekli stratejik planlama çalışmaları yapılarak kamu ve özel sektör işbirliğine gidilmelidir.
- Sakin şehir olmanın bölgeye sağlayacağı ekonomik, kültürel ve sosyal faydaların ortaya konulduğu projeler gerçekleştirilmeli ve yerel halkın bilgisine sunulmalıdır.
- Bu projelerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan prosedür ve başvuru konularında eğitim çalışmaları yapılmalı ve uluslararası alanda girişimlerde bulunulmalıdır.
- Bölgede alt yapı eksikliklerinin giderilmesi, turizm faaliyetlerine uyumlu alt yapının ve gerekli üst yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi için gerekli fonlar sağlanmalıdır.
- Bölgede “Hızlı Beslenme (Slow Food)” felsefesi göz önünde bulundurularak, yöresel yemeklerin tanıtımının yapılacağı ve ziyaretçilere sunulacağı, bölgenin otantik yapısını temsil eden yiyecek ve içecek işletmeleri kurulmalıdır.
- Tarihi ve kültürel çevrenin zarar görmemesi için yerel halk ve ziyaretçiler bilgilendirilmeli, bölgenin sürdürülebilir ilkeler çerçevesinde taşıma kapasitesi belirlenmeli

ve turizmin yaratacağı olumsuz çevre koşullarına karşı yerel yönetimler ve sivil toplum örgütleri işbirliği yapmalıdır.

- Yerel halkın sakin şehirler hareketine katılması teşvik edilmelidir.
- İyi bir web tasarımı ile yurt dışı ve yurt içi tanıtımlar etkili hale getirilmeli, bölgeye yönelik festivaller veya etkinlikler düzenlenmelidir.
- “Sakin Şehirler” oluşumunun başarısı, “Sakin Şehirler” felsefesinin temeli olan haz alma, dinlenme ve konukseverlik ilkelerini içeren etkin bir destinasyon yönetimi ve pazar ilişkisi sağlanmasına bağlıdır. Yapılacak bütün çalışmalarda kamu, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, özel sektör, üniversiteler ve meslek örgütlerinin işbirliği sağlanmalıdır.

Yerli ve yabancı ziyaretçilerin gelecekte de, sakin şehirlerin temel ilkelerinde bahsedilen değerlere kolayca ulaşabilecekleri, kendilerini sağlıklı, huzurlu ve güvende hissedebilecekleri, daha yeşil, daha sakin ve daha doğal destinasyonlara yönelmeleri beklenmektedir. Sakin şehirlerin sürdürülebilir bir turizm destinasyonu olarak gelişebilmesi, bu ilkeler doğrultusunda alınacak tedbirler dışında, yatırım, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde yerel halk, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve turizm işletmelerinin ortak ve yoğun çabalarını da gerektirmektedir.

Mevzuat çalışmalarında “engelleyici” olmaktan çok “öneren”, “yönlendiren” yaklaşımlar ele alınmalı, yerel idarelerin hak ve yetkilerini kullanmakta bu yaklaşımları öne çıkaran uygulamalara yer vermesi sağlanmalıdır. Turizm yapılanması konusunda “endüstriyel olmayan” büyüklük ve türler, kitle turizm alan ve yapılarından farklı kurallara tabi tutulmalı, uygulamaya yönelik yerel yönetimlerin hak ve yetkileri artırılmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Arıkan, İrfan; Uca, Selda (2008), "Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilirliğe Yönelik Bir Yaklaşım: Sakin Şehirler (Slow Cities) - Zeytinbağı'na Yönelik Bir Uygulama Önerisi", 3.Ulusal Turizm Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir Meslek Yüksekokulu, Isparta, 17 Ekim, ss.167-176.
- Cogito (2009), Turist: Modern Çağın Seyyahı, Yapı Kredi Yayınları, Sayı:59.
- Erdoğan N. (2003), Çevre ve (Eko) Turizm, Ankara: Erk Yayınları.
- Türkiye Doğal Hayatı Koruma Derneği, (2000), Doğadaki Ayak İzlerimiz, Doğal Hayatı Koruma Vakfı, İstanbul.
- Godfrey, K.; Clarke J. (2003), The Tourism Development Handbook: A Practical Approach to Planning and Marketing, Cornwall: Thomson.
- Jean-Didier, Urbain, (2009), “Yolcu ve İkizi” Turist: Modern Çağın Seyyahı, Cogito Yapı Kredi Yayınları, Sayı:59, ss:67-74.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2012), <http://www.ktbtyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9856/konaklama-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 02.09.2012.
- Matos, R. (2002), “Can Slow Tourism Bring New Life to Alpine Regions?”, Leisure Futures, Innsbruck, 11-13 Nisan, ss.254-263.



- Mueller, H. ve Kaufmann, E. L. (2001), “Wellness Tourism: Market Analysis of A Special Health Tourism Segment and Implications for the Hotel Industry”, Journal of Vacation Marketing, Sayı:7, Cilt: 1, ss.5-17.
- Radstrom, S. J. (2005), An Urban Identity Movement Rooted in the Sustainability of Place: A Case Study of Slow Cities and Their Application in Rural Manitoba, Master of City Planning, University of Manitoba, Department of City Planning.
- Saydam, Ali (2011), Vazgeçmek Özgürlüktür, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- Zygmunt, Baumann (2009), Turist Sendromu Adrian Franklin ile Söyleşi, Turist: Modern Çağın Seyyahı, Cogito Yapı Kredi Yayınları, Sayı:59, ss. 81-94.



Cittaslow Bilim Kurulu Üyeleri Gerze’de:  
Soldan sağa: İlker Ünsever, Rıdvan Yurtseven, Murat Barkan,  
Tunç Soyer, İrfan Arıkan, Bülent Kösten,



Eskişehir Anadolu Üniversitesi Profesörlük Töreni

# Tourism Paradox vs. Sustainability: A Case From Turkey

The 3rd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference,  
Conference Paper, June 2013. Taipei, Taiwan

3. Turizm Otel İşletmeciliği ve Pazarlaması Konferansı, Konferans Bildirisi, Haziran 2013, Taipei, Tayvan

---

## ABSTRACT

The proposal offered by today's competitive paradigm that the more the number of tourists arriving at a destination, the more the income for the destination sounds good at first. New buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly at the destination. The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increasing desirability of the destination. Is it, however a feasible proposal for all cases? With the increased tourism activity, there is also an increase in problems faced by the local people and tourists at the destination. The tourism paradox begins to appear at this stage since the natural and cultural resources that are worth seeing are consumed by those who come to see them. The destination would shrink and disappear. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where industrial tourism deteriorates or destroys natural and cultural environment which is necessary for tourism activities. Presently there is a need for successful examples of sustainable tourism development. New projects and approaches to solve the problems caused by the growth of urban populations and establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. This study presents examples of the tourism paradox in the Turkish context and discusses possible alternative sustainable solutions.

**KEY WORDS:** Tourism, Tourism Paradox, Sustainable Tourism, Turkey.

# Turizm Paradoksu ve Sürdürülebilirlik: Türkiye'den Bir Örnek

---

## ÖZET

Günümüzün rekabetçi paradigmasının sunduğu “bir destinasyona gelen turist sayısı ne kadar fazlaysa, destinasyon için o kadar fazla gelir elde edilir” ilk başta kulağa hoş gelen bir önermedir. Destinasyonda yeni binalar, yeni yaşam biçimleri, yabancı sermaye ve yeni sosyo-ekonomik ilişkiler hızla ortaya çıkmaktadır. Artan turist sayısı, destinasyonun artan arzu edilirliliği görüntüsünü vermektedir. Bununla birlikte, bu önerme tüm durumlar için uygulanabilir bir önerme midir? Artan turizm faaliyeti ile destinasyonda yerel halk ve turistlerin karşılaştığı sorunlarda da artış görülmektedir. Görülmeye değer doğal ve kültürel kaynaklar, onları görmeye gelenler tarafından tüketildiği için turizm paradoksu bu aşamada ortaya çıkmaya başlar. Destinasyon küçülecek ve ortadan kaybolacaktır. Turizm paradoksu, endüstriyel turizmin turizm faaliyetleri için gerekli olan doğal ve kültürel çevreyi bozduğu veya tahrip ettiği bu olguya verilen isimdir. Günümüzde sürdürülebilir turizm gelişiminin başarılı örneklerine ihtiyaç vardır. Kentsel nüfusun artmasının neden olduğu sorunları çözmek ve sağlıklı sürdürülebilir turizm destinasyonları oluşturmak için yeni projeler ve yaklaşımlar her zamankinden daha önemli hale gelmektedir. Bu çalışma, Türkiye bağlamında turizm paradoksunun örneklerini sunmakta ve olası alternatif sürdürülebilir çözümleri tartışmaktadır.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Turizm, Turizm Paradoksu, Sürdürülebilir Turizm, Türkiye

## INTRODUCTION

An analogy can be made of a scorpion stinging itself when surrounded with fire to local economies dependent on tourism. For such destinations tourism is sometimes embraced as a lifestyle and everything there becomes entwined with tourism, in effect tourism becomes the ring of fire causing “self-destruction” of the destination. Although this metaphor is not novel, it expresses the notion where tourism itself causes a downward spiral as put forth by previous tourism research that have considered the phenomenon from different points of view.

The important point regarding this fact is that although it doesn’t “always” take place, it takes place “sometimes” bordering “often”. This happens as a result of viewing tourism purely in terms of numbers and income. This view ignores the concept of sustainability, where demand and supply has to take into consideration the exhaustion and depletion of the natural and historical attractions that form the basis of tourism for the said destination.

Contemporary definitions of tourism tend to focus on “people going from one place to another”, spending time there “for the purpose of one thing or another”. It follows that the destination has to offer something that makes it worth going there. Be it the beach, the ruins, the food, the sites or some unique activity, a destination needs to offer something of value to the tourist that the tourist can’t find at home.

Tourists travel, stay, experience and enjoy. It is an enjoyable experience to touch, smell, taste, hear and see the things the destination. The tours organized by Thomas Cook and his son, which are seen as the birth point of modern tourism, were looked down upon by some as superfluous exuberance by some. Louis Bertrand stated in 1910 that “... on tourist travels, the reality reaches you as altered like a text read from its translation”, while someone else expressed his thoughts “the tourists don’t eat up everything they find in the place and empty the shop shelves – but as they eat what they came for they find the supply of tasty tidbits fast running dry” (*Urbain, 1991*). Urbain states “tourism does not only make attraction resources authentic but also organize them, and it impairs them through ‘sanctification’. Thus it make “the reality” artificial.

Regardless of the motive, the tourist will spend time at the destination, that is, they will “stay the night” for the travel to be tourism. The accommodation owners at the destination will provide these amenities to ensure that the tourist comes to the destination and spend money there. The quality of these facilities will be such as to offer the level of comfort the tourist has at home, if not higher. However, the tourist does not just stay at an accommodation but also consumes food and beverage, uses soap and shampoo, and has a bath or two, sometimes even more than they do at home. In other words, those who are accommodated consume things like various products, nature, air, water and much more.

These facilities will be located nearest to that is worth seeing, preferably right in the middle. In Istanbul, for example, the destination will be around Sultanahmet or along the Bosphorus, whereas for Venice; a hotel located in the Piazza San Marco will be preferred. These are vital elements to create a demand for “going to” among the masses, and as a result to satisfying this demand. As the number of tourists visiting to a desti-

nation increases so will the revenue generated. Then it inevitably follows, facilities, roads, airports, and ports with the capacity to accommodate more people will be built for more income. This study aims to consolidate the relationship of “form and content” by approaching the concept of tourism from a variety of viewpoints.

## THE PARADOX OF TOURISM

The equation “more tourists = more tourism income” is so simple. But the infrastructure necessary for more tourists will inevitably detract from the very attractions that the destination has. New buildings, new lifestyles, new social and commercial relationships will rapidly replace old ones in the destination. The income offered by tourism will be attractive for the local residents and the prospects of even more income will cause an increase in the tourism revenue generation capacity of the destination which often causes deterioration and devastation of the attractions in the region. This is what is meant by the concept of “the paradox of tourism”.

Tourism developments entered in the plans in 60s and in 70s Turkey adopted encouragement of mass tourism policy (*Duzgunoglu and Karabulut, 1999*). It may be claimed that the period starting from early 60s to mid-80s experienced a very low rate growth (*Yolal, 2010*). The Tourism Encouragement Law No. 2634 of 1982 is the fundamental legislation regarding tourism as well as the Ministry of Culture and Tourism. This is a law that is action oriented in that its main goal is increasing the tourist capacity and income of the country. It is an undeniable fact that Turkey owes its present tourism potential to this law (*Goymen, 2000; Tosun, 2001*). All tourism incentives including land allocation and the privileged zoning practices for tourism facilities are results of this law. In accordance with the spirit of this legislation incentivizing tourism had the same meaning as building plenty of facilities, and increasing the number of beds (*Tosun, 2001*).

Many issues such as inefficient use of bed capacity, deterioration of the supply and demand balance, and the adverse effect of competition through price on tourism income are worthy of discussion. The number of facilities with investment certificate rose from 301 in 1970 to 877 in 2010, while the number of beds in those facilities rose from 25,872 to 252,984, and the number of facilities with operation certificate rose 292 in 1970 to 2,647 in 2010, while the number of beds in rose from 28,354 to 629,465 (*The Ministry of Culture and Tourism-MCT, 2012*). When taking public lands allocated or to be allocated within tourism areas by the Ministry into account, we are certainly not close to a “standstill” in regard to increase in the supply of beds in tourism.

Although the increase in bed supply has not come to a stop, sensitivity to environmental issues has risen to a point where prospects of profit for entrepreneurs are not enough in itself to sustain the previous levels of increase in supply (*Yolal, 2010*). Though present trends in tourism investment tend to take into consideration, if not focus on sustainability, it is evident that such sensitivity is a case of too little too late as observed by the state of mega-destinations in Turkey like the Kemer-Alanya coastal strip or the Bodrum peninsula.

The legislation that until recently encouraged and promoted tourism investments without any regard for natural or social impact from 1982 until recently now has been modified in such manner that negative natural social impact of tourism investments is the central focus of prohibitions regarding investments. Today, tourism investments face more restrictions than incentives. Environmental and social organizations have become more vociferous and active in their opposition to investments in “endangered” areas. It can even be said that tourism and environment have become diametrically opposed concepts.

## CONSERVATION ATTEMPTS BY RESTRICTION AND PUNISHMENT

In Turkey conservation policies take the traditional of restriction and punitive sanctions. This is perhaps reflexive behavior caused by rigid etatism present in the Turkish society where the authority of the state is transcendent. The Law on the Conservation of Cultural and Natural Heritage No. 2863 of 1983 involves the most severe sanctions (*MCT, 2012*). Unauthorized excavation or placing a stone atop another in areas proclaimed as Archaeological Site or first-degree Natural Site is punishable by two year prison sentence, which cannot be suspended or converted into a fine. The legislation is aggressively enforced by the various ministries with jurisdiction. In other words natural and heritage sites in Turkey are protected in an unprecedented manner.

While our cultural and natural heritage is under such protection, some regions are under even more stringent protection. Towards this end, Environmental Protection Boards were established under Article 9 of the Environment Law No. 2872, and in this context the Decree-Law No. 383 was issued in 1989. Under this law, once an area is covered by the Resolution of the Council of Ministers, what the protective authority titled as the Environmental Protection Institution says goes. If an area is under special environmental protection, it means double protection. Article 1 of the Resolution of the Council of Ministers on the protection of an area is exactly as follows (*MCT, 2012*): “The areas whose land and maritime borders are stated on the attached maps, have been defined as and proclaimed ‘Special Environment Protection Area’ with the aim of protecting against environmental pollution and degradation, ensuring the inheritance of their natural beauty and historical ruins to future generations.” For example, Fethiye Ölüdeniz has been protected under the authority of the Environmental Protection Institution since 1988. Although Ölüdeniz have been under protection since then, it has reached its current situation. The old picture of Ölüdeniz and the new image of the same area from Google Earth brings forth the question; just how has Ölüdeniz been protected?

It can be said that method of protection through prohibition and punishment is doomed to failure as long as it contradicts with needs. Hence the Tourism Paradox is the underlying cause for the problems and failure to conserve through restriction and punishment.

Ölüdeniz is a prime example to the Tourism Paradox. Until the early 90's the destination which is basically a lagoon and its surroundings had rudimentary facilities like camp sites and bungalows, which in effect was light impact tourism investment as far as the environment is concerned. The whole area was classified as a protected natural area. Ölüdeniz now has hundreds of mass tourism facilities with thousands of beds and has been transformed into a modern city with a plethora of hotels, restaurants, discos and shopping centers. The lagoon itself which gives the area its name (Ölüdeniz in Turkish is literally translated as "dead sea") is trapped in a corner of the city and has been ruined as can be seen even from satellite images. Ölüdeniz is indeed progressing rapidly towards being a "dead sea". The experience of Ölüdeniz provides not only proof that conservation through restriction and punishment is futile but also how the tourism paradox works.

## SUSTAINABLE TOURISM

Sustainable tourism began to be used from late 80s and early 90s the term has become more commonly used (*Swarbrooke, 1999*). Research on sustainable tourism has provided many ideas and tools in advancement of sustainability in addition to defining and delineating the concept. Despite the theoretical contributions provided by extent research positive, real-world examples of the concept of sustainability of tourism in general and destinations in particular are necessary. But the remarks about the negative impacts of tourism are intended to demonstrate and explain the tourism paradox. Tourism itself is not an environmentally and socially "negative" activity that should be avoided. Tourism has many positive economic and social benefits that are indispensable. But there does exist a form of tourism that is not destructive or paradoxical.

The very activity of tourism should not necessarily consume the very cause of the activity. Tourism can indeed not only provide the impetus for conservation, itself can be based on conserving or financing the conservation of the destination in short, it can ensure sustaining of tourism. Common sense should prevail over policy, lessons gleaned from mistakes of other destinations should direct destination development, and most importantly tourism should not be conceptualized as a finite stream of revenue where profit maximization is the logical course of action, but as a renewable resource that requires care and attention in its utilization. Sustainability should be substantiated through policy and legislation and should be primary objective in all decisions regarding tourism. This covers a multitude of areas of study and implementation ranging from, but not limited to, environmental, social, economic and urban development and design. A prime example may be the cittaslow or slow cities which originated in Italy but has gained popularity not only in Europe but also in the USA.

The concept of cittaslow can be an effective model in destination development for sustainable tourism. The very philosophy underlying cittaslow focuses on low impact, which will ensure economic, natural, social and cultural sustainability. Cittaslow itself has been influenced by "slow food" movement in its development (*Radstrom, 2005*). Both these concepts rose out of the myriad of problems created by life in modern urban



settings, such as air and noise pollution, urban sprawl, cultural and lifestyle degeneration and loss of local identity. These problems have led to novel, eco-culture friendly tourism practices. One of these types of tourism is “slow tourism” (Matos, 2002).

Cittaslow is a concept that is opposite of the fast paced lifestyles of modern cities. It encompasses a wide range of activities from urban planning to culture and slow pace in everything is central to the concept. Life should be slow, tranquil and enjoyable while all aspects of life should include respect and responsibility.

The term slow tourism means in a way “high-level wellness” to be obtained by tourism activities performed in a certain region, and involves “healthy nutrition”, “motion”, and “cultural” and “spiritual renewal” (Mueller & Kaufmann, 2001). To develop a region as a sustainable tourism destination by protecting its natural, cultural and historical potential from negative impacts of mass tourism, product development, service and promotion should also be focused on sustainability. These efforts also play a crucial role in the development of the destination as a cittaslow town.

## CONCLUSION

The essence of tourism is based on pleasure derived from the destination itself and activities undertaken when there. For travelers preferring cittaslow approach this pleasure is derived from a lower impact, slower paced destination. Destinations that wish to become cittaslows need to carry out some activities. Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new tourism destination where the cultural and historical heritage is utilized needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability. The following activities can be suggested for destination development based on sustainability and the cittaslow model.

- Activities necessary for strategic planning should be carried out, and the cooperation of public and private sectors should be ensured after determining the applicability of cittaslow approach.
- Projects which focus on and emphasize the economic, cultural and social benefits to be derived from becoming a cittaslow should be undertaken to inform the local population of these opportunities.
- Training should be provided to build awareness and skills necessary for the processes and procedures involved in becoming a cittaslow.
- Infrastructure should be improved, especially the infrastructure necessary for sustainability of tourism.
- Food and beverage vendors which represent the authentic nature of the region, and where regional dishes are promoted and served to visitors should be established taking the philosophy of Slow Food into account.
- The awareness of locals and visitors should be raised in order to prevent damage to the historical and cultural environment, the carrying capacity of the region should be determined under sustainable principles, and local governments and non-governmental organizations should cooperate against adverse environmental effects caused by tourism.

- Local population should be encouraged to participate in the cittaslow movement.
- Foreign and domestic promotions should be made more effective through good web design.
- Festivals or events devoted to the region should be organized.
- The success of cittaslow towns depends on effective destination management and marketing involving the principles of pleasure, rest and hospitality. Public and local authorities, non-governmental organizations, the private sector, universities and professional organizations should cooperate in all practices.

It is expected that domestic and foreign visitors will in the future prefer greener, more serene, and more natural destinations where they can easily find the values stated in the basic principle of cittaslow, and they feel healthy, relaxed and secure. The development of cittaslow towns as sustainable tourism destinations also requires, apart from the measures taken in accordance with these principles, the common and intensive efforts of local population, non-governmental organizations, local governments, and tourism enterprises for the investment, promotion and marketing.

“Recommendatory” and “orienting” approaches rather than “prevention” should be adopted in legislations; local authorities should be supported in their endeavors towards sustainability. In respect to structure of tourism, “nonindustrial” scale and types should be subjected to a different set of rules different from the areas and facilities of mass tourism. Rights and powers of local governments over implementation should be expanded.

## REFERENCES

- Goymen, K (2000). Tourism and governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1025-1048.
- Matos, R. (2002). Can Slow Tourism Bring New Life to Alpine Regions? *Leisure Futures*, Innsbruck, 11-13 April, 254-263.
- MCT (2012). <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11699/turkiye-turizm-stratejisi.html> (2023 Tourism Strategy of Turkey).
- Mueller, H. and Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5-17.
- Radstrom, S. J. (2005). An urban identity movement rooted in the sustainability of place: A case study of slow cities and their application in rural Manitoba, Master of City Planning, University of Manitoba, Department of City Planning.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Oxon: CABI Publishing.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289-303.
- Urbain, J.-D. (1991). *L'idiote du voyage: Histoires de touristes*. Paris: Plon.
- Yolal, M. (2010). Blooming tulip: A decade of Turkish tourism. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Negotia*, 55(4): 15-24.

# Turizm Ekinoksu: Tarım Ekonomisi Odaklı Yörelerde Turizmin Gelişim Modeli

Cittaslow Gökçeada Eco-Gastronomy Congress, April 2014. Gökçeada, Çanakkale, Turkey  
*Sakin Şehir Gökçeada Ekonomik Gastronomi Kongresi, Nisan 2014. Gökçeada, Çanakkale Türkiye*

---

## ÖZET

Sürdürülebilir turizm kavramının tanımı, çerçevesinin belirlenmesi, ilkelerinin ortaya konulması önemli bir süreçtir. Günümüzde sürdürülebilir turizm kavramının hayata geçirildiği örneklerle ihtiyaç duyulmaktadır. Ülke nüfuslarının artışı ile birlikte oluşan “Daha çok turist = Daha çok turizm geliri” gayet anlaşılabilir bir denklemdir. Yeni binalar, yeni yaşam biçimi, yeni sosyal ve ticari ilişkiler, yeni kazançlar, gidilen yerde (turistik yer-destinasyon) hızla artacaktır. Yeni tesisler inşa edilecek, “daha çok” ve “daha da çok” için, gidilen yerdeki görülmeye değer her şey hızla küçülecek, yok olacaktır. İşte Turizm Paradoksu bu aşamada ortaya çıkmaktadır, çünkü görülesi her şey görmeye gelenlerce tüketilebilmektedir.

Kendi sahip olduğu değerleri koruyarak, kendisi olmaktan vazgeçmeden, turiste “velinimet” yerine “misafir” olarak bakan, turizm geliri kadar yerel ekonominin gereklerini yerine getiren yöreler, iyi turist ve doğru turizm ile refahlarını arttıracaklardır. Turizmin mevcut yerel, geleneksel ve kadim unsurları bozmadan, bunların yerine geçmeden yapılandırılmasını Turizm Ekinoksu olarak niteleyebiliriz. Gün ve gecenin eşit olduğu yılın iki gününe verilen isim olan ekinoks, turizm ve tarım gibi eşit odaklı yapılanmaları ifade etmek için tarafımızdan uygun görülmüş ve ortaya atılmıştır.

**ANAHTAR KELİMELELER:** Turizm, Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu, Sürdürülebilir Turizm.

## GİRİŞ

Turizmin öncelikli veya tek kalkınma modeli olarak benimsenmesinin doğa ve çevrenin yanı sıra hem sosyal yaşama hem de bizzat turizme verdiği zararlar “Turizm Paradoksu” olarak nitelendirilmektedir (Arıkan ve Ünsever, 2012). Turizm Paradoksu nedeniyle önce çevre, sonra sosyal yaşam ve sonunda bizzat turizm ekonomisi zarar görmekte ve ekonomik göstergeler aşağıya doğru giden bir eğri çizmektedir. Bu durum “çok tesis=çok turist=çok gelir” yanılgısından kaynaklanmaktadır.

Turizmin çevre ve doğa dışında “sahteleştirme” eğilimini tahrik etmesi nedeniyle sosyal yapılar da hızla bozulmakta, destinasyonların kültürel değerleri gerçeklikten uzaklaşarak “teatral” bir anlam kazanmaktadır. Sahte “köy düşünleri”, “sıra geceleri”, “hidrellez şenlikleri”, “bağbozumları” gittikçe doğallığını yitiren, herkesin “para kazanmak için” “oynadığı” doğal akışından uzak bir çehreye bürünmektedir.

Turizm sayesinde ya da turizm bahanesiyle yüzyıllardır kendini korumuş olan doğal, sosyal ve kültürel unsurlar, olağan hallerinden uzaklaşıp yaşamın içinden kaybolma ya da “arkeolojik unsur” haline gelme tehlikesiyle baş başa kalmaktadır.

Türkiye’de bir çok yöre, turistik destinasyon olması ile birlikte, turistik destinasyon olmalarına neden olan unsurları, sahip oldukları ayrıcalıklı güzellikleri turizm uğruna yok etmiş, Alanya’da muz bahçeleri, Kuzey Ege’de zeytin bahçeleri, Kapadokya’da bağlar, Bodrum’da mandalina bahçeleri, Çeşme’de sakız ağaçları tesis veya ikinci konut için ilk feda edilen unsurlar olmuştur. Aynı şekilde Bodrum’da sünger avcılığı ve balıkçılık, Urla’da tütüncülük, Kuşadası’nda turizm dışındaki doğal ve kültürel kaynakların birçoğu hızla yok olmuş ve ortadan kalkmıştır.

“Turizm kötüdür” veya “turizmci mahveder” önermeleri tek başına doğru kavramlar değildir. Yapılması gereken ilk iş “turizm” tanımına açıklık getirmektir. Turizm tanımını “romantik” bakışla değerlendirecek kabaca gezme, görme, eğlenme vb. amaçlarla insanların geçici sürelerle yer değiştirmesi olarak tanımlayabiliriz. “İdealist” anlamda turizm tanımı yapmaya kalkarsak kültürlerin kaynaşması, insanların birbirini tanınması ve anlaması gibi amaçlara hizmet eden bir kalkınma aracı sonucu ağır basar. Endüstriyel anlamda turizm ise bugünün turizm kavramını anlamaya en yakın sonucu vermektedir. “Bacasız sanayi”, “döviz geliri” gibi unsurlar esasen endüstriyel anlamda turizmi ifade etmektedir. Bir gerçeklik olarak turizm, bir ticari faaliyet olarak “kâr” elde etmek için gerçekleştirilir. Turizm endüstrisinde, işletmeci, yatırımcı veya pazarlamacı (seyahat acentası) olarak yer alan turizmci, mutlaka ve esas olarak “kâr” amacıyla faaliyet gösteren bir tacirdir. Her türlü endüstriyel faaliyette olduğu gibi, turizm endüstrisi de “kâr” hedefinin dışına odaklanamaz. Yeterince kâra ulaşıldığı noktada turizm, diğer endüstriyel faaliyetlerin aksine gerek sosyal ve gerekse ekolojik anlamda koruyucu ve hatta geliştirici olabilmektedir. Turizm endüstrisinin “cazibe” sattığı gerçeği elbette en önce yatırımcı, sonra pazarlamacı ve işletmeci tarafından bilinmek durumundadır. Cazibe; doğal güzellikler ve doğal yaşam ile beraber, farklı ve çeşitli çekicilik unsurlarını barındıran özgün çevrede bulunur. Turizm sektörü bu nedenle “koruyucu” olmak ister, ancak yatırım “yeterince” kâra ulaşmadan bu “koruyucu” rol çok etkin bir şekilde ortaya çıkmaz.

Çok ünlü uluslararası bir otel zincirinin Viyana’da bulunan oteli, tarihi bir yapı ve

doku içinde, tarihe ve bulunduğu konuma saygılı olarak yapılanıp faaliyetini sürdürürken, aynı zincirin İstanbul'daki oteli ise tarihi ve doğal bir dokunun ortasında, dokuya ve tarihe uygun olmayan biçimde inşa edilmiş gökdelenin içinde konumlanarak toplumda ciddi tartışma ve tepkilere neden olmuştur. Bu otel zinciri, diğer ülkedeki kendi uygulamalarına aykırı olarak tarih ve doğaya saygısızlık sembolü olarak tanımlanan bir gökdelenin içinde faaliyet göstermeyi ve markasını bu sembol üzerinde konumlandırmayı olağan saymaktadır.

Kamu malı, somut olmayan değerleri de (sosyal, kültürel) içerecek şekilde daha doğru bir deyimle “kamu varlığı”, bütçelerde sadece aktif veya pasif haneler ile ifade edilemez. Başta doğal ve kültürel varlıklar olmak üzere “mal” niteliğinde tanımlanamayan her türlü unsur öncelikle ve hatta sadece kamuya aittir. Kamu değerlerini “mal” olarak kısıtlamak kamunun tasarruf hakkı açısından “mal olmayan” değerleri “insafa bırakmak” sonucunu getirecektir. Hardin (1968) “Ortak Varlıkların Trajedisi” isimli çalışmasında; *“Her insan kendini, sürüsünü sonsuzca artırmaya zorlayan bir sisteme – sınırlı bir dünya içine – kilitlemiştir. Ortak kaynak paylaşımının özgürlüğüne inanan bir toplumda her biri kendi çıkarı peşinde koşacak olan bütün insanların yöneldiği varış noktası yıkımdır. Ortak kaynak paylaşımında özgürlük herkese yıkım getirir”* demektedir.

Çözüm olarak da ortak varlıkların ya özel sektöre devredilerek (özelleştirilerek) mülkiyete konu edilmesi ya da devlet mülkiyetine alınarak korunması yollarını önerse de özelleştirme yöntemiyle Amazon Ormanları, Türkiye'nin sahil ormanları dâhil olmak üzere dünyadaki birçok kamu değerinin yok olmakta olduğu tartışmasız olarak gözlenmektedir.

Turizm Paradoksu'nun temelinde Milton Friedman'ın (2002) felsefesi/kuramı ile turizme yaklaşarak, “özel sektörün devlet müdahalesi olmaksızın her şeyi mükemmel düzenleyeceği” öngörüsü/anlayışı yatmaktadır.

Bir tacir olarak turizmciden “koruma” beklemek gerçekçi olmadığı gibi, diğer ticari faaliyetlerle karşılaştırıldığında aynı zamanda turizmciye haksızlık olmaktadır. Turizmci, bir “hami” veya bir “bekçi” değildir. Doğal ve kültürel değerleri koruyacak olanlar, destinasyonlardaki güzelliklerin ve çekiciliklerin sahibi, “geleceğe, bulduğu gibi bırakmak için emanetçi” konumunda olan yöre sakinleridir. Bu konuda en önemli tespit ve çalışma 2009 Nobel Ekonomi Ödülü sahibi Elinor Ostrom'a aittir. Ostrom (2010), doğayı, çevreyi, kamusal ve kültürel değerleri en iyi bölgede yaşayan yerel halkın koruyabileceğini kanıtlamaktadır.

## TURİZM EKİNOKSU

Bir destinasyonu değerli kılan, görülesi ve yaşanması yapan unsurlar yok olmadan turizm mümkün müdür? Turistik destinasyon olmak, turizm dışındaki ekolojik, ekonomik ve sosyal yapının değişmesini ya da sona ermesini gerektirir mi? Bu kaçınılmaz son mudur? Bu ve benzeri soruların yanıtlarının bizi mutlak olarak “anti turizm” götürmesi gerekmiyor. Hatta günümüz kapitalizminin hızında “anti turizm”, açık ya da örtülü olarak mevcudu “sürdürülemez” halinden çekip çıkarmayarak başka bir yok oluşu da destekleyen bir durumu ifade edebilir. Çözümçü yaklaşımlar için “iyi örnek-

lere” göz atmak yeterli olacaktır: İtalya’da Toscana, Fransa’da Provence, Avusturya’da Wachau kendi yapılarından ödün vermeden, çok üst düzey turizm markası olmayı başarmış, turizmden aldığı destekle özgün yapısını daha da iyi koruyabilmiş destinasyonlardan bir kaçıdır. Bu örneklerin tartışmasız olarak ortaya koyduğu gerçek, kendi özgün yapısını turizm için değiştirmeyen, kendi özgün unsurlarından turizm uğruna vazgeçmeyen destinasyonlar, “iyi” ve “doğru” turizm sayesinde sahip oldukları değerleri paylaşıp, kendilerini bozmadan ve bozulmalarına izin vermeden refah seviyelerini arttırabilirler.

Turizm, yerel dinamikleri dışladığı takdirde, uzun vadede başarısızlık kaçınılmaz olacaktır. Yukarıda ifade edilen ve dünyada kabul görmüş tezlerin turizm sektörü için de geçerli olduğu açıktır. Girişimci/yatırımcı dinamiği, doğası gereği “kâr” odaklı olacak ve turizm yaygınlaştıkça kamu değerleri azalacaktır. Turizm, diğer ticari faaliyetler gibi kâr amacı gütsen de yapısı gereği inşaat sektörü gibi “yap-sat” zihniyetinden uzaktır. Planlarını kısa vade için değil, en azından orta vade için yapar. “Yok, ederse yok olacağının” bilincindedir. Bu özelliği ile doğal yaşam ve çevre için birçok başka ticari ve sınıî faaliyetten daha çok koruyucudur. Korumanın kârı tamamen yok etmediğini tam tersine uzun vadede sürekliliği sağlayacağını göstererek girişimci ve yatırımcıların beklentilerine karşılık veren, koruma için yerel dinamikleri kullanan, kamu değerlerinin önemi konusunda kitlesel farkındalığı arttıran turizm faaliyeti, korumanın da etkin ve sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır.

Tarım ekonomisi ya da diğer geleneksel ekonomik yapılar bozulmadan turizm destinasyonu olmak ve bu sayede refah seviyesini, yaşam kalitesini yükseltmek yukarıda sayılan iyi ve doğru örneklerin ortak noktasıdır. Yukarıda da belirtildiği gibi; bir yöreyi “görüleli” kılan unsurlar; özgün, doğal, sosyal ve kültürel unsurlardır. Sürdürülebilirlik kavramı ile ifade edilecek başarı, sadece turizm için mümkün değildir. Bir başka deyişle “sürdürülebilir turizm” kavramı eksiktir, eksik olduğu için hatalıdır. Turizm “sürdürülebilir yaşam” içinde olursa sürebilir. Sadece turizmi sürdürmek değil, kamu değerlerini, çevreyi, sosyal ilişki ve yapıları koruyarak tüm unsurları ile yaşamı sürdürmek ve bu yaşamın içine turizmi de insanları mutlu eden, refah seviyelerini arttıran bir unsur olarak yerleştirmek esastır. Turizm, sürdürülebilir bir yaşamın parçası olduğu takdirde sürdürülebilir olabilir.

Avrupa’da yeni ve yaratıcı fikirleri destekleyen European Innovation Partnership (EIP-AGRI) adlı kuruluş 2012 yılında tarım ekonomisindeki verimliliği ve sürdürülebilirliği de arttırmaya yönelik olarak çalışmalarına başlamıştır. Ülkelerin doğal kaynaklarının tarım ekonomilerinde doğru ve uyumlu olarak kullanılması sağlanarak, tarım ürünlerinin ve tohumlukların verimliliğinin artırılması amaçlanmıştır (Innovation Union, 2013).

Kendi sahip olduğu değerleri koruyarak, kendisi olmaktan vazgeçmeden, turiste “velinimet” yerine “misafir” olarak bakan, turizm geliri kadar yerel ekonominin gereklerini yerine getiren yöreler, iyi turist ve doğru turizm ile refahlarını arttıracaklardır. Turizmin mevcut yerel, geleneksel ve kadim unsurları bozmadan, bunların yerine geçmeden yapılandırılmasını Turizm Ekinoksu olarak niteleyebiliriz. Gün ve gecenin eşit olduğu yılın iki gününe verilen isim olan ekinoks, turizm ve tarım gibi eşit odaklı yapılanmaları ifade etmek için tarafımızdan uygun görülmüş ve ortaya atılmıştır.

Günümüz turizm destinasyonları için çok geç olabilir, ancak Türkiye’nin henüz tu-

rizm paradoksuna düşmemiş, gelecekte parlayacak yerleri göz önüne alındığında Turizm Ekinoksu kavramının altının doldurulmasının önemi anlaşılabacaktır. Yerel halkın turizm endüstrisine yön verdiği ve denetimi elden bırakmadığı destinasyonlarda, doğal ve kültürel varlıkların korunması sağlanarak tarım ve turizm destekli sürdürülebilir ekonomik kalkınma gerçekleştirilebilir (Wearing ve diğerleri, 2012).

Bu konudaki tüm önermelerimiz turizmin endüstri anlamında ve kitle turizmi ölçeğinde gerçekleşen operasyonlarından ziyade bireysel hareket edenlerin, teşvik (incentive) pazarının, kültür guruplarının oluşturduğu turizm hareketlerine dairdir. Kitle turizmi hareketlerinin ihtiyaç duyduğu unsurlar; büyük yatak kapasitesi, havalalanı-liman yakınlığı, “deniz-güneş-kum” için uzun sezon konusunda zaten eksik veya dezavantajlı olan ve bu sayede endüstriyel turizmden “kurtulmuş”, turizm paradoksundan henüz etkilenmemiş bölgelerin turizm ile imtihanı konusu burada ifade ettiğimiz çalışmamızın esasını oluşturmaktadır.

Geleceğin turizm markaları olmayı isteyen, turizmi bir kalkınma modeli olarak düşünen, büyük turizm gelirleri hayal eden yörelerin bir çoğunda hakim ekonomik unsur tarım ekonomisidir. Doğu’da hayvancılık, Karadeniz’de balıkçılık ve hayvancılık, Kuzey Ege ve Marmara çevresinde zeytincilik, bağcılık ile geçinip geleceği turizmde arayanlar için en önemli iş, sahip oldukları yapıları korumak hatta iyileştirmek, geliştirmek olmalıdır. Gelirini yetersiz bulup kadim ekonomik modeli tasfiye etmek, vazgeçmek ve turizm için dönüşmeye çalışmak beraberinde turizm paradoksunu; ellerindekileri yitirmeyi, garabeti ve kişiliksizliği getirecektir. Ama muhtemelen buna rağmen yine de istenilen sayıda turisti ve turizm gelirini getiremeyecektir.

Tarım ekonomisi ve turizm faaliyetinin eşitliği (atbaşı sürdürülmesi) üzerine kurulan sistemde kelimenin tam anlamıyla bir sinerji oluşacaktır. Tarım ürünleri butik üretim ve özen ile doğrudan tüketiciye satılan şekilde üretilecek, tarımda markalaşma ile turizmde markalaşma birlikte yol alacaktır. İyi ve doğru tarım, iyi turist ve doğru turizm ile birleşerek yörenin refahını arttıracaktır. Turizm ve tarım, birbirinin önüne geçmeden, birbirini tamamlayarak yapılandırılmalıdır. Turizm Ekinoksu olarak tanımladığımız bu eşit ve uyumlu yaklaşım her iki alanı da bulunduğu halden ileriye taşıyacaktır. Bu bölgelerin ortak özelliği turizm sermayesinin, özellikle de uluslararası turizm sermayesinin ilgi alanı dışında olmalarıdır. Bölgeye “dışarıdan” akacak-gelecek sermaye yerine yerli dinamiklerin diğer ekonomik etkinliklerin yanında turizm için ayıracakları makul sermaye ile “makul turizm” örgütlenmesi tek ve değerli bir modeldir.

## TURİZM EKİNOKSU AÇISINDAN BİR ÖRNEK OLARAK TİRİLYE

Durumu örnek bazında incelersek Tirilye (Bursa/Mudanya) üzerinden olayı değerlendirmek anlattıklarımıza ışık tutacaktır.

Tirilye, ekonomisini zeytincilik üzerine kurmuş, turizm anlamında yatak kapasitesi ve yeme-içme mekânları ile refahını arttırmak isteyen, ancak kendi adıyla anılan zeytin türüne sahip olmasına rağmen tek bir zeytin veya zeytinyağı markasına sahip olmayan, “rakı-balık” dışında bir aktiviteyi ziyaretçilerine sunamayan bir yöre olarak dikkat çekmektedir.



Hafta sonu konaklamasından ibaret turistik geceleme ve hafta sonu ağırlıklı günübirlik ziyaretçiler Tirilye'nin turistik ürün niteliğini hızla tüketmekte, marka değerini düşürmektedir. Aynı şekilde usulüne uygun olmayan zeytin ve zeytinyağı ürünlerini (plastik kaplarda, markasız olarak ve güneşin altında sergilenen yağlar, işlenme yöntemi belli olmayan zeytinler) pazaryeri mantığı ile ziyaretçilerine sunmaktadır.

Saydığımız özellikleri ile Tirilye, coğrafi olarak küçük bir alana sıkışmış, bu sıkışma nedeniyle özellikle hafta sonlarında “uğrayan” ziyaretçilerle birlikte büyükşehirleri aratmayacak keşmekeş ve karmaşaya sahip olmaktadır.

Doğal kaynakları barındıran çevresi, yaz-kış yeşil zeytin bahçeleri, tarihi hikâyelere ev sahipliği yapmış bölgeleri, İstanbul ve Bursa gibi metropollere yakınlığı ile turizm anlamında büyük bir potansiyel taşıyan Tirilye'nin dar, kısır alandan çıkması için zeytincilik ve turizmi birlikte planlaması ve uygulaması gerekecektir. Bunun için yukarıda sayılan olumlu örneklerden ilham almak ve buna uygun davranmak için bir “bölgesel gelişim planı” yapılmalıdır.

Turizm faaliyetini, sıkışık Tirilye yerleşimi içinden çıkarıp zeytin bahçelerinin içine yaymak, küçük ve iyi mimari ile yerel bir “bağ evi” modeli oluşturup konaklamayı zeytin bahçeleri ile iç içe yaparak ziyaretçilere doğa ve tarımla bütünleşmiş etkinlikler sunmak, agro turizm, eko turizm kavramları içinde özel ve nitelikli zeytin ve zeytinyağı üretimi ile “markalaşmış” ürünlerin üretimine yönelmek Toscana, Provence veya Wachau olmak için “yapılacak işler” listesinin başında gelmektedir.

Bu yazılması kolay formül için yapılması gerekenler hiç de kolay olmamaktadır. Mevzuat başta olmak üzere, bürokrasinin yerleşik anlayışları bu hedefe ulaşmayı zor kılmaktadır. Çevrenin, ormanın ve şehircilik bürokrasinin turizm sektör ve bürokrasisi ile ilişkileri alışıldık olmakla birlikte, bu sayede sağlanan ilerleme hala tartışılabilir durumdadır. Bu çalışmada ileri sürdüğümüz hususlar bunların dışında Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın çözüme ve planlamaya dayalı ilişkisini de gerektirmektedir.

Yukarıda yer alan önermemizle ilgili “engeller envanteri” çıkarmak gerekirse:

- 1- İmar Kanunu engeli
- 2- Tarım alanlarında yapılaşma engeli
- 3- Turizm bölgesi ilan edilme önkoşulu
- 4- Belediye plan engeli
- 5- Altyapı engeli
- 6- Gıda Kodeksi engeli
- 7- Yerleşik esnaf kamuoyu engeli
- 8- Çiftçi-yatırımcı-işletmeci uyum engeli
- 9- Kısa vadeli rant beklentisinden kaynaklanan yerel muhalefet engeli
- 10- Diğer engeller karşımıza çıkmaktadır.

Her yatırım ve gelişim programı önünde benzer sayıda engeller mevcuttur. Bu nedenle bu engellere bakıp karamsarlığa kapılmamak gerekir. Aşılması gereken ilk engel “tarım- turizm ayrılmışlığı” konusundaki fikri ve idari engellerdir. Tarım ekonomisi ve turizm ekonomisi birlikte yapılabilir.



Avrupa Birliği ülkelerinde kırsal kalkınmanın sağlanmasındaki en önemli tetikleyici unsur olarak kırsal turizm ön plana çıkmaktadır. Kırsal konaklama tesislerini geliştirmek ve sayılarını arttırmak için tarım ekonomisi odaklı yörelere çeşitli fonlardan kaynak aktarılmaktadır (*Hernandez-Maestro ve Gonzales-Benito, 2013*).

Tarım bürokrasisi turizme, turizm bürokrasisi tarım ile birlikte turizmin olacağına inandığında işin en büyük kısmı halledilmiş olacaktır. Akabinde turizm alanı ilan ve turizm türlerinin teşviki konusunda mevzuatın elden geçirilmesi gerekecektir.

Mevcut mevzuatla dahi yapılabilecekler her şeyi yeniden ve doğru olarak planlayıp uygulamayı mümkün kılmaktadır. Örneğin, İmar Kanunu ve alt mevzuatı uyarınca zeytinlikler içine “bağ evi” yapılması mümkündür. Bu konuda ihtiyaç duyulacak çalışmalar; kadastral yolların tespiti ve oluşturulması, uygulanacak yerel yapılardan ilham alan “bağ evi modelinin” belirlenmesi, pansiyonculuk ve agro turizm modellerinin yerel halka benimsetilmesi, bu konularda eğitim yapılması, kooperatif ve benzeri örgütlenmelerle zeytin ve zeytinyağı markalarının oluşturulması, yerel güçlü ve çekici marka ile özdeşleşen, etkinliklerin katkısı ile bağ evi turizminin geliştirilmesi hali hazırdaki mevzuat ile dahi mümkündür.

İspanya’da yöre halkının katılımcı olduğu yaratıcı fikirlerle oluşturulan “Trip4Real” adlı web sayfasında, kırsal bölgelerde Tapas-tadımı, yöresel yemek yapımı, şarap tadımı, fotoğraf çekimi gibi turlar pazarlanmaktadır ([www.trip4real.com](http://www.trip4real.com)). Bu tür turistik faaliyetlere benzer ürünlerin, yerli ve yabancı turistlere sunulması yörenin kadim-mevcut ekonomisini geliştireceği gibi, yerel halka turizmin katkısıyla yeni istihdam alanlarının da yaratılmasına olanak sağlayacaktır.

Japonya’nın Yamaguchi kentinde uygulanan tarım odaklı turizm politikası sayesinde, yeni açılan lokantalarda çiftçi, balıkçı ve diğer tarımla meşgul aileler tarafından yöresel ürünlerle yapılan yemekler ziyaretçilere sunulmaktadır. Bu uygulamalar “yerel üretim” ve “yörede tüketim” anlayışının yerel halk tarafından benimsenmesi ile sağlanmıştır. Ev pansiyonculuğunun da geliştirilmesi ile birlikte ziyaretçilerin %69 u evlerde konaklamayı tercih etmiştir (*Murayama ve Parker, 2012*).

Yerli ve yabancı ziyaretçilerin gelecekte de, kendilerini sağlıklı, huzurlu ve güvende hissedebilecekleri, daha yeşil, daha sakin ve daha doğal destinasyonlara yönelmeleri beklenmektedir. Bu destinasyonların sürdürülebilir bir yaşamın içindeki turizm destinasyonu olarak gelişebilmesi, bu ilkeler doğrultusunda alınacak tedbirler dışında, yatırım, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde yerel halk, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve turizm işletmelerinin ortak ve yoğun çabalarını da gerektirmektedir. Mevzuat çalışmalarında “engelleyci” olmaktan çok “öneren”, “yönlendiren” yaklaşımlar ele alınarak, yerel idarelerin hak ve yetkilerini kullanırken bu yaklaşımları öne çıkaran uygulamalara yer vermeleri sağlanmalıdır. Tarım ekonomisi odaklı yörelerde Turizm Gelişim Planı ve Turizm Envanteri çalışmaları ile turizm ekinoksuna uygun, “doğru ve iyi turizm” mümkündür.

## KAYNAKÇA

- Arıkan İ. & Ünsever İ. (2012). Turizm Paradoksu ve Turizm Paradoksundan Çıkış Yöntemi Olarak Sakin Şehir Hareketi, 13. Ulusal Turizm Kongresi'nde sunulan bildirisi. Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Antalya, 6-9 Aralık.
- Friedman, M. (2002). Capitalism and Freedom, (Fortieth Anniversary Edition). Chicago: University of Chicago Press.
- Hardin, G. (1968). "The Tragedy of the Commons", Science, New Series, Vol. 162, No. 3859, Dec.13, ss.1243-1248.
- Hernandez-Maestro, R. M. & Gonzales-Benito, O. (2013). "Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development", Journal of Travel Research, Vol 53 (I), ss.83-95.
- Innovation Union: Austrian Status Report 2013, Vienna, s.11.
- Murayama, M. & Parker, G. (2012). Fast Japan, Slow Japan : Shifting to Slow Tourism as a Rural Regeneration Tool in Japan (s.179), in the Book: Slow Tourism. Bristol: Channel View Publications.
- Ostrom, E. (2010). "Beyond Markets and States: Polycentric Governance of Complex Economic Systems", The American Economic Review, Vol. 100, No. 3, ss.641-672.
- Wearing, S., Wearing, M. & McDonald M. (2012). Slow'n Down the Town to Let Nature Grow: Ecotourism, Social Justice and Sustainability (ss.36-50), in the Book: Slow Tourism. Bristol: Channel View Publications.
- www.trip4real.com (indirme tarihi: 20.01.2014)

# The Trap vs. the Remedy Tourism Paradox and Tourism Equinox

22nd Biennial International Congress Tourism & Hospitality Management. Conference Paper.  
May 2014 Opatija, Croatia 22. *Bienal Uluslararası Turizm ve Otel İşletmeciliği Kongresi,*  
*Konferans Bildirisi, Mayıs 2014, Opatija, Hırvatistan*

---

## INTRODUCTION

Having the tourism industry as the only development model for a country with its natural and cultural resources could not only destroy the social life but also the tourism industry itself. Although the equation “more tourists=more tourism income” is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans. But the infrastructure necessary for more tourists will inevitably detract from the very attractions that the destination has. New buildings, new lifestyles, new social and commercial relationships will rapidly replace old ones at the destination. The prospects of even more income will cause an increase in the tourism revenue generation capacity of the destination which often causes deterioration and devastation of the attractions at the destination and a decrease of the tourism earnings.

This is what is meant by the concept of “tourism paradox”. In common usage, the word “paradox” often refers to statements that are ironic or unexpected, such as “the paradox that standing is more tiring than walking “. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where industrial tourism deteriorates or destroys natural and cultural environment which is necessary for tourism activities. Projects which focus on and emphasize the economic and social benefits should be undertaken in order to protect these values in the long run.

The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called “tourism equinox”. The name “equinox” is derived from the Latin *aequus* (equal) and *nox* (night), because around the equinox, night and day are about equal length. New projects and approaches to solve the problem caused by the growth of urban populations and establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever.

This paper investigates the influence of tourism paradox and tourism equinox on destinations in relation to tourism. The opportunities to create a new form of tourism practice that potentially reduces our environmental and social impacts, while simultaneously enhancing our individual experiences, are the focus of a number of ideas in this paper.

**KEY WORDS:** Tourism Paradox, Tourism Equinox, Tourism Development, Slow Tourism, Sustainability.

# Tuzak ve Çare: Turizm Paradoksu ve Turizm Ekinoksu

## ÖZET

Sahip olduğu doğal ve kültürel kaynaklarıyla bir ülke için turizm endüstrisinin tek kalkınma modeli olması, sadece sosyal hayatı değil, turizm endüstrisinin kendisini de yok edebilir. “Daha fazla turist = daha fazla turizm geliri” denklemi çok basit olmasına rağmen, kalkınma planları için sürdürülebilir bir yaklaşım değildir. Ancak daha fazla turist için gerekli altyapı, kaçınılmaz olarak, destinasyonu sahip olduğu çekiciliklerden uzaklaştıracaktır. Yeni binalar, yeni yaşam tarzları, yeni sosyal ve ticari ilişkiler, destinasyondaki eskilerin yerini hızla alacaktır. Daha da fazla gelir beklentisi, destinasyonun turizm geliri yaratma kapasitesinde bir artışa neden olacak ve bu da genellikle destinasyondaki cazibe merkezlerinin bozulmasına, tahrip olmasına ve turizm kazançlarının azalmasına neden olacaktır.

“Turizm paradoksu” kavramıyla kastedilen de budur. Yaygın kullanımda, “paradoks” kelimesi genellikle “ayakta durmanın yürümekten daha yorucu olduğu” gibi ironik veya beklenmedik ifadelerle atıfta bulunur. Turizm paradoksu, endüstriyel turizmin turizm faaliyetleri için gerekli olan doğal ve kültürel çevreyi tahrip ettiği bu olguya verilen isimdir. Bu değerlerin eninde sonunda korunabilmesi için ekonomik ve sosyal faydayı ön plana çıkaran ve vurgulayan projeler yapılmalıdır.

Destinasyondaki sosyal ve ekonomik ilişkileri değiştirmeyen ve bozan dengeye “turizm ekinoksu” denir. Ekinoks adı Latince aequus (eşit) ve nox (gece) sözcüklerinden türetilmiştir. Çünkü ekinoks boyunca gece ve gündüz yaklaşık olarak eşit uzunluktadır. Kentsel nüfusun artmasının neden olduğu sorunları çözmek ve sağlıklı sürdürülebilir turizm destinasyonları oluşturmak için yeni projeler ve yaklaşımlar her zamankinden daha önemli hale gelmektedir.

Bu makale turizm paradoksu ve turizm ekinoksunun destinasyonlar üzerindeki etkisini turizmle ilgili olarak incelemektedir. Bireysel deneyimlerimizi geliştirirken aynı zamanda çevresel ve sosyal etkilerimizi potansiyel olarak azaltan yeni bir turizm uygulaması yaratma fırsatı, bu makededeki bir dizi fikrin odak noktasıdır.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu, Turizm Geliştirme, Yavaş

## TOURISM PARADOX

The tourism product is developed, funded, managed and marketed by both private and public sector entities such as government ministries, tourism authorities, hotels and Destination Marketing Organisations (DMO's), all having their own ways of dealing with the product, own limitations and resource-based challenges. This sometimes makes it challenging to create the optional synergy between the stakeholders required to maximise tourism revenues, and the level of understanding between public and private sector stakeholders, all of which are ultimately striving to attain the same goal (i.e. to get the right tourism destination mix from different perspectives) is not always as good as it ought to be for product development to take place in a way that is oriented towards the maximisation of revenue from tourism.

A tourism destination's characteristics and industry are highly affected by regional and local politics and policies, and are made up of a multidimensional conflation of macro- and micro-product features that are developed and marketed to dynamic and heterogeneous markets (*www.equinoxadvisory.com*).

The proposal offered by today's competitive paradigm that the more the number of tourists arriving at a destination, the more the income for the destination sounds good at first. New buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly at the destination. The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increasing desirability of the destination. Is it, however a feasible proposal for all cases? With the increased tourism activity, there is also an increase in problems faced by the local people and tourists at the destination. The tourism paradox begins to appear at this stage since the natural and cultural resources that are worth seeing are consumed by those who come to visit them.

The destination could shrink and disappear in the long run. Hence new projects and approaches to solve the problems caused by the growth of urban populations and establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever.

An analogy can be made of a scorpion stinging itself when surrounded with fire to local economies dependent on tourism. For such destinations tourism is sometimes embraced as a lifestyle and everything there becomes entwined with tourism, in effect tourism becomes the ring of fire causing "self-destruction" of the destination. Although this metaphor is not novel, it expresses the notion where tourism itself causes a downward spiral as put forth by previous tourism researches that have considered the phenomenon from different points of view.

The important point regarding this fact is that although it doesn't "always" take place, it takes place "sometimes" bordering "often". This happens as a result of viewing tourism purely in terms of numbers and income. This view ignores the concept of sustainability, where demand and supply have to take into consideration the exhaustion and depletion of the natural and historical attractions that form the basis of tourism for the destination.

Contemporary definitions of tourism tend to focus on "people going from one place to another", spending time there "for the purpose of one thing or another". It follows

that the destination has to offer something that makes it worth going there. Be it the beach, the ruins, the food, the sites or some unique activity, a destination needs to offer something of value to the tourist that the tourist can't find at home.

Tourists travel, stay, experience and enjoy. It is an enjoyable experience to touch, smell, taste, hear and see the attractions at the destination. Urbain states "tourism does not only make attraction resources authentic but also organize them, and it impairs them through 'sanctification'. Thus it makes "the reality" artificial (*Urbain, 1991*).

Regardless of the motive, the tourists will spend time at the destination, that is, they will "stay the night" for the travel to be tourism. The accommodation owners at the destination will provide these amenities to ensure that the tourists come to the destination and spend money there. The quality of these facilities will be such as to offer the level of comfort the tourists have at home, if not higher. However, the tourists do not just stay at an accommodation but also consume food and beverage, use soap and shampoo, and have a bath or two, sometimes even more than they do at home. In other words, those who are accommodated consume things like various products, nature, air, water and much more.

These facilities will be located nearest to that is worth seeing, preferably right in the middle. In Istanbul, for example, the destination will be around Sultanahmet or along the Bosphorus, whereas for Venice; a hotel located in the Piazza San Marco will be preferred. These are vital elements to create a demand for "going to" among the masses, and as a result to satisfying this demand. As the number of tourists visiting to a destination increases so will the revenue generated. Then it inevitably follows, facilities, roads, airports, and ports with the capacity to accommodate more people will be built for more income. Tourism investments have been modified in such manner that negative natural social impact is the central focus of prohibitions regarding investments. Today, tourism investments face more restrictions than incentives. Environmental and social organizations have become more vociferous and active in their opposition to investments in "endangered" areas. It can even be said that tourism and environment have become diametrically opposed concepts.

## TOURISM EQUINOX

The "elephant in the room" for any discussion of the ecological sustainability credentials of ecotourism, sustainable tourism or slow tourism, is of course, the energy source used to move the tourists from origin to destination and back again. It is an inconvenient truth that the trip commences upon departure from the origin, and that usually involves the use of non-renewable energy that emits carbon into the atmosphere (*Markwell, K., Fullagar, S. and Wilson, E., 2012*).

Among the positive effects of tourism are the creation of jobs and income, promotion of intercultural relations and the possibility of recreation for the stressed urban citizen. Its negative consequences are ever-increasing traffic, over-exploitation of natural resources and generally inappropriate use of landscapes. Due to this, tourism sometimes endangers the sole grounds for its existence. Avoiding exploitation, increasing intensity of traffic and pollution of landscapes is one of the main tasks for

the future. The local population should be aware that tourism depends on landscape and that rural development in many parts of the country depends on tourism.

According to Hermann Hinterstoisser, Head of the Nature Protection Department, Salzburgerland, the great variety of beautiful landscapes in Austria offers many different aspects of multifunctionality. The same landscape may have productive, protective, recreational and ecological functions. Increasing fragmentation and traffic congestion are among the foremost threats. The protection and sustainable development of landscapes has to be a joint task for spatial planning, agriculture, forestry, nature conservation and tourism as a whole in order to maintain the multifunctionality and diversity of the landscapes.

It is expected that domestic and foreign visitors will in the future prefer greener, more serene, and more natural destinations where they can easily find the values stated in the basic principles of slow tourism, and they feel healthy, relaxed and secure. The development of slow tourism destinations also requires, apart from the measures taken in accordance with these principles, the common and intensive efforts of local population, non-governmental organizations, local governments, and tourism enterprises for the investment, promotion and marketing.

In order for the local economies of communities to protect themselves from the excesses of competition in the global market they need to rely upon their own labour and resources to built sustainable slow tourist products and destinations. Local communities need to control and self regulate their tourist industries, and we are suggesting that slow ecotourism offers the best options in terms of environmental protection and long-term, sustainable economic growth in these communities (*Wearing, S., Wearing, M. and McDonald M., 2012*). Projects which focus on and emphasize the economic, cultural and social benefits to be derived from becoming a slow tourism destination should be undertaken to inform the local population of these opportunities.

More specifically, assessment of community-based tourism initiatives should aim to measure:

- 1) the increase in direct income to households;
- 2) improvement in community services such as education, health services, clean water, appropriate housing, roads, transport and communication; and
- 3) the development of sustainable and diversified lifestyles.

On this final point slow tourism can act as a platform that stimulates the creation of both tourism and non-tourism related small and medium size enterprises. Slow tourism provides the opportunity to reevaluate encompass social justice strategies and outcomes for local communities as it allows time to change, adjust and evolve for the tourism operator, community member and the environment (*Wearing, S., Wearing, M. and McDonald M., 2012*).

One of the best examples worldwide is Yamaguchi, located on the periphery of Honshu, the main island of Japan. After the rural areas of Yamaguchi lost 32% of its population, the local people of this destination understand that slow tourism can be used to bring together a range of activities, products and experiences to useful economic advantage. Indeed, the direction of the policy in Yamaguchi is supported by shifts in regional consumer preferences.

The Yamaguchi slow tourism policy aims to satisfy both residents in rural areas, as well as visitors from urban areas. Rural residents are seen as important providers of various services and products and the approach represents a form of neo-endogenous economic development. The interaction and economic benefit is supposed to generate mutual value and appreciation. This micro-economic activity is also designed to help bring extra income to rural households, and to female householders particular. Yamaguchi's slow tourism offer also encourages school trips for urban students to learn about the lives of rural people and their work in the countryside. Where possible they stay with families to gain more understanding of their lives.

Tourism communities in Malaysia face also the problem of in-migration of labor from rural to urban areas. Land use conflicts - e.g. logging of tropical forests in the Endau-Rampin region of southern Peninsular Malaysia and in the Liwagu-Labuk River Basin, Sabah, East Malaysia, still continue. Although damage on the ecosystem (coral reef ecosystem, rainforest degradation, etc.) and pollution are important problems with the increasing number of tourists in the long run, Malaysia is targeting to receive 28,8 million in foreign tourist arrivals during Visit Malaysia Year 2014 (*Malaysia Leo Conception, 2012*).

On the other hand, the growth of rural tourism have to be totally diverging with that of seaside tourism development that, without control could create huge holiday resorts and artificial villages with no identity. Many coastal regions in Portugal, Italy, Greece and particularly in Spain, have suffered this problem, and coast line has been completely destroyed by blocks of apartments and huge hotels, without green or natural areas (*Sanagustín Fons et al., 2011*). This could also be a threat for rural tourism: exceeding in the urbanization of rural spaces. Rural tourism can be a great chance to fill in the empty spaces (i.e. houses) "disposed" by the decline of rural areas but it should not contribute to the change in the land using (i.e. new buildings).

Hence rural tourism in Tuscany is very developed in some internal rural areas such as the Chianti, Val d'Orcia, Maremma and the surrounding countryside of Siena. In some leading municipalities such as San Gimignano, Pienza, San Quirico d'Orcia or Radda in Chianti the number of nights spent per capita is over 50 and the local governments are discussing about constraints on visitor numbers. This is the main reason why Tuscany has a sense to argue on sustainability of rural tourism (*Randelli, F., Romei, P., Tortora, M. and Tinacci, M., 2012*).

The travellers who prefer slow tourism have the desire to stay somewhere for a longer period of time, to get to know a smaller place in the country, and close to nature, and to gain a better understanding of what it means to live in a rural area. Slow food is also an essential element (*Murayama, M. and Parker, G., 2012*). Food and beverage vendors which represent the authentic nature of the region, and where regional dishes are promoted and served to visitors should be established taking the philosophy of Slow Food into account in that case.

Rural lodging entrepreneurs could undertake other activities simultaneously (e.g., livestock and agricultural activities). Farm diversification, often through tourism activities, also has taken place in other places in Europe, which can provide superior net total income. The strong risk of depopulation in rural areas, combined with the importance of rural areas throughout the European Union's (EU) geography, has



induced several different programs that attempt to encourage the development of these areas (*Hernandez-Maestro, R. M. and Gonzales-Benito, O., 2013*).

Laura Piriz, National Board of Fisheries and Dr. Karl Bruckmeier, University of Göteborg, mention that from the times – less than 100 years ago in Sweden – that “fishing community” was nearly synonymous with “coastal society” to the present days when fishery is marginal, both in national, economic and social terms, a dramatic change has happened, usually called modernisation. Traditionally the specific coastal culture and society of the archipelago landscape, characteristic of Swedish coasts, was closely connected to the local ecosystems including the sea, the coast and the land. Today the Swedish archipelago areas are discussed mainly in terms of negative demographic growth with real estate being appropriated by people from urban areas and temporary overcrowding by tourists – indicators of cultural, social, economic and ecological impoverishment and decline. Swedish rural and environmental development policies address the questions of keeping alive the archipelago.

In this context coastal fisheries can be expected to play a significant role in rebuilding the local society of the future. A society capable of sustaining a diversity of livelihoods and producers having control over the natural assets of local areas. However, the protagonists of such local economies, as for example fishermen are mostly old and few. Today the local governments try to create islands of projects and experiments with local knowledge to take the advantage of diversity of knowledge (for example, in organic agriculture and horticulture, local handicrafts, sustainable and high quality local fisheries, new consumption styles).

In Mallorca however, in the tourism sector the damage is caused by sheer numbers and by the fact that tourist are notoriously unconscious of their environmental behaviour when away from home. Tourism is a consumer industry and it is difficult to impose better environmental standards on a transient population. For a long time Mallorcans have bemoaned the degenerative impact tourism has had on society, language and environment but have been happy to accept the considerable economic benefits. Many commentators advocate an expansion of ‘new’ tourists at the expense of ‘old mass’ tourists through a policy of diversification. Highly laudable providing total income from tourism remains constant or rises. If more ‘new’ tourists’ and fewer ‘old’ tourists results in a fall in GDP or per capita incomes, Mallorcans must accept a fall in their standard of living or at least trade it against a possible increase in their quality of life. Such moves usually benefit the higher social echelons and not the working class sector, already subject to vicious ‘seasonality’, who may not find this sort of solution so acceptable (*Buswell, R. J., 2011*).

## CONCLUSION

A sustainable tourism is the only type of tourism that can offer an authentic countryside lifestyle area, where it is possible to relax and enjoy nature and countryside atmosphere, like in Tuscany, Provence and Wachau, without compromising the other local specialisation, first of all agriculture. Sustainability should be substantiated through

policy and legislation and should be primary objective in all decisions regarding tourism. This covers a multitude of areas of study and implementation ranging from, but not limited to, environmental, social, economic and urban development and design.

Sustainable tourism began to be used from late 80s and early 90s the term has become more commonly used (*Swarbrooke, 1999*). Research on sustainable tourism has provided many ideas and tools in advancement of sustainability in addition to defining and delineating the concept. Despite the theoretical contributions provided by extent research positive, real-world examples of the concept of sustainability of tourism in general and destinations in particular are necessary. But the remarks about the negative impacts of tourism are intended to demonstrate and explain the tourism paradox.

Tourism itself is not an environmentally and socially “negative” activity that should be avoided. The tourism industry is worth developing and investing in and brings about negative impacts which sometimes outweigh its associated positive economic impacts if undertaken sustainably. But there does exist a form of tourism that is not destructive or paradoxical, and tourism has many positive economic and social benefits that are indispensable.

The very activity of tourism should not necessarily consume the very cause of the activity. Tourism can indeed not only provide the impetus for conservation, itself can be based on conserving or financing the conservation of the destination in short, it can ensure sustaining of tourism. Common sense should prevail over policy, lessons gleaned from mistakes of other destinations should direct destination development, and most importantly tourism should not be conceptualized as a finite stream of revenue where profit maximization is the logical course of action, but as a renewable resource that requires care and attention in its utilization. The essence of tourism is based on pleasure derived from the destination itself and activities undertaken when there. For travelers preferring slow tourism approach this pleasure is derived from a lower impact, slower paced destination. Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new tourism destination where the cultural and historical heritage is utilized needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability. Activities necessary for strategic planning should be carried out, and the cooperation of public and private sectors should be ensured after determining the applicability of slow tourism approach.

The awareness of locals and visitors should be raised in order to prevent damage to the historical and cultural environment, the carrying capacity of the region should be determined under sustainable principles, and local governments, non-governmental organizations, universities and professional organizations should cooperate against adverse environmental effects caused by tourism.

“Recommendatory” and “orienting” approaches rather than “prevention” should be adopted in legislations; local authorities should be supported in their endeavors towards sustainability. In respect to structure of tourism, “nonindustrial” scale and types should be subjected to a different set of rules different from the areas and facilities of mass tourism. Rights and powers of local governments over implementations should be expanded. Rural tourism must be promoted as a key driver of rural tourism development, and funds must be devoted to supporting the development of rural lodging establishments.

Mechtild Rössler from UNESCO World Heritage Centre-Paris, claims that, the inclusion of cultural landscapes in the World Heritage list proved that UNESCO's World Heritage Convention is pioneering new approaches in the protection of the planet's cultural and natural diversity. The 23 sites listed in this category show that there exists a great diversity of outstanding cultural landscapes that are representative of the different regions of the world. Certain sites reflect specific techniques of land use that also guarantee and sustain biological diversity. This is in particular the case for Europe with the riverine terraces of the Wachau cultural landscape (Austria), the vine production of the Jurisdiction of Saint Emilion (France) or Cinque Terre (Italy), the cultivated lands of the Loire valley (France), the pastoral practices in the Pyrenees, Mont Perdu (France/Spain) or Hortobágy national park (Hungary) and the traditional land use systems of the isthmus of Kurzeme (Lithuania/Russia) and the agricultural landscape of southern Öland (Sweden).

The European Union (EU) recognises that agriculture and rural development are critical to poverty reduction and growth. The European Innovation Partnership (EIP-AGRI) on Agricultural Productivity and Sustainability was launched in 2012 and works to foster competitive and sustainable farming and forestry that 'achieves more and better from less'. It contributes to ensuring a steady supply of food, feed and biomaterials, developing its work in harmony with the essential natural resources on which farming depends (*IU: ASR, 2013*). Destination-level planning and implementation is also encouraged. Tourism is well placed to contribute directly to rural development as many rural areas are attractive to visitors.

## REFERENCES

- Buswell, R. J., (2011), *Mallorca and Tourism History, Economy and Environment*, Channel View Publications, ISBN: 9781845411794.
- Hernandez-Maestro, R. M. and Gonzales-Benito, O., (2013), "Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development", *Journal of Travel Research*, 53 (I), pp. 83-95, SAGE Publications.
- Malaysia Leo Conception, (2012), *Tourism Impacts Presentation*, Comm 515T, Global Tourism, Malaysia.
- Markwell, K., Fullagar, S. and Wilson, E., (2012), "Reflecting Upon Slow Travel and Tourism Experiences", in the Book: *Slow Tourism*, Channel View Publications, Bristol, pp. 227-233, ISBN-13: 978-1-84541-281-4.
- Murayama, M. and Parker, G., (2012), "Fast Japan, Slow Japan: Shifting to Slow Tourism as a Rural Regeneration Tool in Japan", in the Book: *Slow Tourism*, Channel View Publications, Bristol, p. 179, ISBN-13: 978-1-84541-281-4.
- Randelli, F., Romei, P., Tortora, M. and Tinacci, M., (2012), "Rural tourism driving regional development in Tuscany. The renaissance of the countryside", Department of Economic Sciences, University of Florence.
- Swarbrooke, J. (1999), *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CABI Publishing.
- Urbain, J.-D. (1991), *L'idiot du voyage: Histoires de touristes*. Paris: Plon.

- Wearing, S., Wearing, M. and McDonald M. (2012), “Slow’n Down the Town to Let Nature Grow: Ecotourism, Social Justice and Sustainability”, in the Book: Slow Tourism, Channel View Publications, Bristol, pp. 36-50, ISBN-13: 978-1-84541-281-4.
- [www.equinoxadvisory.com](http://www.equinoxadvisory.com) (downloaded on 05.03.2014 at 5.32 pm).

# Reconstruction of Tourism: Tourism Detox

International Antalya Hospitality Tourism and Travel Research Conference. Conference Paper. Antalya, Turkey. December 2014 - *Uluslararası Antalya Konaklama Turizmi ve Seyahat Araştırması Konferansı, Konferans Bildirisi. Antalya, Türkiye. Aralık 2014*

---

## ABSTRACT

Having the tourism industry as the only development model for a country with its natural and cultural resources could not only destroy the social life but also the tourism industry itself. Although the equation “more tourists=more tourism income” is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans of the destinations. The prospects of even more income will cause an increase in the tourism revenue generation capacity of the destination. However, this process leads to overuse of natural attractions at the destination and places pressures on tourism earnings.

“Tourism paradox” is the name of this concept. In common usage, the word “paradox” often refers to statements that are ironic or unexpected, such as “the paradox that standing is more tiring than walking “. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where industrial tourism destroys natural and cultural environment that is necessary for tourism activities. Projects that focus on and emphasize the economic and social benefits should be undertaken in order to protect these values in the end. The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called “tourism equinox”. The name “equinox” is derived from the Latin *aequus* (equal) and *nox* (night), because around the equinox, night and day are about equal length. New projects and approaches to solve the problems caused by the growth of urban populations and establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever.

“Detox” is a period when you stop taking unhealthy or harmful foods, drinks or drugs into your body in order to improve your health. Detox is a radical decision and it is not an easy process. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful substances from the destination.

This paper investigates the influence of tourism paradox and tourism equinox on destinations in relation to tourism and the protection of natural and cultural resources with the help of tourism detox.

**KEY WORDS:** Tourism Paradox, Tourism Equinox, Tourism Detox, Tourism Development, Sustainability.

# Turizmin Yeniden İnşası: Turizm Detoksu

## ÖZET

Turizm endüstrisinin doğal ve kültürel kaynaklarıyla birlikte bir ülke için tek kalkınma modeli olması, sadece sosyal hayatı değil, turizm endüstrisinin kendisini de yok edebilir. “Daha fazla turist=daha fazla turizm geliri” denklemi çok basit olmasına rağmen destinasyonların kalkınma planları için sürdürülebilir bir yaklaşım değildir. Daha da fazla gelir beklentisi, destinasyonun turizm geliri yaratma kapasitesinde bir artışa neden olacaktır. Ancak bu süreç, destinasyondaki doğal çekiciliklerin aşırı kullanımına yol açmakta ve turizm kazançları üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu kavramın adı “turizm paradoksu”dur. Yaygın kullanımda, "paradoks" kelimesi genellikle "ayakta durmanın yürümekten daha yorucu olduğu" gibi ironik veya beklenmedik ifadelerle atıfta bulunur. Turizm paradoksu, endüstriyel turizmin turizm faaliyetleri için gerekli olan doğal ve kültürel çevreyi tahrip ettiği bu olguya verilen isimdir. Bu değerlerin eninde sonunda korunabilmesi için ekonomik ve sosyal faydayı ön plana çıkaran ve vurgulayan projeler yapılmalıdır.

Destinasyondaki sosyal ve ekonomik ilişkileri değiştirmeyen ve bozan dengeye “turizm ekinoksu” denir. Ekinoks adı Latince aequus (eşit) ve nox (gece) sözcüklerinden türetilmiştir. Çünkü ekinoks boyunca gece ve gündüz yaklaşık olarak eşit uzunluktadır. Kentsel nüfusun artmasının neden olduğu sorunları çözmek ve sağlıklı sürdürülebilir turizm destinasyonları oluşturmak için yeni projeler ve yaklaşımlar her zamankinden daha önemli hale gelmektedir.

Detoks, sağlığını iyileştirmek için vücudunuza sağlıksız veya zararlı yiyecek, içecek veya ilaçları almayı bıraktığınız bir dönemdir. Detoks radikal bir karardır ve kolay bir süreç değildir. Turizm detoksu, zararlı maddelerin destinasyondan uzaklaştırılmasına yönelik bir tedavidir.

Bu makale, turizm paradoksu ve turizm ekinoksunun destinasyonlar üzerindeki etkisini turizm detoksu yardımıyla doğal ve kültürel kaynakların korunması bağlamında incelemektedir.

**ANAHTAR KELİMELELER:** Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu, Turizm Detoksu, Turizm Geliştirme, Sürdürülebilirlik.

## TOURISM PARADOX

The tourism product is developed, funded, managed and marketed by both private and public sector entities such as government ministries, tourism authorities, hotels and Destination Marketing Organisations (DMO's), all having their own ways of dealing with the product, own limitations and resource-based challenges.

A tourism destination's characteristics and industry are highly affected by regional and local politics and policies, and are made up of a multidimensional conflation of macro- and micro-product features that are developed and marketed to dynamic and heterogeneous markets ([www.equinoxadvisory.com](http://www.equinoxadvisory.com)).

The proposal offered by today's competitive paradigm that higher the number of tourists visiting a destination, the higher will be the income for the destination sounds good at first. New buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly at the destination and replace the traditional ones. The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increasing desirability of the destination. Is it, however a feasible proposal for all cases? Parallel with the increased tourism activities, there will be huge amount of social, cultural, economic and environmental problems faced by the local people as well as tourists at the destination.

Socially, by disturbing the socio-cultural balance of local communities, increasing prostitution, child exploitation, as beggars, street vendors or sex preys. Culturally, with a rampant commoditization of local cultures, overcrowding of heritage sites, cultural clashes, lack of respect for local traditions.

Environmentally, with increasing carbon footprint, depletion of water resources due to heavy consumption by hotels, golf courses, etc., wide spread lack of waste management, destruction of ecosystems and natural barriers (increasing impact of natural hazards such as the 2003 tsunami) to build resorts by the sea and within national parks. Economically, tourism in main tourism centers causes prices inflation, land speculation, and limits access to natural resources by the poorest whose livelihoods often depends on them ([www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism)).

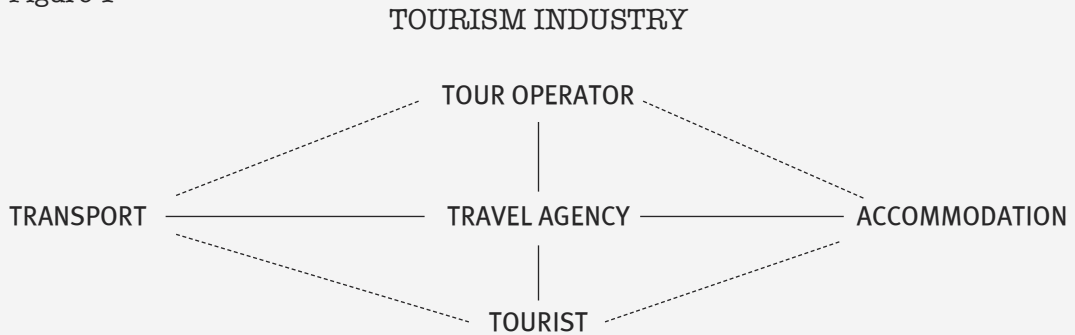
Having the tourism industry as the only development model for a country with its natural and cultural resources could not only destroy the social life but also the tourism industry itself. Although the equation "more tourists=more tourism income" is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans of the destinations. This process leads to overuse of natural attractions at the destination and places pressures on tourism earnings.

The tourism paradox begins to appear at this stage since the natural and cultural resources that are worth seeing are consumed by those who come to visit them. The destination could shrink and disappear in the long run. This is what we call tourism paradox because the natural and cultural resources which are the essential parts of the tourism product, could be destroyed. In other words, tourism paradox is the name given to this phenomenon where industrial tourism destroys natural and cultural environment of tourist destinations. Tourism paradox is also the name of unsustainable tourism. It is the definition of tourism that is killing itself.

An analogy can be made of a scorpion stinging itself when surrounded with fire to

local economies dependent on tourism. For such destinations tourism is sometimes embraced as a lifestyle and everything there becomes entwined with tourism, in effect tourism becomes the ring of fire causing “self-destruction” of the destination. Although this metaphor is not novel, it expresses the notion where tourism itself causes a downward spiral as put forth by previous tourism researches that have considered the phenomenon from different points of view. Tourism is like fire, it can cook the meal or, burn the house. This famous Asian saying underlines the fact tourism is indeed a double edged sword, and that tourism impacts highly depends how it is being developed, managed and consumed.

Figure 1



Source: Unsever, I., 2004.

As the number of tourists visiting to a destination increases so will the revenue generated. Then it inevitably follows, facilities, roads, airports, and ports with the capacity to accommodate more people will be built for more income (Figure 1). Tourism investments have been modified in such manner that negative natural and social impact is the central focus of prohibitions regarding investments.

## TOURISM EQUINOX

Can we protect the destinations from tourism paradox? New projects and approaches to solve this problem and to establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. Among the positive effects of tourism are the creation of jobs and income, promotion of intercultural relations and the possibility of recreation for the stressed urban citizens. Its negative consequences are ever-increasing traffic, over-exploitation of natural resources and generally inappropriate use of landscapes. Due to this, tourism sometimes endangers the sole grounds for its existence. Avoiding exploitation, increasing intensity of traffic and pollution of landscapes is one of the main tasks for the future.



According to Hermann Hinterstoisser, Head of the Nature Protection Department, Salzburgerland, the great variety of beautiful landscapes in Austria offers many different aspects of multifunctionality. The same landscape may have productive, protective, recreational and ecological functions. The protection and sustainable development of landscapes has to be a joint task for spatial planning, agriculture, forestry, nature conservation and tourism as a whole in order to maintain the diversity of the landscapes.

Local communities need to control and self regulate their tourist industries, and tourism offers the best options in terms of environmental protection and long-term, sustainable economic growth in these communities (*Wearing, Wearing, and McDonald, 2012*). It is expected that domestic and foreign visitors will in the future prefer greener, more serene, and more natural destinations where they can easily find the values stated in the basic principles of sustainable tourism, where they feel healthy, relaxed and secure.

The balance, which does not destroy the social and economic relations as well as the ecosystems at the destination is called “tourism equinox”. The name “equinox” is derived from the Latin *aequus* (equal) and *nox* (night), because around the equinox, night and day are about equal length. Tourism equinox is the balance between the requirements of the mankind and the needs of the nature.

One of the best examples worldwide is Yamaguchi, located on the periphery of Honshu, the main island of Japan. After the rural areas of Yamaguchi lost 32% of its population, the local people of this destination understand that tourism equinox can be used to bring together a range of activities, products and experiences to useful economic advantage. The Yamaguchi tourism policy aims to satisfy both residents in rural areas, as well as visitors from urban areas. The travelers who prefer rural tourism have the desire to stay somewhere for a longer period of time, to get to know a smaller place in the country, and close to nature, and to gain a better understanding of what it means to live in a rural area. Rural residents are seen as important providers of various services and products and the approach represents a form of neo-endogenous economic development. The interaction and economic benefit is supposed to generate mutual value and appreciation. This micro-economic activity is also designed to help bring extra income to rural households, and to female householders particular (*Murayama and Parker, 2012*).

Tourism communities in Malaysia face also the problem of in-migration of labor from rural to urban areas. Land use conflicts - e.g. logging of tropical forests in the Endau-Rampin region of southern Peninsular Malaysia and in the Liwagu-Labuk River Basin, Sabah, East Malaysia, still continue (*Malaysia Leo Conception, 2012*). The strong risk of depopulation in rural areas, combined with the importance of rural areas throughout the European Union's (EU) geography, has induced several different programs that attempt to encourage the development of these areas (*Hernandez-Maestro, and Gonzales-Benito, 2013*).

On the other hand, the growth of rural tourism have to be totally diverging with that of seaside tourism development that, without control could create huge holiday resorts and artificial villages with no identity. Many coastal regions in Portugal, Italy, Greece and particularly in Spain, have suffered this problem, and coast line has been

completely destroyed by blocks of apartments and huge hotels, without green or natural areas. In some leading municipalities such as San Gimignano, Pienza, San Quirico d'Orcia or Radda in Chianti the number of nights spent per capita is over 50 and the local governments are discussing about constraints on visitor numbers (*Randelli & Romei & Tortora & Tinacci, 2012*).

Laura Piriz, National Board of Fisheries and Dr. Karl Bruckmeier, University of Göteborg, mentions that from the times – less than 100 years ago in Sweden – that “fishing community” was nearly synonymous with “coastal society” to the present days when fishery is marginal, both in national, economic and social terms, a dramatic change has happened, usually called modernization. Today the Swedish archipelago areas are discussed mainly in terms of negative demographic growth with real estate being appropriated by people from urban areas and temporary overcrowding by tourists – indicators of cultural, social, economic and ecological impoverishment and decline. Swedish rural and environmental development policies address the questions of keeping alive the archipelago. Today the local governments try to create islands of projects and experiments with local knowledge to take the advantage of diversity of knowledge (for example, in organic agriculture and horticulture, local handicrafts, sustainable and high quality local fisheries, new consumption styles).

In Mallorca however, in the tourism sector the damage is caused by sheer numbers and by the fact that tourists are notoriously unconscious of their environmental behavior when away from home. Tourism is a consumer industry and it is difficult to impose better environmental standards on a transient population. For a long time Mallorcans have bemoaned the degenerative impact tourism has had on society, language and environment but have been happy to accept the considerable economic benefits. Many commentators advocate an expansion of ‘new’ tourists at the expense of ‘old mass’ tourists through a policy of diversification. Highly laudable providing total income from tourism remains constant or rises. If more ‘new’ tourists’ and fewer ‘old’ tourists results in a fall in GDP or per capita incomes, Mallorcans must accept a fall in their standard of living or at least trade it against a possible increase in their quality of life. Such moves usually benefit the higher social echelons and not the working class sector, already subject to vicious ‘seasonality’, who may not find this sort of solution so acceptable. Are there enough ‘new’ tourists with sufficiently high disposable incomes to fulfill this policy move? Golfers, cruise tourists, the conference trade etc. have so far made little economic impact, and mass tourist numbers continue to rise in any case! (*Buswell, 2011*).

## TOURISM DETOX

We have previously analyzed the issue of tourism paradox that was mainly about the negative progress of the tourism industry. The aforementioned tourism paradox affects the tourism destinations, where relations of tourism industry has dominated roles over its unplanned and uncontrolled economic and social structure with unbalanced funds.

You can better observe the concept of distortion through tourism followed by spoilage of tourism in touristic resorts such as Kuşadası, Alanya and Fethiye in Turkey.

It is clearly observed that the nature, environment, social structure in the province and dominant cultural elements are speedily decreased. Consequently, some destinations that have become favorite resorts with their unique touristic attractions have lost their characteristics, some of them have become extinct and most of them have lost the identity.

In 1980, 42875 beds were in Kusadasi and the rate for a three stars hotel per person per night was USD 30. Today in a resort hotel, the all-inclusive rate per person per night is USD 8-10 ([www.kuto.org.tr](http://www.kuto.org.tr)).

Ölüdeniz in Fethiye is another example that experienced the similar tourism paradox. The lagoon itself which gives the area its name (Ölüdeniz in Turkish is literally translated as “dead sea”) is trapped in a corner of the city and has been ruined as can be seen even from satellite images. The people involved in tourism in these regions where the economy of the society is based on tourism, are in search for “more tourists” in order to satisfy their economic profit in a very addictive manner like drug addicts.

Is antisepsis possible? Dialectics are the reality: the treatment is within the disease! Just as in the case of drug addiction, it is possible to be cured from the addiction. Tourism paradox is toxification of destinations with the negative effects of the tourism industry. The period of tourism paradox can be seen as an opportunity to protect the natural and cultural resources of the destination which is called tourism detox. Detox is a radical decision and it is not an easy process. Tourism detox is not the same as detox tourism, digital detox or unplugging from technology during holidays. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful elements of tourism development from the destination.

Similarly, it is also possible for the regions with tourism paradox to disengage from this paradox, yet it is not quite easy as it is expected. Tourism destinations can be disengaged from this paradox to reach to the natural, historical, economic and ancient social positions through consistency in the society and with the help of scientific methods.

Mallorca Island in Spain is maybe the first resort that experienced the tourism paradox. They destroyed the natural environment as well as traditional architecture for the sake of tourism development. However to disengage from tourism paradox they tear down the huge hotels and reconstructed them with respect to nature on the island. Naturally the bed capacity in Mallorca declined. With the growth of the natural environment tourism income on the island has increased. This shows that tourism income has a tendency to increase if you improve the quality of the natural environment. Tourism detox requires decreasing the demand of the number of beds in order to increase the income per bed and to disengage the region from dominant tourism activities.

In addition, the increase in Mallorca population through inward migration with a higher birth rate than that of locals will cause tensions unless employment opportunities are increased. Second homes and increased permanent residents from north and west Europe will inflate house prices further. Both sets of population increases will put new and difficult-to-sustain pressures on social services in the public sector at a time when it is difficult to increase the tax harvest and invest in services. Changing patterns of household formation will increase demands for new housing. Instability in other parts

of the Mediterranean will increase the number of visitors to Mallorca, if only in the short run. This may compensate for the drift of tourists to competing areas – Turkey, Middle East, North America, Caribbean etc. Of course, Mallorca capital may prefer to follow these shifts (*Buswell, 2011*).

## CONCLUSION

With the tourism sector (now one of the first world industry) recording exponential growth-over one billion international travelers, US\$ 6.3 trillion contribution to Global Domestic Product (GDP), and 255 million jobs created, the industry represented 9% of the world GDP in 2011. Its negative impacts however are consequently becoming more tangible and the responsible travel movement started over 15 years ago is now gaining pace while increasingly recognized as the only way forward ([www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism)).

Tourism itself is not an environmentally and socially “negative” activity that should be avoided. The tourism industry is worth developing and investing in and brings about negative impacts which sometimes outweigh its associated positive economic impacts if undertaken sustainably.

Sustainable tourism began to be used from late 80s and early 90s the term has become more commonly used (*Swarbrooke, 1999*). Research on sustainable tourism has provided many ideas and tools in advancement of sustainability in addition to defining and delineating the concept. Despite the theoretical contributions provided by extent research positive, real-world examples of the concept of sustainability of tourism in general and destinations in particular are necessary. But the remarks about the negative impacts of tourism are intended to demonstrate and explain the tourism paradox.

A sustainable tourism is the only type of tourism that can offer an authentic countryside lifestyle area, where it is possible to relax and enjoy nature and countryside atmosphere, like in Tuscany, Provence and Wachau, without compromising the other local specialization, first of all agriculture. Sustainability should be substantiated through policy and legislation and should be primary objective in all decisions regarding tourism. This covers a multitude of areas of study and implementation ranging from, but not limited to, environmental, social, economic and urban development and design.

In the first place, the best way to start to reconstruction of tourism is to prepare a participative Tourism Development Plan. Tourism legislations should be “directive” rather than “compulsory”. Common sense should prevail over policy, lessons gleaned from mistakes of other destinations should direct destination development. Most importantly tourism should not be conceptualized as a finite stream of revenue where profit maximization is the logical course of action, but as a renewable resource that requires care and attention in its utilization.

Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new tourism destination where the cultural and historical heritage is utilized needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability.

Activities necessary for strategic planning should be carried out, and the cooperation of public and private sectors should be ensured after determining the applicability of tourism equinox approach. Rural tourism must be promoted as a key driver of rural tourism development, and funds must be devoted to supporting the development of rural lodging establishments

The awareness of locals and visitors should be raised in order to prevent damage to the historical and cultural environment. Local population should be encouraged to participate in the new tourism strategy. The carrying capacity of the region should be determined under sustainable principles.

Local authorities should be informed very clearly that it is not possible to achieve sustainable tourism development without respecting natural environment. Local governments, non-governmental organizations, universities and professional organizations should cooperate against adverse environmental effects caused by tourism. The success of this tourism approach depends on effective destination management and marketing involving the principles of tourism.

It is very hard to tear down the huge buildings like big hotels. The stakeholders of the tourism industry can be convinced by giving tax deductions and explaining the long term benefits of tourism detox. When succeeded, there will be a more balanced and controlled tourism development which is in harmony with natural and social environment. The best thing to do is to achieve “tourism equinox”. Then we don’t have to worry about “tourism detox”.

## REFERENCES

- Buswell, R. J., (2011). Mallorca and Tourism History, Economy and Environment. Channel View Publications.
- Hernandez-Maestro, R. M. & Gonzales-Benito, O., (2013). Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development, *Journal of Travel Research*, 53 (I), 83-95.
- Malaysia Leo Conception, (2012). Tourism Impacts Presentation. Malaysia: Comm 515T, Global Tourism.
- Murayama, M. & Parker, G., (2012), Fast Japan, Slow Japan: Shifting to Slow Tourism as a Rural Regeneration Tool in Japan. S. Fullagar, K.W. Markwell and E. Wilson (Ed.) *Slow Tourism: Experiences and Mobilities* (pp.170-185) Bristol: Channel View Publications.
- Randelli, F. & Romei, P. & Tortora, M. & Tinacci, M., (2012). Rural tourism driving regional development in Tuscany. The renaissance of the countryside. Department of Economic Sciences, University of Florence.  
([http://www.disei.unifi.it/upload/sub/pubblicazioni/repec/pdf/wp11\\_2011.pdf](http://www.disei.unifi.it/upload/sub/pubblicazioni/repec/pdf/wp11_2011.pdf))  
(downloaded on 07.05.2014 at 11.30 pm).
- Swarbrooke, J. (1999), *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CABI Publishing.
- Wearing, S., Wearing, M. and McDonald M. (2012). “Slow’n Down the Town to Let Nature Grow: Ecotourism, Social Justice and Sustainability”, S. Fullagar, K.W.

Markwell and E. Wilson (Ed.) Slow Tourism: Experiences and Mobilities. (pp.36-50)  
Bristol: Channel View Publications.

- [www.equinoxadvisory.com](http://www.equinoxadvisory.com) (downloaded on 05.03.2014 at 5.32 pm).
- [www.exofoundation.org](http://www.exofoundation.org) (downloaded on 12.07.2014 at 11.00 am).
- [www.kuto.org.tr](http://www.kuto.org.tr) (downloaded on 09.06.2014 at 10.15 am).

# The Treatment is within the Disease: Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox

International Tourism and Hospitality Management Conference, Sarajevo, Bosnia&Herzegovina  
Conference Paper (Best Paper Award), October 2015 - *Uluslararası Turizm ve Otel İşletmeciliği Konferansı,  
Saraybosna, Bosna Hersek, Konferans Bildirisi (En İyi Bildiri Ödülü), Ekim 2015*

---

## ABSTRACT

Having the tourism industry as the only development model for a country with its natural and cultural resources could not only destroy the social life but also the tourism industry itself. Although the equation more tourists=more tourism income is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans of the destinations. This process leads to overuse of natural and cultural attractions and places pressures on tourism earnings. Tourism paradox is the name of this concept. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where tourism industry destroys natural and cultural environment that is necessary for tourism activities. The growth of tourism cannot be always considered as having a positive impact for destinations. The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called tourism equinox. New projects and approaches to solve the problems caused by the growth of urban populations and establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful substances from the destination. Detox is a radical decision and it is not an easy process. Therefore, spatial reorganization and urban regeneration play a crucial role for the marketing of destinations and this transformation action affects all infrastructure facilities, restorations of old buildings, reorganization of historical zones, and revitalizing the architectural style of the destinations. This paper investigates the influence of tourism paradox and equinox on destinations in relation to tourism activities and the protection of natural and cultural resources with the help of tourism detox. It primarily relies on qualitative research to understand the main futures of tourism paradox, equinox and detox taking the negative impacts of tourism into consideration. As research methodology a literature review and the sources of secondary data were used.

**KEY WORDS:** Tourism Paradox, Tourism Equinox, Tourism Detox, Tourism Development, Sustainability.

# Tedaviyi Hastalıkta Aramak: Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu ve Turizm Detoksu

## ÖZET

Sahip olduğu doğal ve kültürel kaynaklarıyla bir ülke için turizm endüstrisinin tek kalkınma modeli olması, sadece sosyal hayatı değil, turizm endüstrisinin kendisini de yok edebilir. “Daha fazla turist = daha fazla turizm geliri” denklemi çok basit olmasına rağmen, kalkınma planları için sürdürülebilir bir yaklaşım değildir. Bu süreç, doğal ve kültürel çekiciliklerin aşırı kullanımına yol açmakta ve turizm kazançları üzerinde baskı oluşturmaktadır. Turizm paradoksu bu kavramın adıdır. Turizm paradoksu, turizm endüstrisinin turizm faaliyetleri için gerekli olan doğal ve kültürel çevreyi tahrip ettiği bu olguya verilen isimdir. Turizmin büyümesinin her zaman destinasyonlar için olumlu bir etkisi olduğu düşünülemez. Değişmeyen, destinasyondaki sosyal ve ekonomik ilişkileri bozan dengeye “turizm ekinoksu” denir. Kentsel nüfusun artmasının neden olduğu sorunları çözmek ve sağlıklı sürdürülebilir turizm destinasyonları oluşturmak için yeni projeler ve yaklaşımlar her zamankinden daha önemli hale gelmektedir. Turizm detoksu, zararlı maddelerin destinasyondan uzaklaştırılmasına yönelik bir tedavidir. Detoks radikal bir karardır ve kolay bir süreç değildir. Bu nedenle mekânsal yeniden yapılanma ve kentsel dönüşüm, destinasyonların pazarlanmasında çok önemli bir rol oynamaktadır ve bu dönüşüm eylemi tüm altyapı tesislerini, eski yapıların restorasyonlarını, tarihi bölgelerin yeniden düzenlenmesini ve destinasyonların mimari üslubunun canlandırılmasını etkilemektedir. Bu makale, turizm paradoksu ve ekinoksunun turizm faaliyetleri ve turizm detoksu yardımıyla doğal ve kültürel kaynakların korunması ile ilgili destinasyonlar üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Turizmin olumsuz etkilerini dikkate alarak turizm paradoksu, ekinoks ve detoksun ana geleceğini anlamak için öncelikle nitel araştırmalara dayanır. Araştırma metodolojisi olarak literatür taraması ve ikincil veri kaynakları kullanılmıştır.

**ANAHTAR KELİMELELER:** Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu, Turizm Detoksu, Turizm Geliştirme, Sürdürülebilirlik.



## TOURISM PARADOX

When looking at the increase of tourism in a destination, it can be said that tourism is a valuable part of the economy. The proposal offered by today's competitive paradigm that higher the number of tourists visiting a destination, the higher will be the income for the destination sounds good at first. Parallel with the increased tourism activities, new buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly at the destination and replace the traditional ones. The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increasing desirability of the destination. However, there will be huge amount of social, cultural, economic and environmental problems faced by the local people as well as tourists at the destination; socially, by disturbing the socio-cultural balance of local communities, culturally commoditization of local cultures and overcrowding of heritage sites, environmentally increasing carbon footprint, pollution of water resources and destruction of ecosystems, economically prices inflation and land speculation ([www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism)).

Having the tourism industry as the only development model for a country with its natural and cultural resources could not only destroy the environment and social life but also the tourism industry itself. Although the equation more tourists = more tourism income is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans of the destinations. It is obvious that tourism generates beneficial outcomes as much as it produces negative impacts in the conservation of traditional settlements and historical destinations with their natural and cultural resources. Therefore the relationship between culture and tourism has been defined with terms such as: - paradox, contradiction and conflict, dynamic and complex (Kılıç&Aydoğan, 2015). The growth of tourism cannot be always considered as having a positive impact for destinations. Because of the increase of the tourism industry, many historic destinations started to lose their historical identity and suffer from overcrowding (Diekmann&Gillot, 2010).

The tourism paradox begins to appear at this stage since the natural and cultural resources that are worth seeing are consumed by the travelers. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where tourism industry destroys natural and cultural environment that is necessary for tourism activities. Tourism paradox is also the name of unsustainable tourism. Projects that focus on and emphasize the economic and social benefits should be undertaken in order to protect these values in the end. Besides the economic aspect of conserving cultural and natural heritage it is also very important to protect the destination from the negative effects of tourism. Heritage is not only something that people wish to pass on generation by generation, it is also something that has become increasingly scientific so that preservation and survival is something that is created through a number of principles, processes and practices (Timothy&Boyd, 2003).

Tourism is like fire, it can cook the meal or, burn the house. This famous Asian saying underlines the fact tourism is indeed a double edged sword, and that tourism impacts highly depends how it is being developed, managed and consumed. Attractive landscape sites, such as sandy beaches, lakes, riversides, and mountain tops and slopes, are often transitional zones, characterized by species-rich ecosystems. The threats to

and pressures on these ecosystems are often severe because such places are very attractive to both tourists and developers.

The ecosystems most threatened with degradation are ecologically fragile areas such as alpine regions, rain forests, wetlands, mangroves, coral reefs and sea grass beds. Increased construction of tourism and recreational facilities has increased the pressure on natural resources and on scenic landscapes. Direct impact on natural resources, both renewable and nonrenewable, in the provision of tourist facilities can be caused by the use of land for accommodation and other infrastructure provision, and the use of building materials. Forests often suffer negative impacts of tourism in the form of deforestation caused by fuel wood collection and land clearing. Often tourism fails to integrate its structures with the natural features and indigenous architecture of the destination. Large, dominating resorts of disparate design can look out of place in any natural environment and may clash with the indigenous structural design. Lack of land-use planning and building regulations in many destinations has facilitated sprawling developments along coastlines, valleys and scenic routes (<http://www.gdrc.org/uem/ecotour/envi/one.html>).

## TOURISM EQUINOX

Destinations have suffered from uncontrolled tourist development and tourism paradox during the last decades, having as consequence the destruction of natural ecosystems, air and water pollution, the shortage of water, problems of waste disposal, or the transformation of small villages into centers of urbanization. Fortunately tourist's mentalities are changing and the slogan of non-destructive or sustainable tourism is becoming important for travelers and for authorities.

New positive kinds of holidays are being developed; they deal with the problems of mass tourism, caring for cultural, social, and natural features of the destination (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm>).

Presenting a balance between the sustainability of cultural and natural heritage and marketing for tourism purposes forms an important aspect of planning and managing cultural and natural heritage sites (Teo & Huang, 1995). Can we protect the destinations from tourism paradox? New projects and approaches to solve this problem and to establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called tourism equinox. The name equinox is derived from the Latin *aequus* (equal) and *nox* (night), because around the equinox, night and day are about equal length.

Tourism has become a significant future of the economy and structure of the destinations around the world and also has played a major role in the transformation and redevelopment of industrial districts within destinations that have traditionally accommodated commercial activities.

Sustainable tourism has been promoted as a way of moderating the disadvantages of tourism, at the same time as make best use of the benefits in a way that is suitable for

the greatest number of people (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-fredo.htm>). Tourism equinox encourages the development of cultural and rural tourism to sustain local cultures, traditional lifestyles and industries, it seeks to utilize resources and the environment in a sustainable way, and it aims to generate the local economy by providing opportunities for employment and economic development. Also it demands an awareness of the needs of local people, respect and appreciation for culture and the environment and achieves a balance between development and conservation.

One of the best examples of tourism equinox for worldwide is Yamaguchi, located on the periphery of Honshu, the main island of Japan. After the rural areas of Yamaguchi lost 32% of its population, the local people of this destination understand that tourism equinox can be used to bring together a range of activities, products and experiences to useful economic advantage. The Yamaguchi tourism policy aims to satisfy both residents in rural areas, as well as visitors from urban areas (*Murayama & Parker, 2012*).

According to Hermann Hinterstoisser, Head of the Nature Protection Department, Salzburgerl and the great variety of beautiful landscapes in Austria offers many different aspects of multifunctionality. The protection and sustainable development of landscapes has to be a joint task for spatial planning, agriculture, forestry, nature conservation and tourism as a whole in order to maintain the diversity of the landscapes. Local communities need to control and self-regulate their tourist industries, and tourism offers the best options in terms of environmental protection and long-term, sustainable economic growth in these communities (*Wearing, Wearing & McDonald, 2012*). It is expected that domestic and foreign visitors will in the future prefer greener, more serene, and more natural destinations where they can easily find the values stated in the basic principles of sustainable tourism, where they feel healthy, relaxed and secure with tourism equinox. On the other hand, the growth of rural tourism have to be totally diverging with that of seaside tourism development that, without control could create huge holiday resorts and artificial villages with no identity. Many coastal regions in Portugal, Italy, Greece and particularly in Spain, have suffered this problem, and coast line has been completely destroyed by blocks of apartments and huge hotels, without green or natural areas (*Randelli, Romei, Tortora & Tinacci, 2012*). For a tourist destination the promotion and the image are fundamental and must be carefully constructed in order to get benefits. Tourism is a form of conspicuous consumption and tourists exhibit their identity and social standing by the destination they choose to visit and the image it presents. The social and economic impact of tourism, and consequently its effect on culture, is enormous in areas of mass tourism (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-fredo.htm>).

For that reason, tourism equinox try to solve this problem by advocating that the image presented should meet the needs of the local community and express their cultural heritage.

In Mallorca however, in the tourism sector the damage is caused by sheer numbers and by the fact that tourists are notoriously unconscious of their environmental behavior when away from home. Tourism is a consumer industry and it is difficult to impose better environmental standards on a transient population. For a long time Mallorcans have bemoaned the degenerative impact tourism has had on society, language and en-

vironment but have been happy to accept the considerable economic benefits. Many commentators advocate an expansion of “new tourists at the expense of old mass tourists” through a policy of diversification. Highly laudable providing total income from tourism remains constant or rises (*Buswell, 2011*). The objective is not denying tourists’ access to the beaches and enjoy sun and party, but it should be controlled. The quality of the product has to be improved, because more and more tourists are becoming demanding and look for quality and for new experiences, new activities, new ways of enjoying their holidays (*Segui, 1995*).

Quality tourism is a form of soft tourism. The term soft tourism represents environmental and social compatibility as its priorities. In terms of environmental protection this means the creation of a balance between tourism and natural structures and resources, in other words tourism equinox. Consequently soft tourism is only practicable with a limited number of visitors. The most important measures to ensure a balance between tourism and environment could be a strict regulation of the flow of visitors, a proper signposting of hiking trails and cycle paths, the integration of the native population and an increased offer of guided tours. Soft tourism, agro-tourism and rural tourism are possible solutions for sustainable form of quality tourism (*Kılıç&Aydoğan, 2015*), and also for tourism equinox at the destinations.

## TOURISM DETOX

We have previously analyzed the issue of tourism paradox that was mainly about the negative progress of the tourism industry. The aforementioned tourism paradox affects the tourism destinations, where relations of tourism industry have dominated roles over its unplanned and uncontrolled economic and social structure with unbalanced funds. In tourism urbanization, cities or urban areas are commoditized for the consumers of the tourism industry; and tourists go to tourism cities to consume not only the facilities of the city but also to consume the whole city (*Kaya, 2014*).

The concept of distortion through tourism followed by spoilage of tourism could be better observed in touristic resorts such as Kusadasi, Alanya and Fethiye in Turkey. It is clearly noticed that the nature, environment, social structure in the province and dominant cultural elements are speedily decreased. Consequently, some destinations that have become favorite resorts with their unique touristic attractions have lost their characteristics, some of them have become extinct and most of them have lost the identity.

The people involved in tourism in these regions where the economy of the society is based on tourism, were in search for more tourists in order to satisfy their economic profit in a very addictive manner like drug addicts.

Is antiseptis possible? Dialectics are the reality: the treatment is within the disease! Just as in the case of drug addiction, it is possible to be cured from the addiction. Tourism paradox is toxification of destinations with the negative effects of the tourism industry. The period of tourism paradox can be seen as an opportunity to protect the natural and cultural resources of the destination which is called tourism detox. Detox

is a radical decision and it is not an easy process. Tourism detox is not the same as detox tourism, digital detox or unplugging from technology during holidays. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful elements of tourism development from the destination. Therefore, spatial reorganization and urban regeneration play a crucial role for the marketing of destinations and this transformation action affects all infrastructure facilities, restorations of old buildings, reorganization of historical zones, and revitalizing the architectural style of the destinations. However, the implications and tourism interventions will be different from one destination to another in order to reflect local context and identity such as architecture style, cultural heritage and local lifestyle (Kaya, 2014). Similarly, it is also possible for the regions with tourism paradox to disengage from this paradox, yet it is not quite easy as it is expected. Tourism destinations can be disengaged from this paradox to reach to the natural, historical, economic and ancient social positions through consistency in the society and with the help of scientific methods.

Mallorca Island in Spain is maybe the first resort that experienced the tourism paradox. They destroyed the natural environment as well as traditional architecture for the sake of tourism development. However to disengage from tourism paradox they tear down the huge hotels and reconstructed them with respect to nature on the island. Naturally the bed capacity in Mallorca declined. With the growth of the natural environment tourism income on the island has increased. This shows that tourism income has a tendency to increase, if the quality of the natural environment is improved. Tourism detox requires decreasing the demand of the number of beds in order to increase the income per bed and to disengage the region from dominant tourism activities.

## CONCLUSION

Sustainable tourism should help define cultures, not reinvent them. Tourism frequently means the occupation of free space, the destruction of natural eco-systems, and the reestablishment of everyday life at the chosen destination. This activity is connected with the damage to the environment and to the local population. Many of the problems associated with tourism development arise from the fact that tourism providers are not sensitive to tourism equinox, local pressures and needs. To be successful, sustainable tourism has to rely on the local population and on its participation in development of tourism activity (Lopez & Palomino, 2003).

Tourism itself is not an environmentally and socially —negative activity that should be avoided. The tourism industry is worth developing and investing in and brings about negative impacts which sometimes outweigh its associated positive economic impacts if you do not care for tourism equinox. But the remarks about the negative impacts of tourism are intended to demonstrate and explain the tourism paradox. A sustainable tourism with tourism equinox is the only type of tourism that can offer an authentic countryside lifestyle area, where it is possible to relax and enjoy nature and countryside atmosphere, like in Tuscany, Provence and Wachau, without compromising the other local specialization, first of all agriculture. Tourism equinox should be substantiated

through policy and legislation and should be primary objective in all decisions regarding tourism. This covers a multitude of areas of study and implementation ranging from, but not limited to, environmental, social, economic and urban development and design.

- In the first place, the best way to start to reconstruction of tourism is to prepare a participative Tourism Development Plan.
- Tourism legislations should be —directive rather than —compulsory.
- Common sense should prevail over policy, lessons learned from mistakes of other destinations should direct destination development.
- Most importantly tourism should not be conceptualized as a finite stream of revenue where profit maximization is the logical course of action, but as a renewable resource that requires care and attention in its utilization.
- Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new tourism destination where the cultural and historical heritage is utilized needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability.
- Activities necessary for strategic planning should be carried out, and the cooperation of public and private sectors should be ensured after determining the applicability of tourism equinox approach.
- Rural tourism must be promoted as a key driver of rural tourism development, and funds must be devoted to supporting the development of rural lodging establishments.
- The awareness of locals and visitors should be raised in order to prevent damage to the historical and cultural environment.
- Local population should be encouraged to participate in the new tourism strategy.
- The carrying capacity of the region should be determined under sustainable principles.
- Local authorities should be informed very clearly that it is not possible to achieve sustainable tourism development without respecting natural environment.
- Local governments, non-governmental organizations, universities and professional organizations should cooperate against adverse environmental effects caused by tourism.
- The success of this tourism approach depends on effective destination management and marketing involving the principles of tourism.

Holiday is no longer a luxury but has become a way of life. The freedom to travel is regarded as an unquestionable right nowadays. According to the theory discussed in this paper, the impact of tourism can be tragic for some tourist areas and even if more and more sustainable policies are being implemented, only the future will show if the damage caused by tourism can be erased by a new sustainable tourism (Lopez&Palomino, 2003) or with the help of tourism detox.

It is very hard to tear down the huge buildings like big hotels. The stakeholders of the tourism industry can be convinced by giving tax deductions and explaining the long term benefits of tourism detox. When succeeded, there will be a more balanced and

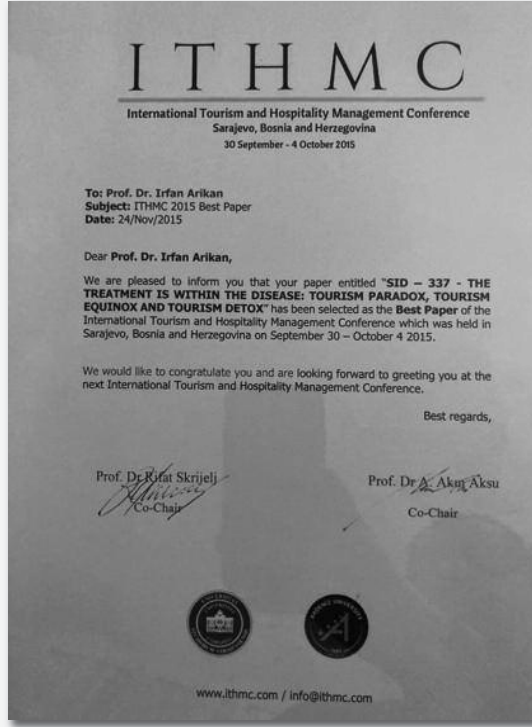
controlled tourism development which is in harmony with natural and social environment. The best thing to do is to achieve tourism equinox, then we don't have to worry about tourism detox.

## REFERENCES

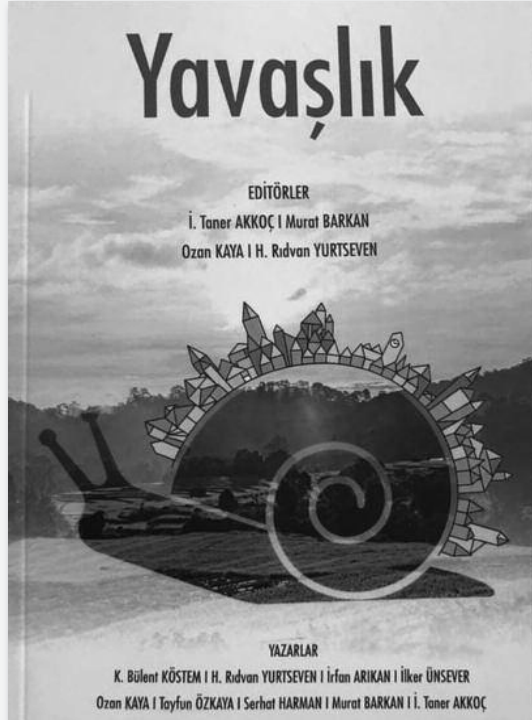
- Buswell, R. J., (2011). *Mallorca and Tourism History, Economy and Environment*. Bristol: Channel View Publications.
- Diekmann, A. & Gillot, L., (2010). *Heritage and Tourism: A Dialogue of Deaf? The Case of Brussels*. Led Online E-Journals, *Rivista di Scienze del Turismo Ambiente Cultura Diritto Economia* (in English), Vol (3), pp.263-280.
- Kaya, E., (2014). *From Industrial and Residential to a Tourism Precinct: The Rocks of Sydney*, University of Western Sydney, Australia.
- Kılıç, S.E. & Aydoğan, M., (2015). *Sustainable Tourism and Heritage in Sigacık/Seferihisar*. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering*, Vol(9), No(1), p.310.
- Lopez, L. & Palomino, B., (2003). *Impacts of Mass Tourism on Local Communities and the New Phenomenon of Colonization-Case Study: Majorca*. MA Thesis, Bournemouth University, England, p.76.
- Murayama, M. & Parker, G., (2012). *Fast Japan, Slow Japan: Shifting to Slow Tourism as a Rural Regeneration Tool in Japan*. S. Fullagar, K.W. Markwell and E. Wilson (Ed.) *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, Bristol: Channel View Publications, pp.170-185.
- Randelli, F., Romei, P., Tortora, M. & Tinacci, M., (2012). *Rural Tourism Driving Regional Development in Tuscany. The Renaissance of the Countryside*, Department of Economic Sciences, University of Florence.
- Segui, L., M., (1995). *Les nouvelles Baléares. La Rénovation d'un Espace Touristique Mythique in L'Harmattan*, ed. Paris, p.65.
- Teo, P. & Huang, S., (1995). *Tourism and Heritage Conservation in Singapore*. *Annals of Tourism Research*, 22(3), pp.58-615.
- Timothy, D.J., & Boyd, S.W., (2003). *Heritage Tourism*, Pearson Education.
- Wearing, S., Wearing, M. and McDonald M., (2012). *Slow'n Down the Town to Let Nature Grow: Ecotourism, Social Justice and Sustainability*. S. Fullagar, K.W. Markwell and E. Wilson (Ed.) *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*. Bristol: Channel View Publications, pp. 36-50.
- <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/envi/one.html>. (18.01.2015)
- <http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/p>. (21.02.2015)
- [www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism). (29.12.2014)



İrfan Arıkan ve İlker Ünsever tarafından kaleme alınarak Ekim 2015'te Bosna-Hersek'te sunulan "*The Treatment is within the Disease: Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox*" isimi bildirinin ödül beratı.



İrfan Arıkan ve İlker Ünsever'in bilim kurulu üyeleri olduğu Cittaslow Türkiye için hazırlanan derleme eser.





# Importance of Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox for Urban Environments

TAD Tourism and Development Conference. Conference Paper. January 2016. Zagreb, Croatia  
*TAD, Turizm ve Kalkınma Konferansı, Konferans Bildirisi, Ocak 2016. Zagreb, Hırvatistan*

---

## ABSTRACT

When looking at the increase of tourism in a destination, it can be said that tourism is a valuable part of the economy. The proposal offered by today's competitive paradigm: that higher the number of tourists visiting a city, the higher the income, sounds good at first. The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increasing desirability of the city. Parallel with the increased tourism activities, new buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly and replace the traditional ones. However, there will be a huge amount of social, cultural, economic and environmental problems faced by the local people as well as the tourists the city. Tourism paradox is the name given to the phenomenon where tourism industry destroys natural and cultural environment in a destination that is necessary for tourism activities. On the other hand the balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called "tourism equinox". Therefore, spatial reorganization and urban regeneration play a crucial role for the marketing of cities and this transformation action affects all infrastructure facilities, restorations of old buildings, reorganization of historical zones, and revitalizing the architectural style of the cities. New projects and approaches to solve the problems caused by the growth of urban populations and to establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful substances from these destinations. This paper investigates the influence of tourism paradox and tourism equinox on urban environments in relation to tourism activities and the protection of natural and cultural resources with the help of tourism detox. It primarily relies on qualitative research to understand the main futures of tourism paradox, equinox and detox taking the physical and environmental aspects of urban environments into consideration. As research methodology a literature review and the sources of secondary data were used.

**KEY WORDS:** Tourism paradox, tourism equinox, tourism detox, urban environments, sustainability

# Kentsel Çevre Açısından Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu ve Turizm Detoksunun Önemi

## ÖZET

Bir destinasyonda turizmin artışına bakıldığında, turizmin ekonominin değerli bir parçası olduğu söylenebilir. Günümüzün rekabetçi paradigmasının sunduğu öneri “Bir şehri ziyaret eden turist sayısı ne kadar yüksekse, gelir de o kadar yüksektir” şeklinde ilk başta kulağa hoş gelmektedir. Artan turist sayısı, şehrin çekiciliğinin arttığı görünümü vermektedir. Artan turizm faaliyetlerine paralel olarak yeni yapılar, yeni yaşam biçimleri, yabancı sermaye ve yeni sosyo-ekonomik ilişkiler hızla ortaya çıkmakta ve geleneksel olanların yerini almaktadır. Ancak, hem yerel halkın hem de şehrin turistlerinin karşı karşıya kaldığı çok sayıda sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel sorun olacaktır. Turizm paradoksu, turizm endüstrisinin turizm faaliyetleri için gerekli olan bir destinasyondaki doğal ve kültürel çevreyi tahrip etmesi olgusuna verilen isimdir. Destinasyondaki sosyal ve ekonomik ilişkileri bozmayan ve değiştirmeyen denge ise “turizm ekinoksu” olarak adlandırılmaktadır. Dolayısıyla mekânsal yeniden yapılanma ve kentsel dönüşüm, şehirlerin pazarlanmasında çok önemli bir rol oynamakta olup bu dönüşüm eylemi, tüm altyapı tesislerini, eski yapıların restorasyonlarını, tarihi bölgelerin yeniden düzenlenmesini ve şehirlerin mimari üslubunun yeniden canlandırılmasını etkilemektedir. Kentsel nüfusun artmasının neden olduğu sorunları çözmek ve sağlıklı sürdürülebilir turizm destinasyonları oluşturmak için yeni proje ve yaklaşımlar her zamankinden daha önemli hale gelmektedir. Turizm detoksu, bu destinasyonlardan zararlı maddeleri uzaklaştırmayı amaçlayan bir tedavidir. Bu makale turizm paradoksu ve turizm ekinoksunun kentsel çevreler üzerindeki etkisini turizm faaliyetleri ve turizm detoksu yardımıyla doğal ve kültürel kaynakların korunması ile ilgili olarak incelemektedir. Turizm paradoksu, ekinoksu ve detoksunun kentsel çevrenin fiziksel ve çevresel yönlerini dikkate alarak ana geleceğini anlamak için öncelikle nitel araştırma gerekir. Araştırma metodolojisi olarak literatür taraması ve ikincil veri kaynakları kullanılmıştır.

**ANAHTAR KELİMELELER:** Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu, Turizm Detoksu, Kentsel Çevre, Sürdürülebilirlik

## TOURISM PARADOX

Having the tourism industry as the only development model for a destination with its natural and cultural resources could not only destroy the environment and social life but also the tourism industry itself. Although the equation “more tourists = more tourism income” is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans of the destinations. It is obvious that tourism generates beneficial outcomes as much as it produces negative impacts in the conservation of traditional settlements and historical cities with their natural and cultural resources. Therefore, the relationship between culture and tourism has been defined with terms such as: “paradox, contradiction and conflict, dynamic and complex” (*Kılıc and Aydoğan, 2015*). The growth of tourism cannot always be considered as having a positive impact for the cities. Because of the increase of the tourism industry, many historic cities started to lose their historical identity and suffer from overcrowding (*Diekmann and Gillot, 2010*).

When looking at the increase of tourism in a destination, it can be said that tourism is a valuable part of the economy. The proposal offered by today’s competitive paradigm that higher the number of tourists visiting a city, the higher will the income be for the destination sounds good at first. The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increasing desirability of the city. Parallel with the increased tourism activities, new buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly and replace the traditional ones. However, there will be a huge amount of social, cultural, economic and environmental problems faced by the local people as well as tourists at the city ([www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism)).

“The tourism paradox” begins to appear at this stage since the natural and cultural resources that are worth seeing are consumed by the travelers. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where tourism industry destroys natural and cultural environment that is necessary for tourism activities. Tourism paradox is also the name of unsustainable tourism. Projects that focus on and emphasize the economic and social benefits should be undertaken in order to protect these values in the end. Besides the economic aspect of conserving cultural and natural heritage it is also very important to protect the destination from the negative effects of tourism. Heritage is not only something that people wish to pass on generation by generation, it is also something that has become increasingly scientific, so that preservation and survival is something that is created through a number of principles, processes and practices (*Timothy and Boyd, 2003*). This is why the shaping of cities today is important to tourists, especially the tourists of tomorrow.

Tourism is like a fire, it can cook the meal or, burn the house. This famous Asian saying underlines the fact tourism is indeed a double-edged sword, and that tourism impacts highly depending on how it is being developed, managed and consumed. Increased construction of tourism and recreational facilities has increased the pressure on natural resources and on scenic landscapes. Direct impact on natural resources, both renewable and nonrenewable, in the provision of tourist facilities can be caused by the use of land for accommodation and other infrastructure provision, and the use of build-

ing materials. Tourism often fails to integrate its structures with the natural features and indigenous architecture of the destination. (<http://www.gdrc.org/uem/ecotour/envi/one.html>).

## TOURISM EQUINOX

Destinations have suffered from uncontrolled tourist development and tourism paradox during the last decades, having as a consequence the destruction of natural ecosystems, air and water pollution, the shortage of water, problems of waste disposal, or the transformation of small villages into centers of urbanization. Fortunately, tourists' mentalities are changing and the slogan of "non-destructive or sustainable tourism" is becoming important for travelers and for authorities. New positive kinds of holidays are being developed; they deal with the problems of mass tourism, caring for cultural, social, and natural features of the destination. (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm>).

Presenting a balance between the sustainability of cultural and natural heritage and marketing for tourism purposes forms an important aspect of planning and managing cultural and natural heritage sites (Teo and Huang, 1995). Can we protect the destinations from tourism paradox? New projects and approaches to solve this problem and to establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called "tourism equinox". The name "equinox" is derived from the Latin *aequus* (equal) and *nox* (night), because around the equinox, night and day is about equal length.

Tourism has become a significant future of the economy and structure of the destinations around the world and also has played a major role in the transformation and re-development of industrial districts within destinations that have traditionally accommodated commercial activities. Sustainable tourism has been promoted as a way of moderating the disadvantages of tourism, at the same time making the best use of the benefits in a way that is suitable for the greatest number of people (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm>).

The standardization, globalization, destruction or prettification can be very difficult to reverse. Once high buildings or open spaces have been created, it proves very hard to revert to what was there before. To be healthy, a town must be welcoming for tourists but also for its inhabitants. If heritage is advertised and emphasized, one needs to be aware that it is the contents that animate it. It is urban life taken as a whole with its complexity, which makes the container live and evolve. Without this, heritage loses its meanings, residents leave, towns start losing their specific "feel" and tourists leave as well. On the other hand, when successful, there will be a more balanced and controlled tourism development that is in harmony with natural and social environment. Tourism equinox encourages the development of cultural and rural tourism to sustain local cultures, traditional lifestyles and industries, it seeks to utilize resources and the environment in a sustainable way, and it aims to generate the local economy by providing

opportunities for employment and economic development. Also, it demands an awareness of the needs of local people, respect and appreciation for culture and the environment and achieves a balance between development and conservation.

One of the best examples of tourism equinox worldwide is Yamaguchi, located on the periphery of Honshu, the main island of Japan. After the rural areas of Yamaguchi lost 32% of its population, the local people of this destination understood that tourism equinox can be used to bring together a range of activities, products and experiences to useful economic advantage. The Yamaguchi tourism policy aims to satisfy both residents in rural areas, as well as visitors from urban areas (*Murayama and Parker, 2012*). Local communities need to control and self-regulate their tourist industries, and tourism offers the best options in terms of environmental protection and long-term, sustainable economic growth in these communities (*Wearing, Wearing and McDonald, 2012*). It is expected that domestic and foreign visitors will in the future prefer greener, more serene, and more natural destinations where they can easily find the values stated in the basic principles of sustainable tourism, where they feel healthy, relaxed and secure with tourism equinox.

For a tourist destination, the promotion and the image are fundamental and must be carefully constructed in order to get benefits. Tourism is a form of conspicuous consumption and tourists exhibit their identity and social standing by the destination they choose to visit and the image it presents. The social and economic impact of tourism, and consequently its effect on culture, is enormous in areas of mass tourism (<http://www.karl.aegee.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/>). For that reason, tourism equinox tries to solve this problem by advocating that the image presented should meet the needs of the local community and express their cultural heritage. The quality of the destination has to be improved, because more and more tourists are becoming demanding and look for quality and for new experiences, new activities, new ways of enjoying their holidays (*Segui, 1995*).

In terms of environmental protection this means the creation of a balance between tourism and natural structures and resources, in other words tourism equinox. Consequently, this is only practicable with a limited number of visitors. The most important measure to ensure a balance between tourism and environment could be a strict regulation of the flow of visitors at the destinations.

## TOURISM DETOX

Tourism is dynamic, but if it is developed too quickly, it can be destructive to the host community. If over-developed it destroys the resources and values that attract the visitors to the destination (*ICOMOS, 1999*). In tourism urbanization, cities or urban areas are commoditized for the consumers of the tourism industry; and tourists go to tourism cities to consume not only the facilities of the city but also to consume the whole city (*Kaya, 2014*). The tourism paradox affects the tourism destinations, where relations of tourism industry have dominant roles over its unplanned and uncontrolled economic and social structure with unbalanced funds. Consequently, some destina-

tions that have become favorite resorts with their unique tourist attractions have lost their characteristics, some of them have become extinct and most of them have lost the identity. The people involved in tourism in these regions where the economy of the society is based on tourism, were in search for “more tourists” in order to satisfy their economic profit in a very addictive manner like drug addicts.

Tourism paradox is the intoxication of destinations with the negative effects of the tourism industry. The period of tourism paradox can be seen as an opportunity to protect the natural and cultural resources of the destination which is called tourism detox. Detox is a radical decision and it is not an easy process. Tourism detox is not the same as detox tourism, digital detox or unplugging from technology during holidays. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful elements of tourism development from the destination. Therefore, spatial reorganization and urban regeneration play a crucial role for the marketing of the cities and this transformation action affects all infrastructure facilities, restorations of old buildings, reorganization of historical zones, and revitalizing the architectural style of the cities. However, the implications and tourism interventions will be different from one city to another in order to reflect local context and identity such as architecture style, cultural heritage and local lifestyle (*Kaya, 2014*).

Similarly, it is also possible for the regions with tourism paradox to disengage from this paradox, yet it is not quite easy as it is expected. Tourism destinations can be disengaged from this paradox to reach to the natural, historical, economic and ancient social positions through consistency in the society and with the help of scientific methods.

## URBAN ENVIRONMENTS

### **The Impacts of the tourism sector on the urban environment.**

The tourism sector is a major contributor to the economic growth worldwide, however tourism development causes several adverse impacts on the urban environments. The intensity of these effects depends on the extent of tourist activities. Above all, the majority of tourism activities can lead to changes in the urban environment (*Popescu, 2016*). These impacts can be grouped into four classes of effects: economic, physical environmental, socio-cultural and political (*Dumitru et al., 2012*).

This section describes some of the most important negative impacts caused by the tourism sector according to the four groups of the urban environment. Tourism sector plays an important role for the economic development of the destination; it generates foreign currency, creates job, increases investment in addition to the effects of the industry on the balance of payments, and the multiplier effect, which lead to an important economic growth. Nevertheless, the increasing number of tourists will compete with households on consuming local goods (foods, transport, clothing, land use etc.), which will raise the cost of living. Therefore, local population is likely to be negatively affected by the prices (*Ardahaey, 2011*). Furthermore, the negative economic impacts of the tourism sector include the costs of tourism infrastructure and other direct and indirect

costs spent by the government and private investors to serve the tourists. Sometimes the costs of tourism investments can outweigh the profit from the tourism activities. Moreover, the resources invested in the tourism sector can be invested in industries, and be more beneficial than the tourism sector (*Mathieson, 1982; Ardahaey, 2011*). Besides, tourism is an extremely sensitive activity; it can be affected by any external and/or internal factors (political instability, financial crises, social problems, etc.). Subsequently, the over dependency of the tourism industry potentially causes economic problems. Last but not least, it is commonly recognized that the tourism industry is a highly seasonal activity, which has negative repercussions not only on the income generated from the industry but also on the tourism employment.

The hospitality industry has serious repercussions on the physical environment. Among the most challenging environmental issues related to the development of tourism activities is the overexploitation of natural resources, mainly water resources. Thus, the majority of tourist activities require a high level of water consumption (swimming pool, golf courses, etc.). In addition, pollution is a main problem related to the industry (soil pollution, visual pollution, noise pollution, water pollution, etc.). This is in addition to land and coastal erosion, changes in flora and fauna, and land exploitation for constructing tourist infrastructure.

Unlike the environmental impacts, the socio- cultural impacts of the tourism industry are not sufficiently investigated in the literature. Tourism has both positive and negative socio- cultural impacts on tourists as well as households. Among the most important positive impacts of the tourism industry is the enhancement of education and the intercultural exchange (music, handicrafts, foods, habits, etc.). This research sets the focus on the most dominant negative socio-cultural impacts of the industry. The United Nations Environmental Program (UNEP) discusses the most significant socio-cultural impacts related to this industry. The main impact related to the sector is standardization; tourist destinations tend to standardize accommodation, drinks, and food; in order to satisfy certain tourists, which will lead to the loss of authenticity. Another important issue discussed by the UNEP is the “irritation due to tourist behavior”; hence, sometimes tourists behave or appear in a way that irritates local people (for instance; wearing skirts or bikinis in some strictly Muslim countries, where Muslim women should be entirely covered).

Like other industries, tourism has both positive and negative impacts on the urban environment. Being aware of the adverse impacts of this economic activity makes planning for a sustainable tourism with an emphasis on spatial reorganization and urban regeneration an obligation.

The following paragraph discusses tourism planning process that helps achieve the tourism equinox.

### **Planning for sustainable tourism: preserving the urban environment**

Fulfilling the tourism equinox concept requires planning for sustainable tourism at an early stage. Tourism policy makers should plan for tourism growth according to the sustainability of the industry with respect to the carrying capacity of the area.

The impacts of tourism on urban environment must be assessed at an early stage



through a planning process based on environmental impacts assessment. Analyzing the situation of the tourist destination through investigation of the resources available for the area, the number of tourists and other economic indicators related to the tourism industry are necessary for an efficient planning process (*Angelevska-Najdeska and Rakicevik, 2012*). It is important to notice that successful tourism plans, programs and projects require the involvement of host communities while being developed (*Brunt and Courtney, 1999*).

The tourism strategy should be focused on the environmental issues; indeed, the mismanagement of the environmental resources can lead to the degradation of the urban environment; which will not only affect the local population, but will decrease the number of visitors. Furthermore, empowering the poor segment of the society through creating employment (reducing poverty) and/or involving the decision-making process through organizing workshops is highly recommended, in order to reduce social issues, and increase their wellbeing. In the same context, Magaš (2003) added that balancing between the economic development and the sustainability of the tourism industry, can be discussed from two different aspects. “In terms of local community”; local community should be involved while planning for the tourism industry especially for the activities related to the social development that represents one of the urban environment pillars. The second aspect is “the concept of the quality of tourism”, which is related to the marketing aspect of the destination, in a way that prioritizes the environmental sustainability and local population wellbeing.

Figure 1 represents the planning process steps that guaranties the tourism equinox, the suggested process is adapted from the Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012).

## CONCLUSION

Sustainable tourism should help define cultures, not reinvent them. Tourism frequently means the occupation of free space, the destruction of natural eco-systems, and the re-establishment of everyday life at the chosen destination. This activity is connected with the damage to the environment and to the local population. Many of the problems associated with tourism development arise from the fact that tourism providers are not sensitive to tourism equinox, local pressures and needs. To be successful, sustainable tourism has to rely on the local population and on its participation in development of tourism activity (*Lopez and Palomino, 2003*).

Tourism itself is not an environmentally and socially “negative” activity that should be avoided. The tourism industry is worth developing and investing in and brings about negative impacts which sometimes outweigh its associated positive economic impacts if you do not care for tourism equinox. But the remarks about the negative impacts of tourism are intended to demonstrate and explain the tourism paradox. Tourism equinox should be substantiated through policy and legislation and should be the primary objective in all decisions regarding tourism. This covers a multitude of areas of study and implementation ranging from, but not limited to, environmental, social, economic and urban development and design.



- In the first place, the best way to start to reconstruction of tourism for urban environments is to prepare a participative Tourism Development Plan.
- Tourism legislations should be “directive” rather than “compulsory”.

Figure 1.

## TOURISM PLANNING PROCESS FOR A SOUND URBAN ENVIRONMENT

- Step 1: Preparing the guidelines for the whole planning process
- Step 2: Selecting the research group, and the controlling committee
- Step 3: Setting goals according to each specific area
- Step 4: Categorizing tourist activities and attractions according to their type
- Step 5: Rating activities depending on their potential to attract tourists
- Step 6: Qualitative and quantitative analyses that integrate various sustainability aspects for efficient choices that enhance sustainability and lead to the tourism equinox
- Step 7: Developing policies and plans using scenario analyses
- Step 8: Monitoring, conclusion and recommendations

- Common sense should prevail over policy; lessons learned from mistakes of other destinations should direct destination development in the urban areas.
- Most importantly, tourism should not be conceptualized as a finite stream of revenue where profit maximization is the logical course of action, but as a renewable resource that requires care and attention in its utilization.
- The design of new buildings, sites and transport systems should minimize the potential harmful visual effects of tourism. Pollution controls should be built into all forms of infrastructure (ICOMOS, 1999). Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new tourism destination, where the cultural and historical heritage is utilized, needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability of the urban environment.
- Activities necessary for strategic planning should be carried out, and the cooperation of public and private sectors should be ensured after determining the applicability of tourism equinox approach.
- The awareness of locals and visitors should be raised in order to prevent damage to the historical and cultural urban environment.
- Local population should be encouraged to participate in the new tourism strategy.
- The carrying capacity of the region should be determined under sustainable principles.
- Local authorities should be informed very clearly that it is not possible to achieve sustainable tourism development without respecting natural urban environment.

- Local governments, non-governmental organizations, universities and professional organizations should cooperate against adverse environmental effects caused by the tourism industry.
- The success of this tourism approach for urban environments depends on effective destination management and marketing involving the principles of tourism.

Holiday is no longer a luxury but has become a way of life. The freedom to travel is regarded as an unquestionable right nowadays. According to the approaches discussed in this paper, the impact of tourism can be tragic for some tourist areas and even if more and more sustainable policies are being implemented, only the future will show if the damage caused by tourism can be erased by a new sustainable tourism (Lopez and Palomino, 2003) or with the help of tourism detox. The best thing to do is to achieve “tourism equinox”; then we don’t have to worry about “tourism detox”. When succeeded, there will be a more balanced and controlled tourism development which is in harmony with natural and social environment in urban areas.

## REFERENCES

- ANGELEVSKA-NAJDESKA, K. AND RAKICEVIK, G. (2012), “Planning of Sustainable Tourism Development”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, pp. 210–220
- ARDAHAEY, F. T. (2011), “Economic Impacts of Tourism Industry”. *International Journal of Business and Management*, 6(8), p. 206
- BRUNT, P. AND COURTNEY, P. (1999), “Host Perceptions of Socio-cultural Impacts”. *Annals of Tourism Research*, 26(3), pp. 493–515
- DIEKMANN, A. AND GILLOT, L. (2010), “Heritage and Tourism: A Dialogue of Deaf? The Case of Brussels”. *Led Online E-Journals, Rivista di Scienze del Turismo, Ambiente Cultura Diritto Economia (in English)*, Vol (3), pp. 263-280
- DUMITRU, T. ET AL. (2012), “The Impact of Tourism Development on Urban Environment”. *Studies in Business & Economics*, 7(3), pp. 160–164
- ICOMOS (1999), [www.icomos.org/tourism/charter.html](http://www.icomos.org/tourism/charter.html) (accessed February 24, 2016)
- KAYA, E. (2014), *From Industrial and Residential to a Tourism Precinct: The Rocks of Sydney*. University of Western Sydney, Australia
- KILIÇ, S. E. AND AYDOĞAN, M. (2015), “Sustainable Tourism and Heritage in Sigacık/Seferihisar”. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering*, Vol (9), No (1), p. 310
- LÓPEZ, L. AND PALOMINO, B. (2003), “Impacts of Mass Tourism on Local Communities and the New Phenomenon of Colonization-Case Study: Majorca”, p. 76. MA Thesis, Bournemouth University, England
- MURAYAMA, M. AND PARKER, G. (2012), “Fast Japan, Slow Japan: Shifting to Slow Tourism as a Rural Regeneration Tool in Japan”. In: S. Fullagar, K. W. Markwell and E. Wilson (Ed.), *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, pp. 170-185. Bristol: Channel View Publications

- MAGAŠ, D. (2003), *Management Tourist Organizations and Destinations*. Opatija: University of Rijeka, Faculty of Tourist and Hotel Management Opatija
- MATHIESON, A., WALL, G. and others (1982), *Tourism, Economic, Physical and Social Impacts*. Longman
- POPESCU, L. et al., "Competitiv, Durabil, Inovativ Și Identitarin Conturarea Destinatiei Turistice". [http://www.academia.edu/download/38000025/carte\\_tiparita.pdf](http://www.academia.edu/download/38000025/carte_tiparita.pdf) (accessed August 11, 2016)
- SEGUILINAS, M. (1995), "Les nouvelles Baléares La rénovation d'un espace touristique mythique", p. 65. Paris: L'Harmattan
- TEO, P. AND HUANG, S. (1995), "Tourism and Heritage Conservation in Singapore". *Annals of Tourism Research*, 22(3), pp. 58-615
- TIMOTHY, D. J. AND BOYD, S. W. (2003), *Heritage Tourism*. Pearson Education
- WEARING, S., WEARING, M. AND MCDONALD, M. (2012), "Slow'n Down the Town to Let Nature Grow: Ecotourism, Social Justice and Sustainability". In: S. Fullagar, K. W. Markwell and E. Wilson (Ed.), *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, pp. 36-50. Bristol: Channel View Publications
- [www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism) (accessed 29.12.2014).
- <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/envi/one.html> (accessed 18.01.2015).
- <http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/p> (accessed 21.02.2015).

İrfan Arıkan'ın  
Sayın Suavi Ahıpaşaoğlu  
ile birlikte turizm  
işletmeciliği alanına  
kazandırdıkları  
akademik eser.



İrfan Arıkan ve  
İlker Ünsever'in birlikte  
kaleme aldıkları  
eser.



# Turizmde Yeni Kavramlar: İyi Turizm, Doğru Turizm, Organik Turizm

Uludağ University 1. International Rural Tourism Congress. Conference Paper. May 2017. Bursa, Turkey  
*Uludağ Üniversitesi 1. Uluslararası Kırsal Turizm Kongresi, Konferans Bildirisi. Mayıs 2017. Bursa, Türkiye*

---

## ÖZET

Turizm, bir endüstri faaliyeti halini alınca “romantik” anlamının korunduğu turizm türleri ortaya çıkmış ve bu türler Alternatif Turizm, Agro Turizm, Doğa Turizmi, Yavaş Turizm gibi... farklı adlar alarak kendilerini endüstriyel turizmden ayırmıştır. Bu turizm türleri/hareketleri, yeni turizm kavramları olarak akademik hayatın da içinde sıkça yer almaya başlamıştır. Turizm faaliyetinin temasına göre tanımlanan bu kavramların bazıları mikro ölçekli bir alanı, bazıları modası geçince unutulacak bir turizm temasını ifade etmekte, bazıları ise tanımlanan türün yapısı gereği turizm terminolojisindeki yerinin Gastro Turizm/Gastronomi Turizmi ya da Spor Turizmi gibi kalıcı olmasını sağlamaktadır. Tanımlamak, anlamamanın önkoşuludur. Turizm sözcüğü ile ifade edilen alanda koordinat belirlemeden bir değerlendirme yapmak mümkün değildir. Bunun için yapılması gereken ilk şey analiz ve analiz sonucuna göre tanımlamak olacaktır. Turizm sektörünün kendi pratiğinde oluşan tanımlar bilimsel bir anlam ifade etmemekte, bu nedenle her gün yeni turizm türleri veya tanımları ortaya çıkmaktadır. Ancak turizm endüstrisinin icat ettiği ve edeceği her farklı tura ya da modele bir tanım eklemekle bilimsel anlamda bir yere varılamayacağı aşikardır. Turizmin yeni kavramlarını ararken türlerinin dışında bir dayanak bulmak ve bu türleri barındırdığı niteliklere göre ayırmak gerekmektedir. Tıpkı tarımda: meyve tarımı, sebze tarımı ve bakliyat tarımı yerine organik tarım ve iyi tarım kavramlarının önce bilimsel sonra hukuki olarak oluştuğu gibi turizm de kendi kavramlarını oluşturmalıdır. Turizm, sürdürülebilirlik niteliğiyle yeni kavramlara ihtiyaç duymaktadır. “Hangi turizm?” ya da “Nasıl turizm?” sorularına verilecek cevaplar bizi yeni turizm kavramlarına götürecektir. Bu bildiride “iyi turizm”, “doğru turizm” ve “organik turizm” adlandırmalarının dayanakları, çevrelerinin belirlenmesi ve ilkelerinin ortaya konulması açısından konu ele alınmaya çalışılmıştır.

**ANAHTAR KELİMELEER:** İyi Turizm, Doğru Turizm, Organik Turizm, Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu.

# New Concepts in Tourism: Good Tourism / Fair Tourism Organic Tourism

---

## ABSTRACT

Tourism has emerged as a type of industry where the “romantic” sense of tourism has been preserved. These types have distinguished themselves from industrial tourism by taking different names such as Alternative Tourism, Agro Tourism, Nature Tourism or Slow Tourism. These tourism types have started to take place frequently in the academic life as new tourism concepts. Some of these concepts, defined according to the theme of tourism activity, are part of a micro-scale area, and some of them are permanent in the tourism terminology due to the defined structures such as Gastro Tourism / Gastronomy Tourism or Sports Tourism. It is not possible to make an assessment without specifying the area coordinates expressed by the tourism industry. Definitions made in the tourism industry's own practice do not make a scientific sense, and new tourism types or definitions are emerging everyday. However, it is obvious that these definitions invented by the tourism industry could not be reached in scientific terms by adding a different concept of each tour or a model. When searching for new concepts of tourism, it is necessary to find a basis other than types and to distinguish them according to the qualities they possess. Just as in agriculture: instead of fruit agriculture, vegetable agriculture and leguminous agriculture, organic agriculture and good agriculture concepts are formed first as scientific and then legal. Tourism needs new concepts in terms of sustainability. The answers to “Which tourism?” or “What a tourism?” will lead us to new tourism concepts. In this paper, it has been tried to discuss the basis of the designation of the principles of “good tourism”, “fair tourism ” and “organic tourism” with their framing and principles.

**KEYWORDS:** Good Tourism, Fair Tourism, Organic Tourism, Tourism Paradox, Tourism Equinox.

## GİRİŞ

Turizm, bir endüstri faaliyeti halini alınca “romantik” anlamının korunduğu turizm türleri ortaya çıktı ya da bu türler kendilerine farklı adlar bularak kendilerini endüstriyel turizmden ayırdı: Alternatif Turizm, Agro Turizm, Doğa Turizmi, Yavaş Turizm gibi... Bu gittikçe çoğalan turizm türleri/hareketleri, yeni turizm kavramları olarak akademik hayatın da içinde sıkça yer almaya başladı.

Turizm faaliyetinin temasına göre adlanan, tanımlanan bu kavramların bazıları mikro ölçekli bir alanı, bazıları modası geçince unutulacak bir turizm temasını/rotasını/modelini ifade etmekte, bazıları ise tanımlanan türün yapısı gereği turizm terminolojisinde yerini kalıcı olarak almaktadır: Gastro Turizm/Gastronomi Turizmi, Spor Turizmi gibi...

Yukarıda sayılan turizm türlerine ilişkin tanımların ortak özelliği, destinasyonların özellikleri ya da orada incelenecek/görülecek unsurların tanımını da oluşturmasıdır. Katılımcılarına tarımsal faaliyetlerin içinde yer alma vaadi sunan turlar: Agro Turizm, yeni tadlar, yeme-içme kültürü odaklı düzenlenen turlar: Gastro Turizm olarak anılıyor. Bu anlayışla yaklaşıldığında içinde özgünlük bulunduran hemen hemen her turu yeni bir turizm modeli olarak tanımlayabiliriz.

Turizm, her gün yenilenen dinamik yapısıyla mevcut kavramlarla anlatılabilen, kavranabilen bir alan değildir. Turizm sözcüğü ile ifade edilen tüm hareketler elbette birçok farklı tanımla ifade edilmelidir. Herşeyden önce turizm kitle turizmi ve diğer turizm türleri olarak temel bir ayrıma sahiptir. Kitle turizmi ve diğer turizm türleri de zaman zaman iç içe geçebilir; Türkiye’de gerçekleşen Anadolu Turları kimilerince özel, kimilerince kitle turizmi kapsamında ele alınmaktadır.

## TANIMIN GEREKLİLİĞİ

Tanımlamak, anlamanın önkoşuludur. Turizm sözcüğü ile ifade edilen alanda koordinat belirlemeden bir değerlendirme yapmak mümkün değildir. Bunun için yapılması gereken ilk şey analiz ve analiz sonucuna göre tanımlamak olacaktır. Bu nedenle tanımlamak akademik çalışma gerektirir. Turizm sektörünün kendi pratiğinde oluşan tanımlar bilimsel bir anlam ifade etmemekte, bu nedenle her gün yeni turizm türleri/tanımları ortaya çıkmaktadır. Ancak turizm sektörünün icat ettiği ve edeceği her farklı tura/modele bir tanım eklemekle bilimsel anlamda bir yere varılamaz. Turizmin yeni kavramlarını ararken türlerinin dışında bir dayanak bulmak ve bu türleri barındırdığı saiklere göre ayırmak gerekmektedir. Tıpkı tarımda: Meyve tarımı, Sebze tarımı, Bakliyat tarımı yerine organik tarım, iyi tarım kavramlarının önce bilimsel sonra hukuki olarak oluştuğu gibi turizm de kendi kavramlarını oluşturmalıdır. Turizmin çağdaş ve gelecekte ortaya çıkabilecek gerçekleri de göz önüne alınarak, küresel bir olgu olarak yeni teorik kavramlara ihtiyacı vardır (*Minc and Oakes, 2012*).

Tanımların oluşması, kabul gören tanımların hukuki değerlendirmelerde de değer kazanmasına yol açacak, bu da başta tüketici hakları olmak üzere birçok alanda yapılacak düzenlemelerde tanımın dayanak olmasını sağlayacaktır.

Hukuki gerekliliklerle yapılan tanımlar turizm sektörünü anlamak ve değerlendirmek için yeterli değildir. Örneğin “paket tur” tanımı 12 Haziran 1990 tarihli Avrupa Birliği Seyahat Yönergesi ile hukuki bir anlam kazanmış ve başta seyahat sigortası olmak üzere bir çok alandaki düzenlemelere dayanak olmuştur. Aynı tanımın tekrarlandığı 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve bu kanuna dayalı olarak çıkarılan Paket Seyahat Sözleşmesi Esasları Yönetmeliği, aynı paralelde 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununda yapılan değişiklik “paket tur” tanımına gönderme yapmaktadır.

Mevcut turizm modellerini ekonomik özellikleri ile el aldığımızda büyük tur operatörleri tarafından hazırlanan ve seri bağlantılı uçuşlarla oluşturulan, dağıtım kanallarına hazır halde sunulan “paket tur” pazarı fiilen kitle turizminin ana gövdesi olsa da hukuken “tek bir fiyat altında satılan birden çok seyahat unsurunu” ifade etmektedir. Bu açıdan baktığımızda “paket tur” hemen her turizm türünde ve hatta özellikle kitle turizmi dışındaki turizm türlerinde de karşımıza çıkmaktadır.

Hukuki anlamda büyük önem taşıyan paket tur tanımı, turizm ekonomisinin değerlendirilmesinde yeterince yol gösterici değildir.

## SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Turizm, rakamlarla ölçülen bir iş olarak değerlendirildiğinde büyük rakamların “başarıyı” ifade ettiği algısı tartışmasızdır. Kimilerine göre bu rakamlar turist sayısını, kimilerine göre parasal getiriyi; toplam ciro, kişi başına gelir vb., kimilerine göre gecelemeyi ifade ettiğinde “gerçek” başarıyı göstermektedir. Gerçekten bütün ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi turizmde de rakamların gösterdiği “değer” anlamlı ve önemlidir. Ancak, sadece rakamla ölçülen her işte olduğu gibi turizmde de rakamlar büyüdükçe sürdürülebilirlik olanağı azalmaktadır. İşte bu nedenledir ki son yıllarda gerçek başarı ölçüsü rakamların büyüklüklerinden ziyade faaliyetin; sadece ekonomik değil, doğal, yerel, sosyal, kültürel anlamda yaşamın sürdürülebilmesi olanağı ile ölçülmektedir.

Turizmin yaşamı tehdit eder nitelikte büyümesini ele aldığımız çalışmamızda turizmin sürdürülemez oluşunu “Turizm Paradoksu” olarak nitelişmiş ve tanımlamıştık. Turizmin öncelikli veya tek kalkınma modeli olarak benimsenmesinin doğa ve çevrenin yanı sıra hem sosyal yaşama hem de bizzat turizme verdiği zararlar “Turizm Paradoksu” olarak nitelendirilmektedir (Arikan ve Ünsever, 2012). Turizm Paradoksu nedeniyle önce çevre, sonra sosyal yaşam ve sonunda bizzat turizm ekonomisi zarar görmekte ve ekonomik göstergeler aşağıya doğru giden bir eğri çizmektedir. Bu durum “çok tesis=çok turist=çok gelir” yanılgısından kaynaklanmaktadır. Turizmin çevre ve doğa dışında “sahteleştirme” eğilimini tahrik etmesi nedeniyle sosyal yapılar da hızla bozulmakta, destinasyonların kültürel değerleri gerçeklikten uzaklaşarak “teatral” bir anlam kazanmaktadır. Sahte “köy düğünleri”, “sıra geceleri”, “hıdrellez şenlikleri”, “bağbozumları” gittikçe doğallığını yitiren, herkesin “para kazanmak için” “oynadığı” doğal akışından uzak bir çehreye bürünmektedir. Turizm sayesinde ya da turizm bahanesiyle yüzyıllardır kendini korumuş olan doğal, sosyal ve kültürel unsurlar, olağan hallerinden



uzaklaşıp yaşamın içinden kaybolma ya da “arkeolojik unsur” haline gelme tehlikesiyle baş başa kalmaktadır.

Türkiye’de bir çok yöre, turistik destinasyon olması ile birlikte, turistik destinasyon olmalarına neden olan unsurları, sahip oldukları ayrıcalıklı güzellikleri turizm uğruna yok etmiş, Alanya’da muz bahçeleri, Kuzey Ege’de zeytin bahçeleri, Kapadokya’da bağlar, Bodrum’da mandalina bahçeleri, Çeşme’de sakız ağaçları tesis veya ikinci konut için ilk feda edilen unsurlar olmuştur. Aynı şekilde Bodrum’da sünger avcılığı ve balıkçılık, Urla’da tütüncülük, Kuşadası’nda turizm dışındaki doğal ve kültürel kaynakların birçoğu hızla yok olmuş ve ortadan kalkmıştır.

“Yok eden, bozan, tüketen bir turizm yerine nasıl bir turizm olmalıdır?” sorusunun peşinde yaptığımız çalışmalarda ise sürdürülebilirlik kavramının turizmde uygulanmasına ilişkin önermelerimizi “Turizm Ekinoksu” olarak tanımlayıp, turizmin hem ekonomik hem de sosyal ve kültürel olarak kadim, geleneksel, doğal yaşamı bozmadan, belirleyici olmadan, yaşamı bir senaryonun hayata geçirildiği hale getirmeden ekonomik ve sosyal hayata dahil etmenin gereğini ifade etmiştik (Arikan ve Ünsever, 2014). Kendi sahip olduğu değerleri koruyarak, kendisi olmaktan vazgeçmeden, turiste “velinimet” yerine “misafir” olarak bakan, turizm geliri kadar yerel ekonominin gereklerini yerine getiren yöreler, iyi turist ve doğru turizm ile refahlarını arttıracaklardır. Turizmin mevcut yerel, geleneksel ve kadim unsurları bozmadan, bunların yerine geçmeden yapılandırılmasını Turizm Ekinoksu olarak niteleyebiliriz. Gün ve gecenin eşit olduğu yılın iki gününe verilen isim olan ekinoks, turizm ve tarım gibi eşit odaklı yapılanmaları ifade etmek için tarafımızdan uygun görülmüş ve ortaya atılmıştır. Günümüz turizm destinasyonları için çok geç olabilir, ancak Türkiye’nin henüz turizm paradoksuna düşmemiş, gelecekte parlayacak yerleri göz önüne alındığında Turizm Ekinoksu kavramının altının doldurulmasının önemi anlaşılabilecektir. Yerel halkın turizm endüstrisine yön verdiği ve denetimi elden bırakmadığı destinasyonlarda, doğal ve kültürel varlıkların korunması sağlanarak tarım ve turizm destekli sürdürülebilir ekonomik kalkınma gerçekleştirilebilir (Wearing ve diğerleri, 2012).

2007 yılında Cape Town Deklarasyonu ile sorumlu turizmin tanımı yapılmış ve kabul edilmişti. Sorumlu turizm kısaca insanlara yaşanacak ve ziyaret edecekleri daha güzel yerlerin sunulmasını sağlamakla ilgili bir kavramdır. Kamu ve özel sektörün, tur operatörleri, otelciler, yerel halk ve turistlerle beraber sürdürülebilir bir turizm için sorumluluk almalarını gerektirir.

Sürdürülebilir turizm, kültürleri tanımlamaya yardımcı olmalı, onları yeniden icat etmemelidir. Turizm genellikle turizm yörelerindeki boş alanların işgali, doğal ekosistemlerin tahrip edilmesi ve günlük hayatın negatif olarak etkilenmesiyle eleştirilmektedir. Bu faaliyet çevreye ve yerel halka verilen zararlarla bağlantılıdır. Turizm gelişimi ile ilgili birçok sorun, turizm tedarikçilerinin, turizm ekinoksu ve yerel gereksinimlere duyarlı olmadığı gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Sürdürülebilir turizmin bir destinasyonda başarılı olması, yerel nüfusun turizm faaliyetlerine katılımına bağlıdır. (Lopez ve Palomino, 2003).

Sürdürülebilir Turizm kavramı turizm pratiğinden ziyade akademik anlamda yapılan çalışmaların eseri ve sonucudur. Sürdürülebilirlik, turizm politikalarının oluşumunda, değişiminde, turizm yatırımlarının planlamasında başvurulacak temel kavram halini almıştır. Ancak, her alanda, her sektörde gündeme gelen ve gelmesi gereken “sür-

dürülebilirlik” kavramı genel bir kavram olarak amacı işaret etmekte, “de lege feranda” (olması gereken) niteliğiyle öne çıkmaktadır.

## YENİ BİR KAVRAM OLARAK İYİ TURİZM VE DOĞRU TURİZM

Turizm, sürdürülebilirlik niteliğiyle yeni kavramlara ihtiyaç duymaktadır. “Hangi Turizm?” ya da “Nasıl Turizm?” sorularına verilecek cevaplar bizi yeni turizm kavramlarına götürecektir. Bu bağlamda “iyi turizm” veya “doğru turizm” veyahut “organik turizm” adlandırmalarının dayanakları ve gerek düzenleyicilerinin gerekse katılımcılarının saikleri açısından konu ele alınmaya çalışılacaktır.

Ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik göz önünde tutularak, tarım ürünlerinin üretim sürecinde ve sonrasında sağlıklı ve güvenli yiyecekler elde edilmesine yönelik olan kurallar iyi tarımı oluşturmaktadır (*Good Agricultural Practices Manuel, 2010*).

Sürdürülebilirlik esaslı, çevreye saygılı, ekolojik, mevcut sosyal yapıyı bozmayan, yerel ve geleneksel yapıyı öne çıkaran, sahteletirmeyen, yegâne veya merkezdeki ekonomik faaliyet olarak konumlanmayan bir turizm modeline iyi turizm diyoruz.

Az gelişmiş ve gelişmekte olan yörelerde/ülkelerde turizm, özellikle de kitle turizmi kurtarıcı olarak ekonominin merkezine oturtulduğunda bozucu etkisi olduğu yukarıda atfı yapılan “Turizm Paradoksu” kavramı ile açıklanmıştı. Turizme “kurtarıcı” olarak bakmak beraberinde “turizmi teşvik” ve “turizmi geliştirmek” kavramlarını da getirir. Ekonomik yapıda turizmin ana/temel unsur olarak etken ve egemen olması toplumsal, sosyal ve kültürel yapıyı bozma tehlikesini taşır. Bu durumda turizmi korumaktan ziyade yukarıda sayılan unsurları turizmden korumak gerekecektir.

Turizmin bozucu etkisinin ifade edilmesinin “turizm kötüdür” anlamına gelmeyeceği izahtan varestedir. Tıpkı insan yaşamının temelini oluşturan besinlerin, hatta suyun aşırısının zehirlenme etkisi yapması gibi turizmde sağlıklı bir dünya, barış, kültürel zenginlik için son derece gerekli ve yararlı bir alandır. Ekonomik bir unsur olarak da insanların emeklerini değerlendirme özelliği ile son derece önemli, gerekli ve değerlidir.

İyi turizm, turizm politikalarının bozulmaya karşı dikkatli, sürdürülebilirliğin gereklerine uygun, sosyal ve kültürel yapıyı bozmayan, dünyaya açan, dünyayla paylaşan şekilde oluşturulması anlamında genel bir kavram olarak tarafımızdan önerilmektedir. İyi turizm anlayışıyla uygulanan turizm modelleri, turizm pratikleri ise doğru turizm olarak adlandırılabilir. Bir başka deyişle iyi turizm stratejik olarak yukarıda sayılan ilkelere planlar boyutunda turizm politikasında yer alması, doğru turizm ise iyi turizme uygun turizm türlerinin, modellerinin taktik anlamda hayta geçirilmesi karşılığı olarak kullanılmaktadır.

İtalya’da Toscana, Fransa’da Provence, Avusturya’da Wachau kendi yapılarından ödün vermeden, çok üst düzey turizm markası olmayı başarmış, turizmden aldığı destekle özgün yapısını daha da iyi koruyabilmiş destinasyonlardan bir kaçıdır. Bu örneklerin tartışmasız olarak ortaya koyduğu gerçek, kendi özgün yapısını turizm için değiştirmeyen, kendi özgün unsurlarından turizm uğruna vazgeçmeyen destinasyonlar,

“iyi” ve “doğru” turizm sayesinde sahip oldukları değerleri paylaşıp, kendilerini bozmadan ve bozulmalarına izin vermeden refah seviyelerini arttırabilirler.

## ORGANİK TURİZM

İnsanlar, toplumsal yaşamın ilk dönemlerinden bu yana çok çeşitli sebeplerle yaşadıkları yerlerin dışına çıkarlar: Savaş, keşif, merak, öğrenme... Bu insanın doğası gereği ihtiyacıdır. Göç, geri dönmek üzere yer değiştirmek olduğundan bu amaçla gerçekleşen hareket konumuz dışında kalmaktadır. Ancak, hareket noktasına, kendi yaşam alanına geri dönmek üzere yaşanan yerden uzaklaşmak “seyahat” olgusunun/tanımının en yalın halidir. Savaş dışındaki hareketler, ister bireysel, isterse toplu halde olsun turizm kavramının temeli olan seyahat kavramının içindedir.

Turizm, insanların seyahat ihtiyacının bir ekonomik faaliyet olarak organize edilmiş olması anlamını taşır. İnsanlar, başka yerleri görmek, başka insanları tanımak, farklı kültürleri öğrenmek, onlardan yararlanmak, onlardan bir şeyler almak ve onlara bir şeyler vermek, onların yaşadığı yerleri görmek, bazen de onlara kendini/hünerini göstermek gibi ihtiyacı duyarlar. Bu ihtiyaç insanın doğasından kaynaklanır. İnsanlık farklılıklarıyla, farklılıkların bir araya gelmesiyle gelişmiştir. Bu nedenle tarihte “gezen” insanlar “bilge anlatıcı/öğretici” olarak kabul görmüşlerdir.

Organik turizm, insanın doğası gereği sahip olduğu “başka yerler görme”, “başka insanları tanıma” ihtiyacına cevap veren, ekonomik faydalar uğruna bu ihtiyacı sömürmeyen, çeşitli reklâm ve kurgularla algı yönetimi yapmayan, olduğu gibi anlatan, sadece gerçeği vaat eden turizm hareketi/modeli karşılığı olarak önerdiğimiz bir kavramdır. Avrupa Birliği ülkelerinde kırsal kalkınmanın sağlanmasındaki en önemli tetikleyici unsur olarak kırsal turizm ön plana çıkmaktadır. Kırsal konaklama tesislerini geliştirmek ve sayılarını arttırmak için tarım ekonomisi odaklı yörelere çeşitli fonlardan kaynak aktarılmaktadır (*Hernandez-Maestro ve Gonzales-Benito, 2013*).

Tarım ekonomisi ve turizm faaliyetinin eşitliği (atbaşı sürdürülmesi) üzerine kurulacak sistemde kelimenin tam anlamıyla bir sinerji oluşacaktır. Tarım ürünleri butik üretim ve özen ile doğrudan tüketiciye satılan şekilde üretilecek, tarımda markalaşma ile turizmde markalaşma birlikte yol alacaktır. İyi ve doğru tarım, iyi turist ve doğru turizm ile birleşerek yörenin refahını arttıracaktır. Turizm ve tarım, birbirinin önüne geçmeden, birbirini tamamlayarak yapılandırılmalıdır. Turizm Ekinoksu olarak tanımladığımız bu eşit ve uyumlu yaklaşım her iki alanı da bulunduğu halden ileriye taşıyacaktır. Bu bölgelerin ortak özelliği turizm sermayesinin, özellikle de uluslararası turizm sermayesinin ilgi alanı dışında olmalarıdır. Bölgeye “dışarıdan” akacak-gelecek sermaye yerine yerli dinamiklerin diğer ekonomik etkinliklerin yanında turizm için ayıracakları makul sermaye ile “makul turizm” örgütlenmesi tek ve değerli bir modeldir.

Yerli ve yabancı ziyaretçilerin gelecekte de, kendilerini sağlıklı, huzurlu ve güvende hissedebilecekleri, daha yeşil, daha sakin ve daha doğal destinasyonlara yönelmeleri beklenmektedir. Bu destinasyonların sürdürülebilir bir yaşamın içindeki turizm destinasyonu olarak gelişebilmesi, bu ilkeler doğrultusunda alınacak tedbirler dışında, yatırım, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde yerel halk, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler

ve turizm işletmelerinin ortak ve yoğun çabalarını da gerektirmektedir. Mevzuat çalışmalarında “engelleyici” olmaktan çok “öneren”, “yönlendiren” yaklaşımlar ele alınarak, yerel idarelerin hak ve yetkilerini kullanırken bu yaklaşımları öne çıkaran uygulamalara yer vermeleri sağlanmalıdır. Tarım ekonomisi odaklı yörelerde Turizm Gelişim Planı ve Turizm Envanteri çalışmaları ile turizm ekinoksuna uygun, “doğru ve iyi turizm” mümkündür.

## KAYNAKÇA

- Arıkan İ. & Ünsever İ. (2012). Turizm Paradoksu ve Turizm Paradoksundan Çıkış Yöntemi Olarak Sakin Şehir Hareketi, 13. Ulusal Turizm Kongresi’nde sunulan bildirisi. Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Antalya, 6-9 Aralık.
- Arıkan, İ. & Ünsever, İ., (2014). “Turizm Ekinoksu-Tarım Ekonomisi Odaklı Yörelerde Turizmin Gelişim Modeli, Eko-Gastronomi Dergisi, Yıl 1, Sayı 1, Detay Yayıncılık, Ankara, pp.17-25, ISSN=2148-404X.
- Good Agricultural Practices Manuel, (2010). Joint Institute for Food Safety and Applied Nutrition, University of Maryland.
- Hernandez-Maestro, R. M. & Gonzales-Benito, O., (2013). “Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development”, Journal of Travel Research, Vol 53 (I), ss.83-95.
- Lopez, L. & Palomino, B., (2003). Impacts of Mass Tourism on Local Communities and the New Phenomenon of Colonization-Case Study: Majorca. MA Thesis, Bournemouth University, England, p.76.
- Minc, C. & Oakes, T., (2012). Real Tourism, Practice, Care, and Politics in Contemporary Travel Culture, Routledge, s.2.
- Wearing, S., Wearing, M. & McDonald M., (2012). Slow’n Down the Town to Let Nature Grow:Ecotourism, Social Justice and Sustainability (ss.36-50), in the Book: Slow Tourism. Bristol: Channel View Publications.

# An Analysis of Tourism Development: Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox

IJTEBS – International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences, June 2018  
*IJTEBS – Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi, Haziran 2018*

---

## ABSTRACT

Having the tourism industry as the only development model for a country with its natural and cultural resources could not only destroy the social life but also the tourism industry itself. Although the equation “more tourists = more tourism income” is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans of the destinations. New buildings, new lifestyles, new social and commercial relationships will rapidly replace old ones at the destination. The prospects of even more income will cause an increase in the tourism revenue generation capacity of the destination which often causes deterioration and devastation of the attractions at the destination and a decrease of the tourism earnings. This process leads to overuse of natural and cultural attractions and places pressures on tourism earnings. “Tourism paradox” is the name of this concept. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where tourism industry destroys natural and cultural environment that is necessary for tourism activities. The growth of tourism cannot be always considered as having a positive impact for destinations.

The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called “tourism equinox”. New projects and approaches to solve the problems caused by the growth of urban populations and establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful substances from the destination. Detox is a radical decision and it is not an easy process. Therefore, spatial reorganization and urban regeneration play a crucial role for the marketing of destinations and this transformation action affects all infrastructure facilities, restorations of old buildings, reorganization of historical zones, and revitalizing the architectural style of the destinations. This analysis investigates the influence of tourism paradox and tourism equinox on destinations in relation to tourism activities and the protection of natural and cultural resources with the help of tourism detox.

**KEY WORDS:** Tourism Paradox, Tourism Equinox, Tourism Detox, Tourism Development, Sustainability.

# Turizmin Gelişimine İlişkin Analiz: Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu ve Turizm Detoksu

## ÖZET

Sahip olduğu doğal ve kültürel kaynaklarıyla bir ülke için turizm endüstrisinin tek kalkınma modeli olması, sadece sosyal hayatı değil, turizm endüstrisinin kendisini de yok edebilir. “Daha fazla turist = daha fazla turizm geliri” denklemi çok basit olmasına rağmen, kalkınma planları için sürdürülebilir bir yaklaşım değildir. Ancak daha fazla turist için gerekli altyapı, kaçınılmaz olarak, destinasyonu sahip olduğu çekiciliklerden uzaklaştıracaktır. Yeni binalar, yeni yaşam tarzları, yeni sosyal ve ticari ilişkiler, destinasyondaki eskilerin yerini hızla alacaktır. Daha da fazla gelir beklentisi, destinasyonun turizm geliri yaratma kapasitesinde bir artışa neden olacak ve bu da genellikle destinasyondaki cazibe merkezlerinin bozulmasına, tahrip olmasına ve turizm kazançlarının azalmasına neden olacaktır. “Turizm paradoksu” kavramıyla kastedilen de budur. Yaygın kullanımda, “paradoks” kelimesi genellikle “ayakta durmanın yürümekten daha yorucu olduğu” gibi ironik veya beklenmedik ifadelerle atıfta bulunur. Turizm paradoksu, endüstriyel turizmin turizm faaliyetleri için gerekli olan doğal ve kültürel çevreyi tahrip ettiği bu olguya verilen isimdir. Turizmin büyümesinin her zaman destinasyonlar için olumlu bir etkisi olduğu düşünülemez.

Destinasyondaki sosyal ve ekonomik ilişkileri değiştirmeyen ve bozan dengeye “turizm ekinoksu” denir. Kentsel nüfusun artmasının neden olduğu sorunları çözmek ve sağlıklı sürdürülebilir turizm destinasyonları oluşturmak için yeni projeler ve yaklaşımlar her zamankinden daha önemli hale gelmektedir. Turizm detoksu, zararlı maddelerin destinasyondan uzaklaştırılmasına yönelik bir tedavidir. Detoks radikal bir karardır ve kolay bir süreç değildir. Bu nedenle mekânsal yeniden yapılanma ve kentsel dönüşüm, destinasyonların pazarlanmasında çok önemli bir rol oynamaktadır ve bu dönüşüm eylemi tüm altyapı tesislerini, eski yapıların restorasyonlarını, tarihi bölgelerin yeniden düzenlenmesini ve destinasyonların mimari üslubunun canlandırılmasını etkilemektedir. Bu analiz, turizm paradoksu ve turizm ekinoksunun turizm faaliyetleri ve turizm detoksu yardımıyla doğal ve kültürel kaynakların korunması ile ilgili destinasyonlar üzerindeki etkisini araştırmaktadır.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu, Turizm Detoksu, Turizm Geliştirme, Sürdürülebilirlik.

## TOURISM PARADOX

Having the tourism industry as the only development model for a country with its natural and cultural resources could not only destroy the environment and social life but also the tourism industry itself. Although the equation “more tourists = more tourism income” is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans of the destinations. It is obvious that tourism generates beneficial outcomes as much as it produces negative impacts in the conservation of traditional settlements and historical destinations with their natural and cultural resources. Therefore the relationship between culture and tourism has been defined with terms such as: “paradox, contradiction and conflict, dynamic and complex” (Kılıç&Aydoğan, 2015). The growth of tourism cannot be always considered as having a positive impact for destinations. Because of the increase of the tourism industry, many historic destinations started to lose their historical identity and suffer from overcrowding (Diekmann&Gillot, 2010).

When looking at the increase of tourism in a destination, it can be said that tourism is a valuable part of the economy. The proposal offered by today’s competitive paradigm that higher the number of tourists visiting a destination, the higher will be the income for the destination sounds good at first. Parallel with the increased tourism activities, new buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly at the destination and replace the traditional ones. The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increasing desirability of the destination. However, there will be huge amount of social, cultural, economic and environmental problems faced by the local people as well as tourists at the destination; socially, by disturbing the socio-cultural balance of local communities, culturally commoditization of local cultures and overcrowding of heritage sites, environmentally increasing carbon footprint, pollution of water resources and destruction of ecosystems, economically prices inflation and land speculation ([www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism)).

“The tourism paradox” begins to appear at this stage since the natural and cultural resources that are worth seeing are consumed by the travelers. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where tourism industry destroys natural and cultural environment that is necessary for tourism activities. Tourism paradox is also the name of unsustainable tourism. Projects that focus on and emphasize the economic and social benefits should be undertaken in order to protect these values in the end. Besides the economic aspect of conserving cultural and natural heritage it is also very important to protect the destination from the negative effects of tourism. Heritage is not only something that people wish to pass on generation by generation, it is also something that has become increasingly scientific so that preservation and survival is something that is created through a number of principles, processes and practices (Timothy&Boyd, 2003).

Tourism is like fire, it can cook the meal or, burn the house. This famous Asian saying underlines the fact tourism is indeed a double edged sword, and that tourism impacts highly depends how it is being developed, managed and consumed. Attractive landscape sites, such as sandy beaches, lakes, riversides, and mountain tops and slopes, are often transitional zones, characterized by species-rich ecosystems. The threats to and pressures



on these ecosystems are often severe because such places are very attractive to both tourists and developers. The ecosystems most threatened with degradation are ecologically fragile areas such as alpine regions, rain forests, wetlands, mangroves, coral reefs and sea grass beds. Increased construction of tourism and recreational facilities has increased the pressure on natural resources and on scenic landscapes. Direct impact on natural resources, both renewable and nonrenewable, in the provision of tourist facilities can be caused by the use of land for accommodation and other infrastructure provision, and the use of building materials. Forests often suffer negative impacts of tourism in the form of deforestation caused by fuel wood collection and land clearing. Often tourism fails to integrate its structures with the natural features and indigenous architecture of the destination. Large, dominating resorts of disparate design can look out of place in any natural environment and may clash with the indigenous structural design. Lack of land-use planning and building regulations in many destinations has facilitated sprawling developments along coastlines, valleys and scenic routes (<http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/envi/one.html>).

## TOURISM EQUINOX

Destinations have suffered from uncontrolled tourist development and tourism paradox during the last decades, having as consequence the destruction of natural ecosystems, air and water pollution, the shortage of water, problems of waste disposal, or the transformation of small villages into centers of urbanization. Fortunately tourist's mentalities are changing and the slogan of "non-destructive or sustainable tourism" is becoming important for travelers and for authorities.

New positive kinds of holidays are being developed; they deal with the problems of mass tourism, caring for cultural, social, and natural features of the destination (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm>).

Presenting a balance between the sustainability of cultural and natural heritage and marketing for tourism purposes forms an important aspect of planning and managing cultural and natural heritage sites (Teo & Huang, 1995). Can we protect the destinations from tourism paradox? New projects and approaches to solve this problem and to establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called "tourism equinox". The name "equinox" is derived from the Latin *aequus* (equal) and *nox* (night), because around the equinox, night and day are about equal length.

Tourism has become a significant future of the economy and structure of the destinations around the world and also has played a major role in the transformation and re-development of industrial districts within destinations that have traditionally accommodated commercial activities. Sustainable tourism has been promoted as a way of moderating the disadvantages of tourism, at the same time as make best use of the benefits in a way that is suitable for the greatest number of people (<http://www.karl.aegea.org>).



[org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm](http://www.karl.aegee.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm)). Tourism equinox encourages the development of cultural and rural tourism to sustain local cultures, traditional lifestyles and industries, it seeks to utilize resources and the environment in a sustainable way, and it aims to generate the local economy by providing opportunities for employment and economic development. Also it demands an awareness of the needs of local people, respect and appreciation for culture and the environment and achieves a balance between development and conservation. The most important measures to ensure a balance between tourism and environment could be a strict regulation of the flow of visitors, a proper signposting of hiking trails and cycle paths, the integration of the native population and an increased offer of guided tours. Soft tourism, agro-tourism and rural tourism are possible solutions for sustainable form of quality tourism (Kılıç&Aydoğan, 2015), and also for tourism equinox at the destinations.

On the other hand, the growth of rural tourism have to be totally diverging with that of seaside tourism development that, without control could create huge holiday resorts and artificial villages with no identity. Many coastal regions in Portugal, Italy, Greece and particularly in Spain, have suffered this problem, and coast line has been completely destroyed by blocks of apartments and huge hotels, without green or natural areas (Randelli, Romei, Tortora & Tinacci, 2012). For a tourist destination the promotion and the image are fundamental and must be carefully constructed in order to get benefits. Tourism is a form of conspicuous consumption and tourists exhibit their identity and social standing by the destination they choose to visit and the image it presents. The social and economic impact of tourism, and consequently its effect on culture, is enormous in areas of mass tourism (<http://www.karl.aegee.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/>). For that reason, tourism equinox try to solve this problem by advocating that the image presented should meet the needs of the local community and express their cultural heritage.

## TOURISM DETOX

We have previously analyzed the issue of tourism paradox that was mainly about the negative progress of the tourism industry. The aforementioned tourism paradox affects the tourism destinations, where relations of tourism industry have dominated roles over its unplanned and uncontrolled economic and social structure with unbalanced funds. In tourism urbanization, cities or urban areas are commoditized for the consumers of the tourism industry; and tourists go to tourism cities to consume not only the facilities of the city but also to consume the whole city (Kaya, 2014).

The concept of distortion through tourism followed by spoilage of tourism could be better observed in touristic resorts such as Kuşadası, Alanya and Fethiye in Turkey. It is clearly noticed that the nature, environment, social structure in the province and dominant cultural elements are speedily decreased. Consequently, some destinations that have become favorite resorts with their unique touristic attractions have lost their characteristics, some of them have become extinct and most of them have lost the identity. The people involved in tourism in these regions where the economy of the society is based

on tourism, were in search for “more tourists” in order to satisfy their economic profit in a very addictive manner like drug addicts.

Is antiseptis possible? Dialectics are the reality: the treatment is within the disease! Just as in the case of drug addiction, it is possible to be cured from the addiction. Tourism paradox is toxification of destinations with the negative effects of the tourism industry. The period of tourism paradox can be seen as an opportunity to protect the natural and cultural resources of the destination which is called tourism detox. Detox is a radical decision and it is not an easy process. Tourism detox is not the same as detox tourism, digital detox or unplugging from technology during holidays. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful elements of tourism development from the destination. Therefore, spatial reorganization and urban regeneration play a crucial role for the marketing of destinations and this transformation action affects all infrastructure facilities, restorations of old buildings, reorganization of historical zones, and revitalizing the architectural style of the destinations. However, the implications and tourism interventions will be different from one destination to another in order to reflect local context and identity such as architecture style, cultural heritage and local lifestyle (*Kaya, 2014*). Similarly, it is also possible for the regions with tourism paradox to disengage from this paradox, yet it is not quite easy as it is expected. Tourism destinations can be disengaged from this paradox to reach to the natural, historical, economic and ancient social positions through consistency in the society and with the help of scientific methods.

Mallorca Island in Spain is maybe the first resort that experienced the tourism paradox. They destroyed the natural environment as well as traditional architecture for the sake of tourism development. However to disengage from tourism paradox they tear down the huge hotels and reconstructed them with respect to nature on the island. Naturally the bed capacity in Mallorca declined. With the growth of the natural environment tourism income on the island has increased. This shows that tourism income has a tendency to increase, if the quality of the natural environment is improved. Tourism detox requires decreasing the demand of the number of beds in order to increase the income per bed and to disengage the region from dominant tourism activities.

## CONCLUSION

Tourism itself is not an environmentally and socially “negative” activity that should be avoided. The tourism industry is worth developing and investing in and brings about negative impacts which sometimes outweigh its associated positive economic impacts if you do not care for tourism equinox. But the remarks about the negative impacts of tourism are intended to demonstrate and explain the tourism paradox. A sustainable tourism with tourism equinox is the only type of tourism that can offer an authentic countryside lifestyle area, where it is possible to relax and enjoy nature and countryside atmosphere, like in Tuscany, Provence and Wachau, without compromising the other local specialization, first of all agriculture. Tourism equinox should be substantiated through policy and legislation and should be primary objective in all decisions regarding tourism.

This covers a multitude of areas of study and implementation ranging from, but not limited to, environmental, social, economic and urban development and design.

Sustainable tourism should help define cultures, not reinvent them. Tourism frequently means the occupation of free space, the destruction of natural eco-systems, and the re-establishment of everyday life at the chosen destination. This activity is connected with the damage to the environment and to the local population. Many of the problems associated with tourism development arise from the fact that tourism providers are not sensitive to tourism equinox, local pressures and needs. To be successful, sustainable tourism has to rely on the local population and on its participation in development of tourism activity (*Lopez&Palomino, 2003*).

- In the first place, the best way to start to reconstruction of tourism is to prepare a participative Tourism Development Plan.
- Tourism legislations should be “directive” rather than “compulsory”.
- Common sense should prevail over policy, lessons learned from mistakes of other destinations should direct destination development.
- Most importantly tourism should not be conceptualized as a finite stream of revenue where profit maximization is the logical course of action, but as a renewable resource that requires care and attention in its utilization.
- Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new tourism destination where the cultural and historical heritage is utilized needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability.
- Activities necessary for strategic planning should be carried out, and the cooperation of public and private sectors should be ensured after determining the applicability of tourism equinox approach.
- Rural tourism must be promoted as a key driver of rural tourism development, and funds must be devoted to supporting the development of rural lodging establishments.
- The awareness of locals and visitors should be raised in order to prevent damage to the historical and cultural environment.
- Local population should be encouraged to participate in the new tourism strategy.
- The carrying capacity of the region should be determined under sustainable principles.
- Local authorities should be informed very clearly that it is not possible to achieve sustainable tourism development without respecting natural environment.
- Local governments, non-governmental organizations, universities and professional organizations should cooperate against adverse environmental effects caused by tourism.
- The success of this tourism approach depends on effective destination management and marketing involving the principles of tourism.

Holiday is no longer a luxury but has become a way of life. The freedom to travel is regarded as an unquestionable right nowadays. According to the theory discussed

in this paper, the impact of tourism can be tragic for some tourist areas and even if more and more sustainable policies are being implemented, only the future will show if the damage caused by tourism can be erased by a new sustainable tourism (Lopez&Palomino, 2003) or with the help of tourism detox. The stakeholders of the tourism industry can be convinced by giving tax deductions and explaining the long term benefits of tourism detox. When succeeded, there will be a more balanced and controlled tourism development which is in harmony with natural and social environment. The best thing to do is to achieve “tourism equinox”, then we don’t have to worry about “tourism detox”.

## REFERENCES

- Diekmann, A. & Gillot, L., (2010). Heritage and Tourism: A Dialogue of Deaf? The Case of Brussels. Led Online E-Journals, Rivista di Scienzedel Turismo Ambiente Cultura Diritto Economia (in English), Vol (3), pp.263-280.
- Kaya, E., (2014). From Industrial and Residential to a Tourism Precinct: The Rocks of Sydney, University of Western Sydney, Australia.
- Kılıç, S.E. & Aydoğan, M., (2015). Sustainable Tourism and Heritage in Sigacık/Seferihisar. International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering, Vol(9), No(1), p.310.
- Lopez, L. & Palomino, B., (2003). Impacts of Mass Tourism on Local Communities and the New Phenomenon of Colonization-Case Study: Majorca. MA Thesis, Bournemouth University, England, p.76.
- Randelli, F., Romei, P., Tortora, M. & Tinacci, M., (2012). Rural Tourism Driving Regional Development in Tuscany. The Renaissance of the Countryside, Department of Economic Sciences, University of Florence.
- Teo, P. & Huang, S., (1995). Tourism and Heritage Conservation in Singapore. Annals of Tourism Research, 22(3), pp.58-615.
- Timothy, D.J., & Boyd, S.W., (2003). Heritage Tourism, Pearson Education.
- <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/envi/one.html>. (18.01.2015)
- <http://www.karl.aegee.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/p>. (21.02.2015)
- [www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism). (29.12.2014)

# Tourism Concepts within the Scope of Cittaslow Philosophy (A “De Lege Feranda” Study).

New Concepts in Tourism: Good Tourism, Fair Tourism,  
Organic Tourism

Cittaslow International Symposium. Seferihisar, Turkey, 2019  
*Sakin Şehir Uluslararası Sempozyumu, Seferihisar, Türkiye, 2019*

---

## INTRODUCTION

Tourism has emerged as a type of industry where the “romantic” sense of tourism has been preserved. These types have distinguished themselves from industrial tourism by taking different names such as alternative tourism, agrotourism, nature tourism or slow tourism. These tourism types have started to take place frequently in the academic life as new tourism concepts (Arıkan&Unsever, 2017). Apart from the industrial feature of tourism industry, the contribution of social influences to peace such as recognition, understanding, comprehension, explanation and acceptance of the others, cannot be ignored. Cittaslow philosophy is just about this social aspect of tourism. Almost all of the existing tourism concepts approach to the issue within the scope of industry or commerce. Some of these concepts, defined according to the theme of tourism activity, are part of a micro-scale area, and some of them are permanent in the tourism terminology due to the defined structures such as gastronomy tourism or sports tourism. It is not possible to make an assessment without specifying the area coordinates expressed by the tourism industry. A good example is the Cittaslow or Slow Cities movement, which originated in Italy but has gained popularity not only in Europe but also in the USA and Asia.

Definitions made in the tourism industry's own practice do not make a scientific sense, and new tourism types or definitions are emerging every day. However, it is obvious that these definitions invented by the tourism industry could not be accepted in scientific terms by adding a different concept to each tour or to a model. When searching for new concepts of tourism, it is necessary to find a basis other than types and to distinguish them according to the qualities they possess. Just as in agriculture: instead of fruit agriculture, vegetable agriculture and leguminous agriculture, organic agriculture and good agriculture concepts are formed first as scientific and then as legal terms (Dündar Arıkan & Arıkan, 2019). Good agricultural practices, often in combination with effective input use, are one of the best ways to increase smallholder productivity. Many agribusinesses are building sustainable supply chains to increase production and improve quality (Good Agricultural Practices Manuel, 2010). The concept of sustainability in the tourism industry is the work and result of academic studies rather than tourism practices. Sustainability has become the basic concept to be used in the formation, change and planning of tourism investments. However, the concept of sustainability that should come up in every field and in every sector, points to the aim as a general

# Cittaslow Felsefesi Kapsamında Turizm Kavramları (Bir “De Lege Feranda” Çalışması)

Turizmde Yeni Kavramlar: İyi Turizm, Doğru Turizm, Organik Turizm

## ÖZET

Turizm, “romantik” turizm anlayışının korunduğu bir endüstri türü olarak ortaya çıkmıştır. Bu türler, alternatif turizm, agroturizm, doğa turizmi veya yavaş (sakin) turizm gibi farklı isimler alarak endüstriyel turizmden ayrılmaktadır. Bu turizm türleri yeni turizm kavramları olarak akademik hayatta sıklıkla yer almaya başlamıştır (Arıkan&Ünsever, 2017). Turizm endüstrisinin endüstriyel olma özelliği dışında, diğerlerini tanıma, anlama, kavrama, açıklama ve kabul etme gibi toplumsal etkilerinin barışa katkısı göz ardı edilemez. Cittaslow (Sakin Şehir) felsefesi, turizmin bu sosyal yönü ile ilgilidir. Mevcut turizm kavramlarının tamamına yakını konuya sanayi veya ticaret kapsamında yaklaşmaktadır. Turizm faaliyeti temasına göre tanımlanan bu kavramların bir kısmı mikro ölçekli bir alanın parçası iken bir kısmı da gastronomi turizmi veya spor turizmi gibi tanımlanmış yapılar nedeniyle turizm terminolojisinde kalıcıdır. Turizm endüstrisinin ifade ettiği alan koordinatlarını belirtmeden bir değerlendirme yapmak mümkün değildir. İyi bir örnek, İtalya’da ortaya çıkan ancak yalnızca Avrupa’da değil, ABD ve Asya’da da popülerlik kazanan Cittaslow (Sakin Şehir) veya Slow Cities hareketidir.

Turizm endüstrisinin kendi uygulamasında yapılan tanımlamalar bilimsel bir anlam ifade etmemekte ve her geçen gün yeni turizm türleri veya tanımları ortaya çıkmaktadır. Ancak turizm endüstrisinin icat ettiği bu tanımların her tura veya bir modele farklı bir kavram eklenerek yapılmasının bilimsel anlamda kabul edilemeyeceği açıktır. Yeni turizm kavramlarını ararken, türlerin dışında bir temel bulmak ve sahip oldukları niteliklere göre ayırt etmek gerekir. Tıpkı tarımda olduğu gibi: meyve tarımı, sebze tarımı ve baklagil tarımı yerine, organik tarım ve iyi tarım kavramları önce bilimsel sonra da hukuki terimler olarak şekillenmektedir (Dündar Arıkan ve Arıkan, 2019). İyi tarım uygulamaları, genellikle etkin girdi kullanımıyla birlikte, küçük ölçekli işletmelerin üretkenliğini artırmanın en iyi yollarından biridir. Birçok tarım işletmesi, üretimi artırmak ve kaliteyi iyileştirmek için sürdürülebilir tedarik zincirleri kurmaktadır. (*İyi Tarım Uygulamaları Manuel*, 2010). Turizm endüstrisinde sürdürülebilirlik kavramı, turizm uygulamalarından ziyade akademik çalışmaların eseri ve sonucudur. Sürdürülebilirlik, turizm yatırımlarının oluşumunda, değişiminde ve planlanmasında kullanılacak temel kavram haline gelmiştir. Ancak her alanda ve her sektörde gündeme gelmesi gereken sürdürülebilirlik kavramı, genel bir kavram olarak amaca işaret etmekte ve “de lege feranda” olarak öne çıkmaktadır. Turizmin sürdürülebilirlik açısından yeni kavramlara ihtiyacı bulunmaktadır. Bu bölümün amacı Cittaslow felsefesini sunmak ve iyi turizm, doğru turizm ve organik turizm ilkelerinin belirlenmesinin temel çerçevelerini ve ilkeleri ile tartışmaktır. Araştırma metodolojisi olarak literatür taraması kullanılmıştır.

concept and stands out as “de lege feranda”. Tourism needs new concepts in terms of sustainability. The aim of this chapter is to present the Cittaslow philosophy and to discuss the basis of the designation of the principles of good tourism, fair tourism and organic tourism with their framing and principles. As methodology of research, a literature review is used.

## UNDERSTANDING THE CITTASLOW

Cittaslow is a concept that is opposite of the fast-paced lifestyles of modern cities. Life should be, tranquil and enjoyable while all aspects of life should include respect and responsibility. Good living means having the opportunity of enjoying solutions and services that allow citizens to live their town in an easy and pleasant way. The cities, which are certificated as Cittaslow are distinctly marked with a logo that is based on the Slow Food emblem. It illustrates an orange snail, which carries a pastel-colored skyline that is composed of numerous houses, roofs and a clock tower on its snail shell. Moreover, the writing “Cittaslow” is displayed below the snail and the application of the logo is regimented (*Cittaslow International, 2015*). The participating cities put great emphasis on traditional handcraft, organic farmers, family businesses and promotion of regional products for the preservation of their own identity. In order to accomplish the objective set by the Cittaslow committee a strict pursuit of the following seven categories, which are written down in the Cittaslow manifest, is of fundamental importance (*Semmens & Freeman, 2012*):

- Environmental issues (recycling program, waste and pollution control);
- Infrastructure policy (control of traffic, pedestrian streets);
- Urban quality (support local traditions, entrepreneurs, employment);
- Appreciation of autochthonous products (local farmers, suppliers, organic farming);
- Hospitality (tourist information center);
- Cittaslow awareness (public relation activity for Cittaslow);
- Scenic quality (preservation of the scenic richness).

For travelers preferring cittaslow approach this pleasure is derived from a lower impact, slower paced destination. Destinations that wish to become cittaslows need to carry out some activities. Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new tourism destination where the cultural and historical heritage is utilized needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability. Though this niche is developing steadily, slow tourism can never replace mass tourism. On the contrary, it may encourage tourists to travel to destinations where they feel healthy, relaxed and secure. Slow tourism is about the pursuit of less intensive consumption patterns and approaches, which promote concepts of immersion, dwelling, value, healthy living, engagement and sustainability. It encapsulates more than just speed reflecting also a state of mind, the mode of travel chosen, alternative engagement with spaces, how time is spent at a destination, and issues of environmental conscious-



ness (Everett, 2016). The term slow tourism means in a way “high-level wellness” to be obtained by tourism activities performed in a certain region, and involves healthy nutrition, motion, and cultural and spiritual renewal (Mueller & Kaufmann, 2001). It encompasses a wide range of activities from urban planning to culture and slow pace. To develop a region as a sustainable tourism destination by protecting its natural, cultural and historical potential from negative impacts of mass tourism, product development, service and promotion should also be focused on sustainability. These efforts also play a crucial role in the development of the destination as a cittaslow town.

At present Cittaslow philosophy is just a particular way of carrying on an ordinary life-style rather than today’s trends, less frantic, yielding and fast, but more human, environmentally correct and sensible for the present and future generations. It promotes the use of technology oriented to improving the quality of the environment and of the urban fabric, and in addition the safe-guarding of the production of unique foods. In addition, this philosophy seeks to promote dialog and communication between local producers and consumers of the region. With the overarching ideas of environmental conservation, the promotion of sustainable development, and the improvement of the urban life, Slow Cities also provide incentives to food and traditional handcrafts production using natural and environmental-friendly techniques to support the tourism industry (Cittaslow International, 2019).

## NEW CONCEPTS

Tourism is like fire, it can cook the meal or, burn the house. This famous Asian saying underlines the fact tourism is indeed a double edged sword, and that tourism impacts highly depends how it is being developed, managed and consumed. Attractive landscape sites, such as sandy beaches, lakes, riversides, and mountaintops and slopes, are often transitional zones, characterized by species-rich ecosystems. The threats to and pressures on these ecosystems are often severe because such places are very attractive to both tourists and developers. The ecosystems most threatened with degradation are ecologically fragile areas such as alpine regions, rain forests, wetlands, mangroves, coral reefs and sea grass beds. Increased construction of tourism and recreational facilities has increased the pressure on natural resources and on scenic landscapes. Often tourism fails to integrate its structures with the natural features and indigenous architecture of the destination (The Global Development Research Center, 2019)

When looking at the increase of tourism in a destination, it can be said that tourism is a valuable part of the economy. Parallel with the increased tourism activities, new buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly at the destination and replace the traditional ones.

The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increasing desirability of the destination. However, there will be huge amount of social, cultural, economic and environmental problems faced by the local people as well as tourists at the destination (Exo Foundation, 2014). The tourism paradox begins to appear at this stage since the natural and cultural resources that are worth seeing are consumed by the trav-



elers. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where tourism industry destroys natural and cultural environment that is necessary for tourism activities (Arikan & Unsever, 2015). Tourism paradox is also the name of unsustainable tourism. Projects that focus on and emphasize the economic and social benefits should be undertaken in order to protect these values in the end. Besides the economic aspect of conserving cultural and natural heritage it is also very important to protect the destination from the negative effects of tourism. Heritage is not only something that people wish to pass on generation by generation, it is also something that has become increasingly scientific so that preservation and survival is something that is created through a number of principles, processes and practices (Timothy & Boyd, 2003).

Presenting a balance between the sustainability of cultural and natural heritage and marketing for tourism purposes forms an important aspect of planning and managing cultural and natural heritage sites (Teo & Huang, 1995). Can we protect the destinations from tourism paradox? New projects and approaches to solve this problem and to establish healthy sustainable tourism destinations are becoming more important than ever. The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at the destination is called tourism equinox (Arikan, Unsever & Halioui, 2016). Sustainable tourism has been promoted as a way of moderating the disadvantages of tourism, at the same time as make best use of the benefits in a way that is suitable for the greatest number of people (Aegee, 2015). Tourism equinox encourages the development of cultural and rural tourism to sustain local cultures, traditional lifestyles and industries, it seeks to utilize resources and the environment in a sustainable way, and it aims to generate the local economy by providing opportunities for employment and economic development. In addition, it demands an awareness of the needs of local people, respect and appreciation for culture and the environment and achieves a balance between development and conservation. Soft tourism, agro-tourism and rural tourism are possible solutions for sustainable form of quality tourism (Kılıc & Aydoğan, 2015), and for tourism equinox at the destinations. For a tourist destination, the promotion and the image are fundamental and must be carefully constructed in order to get benefits. Tourism is a form of conspicuous consumption and tourists exhibit their identity and social standing by the destination they choose to visit and the image it presents. The social and economic impact of tourism, and consequently its effect on culture, is enormous in areas of mass tourism (Aegee, 2015). For that reason, tourism equinox try to solve this problem by advocating that the image presented should meet the needs of the local community and express their cultural heritage, which is part of the Cittaslow philosophy.

The concept of distortion through tourism followed by spoilage of tourism could be better observed in touristic resorts, which did not use the Cittaslow philosophy such as Kusadasi, Alanya and Fethiye in Turkey. It is clearly noticed that the nature, environment, social structure in the province and dominant cultural elements are speedily decreased. Consequently, some destinations that have become favorite resorts with their unique touristic attractions have lost their characteristics, some of them have become extinct and most of them have lost the identity. The people involved in tourism in these regions where the economy of the society is based on tourism, were in search for more tourists in order to satisfy their economic profit in a very addictive manner. Tourism

paradox is toxification of these destinations with the negative effects of the tourism industry. The period of tourism paradox can be seen as an opportunity to protect the natural and cultural resources of the destination which is called tourism detox. Detox is a radical decision and it is not an easy process. Tourism detox is a treatment that is intended to remove harmful elements of tourism development from the destination (Arikan & Unsever, 2015). It is also possible for the regions with tourism paradox to disengage from this paradox, yet it is not quite easy as it is expected. Tourism destinations can be disengaged from this paradox to reach to the natural, historical, economic and ancient social positions through consistency in the society and with the help of Cittaslow philosophy.

Sustainable tourism should help define cultures, not reinvent them. Tourism frequently means the occupation of free space, the destruction of natural eco-systems, and the re-establishment of everyday life at the chosen destination.

This activity is connected with the damage to the environment and to the local population. Many of the problems associated with tourism development arise from the fact that tourism providers are not sensitive to tourism equinox, local pressures and needs. To be successful, sustainable tourism has to rely on the local population and on its participation in development of tourism activity (Lopez & Palomino, 2003). Tourism itself is not an environmentally and socially negative activity that should be avoided. To achieve sustainable tourism with tourism equinox is the only type of tourism that can offer an authentic countryside lifestyle area, where it is possible to relax and enjoy nature and countryside atmosphere, like in all Cittaslow destinations worldwide. Cittaslow philosophy should be substantiated through policy and legislation and should be primary objective in all decisions regarding tourism. This covers a multitude of areas of study and implementation ranging from, but not limited to, environmental, social, economic and urban development and design.

The answers to "Which tourism?" or "What a tourism?" will lead us to new tourism concepts such as good tourism, fair tourism and organic tourism (Arikan & Unsever, 2017).

Good tourism is sustainable and respectful to the environment, does not disturb the existing social and ecological structure. It emphasizes local and traditional construction and is not the only or main economic activity of a region. Good tourism is suggested as a general concept in the sense that tourism policies are created in a manner that is careful against deterioration, compatible with the requirements of sustainability, does not disrupt the social and cultural structure, opens to the world and shares with the World (Dundar Arikan & Arikan, 2019). In the Cittaslow system to be established on the equality of agricultural economy and tourism activities, there will be a synergy. Agricultural products will be produced in a manner that is sold directly to the consumer with boutique production and care. In this philosophy, branding in agriculture and branding in tourism will lead together. Good and correct agriculture will increase the welfare of the region by merging with tourists who prefer this philosophy and good tourism practices. Rural tourism comes to the forefront as the most important triggering factor in achieving rural development in European Union countries. Funds are transferred to the agricultural economy-oriented regions to develop and increase the number of rural accommodation facilities (Hernandez-Maestro & Gonzales-Benito,

2013). Tourism and agriculture should be structured by complementing each other without interfering with each other. This equal and harmonious approach, which we define as the tourism equinox, will move both sectors forward.

Tourism models applied with good tourism concepts and tourism practices can be called as fair tourism. Destinations that do not change their original structure for tourism, and do not give up their own unique elements for the sake of tourism, share the values they have with good and fair tourism (Arikan & Unsever, 2017). They can increase their level prosperity words, good tourism is strategically used in the tourism policy in the dimension of plans and the fair tourism is used as a sustainable tourism model. In Italy Toscana, in France Provence and in Austria Wachau have managed to become very high-end tourism brands without compromising their own structures, and have been able to maintain their original structures with the support they receive from tourism industry (Randelli et al., 2012). The undisputed reality of these examples is that destinations that do not change their original structure for tourism and do not give up their own unique elements. For the sake of tourism, they can share their values thanks to good and fair tourism and increase their welfare levels without disrupting themselves and allowing them to deteriorate. The common feature of these regions is that they are outside the scope of tourism capital, especially international tourism capital. The organization of reasonable and responsible tourism with the help of good and fair tourism will allocate the local dynamics for tourism as well as other economic activities. Responsible tourism was defined in Cape Town in 2002 alongside the World Summit on Sustainable Development. Responsible tourism is about "making better places for people to live in and better places for people to visit". Having the following characteristics, responsible tourism (*Responsible Tourism Partnership*, 2019);

- minimises negative economic, environmental, and social impacts;
  - generates greater economic benefits for local people and enhances the well-being of host communities, improves working conditions and access to the industry;
  - involves local people in decisions that affect their lives and life chances;
  - makes positive contributions to the conservation of natural and cultural heritage, to the maintenance of the world's diversity;
  - provides more enjoyable experiences for tourists through more meaningful connections with local people, and a greater understanding of local cultural, social and environmental issues;
  - provides access for physically challenged people;
  - and is culturally sensitive, engenders respect between tourists and hosts, and builds local pride and confidence

Responsible tourism requires that operators, hoteliers, governments, local people and tourists take the responsibility, take action to make tourism more sustainable. Recognising that responsible tourism takes many forms, which different destinations and stakeholders will have different priorities, and that local policies and guidelines will need to be developed through multi-stakeholder processes to develop responsible tourism in destinations. Tourism means that people's travel needs are organized as an economic activity. People need to know other people, see places where they live, learn

about different cultures, take advantage of them, get something from them and give them something, and sometimes they need to show themselves and their skills. These needs arise from human nature. Humanity has evolved with differences and the differences that come together. For this reason, people who traveled in ancient years are accepted as narrators or wise instructors. Organic tourism is a concept that responds to the need of seeing other places, recognizing other people, that man has by nature. Organic tourism is a concept that does not exploit the need of the travelers for the sake of economic benefits. It responds to the need to visit other places and recognize other people. It is a concept proposed as a provision of the tourism industry and a model that promises, with various advertisements and fictions only the truth, without using a perception management. The regions that fulfill the needs of the local economies as well as their tourism receipts will be able to increase their welfare with the applications of good tourism, fair tourism and organic tourism (Arikan & Unsever, 2017).

## CONCLUSION

The Slow Food Movement (*Slow Food International*, 2019) should be theorized and considered within the wider concept of slow tourism and its philosophy and principles. The Slow Food website claims: Slow Food envisions a world in which all people can access and enjoy food that is good for them, good for those who grow it and good for the planet. This approach is based on a concept of food that is defined by three interconnected principles: good, clean and fair. Accordingly, good, fair and organic tourism could bring opportunities, but also significant challenges for destinations seeking to maintain their local character, traditions and identity in order to develop the tourism industry.

The essence of tourism is based on pleasure derived from the destination itself and activities undertaken when there. For travelers preferring cittaslow approach this pleasure is derived from a lower impact, slower paced destination. Destinations that wish to become cittaslows need to carry out some activities. Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new tourism destination where the cultural and historical heritage is utilized needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability. Holiday is no longer a luxury but has become a way of life. The freedom to travel is regarded as an unquestionable right nowadays. Destinations and businesses will need to ensure they are changing to meet the growth of the tourism industry and the evolving (and increasingly demanding) nature of consumer tastes and interests.

The Cittaslow philosophy reflects a wider desire to develop a slower and more sensitive tourism offering with wider-reaching local benefits. The lessons learned from the mistakes of some destinations are certainly applicable to the wider tourism industry and are increasingly being adopted in slow tourism strategies. According to the theory discussed in this chapter, the impact of tourism can be tragic for some tourist areas and even if more and more sustainable policies are being implemented, only the future will show if the damage caused by tourism can be erased by a new sustainable tourism

(Lopez & Palomino, 2003) or with the help of good, fair and organic tourism.

It is expected that domestic and foreign visitors will in the future prefer greener, more serene, and more natural destinations where they can easily find the values stated in the basic principles of Cittaslow philosophy and the new tourism concepts. Counseling and orienting approaches rather than prevention should be adopted in legislations and local authorities should be supported in their endeavors towards this philosophy. In respect to structure of tourism, nonindustrial scale and types should be subjected to a different set of rules different from the areas and facilities of mass tourism.

The success of Cittaslow philosophy depends on effective management and marketing involving the principles of pleasure, rest and hospitality with these new tourism concepts. The development of cittaslow towns as sustainable tourism destinations also requires, apart from the measures taken in accordance with these principles, the common and intensive efforts of all stakeholders for the investment, promotion and marketing. Public and local authorities, non-governmental organizations, the private sector, universities and professional organizations should cooperate in all practices.

The essence of tourism is based on pleasure derived from the destination and facility itself and activities undertaken when there. For travelers preferring cittaslow approach this pleasure is derived from a lower impact and slower paced activity level. The Cittaslow movement with the help of good, fair and organic tourism opens a new way to produce, to trade and to consume. When successful, there will be a more balanced and controlled tourism development in destinations which is in harmony with the natural, cultural and social environment.

## REFERENCES

- Aegee. (2015). The freedom to travel - The need to adapt. Retrieved from: <http://www.karl.aegee.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/p> (access: 21.02.2015).
- Arikan, I. & Arikan Dünder, A. (2019). New Concepts Within the Scope of Tourism and Gastronomy, ATLAS Gastronomy and Tourism Research Group Meeting, Evora, Portugal, 20-23 February 2019.
- Arikan, I. & Ünsever, I. (2017). New Concepts in Tourism: Good Tourism, Fair Tourism, Organic Tourism, 11th International Rural Tourism Congress, Uludağ University, Bursa, 04-06 May 2017.
- Arikan, I. & Ünsever, I. (2015). Reconstruction of Tourism: Tourism Detox. *Tourism and Hospitality Studies*, 4(2), 6- 16.
- Arikan, I., Ünsever, I. & Halioui, S. (2016). Importance of Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox for Urban Environments. *Acta Economica et Turistica*, 2(2), 221-229.
- Cittaslow International. (2015). Retrieved from [www.cittaslow.org/section/association](http://www.cittaslow.org/section/association) (access: 55.05.2015)
- Cittaslow International. (2019). Retrieved from [www.cittaslow.org/content/philosophy](http://www.cittaslow.org/content/philosophy) (access:13.02.2019)

- Everett, S. (2016). *Food and Drink Tourism, Principles and Practice*, London: Sage Publishing.
- Exo Foundation (2014). *The Paradox of Tourism in Developing Countries*. Retrieved from: [www.exofoundation.org/the-paradox-%of-tourism/](http://www.exofoundation.org/the-paradox-%of-tourism/) (access: 29.12.2014).
- Good Agricultural Practices Manuel. (2010). Joint Institute for Food Safety and Applied Nutrition, University of Maryland.
- Hernandez-Maestro, R. M. & Gonzales-Benito, O. (2013). Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development. *Journal of Travel Research*, 53(1), 83-95.
- Kılıç, S.E. & Aydoğan, M. (2015). Sustainable Tourism and Heritage in Sigacık/Seferihisar. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering*, 9(1), 310-313.
- Lopez, L. & Palomino, B. (2003). *Impacts of Mass Tourism on Local Communities and the New Phenomenon of Colonization-Case Study: Majorca*. MA Thesis, Bournemouth University, England.
- Mueller, H. & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5-17.
- Randelli, F., Romei, P., Tortora, M. & Tinacci, M. (2012). *Rural Tourism Driving Regional Development in Tuscany. The Renaissance of the Countryside*, Department of Economic Sciences, University of Florence.
- Responsible Tourism Partnership. (2019). *Cape Town Declaration on Responsible Tourism*. Retrieved from: <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism> (access: 03.03.2019)
- Semmens, J. & Freeman, C. (2012). The Value of Cittaslow as an Approach to Local Sustainable Development: A New Zealand Perspective. *International Planning Studies*, 17(4), 353- 375.
- Slow Food International. (2019). *About Us*. Retrieved from: <https://www.slowfood.com/about-us/> (access: 12.04.2019).
- Teo, P. & Huang, S. (1995). Tourism and Heritage Conservation in Singapore. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 589- 615.
- The Global Development Research Center. (2019). *Environmental Impacts of Tourism*. Retrieved from: <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/envi/one.html> (access: 21.03.2019).
- Timothy, D. J. & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Harlow: Prentice Hall.

# Importance of Tourism Equinox for Sustainable City Tourism

Tourism Naturally Conference, Kaprun-Zell am See, Austria, February 2020  
*Doğal Turizm Konferansı, Kaprun-Zell am See, Avusturya, Şubat 2020*

---

## ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the influence of tourism paradox on cities in relation to tourism activities and the protection of natural and cultural resources for sustainable city tourism with the help of tourism equinox. It primarily relies on qualitative research to understand the main features of tourism paradox and tourism equinox taking the physical and environmental aspects of urban environments into consideration. The findings indicate that tourism equinox encourages the development of city tourism to sustain local cultures, traditional lifestyles and industries, seeks to utilize the resources and the environment in a sustainable way. In addition, it demands an awareness of the needs of local people, respect and appreciation for culture and the environment, and achieves a balance between development and conservation. Cities have suffered from uncontrolled tourist development and tourism paradox during the last few decades. The results of this study will help to avoid tourism paradox in urban destinations, where the travelers consume the natural and cultural resources that are necessary for tourism activities. Therefore, the shaping of cities today is important especially to the tourists of tomorrow. New approaches to solve this problem and to establish healthy sustainable urban destinations with the help of tourism equinox are becoming more important than ever.

**KEY WORDS:** Tourism Paradox, Tourism Equinox, City Tourism, Urban Environments, Sustainability.

## INTRODUCTION

Tourism is as a cornerstone of a policy of urban development that combines a competitive supply able to meet visitors' expectations with a positive contribution to the development of cities and the wellbeing of their residents (*Dimanche, 2005*). City tourism is one of the most dynamic market segments in the tourism industry. It attracts both business and leisure travelers, generating income that supports socioeconomic and cultural development. The growing popularity of city breaks has opened many urban destinations to new markets and segments, increasing the number of visitors. City breaks



# Sürdürülebilir Şehir Turizmi için Turizm Ekinoksunun Önemi

---

## ÖZET

Bu çalışmanın amacı, turizm ekinoksu yardımıyla sürdürülebilir şehir turizmi için doğal ve kültürel kaynakların korunması ve turizm faaliyetleri ile ilgili olarak turizm paradoksunun şehirler üzerindeki etkisini araştırmaktır. Turizm paradoksu, ekinoksu ve detoksunun kentsel çevrenin fiziksel ve çevresel yönlerini dikkate alarak ana geleceğini anlamak için öncelikle nitel araştırma gerekir. Bulgular, turizm ekinoksunun yerel kültürleri, geleneksel yaşam tarzlarını ve endüstrileri sürdürmek için şehir turizminin gelişimini teşvik ettiğini, kaynakları ve çevreyi sürdürülebilir bir şekilde kullanmayı amaçladığını göstermektedir. Buna ek olarak, yerel halkın ihtiyaçlarının farkında olmayı, kültüre ve çevreye saygı duymayı da gerektirir ve geliştirme ile koruma arasında bir denge kurar. Şehirler, son yıllarda kontrolsüz turizm geliştirmelerinden ve turizm çelişkisinden zarar gördü. Bu çalışmanın sonuçları, gezginlerin turizm faaliyetleri için gerekli olan doğal ve kültürel kaynakları tükettiği kentsel destinasyonlarda turizm paradoksunun önüne geçilmesine yardımcı olacaktır. Bu nedenle şehirlerin bugün şekillenmesi özellikle yarının turistleri için önemlidir. Bu sorunu çözmek ve turizm ekinoksunun yardımıyla sağlıklı sürdürülebilir kentsel destinasyonlar oluşturmak için yeni yaklaşımlar her zamankinden daha önemli hale gelmektedir.

**ANAHTAR KELİMELELER:** Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu, Şehir Turizmi, Kentsel Çevre, Sürdürülebilirlik.



have emerged as one of the fastest growing leisure sectors in European travel in recent years. One indicator of the intense growth of this segment is the numbers of arrivals of overnight tourists in large cities. City tourism has not only been characterized by mere quantitative growth over the last decades, substantial changes in target groups and the options for tourism must also be noted (*Kagermeier, 2016*).

With the growth of international tourism, people travel, stay, experience and enjoy city destinations. The cities are centers of art, entertainment and food, focal points for commerce, industry and finance, gateways to traditional customs and modern society. It is an enjoyable experience to touch, smell, taste, hear and see the beauties and the attractions in a city. The city has to offer something that makes it worth going there. Be it the heritage, the nature, the food, the events or some unique activity, a city needs to offer something of value to the tourists, that they cannot find at home. Often taking part in the everyday life of the city is seen as being central to the tourist experience (*Maitland, 2008*). The spirit of the cities inspires today and tomorrow's travelers.

Regardless of the motive, the tourists will spend some time in a city. The accommodation owners will provide amenities and facilities to ensure that the tourists overnight and spend money there. However, the tourists do not just stay at an accommodation but also consume food and beverage, use soap and shampoo, and have a bath or two, sometimes even more than they do at home. In other words, those travelers consume things like various products, nature, air, water and much more. City tourism brings not only travelers but also consumption to the city, and mixes different cultures, values, expectations, and experiences. As the number of tourist arrivals in a city increases, so will the revenue have generated. Then it inevitably follows, facilities, roads, airports, and ports with the capacity to accommodate more people will be built for more income. This paper investigates the importance of tourism equinox for sustainable city tourism, taking the physical and environmental aspects of urban environments into consideration.

## URBAN DESTINATIONS

Urban destinations are described as a settlement where the population is very high and has the features of a built environment. This definition includes cities and towns as well as conurbations or suburbs. Main characteristics of urban areas are high population and vast human features. People living in urban destinations have better access to all kind of infrastructure, for instance transportation, education, health and entertainment offers. The biggest drawback of urban settlements is pollution, caused by the high population density and well-developed infrastructure. Especially in transportation with cars, buses, trains and metros, air- and noise pollution are a present issue in cities (*Surbhi, 2016*).

According to Cave and Jolliffe (2012), over 50% of the world's populations is urbanized. Urbanization is closely linked to globalization, which also connects urban tourism to this topic. The term urban tourism is used to simply describe tourism in urban areas. Most visited destinations are capital cities like London, Paris, Rome or other metropol-

itan centers, but also large historic cities, cities with an extensive heritage of arts and culture, as well as industrialized cities and waterfront areas are considered as an urban tourism destination (Douglas, *et al.*, 2001). Tourism is an important employment sector in cities, especially because it is mostly not seasonal. Cities and towns are not only an important tourism destination, but also a tourism generator. A vast part of cities' population is leaving their urban homes for holidays in order to gain relaxation from the stressful life in those areas (Law, 2002). With the growing demand for urban tourism, it becomes crucial to guarantee the quality of tourists' experiences, while at the same time reflecting on key issues such as sustainability, accessibility, connectivity, and infrastructure, as well as dispersing tourism (7th UNWTO Global Summit on Urban Tourism, 2018).

Economically, sustainable city tourism must ensure economic returns along both short- and long-term economic measures. To all stakeholders, sustainable city tourism must provide socio-economic benefits that are fairly distributed including stable employment, income-earning opportunities, and social services to host communities. By conferring these benefits, it must contribute to poverty reduction. From the environmental point of view, sustainable city tourism must make optimal use of environmental resources that constitute a key element in tourism development, maintain essential ecological processes, and help to conserve the natural environment. Culturally, sustainable city tourism must respect the socio-cultural authenticity of host communities, conserve their built and living cultural heritage and traditional values, and contribute to intercultural understanding and tolerance (<https://scienceimpact.mit.edu/sites/default/files/documents/Yin.pdf>).

The places of interest in urban destination for tourists are diverse, for example, sacred places, historical and cultural areas or entertainment destinations are all part of urban tourism. As cities offer a vast variety of facilities for tourists, urban tourism is strongly connected to globalization and urbanization (Selby, 2004). This form of tourism was highly important for restructuring and reorganizing the urban landscape as cities use their facilities like museums, sports stadiums, convention centers as well as entertainment programs like festivals for promoting tourism in the area (Spirou, 2011).

The image of a city is quickly changing, either during the seasons or even in day and night. Some parts of a city might be very appealing during the day, whereas at night it might have a very different atmosphere, for example the Rambla in Barcelona. As this atmosphere and image of a city is changing fast and dramatically, the main motivation of visiting a city and its places of interest is usually fulfilled quite quickly. Hence, secondary motivational factors are being engaged during a visit of an urban area, for instance culturally interested persons might satisfy their needs during the day, so they decide to go to a football match, or a stand-up comedy show at night (Douglas, *et al.*, 2001). Tourists make an intensive use of many urban facilities and services but little of the city has been created specifically for tourist use. Thus, we arrive at the critical asymmetry in the relationship between the tourist and the city, which has many implications for policy and management. The tourism industry clearly needs the varied, flexible and accessible tourism products that cities provide; it is by no means so clear that cities need tourism (Hall & Page, 2014).

Having the tourism industry as the only development model for a city with its nat-

ural and cultural resources could not only destroy the environment and social life but also the tourism industry itself. Although the equation “more tourists = more tourism income” is so simple, it is not a sustainable approach for the development plans of the cities. It is obvious that tourism generates beneficial outcomes as much as it produces negative impacts in the conservation of traditional and historical cities with their natural and cultural resources. Therefore, the relationship between culture and tourism has been defined with terms such as, “paradox, contradiction and conflict, dynamic and complex” (Kiliç&Aydoğan, 2015). The growth of tourism cannot be always considered as having a positive impact for the cities. Because of the increase of the tourism industry, many historic cities started to lose their historical identity and suffer from overcrowding (Diekmann&Gillot, 2010).

## TOURISM PARADOX

When looking at the increase of tourism activities in a city, it can be said that tourism is a valuable part of the economy. The proposal offered by today’s competitive paradigm that higher the number of tourists visiting a city, the higher would be the income sounds good at first. Parallel with the increased tourism activities, new buildings, new lifestyles, foreign capital and new socio-economic relationships appear rapidly in the city and replace the traditional ones. The increased number of tourist arrivals gives the appearance of increased desirability of the city. However, there will be huge amount of social, cultural, economic and environmental problems faced by the local people as well as tourists in the city; by disturbing the socio-cultural balance of local communities, commoditization of local cultures, overcrowding of heritage sites, destruction of ecosystems, and land speculation ([www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism)).

The tourism paradox begins to appear at this stage since the travelers consume the natural and cultural resources that are worth seeing. Tourism paradox is the name given to this phenomenon where tourism industry destroys natural and cultural environment that is necessary for tourism activities. Tourism paradox is also the name of unsustainable tourism. The destination could shrink and disappear in the end. The important point regarding this fact is that although it does not always take place, it takes place sometimes bordering often. This happens because of viewing tourism purely in terms of numbers and income. This view ignores the concept of sustainability, where demand and supply must take into consideration the exhaustion and depletion of the natural and historical attractions that form the basis of tourism for the city. Heritage is not only something that people wish to pass on generation to generation, it is also something that has become increasingly scientific so that preservation and survival is something that is created through several principles, processes and practices (Timothy&Boyd, 2003). The promotion of cultural heritage and protected areas is one of the key strategies in urban policy. Ashworth and Tunbridge point out positive interaction of the heritage and tourism industry (Ashworth&Tunbridge, 2011).

Tourism is dynamic, but if it is developed too quickly, it can be destructive to the host community. If over developed it destroys the resources and values that attract the

visitors to city destination (ICOMOS, 1999). In tourism urbanization, cities or urban areas are commoditized for the consumers of the tourism industry; and tourists go to tourism cities to consume not only the facilities of the city but also to consume the whole city (Kaya, 2014). The tourism paradox affects the city destinations, where relations of tourism industry have dominated roles over its unplanned and uncontrolled economic and social structure with unbalanced funds. Consequently, some cities that have become favorite destinations with their unique touristic attractions have lost their characteristics, some of them have become extinct and most of them have lost the identity. The local people start to be complaining that their streets no longer belong to them and that the city is overcrowded with tourists. Residents in Barcelona, Venice, Valencia, Amsterdam, Palma de Mallorca and Dubrovnik are fed up with overtourism, as more and more tourists flood the city. This can have a negative effect also on visitors who have a low tolerance threshold for overcrowding at major tourist sites (Hall&Page, 2014). When the visitor feels that a place is overcrowded, the infrastructure is overloaded, services are poorly performed, or safety and hygiene standards drop, the experience diminishes (Weber et al., 2017). Thus, the quality of experience for visitors and the living conditions for residents will decline.

The people involved in tourism in these cities where the economy of the society is based on tourism, were in search for more tourists in order to satisfy their economic profit in a very addictive manner. Today these cities are looking for some management plans to avoid overtourism like limiting hours of access, building boardwalks, charging entrance fees or manipulating them to reduce excessive levels of visitors in certain periods and routing visitor traffic to spread wear and tear (Douglas, et al., 2001). Talking about overtourism, the carrying capacity is said to be a crucial element of the planning process of destination management organizations (Coccossiset al., 2002). Therefore, spatial reorganization and urban regeneration play a crucial role for the marketing of the cities and this transformation action affects all infrastructure facilities, restorations of old buildings, reorganization of historical zones, and revitalizing the architectural style of the cities. However, the implications and tourism interventions will be different from one city to another in order to reflect local context and identity such as architecture style, cultural heritage and local lifestyle (Kaya, 2014).

Tourism, as a crucial element of these concepts, demands a more sustainable management in the context of overtourism. Tourism paradox is toxification of the cities with negative effects of the tourism industry. Similarly, it is also possible for the cities with tourism paradox to disengage from this paradox, yet it is not quite easy as it is expected. Projects that focus on and emphasize the economic and social benefits should be undertaken in the future in order to protect the cities from the negative effects of the tourism paradox. City destinations can be disengaged from this paradox to reach to the natural, historical, economic and ancient social positions through consistency in the society and with the help of scientific methods considering tourism equinox.

## TOURISM EQUINOX

Tourism is like fire; it can cook the meal or, burn the house. This famous Asian saying underlines the fact tourism is indeed a double-edged sword, and that tourism impacts highly depends how it is being developed, managed and consumed. City destinations have suffered from uncontrolled tourist development and tourism paradox during the last few decades, having consequences on the destruction of natural eco-systems, air and water pollution, the shortage of water, problems of waste disposal, and the transformation of small villages into centers of urbanization. Fortunately, tourist's mentalities are changing and the slogan of non-destructive or sustainable tourism is becoming important for travelers and for authorities. New positive kinds of holidays are being developed; they deal with the problems of mass tourism, caring for cultural, social, and natural features of the cities (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm>). The future is expected to see an even stronger impact of tourism on the environment, particularly regarding the nature, earth, water and energy (Razovic, 2007).

Presenting a balance between the sustainability of cultural and natural heritage and marketing for tourism purposes forms an important aspect of planning and managing cultural and natural heritage sites (Teo&Huang, 1995). Can we protect the cities from tourism paradox? Hence, new projects and approaches to solve the problems caused by the growth of urban populations and establish healthy sustainable city destinations are becoming more important than ever. The balance, which does not change and disturbs the social and economic relations at a destination, or a city, is called tourism equinox. The name equinox is derived from the Latin *aequus* (equal) and *nox* (night), because around the equinox, night and day are about equal length.

Tourism has become a significant future of the economy and structure of the city destinations around the world and has played a major role in the transformation and re-development of industrial districts within cities that have traditionally accommodated commercial activities. Sustainable tourism has been promoted as a way of moderating the disadvantages of tourism, at the same time as make best use of the benefits in a way that is suitable for the greatest number of people (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm>). The standardization, globalization, destruction or prettification can be very difficult to reverse. Once high buildings or open spaces have been created, it proves very hard to revert to what was there before. To be healthy, a city must be welcoming not only the tourists but also its inhabitants too. If heritage is advertised and emphasized, one needs to be aware that it is the contents that animate it. It is urban life taken with its complexity, which makes the container live and evolve. Without this, heritage loses its meanings, residents leave, cities start losing their specific feel, and the tourists leave as well. Tourism equinox encourages the development of responsible tourism to sustain local cultures, traditional lifestyles and industries. It seeks to utilize resources and the environment in a sustainable way, and it aims to generate the local economy by providing opportunities for employment and economic development. In addition, it demands an awareness of the needs of local people, respect and appreciation for culture and the environment and achieves a balance between development and conservation.

It is expected that domestic and foreign visitors will in the future prefer greener, more serene, and more natural city destinations where they can easily find the values stated in the basic principles of sustainable tourism, where they feel healthy, relaxed and secure with tourism equinox. For a city, the promotion and the image are fundamental and must be carefully constructed in order to get benefits. Tourism is a form of conspicuous consumption and tourists exhibit their identity and social standing by the city they choose to visit and the image it presents. The social and economic impact of tourism, and consequently its effect on culture, is enormous in areas of mass tourism (<http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/>). For that reason, tourism equinox tries to solve this problem by advocating that the image presented should meet the needs of the local community and express their cultural heritage.

Tourism is a consumer industry and it is difficult to impose better environmental standards on a transient population. The quality of the tourism product in a city must be improved because more and more tourists are becoming demanding and look for quality, new experiences, new activities, and new ways of enjoying their holidays (Segui, 1995). It is important to understand the dynamics of change and development in a destination. By careful management, sustainable tourism can be achieved for the cities at each stage of the life cycle (Cooper, 2002). Butler (1992) argues that this long-term perspective provides control and responsibility to prevent the city destination exceeding capacity and the inevitable decline in visitation, which follows. In terms of environmental protection, this means the creation of a balance between tourism and natural/cultural resources, in other words tourism equinox. Consequently, this is only practicable with a limited number of visitors. The most important measure to ensure a balance between tourism and environment for the sustainability could be a strict regulation of the flow of visitors at the cities. Therefore, the shaping of sustainable city tourism today is important to travelers, especially the tourists of tomorrow. The recent growth of city tourism requires the sector to ensure sustainable policies and practices that minimize adverse effects of tourism on the use of natural resources, infrastructure, mobility and congestion, as well as its socio-cultural impact (*7th UNWTO Global Summit on Urban Tourism*, 2018).

## SUSTAINABLE TOURISM

Sustainable tourism should help define cultures, not reinvent them. Tourism frequently means the occupation of free space, the destruction of natural eco-systems, and the re-establishment of every day life at the chosen destination. This activity is connected with the damage to the environment and to the local population. It is obvious, that tourism activities could be both positive and negative on national and regional level (Kokilashvili & Khasaia, 2019). Tourism can cause harm, but it can also stimulate sustainable development. When properly planned and managed, sustainable tourism can contribute to improved livelihoods, inclusion, cultural heritage and natural resource protection. Many of the problems associated with tourism development arise from the fact that tourism providers are not sensitive to tourism equinox, local pressures and needs. To be successful, sustainable tourism has to rely on the local population and on



its participation in the development of tourism activity (*Lopez&Palomino, 2003*). The main objective of researching sustainable development tourism policy is to stimulate the positive effects of the industry and reduce the negative impacts (*Khokhobaia, 2018*).

Tourism cannot hide from its responsibility to promote more sustainable business practices (*Williams&Ponsford, 2009*). Tourism itself is not an environmentally and socially negative activity that should be avoided. To develop tourism in a sustainable way means to provide gain continuity for local communities in economic, social and physical environment. It is essential for the future to avoid all kind of damages and pollution both in social and physical environment on the one side, and in competitiveness and prosperity of a certain economic sector on which a total economic profit depends, on the other (*Razovic, 2007*). The tourism industry in city destinations is worth developing and investing in and brings about negative impacts, which sometimes outweigh its associated positive economic impacts if you do not care for tourism equinox. However, the remarks about the negative impacts of tourism are intended to demonstrate and explain the tourism paradox.

Economic sustainability for tourism requires holistic planning cross all industrial sectors (*Cooper, et al., 2008*). Sectors that have a high potential for sustainable jobs and growth should be developed (*Zampoukas, 2019*). Most importantly, tourism should not be conceptualized as a finite stream of revenue where profit maximization is the logical course of action, but as a renewable resource, that requires care and attention in its utilization. The economies of the cities for the future should be designed in a sustainable way. The design of new buildings, sites and transport systems should minimize the potential harmful visual effects of tourism. Pollution controls should be built into all forms of infrastructure (*ICOMOS, 1999*). Information and communications technologies facilitate and shape the new tourism behavior patterns. Tourism and transport service providers who want to effectively reach visitors should place greater emphasis on integrating possible hosts into their communication strategy. If they rise to meet the communication challenge, they could contribute to stimulating a broader spatial activity pattern and thus reducing overcrowding in the city (*Kagermeier&Gronau, 2017*). Tourism, as a crucial element of these concepts, demands a more sustainable management in the context of overtourism. With a growing global middle class and increasing ease of travel, people have achieved greater mobility in recent years. According to United Nations World Tourism Organization, the number of international tourist trips worldwide reached 1.3 billion in 2017, and is predicted to reach 1.8 billion by 2030.

Sustainable tourism means creation of quality supply and implementation of new technological solutions and innovations; programs for planning and arrangement of destinations, new preferences and tourist attractions (*Razovic, 2007*). In order to achieve competitive advantage, a city must provide overall attractiveness and quality experiences that are equal or better than those of the alternative destinations be for specific markets (*Dimanche, 2005*). As an example, Geneva has been voted Europe's Leading City Break Destination for the third time at the prestigious World Travel Awards 2017. Held in St. Petersburg, and known as the Oscars for the tourism industry, Geneva's natural attractions, tourism offer, and digital expertise stood out amongst the fierce competition for this award. The development of a comprehensive website available in eight languages, sophisticated social networking strategies with pages tailored to different

markets, comprehensive digital campaigns, and utilizing bloggers and key influencers are just some examples of the initiatives implemented by Geneva Tourism (<https://www.rustourismnews.com>). For sustainable city tourism, new opportunities and innovative solutions are provided through a combination of cooperation strategy, knowledge, expertise and capital resources of various community stakeholders.

Additionally, cities design holistic concepts of turning the entire city into a smart city. By the help of smart technologies, information about congestions and visitor concentrations can be transferred in real-time to tourists (Skelic&Schmid, 2019). Smart cities initiatives, snow cleaning, inter-city network, GPS emergency, mobile clinic interactive systems, smart metering, services for deaf people, innovative mobility options, intelligent draining systems and rain monitoring programs are becoming the trend in strategic and technological planning in the modern world (Talhaoui, et al., 2016). With extensive and rapid innovations in telecommunications and the increasing ease, speed and affordability of international travel, cultural products and forms now can be disseminated globally with greater effectiveness (Arcodia, 2008). The concept of the creative city and the creative industries is becoming increasingly important. Linking the creative industries with traditional products offer interesting opportunities for the cities of the future (Huescar, 2005).

The World Travel Tourism Council forecasts that the future of travel and tourism will support 400 million jobs and contribute to 25% of global net job creation globally. The infrastructure required to sustain this growth in economic activity has increased pressure on natural resources, biodiversity, as well as on local communities. The success of the tourism approach for city tourism depends on effective visitor management as a mechanism to enhance, manage and improve the tourists' experience of cities and places to visit (Page&Connell, 2014) involving the principles of tourism equinox. The main problems here are the need to organize tourist movements to ensure that natural and cultural resources consumed by tourists, are protected (Manente&Minghetti, 2006). To achieve this goal, an interactive tourist- resident relationship that will provide value for visitors as well as for various community stakeholders is required.

## CONCLUSION

For the protection of natural and cultural resources in the cities, tourism equinox should be substantiated through policy and legislation and should be a primary objective in all decisions regarding the future of city tourism. This covers a multitude of areas of study and implementation ranging from, but not limited to, environmental, social, economic and urban development and design (Arikan, et al., 2016):

- In the first place, tourism legislations for the sustainable city tourism should be directive rather than compulsory.
- Common sense should prevail over policy; lessons learned from mistakes of other city destinations should direct the development in the urban areas.
- Activities necessary for strategic planning should be carried out, and the cooperation of public and private sectors should be ensured after determining the applicability



of tourism equinox approach.

- Local population should be encouraged to participate in the new tourism strategy and to engage and co-decide the way the resources should be used.
- Overtourism is a shared responsibility, therefore, the awareness of locals and visitors should be raised with the engagement of citizens and local stakeholder groups in order to understand the value of cultural resources and to prevent the damage to the historical and cultural environment of the city.
- Based on an understanding that is distinct from mass tourism, a new city destination where the cultural and historical heritage is utilized, needs to be created through investment, promotion and marketing that is focused on sustainability of the urban environment.
- City administrators and destination managers must acknowledge that there are definite limits to growth. The carrying capacity of the city should be determined under sustainable principles.
- Infrastructure, especially the infrastructure necessary for new technology trends and smart cities should be improved
- Innovation is important for keeping a city sustainable as a tourist destination and attracting repeat visitors.
- Festivals, events and creative tourism activities devoted to the city should be organized.
- The value of authenticity will become increasingly important for the visitors of the cities. Food and beverage vendors that represent the authentic nature of the city and where regional dishes are promoted and served to visitors should be established.
- Local authorities should be informed very clearly that it is not possible to achieve sustainable city tourism development without respecting natural urban environment.
- For development to be sustainable, tourism must also consider transportation, mobility, accommodation, the local economy, the preservation of public spaces and other aspects of daily life for the local people.
- Public authorities, local governments, non-governmental organizations, the private sector, universities, professional organizations, civil society groups and residents should cooperate in all practices for a sustainable city tourism. Holiday is no longer a luxury but has become a way of life. The freedom to travel is regarded as an unquestionable right nowadays. According to the approaches discussed in this paper, only the future will show if the damage caused by tourism can be erased by a new sustainable tourism with the help of tourism equinox. When successful, there will be a more balanced and controlled tourism development which is in harmony with the natural, cultural and social environment in the cities.

## REFERENCES

- Arcodia, C., (2008). Sustainable Development in Planning Production of New Tourism Products, The University of Queensland, Australia.
- Arikan, I., Ünsever, I. & Halioui, S., (2016). Importance of Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox for Urban Environments, *Acta Economica et Turistica*, Vol (2), pp. 222-229.
- Asworth, G.J. & Tunbridge, J.E., (2011). The Tourist-Historic City: Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City, Ryan and Page Publications, p. 18.
- Butler, R., (1992). Alternative Tourism: The Thin End of the Wedge, pp. 31-46 in Smith, V.L. and Eadington, W. R. (Eds.), *Tourism Alternatives*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Cave, J. & Jolliffe, L., (2012). Urban Tourism. In *Tourism: The Key Concepts* (pp. 268–270). London: Routledge.
- Coccossis, H., Mexa, A. & Collovini, A., (2002). Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourism Destinations, available at: <http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/32/>, pp. 35-36.
- Cooper, C., (2002). Sustainability and Tourism Visions, 7. Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administracion Publica, Lisboa, Portugal, 8-11 October.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, D. G. & Wanhill, S., (2008). *Tourism Principles and Practice*, Prentice Hall, Essex, UK, p. 236.
- Diekmann, A. & Gillot, L., (2010). Heritage and Tourism: A Dialogue of Deaf? The Case of Brussels. *Led Online E-Journals, Rivista di Scienze del Turismo Ambiente Cultura Diritto Economia* (in English), Vol (3), pp. 263-280.
- Dimanche, F., (2005). Conceptual Framework for City Tourism Competitiveness, WTOForum-New Paradigms for City Tourism Management, Istanbul.
- Douglas, N., Douglas, N. & Derrett, R., (Eds.), (2001). *Special Interest Tourism*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Singapore, p. 159, pp. 433-440.
- Hall, C. M. & Page, S. J., (2014). *The Geography of Tourism and Recreation, Environment, Place and Space*, Routledge, Croydon, UK, pp. 198-203.
- Huescar, A., (2005). City Tourism and Culture-The European Experience, WTO Forum-New Paradigms for City Tourism Management, Istanbul.
- ICOMOS (1999) [www.icomos.org/tourism/charter.html](http://www.icomos.org/tourism/charter.html).
- Kagermeier, A. & Gronau, W., (2017). New Urban Tourism and its Implication for Tourism Mobility-the Case of Munich, *Mobility in a Globalized World 2016*, Bamberg.
- Kagermeier, A., (2016). *Tourismusgeographie, Eine Einführung*, Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft/UTB.
- Kaya, E., (2014). From Industrial and Residential to a Tourism Precinct: The Rocks of Sydney, University of Western Sydney, Australia.
- Khokhobia, M., (2018). Transdisciplinary Research for Sustainable Tourism Development, *Journal of International Management Studies, JIMS*, Vol (18), No (2), pp. 21-26.

- Kılıç, S.E. & Aydoğan, M., (2015). Sustainable Tourism and Heritage in Sigacık/Seferihisar. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering*, Vol (9), No (1), p. 310.
- Kokilashvili, M. & Khasaia, L., (2019). Challenges and opportunities in Planning of City Tourism toward Sustainable Development (The Case of Tibilisi), In C. Maurer & H. Siller (Eds.), *Iscontour 2019, Tourism Research Perspectives*, BoD, Norderstedt, pp. 290-300.
- Law, C. M., (2002). *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities* (Second Edition). London: Continuum, pp. 4-13.
- Lopez, L. & Palomino, B., (2003). Impacts of Mass Tourism on Local Communities and the New Phenomenon of Colonization-Case Study: Majorca. MA Thesis, Bournemouth University, England, p. 76.
- Maitland, R., (2008). Conviviality and Everyday Life: The Appeal of New Areas of London for Visitors, in: *International Journal of Tourism Research* 10 (1), pp. 15-25.
- Manente, M. & Minghetti, V., (2006). Destination Management Organizations and Actors, In *Tourism Business Frontiers*, Buhalis, D. & Costa, C. (Eds.), Elsevier Butterworth-Heinemann, Amsterdam, p. 228.
- Page, S. J., & Connell, J., (2014). *Tourism-A Modern Synthesis*, Cengage Learning, Singapore, p. 345.
- Razovic, M., (2007). Sustainable Development-Tourist Destination Cleanliness and Arrangement-As the basis of the New Tourist Product of Croatia, Tourist Board of Split and Dalmatia County, Croatia.
- Segui, L., M., (1995). *Les nouvelles Baléares. La Rénovation d'un Espace Touristique Mythique* in L'Harmattan, ed. Paris, p. 65.
- Selby, M., (2004). *Understanding Urban Tourism: Image, Culture and Experience*. London: I. B. Tauris, pp. 10-14.
- Skeli, S. & Schmid, M., (2019). Mitigating Overtourism with the Help of Smart Technology Solutions-a Situation Analysis of European City Destinations, In C. Maurer & H. Siller (Eds.), *Iscontour 2019, Tourism Research Perspectives*, Norderstedt, pp. 13-24.
- Spirou, C. (2011). *Urban Tourism and Urban Change: Cities in a Global Economy*. New York: Routledge, pp. 1-7.
- Surbhi, S., (2016). Differences Between Urban and Rural. <http://keydifferences.com/difference-between-urban-and-rural.html>.
- Talhaoui, et al., (2016). Smart Cities and New Technology Trends-State of the Art and Perspectives, *International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, Vol (4), Issue:7, pp. 282-285.
- Teo, P. & Huang, S., (1995). Tourism and Heritage Conservation in Singapore. *Annals of Tourism Research*, 22(3), pp. 58-615.
- Timothy, D.J., & Boyd, S.W., (2003). *Heritage Tourism*, Pearson Education.
- UNWTO (2018). 7th Global Summit on Urban Tourism, Seoul, Republic of Korea, 16-19.09.2018.
- Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Taufer, B., Ponnappareddy, S., Fux, S., Camp, M. A. & Barth, M., (2017). *Tourism Destinations under Pressure: Challenges and Innovative Solutions*, Lucern University of Applied Sciences and Arts, p. 192.

- Williams, P. W., & Ponsford, I. F., (2009). Confronting Tourism's Environmental Paradox: Transitioning for Sustainable Tourism, *Futures* 41, Elsevier, pp. 396- 404.
- Yin, S., (2016). Sustainable City Tourism in Developing Countries: Malaysia Experience, Malaysia Sustainable Cities Program, Working Paper Series 2, p. 5.
- Zampoukas, N., (2019). EU Support on Fishing and Maritime Tourism, IACUDIT 6th International Conference, Cultural and Tourism Innovation, Athens, Greece, 12-15/06/2019.
- <https://www.rustourismnews.com/2017/10/02/2017-best-european-city-break-destination/>
- <https://scienceimpact.mit.edu/sites/default/files/documents/Yin.pdf>.
- [www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism](http://www.exofoundation.org/the-paradox-of-tourism).
- [www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/p](http://www.karl.aegea.org/oem/articles/oe8/t-freedom.htm/p).

# Tourism Development at Agricultural Economy Focused Destinations. A Case Study in Trilye/Türkiye

Tourism Naturally Online Symposium, Deggendorf Institute of Technology, Germany, October 2021  
*Doğal Turizm Online Sempozyum, Deggendorf Teknoloji Enstitüsü, Almanya, Ekim 2021*

---

## ABSTRACT

The process of identifying sustainable tourism, determining its framework, and presenting its principles is important. As such, examples of sustainable tourism concepts are needed for tourism development. Tourism can be sustainable if it is part of a sustainable life. It is understandable that a higher number of tourist arrivals will mean a higher number of tourism receipts for a destination. However, there will also be huge amount of social, cultural, economic, and environmental problems faced by local people and tourists at such a destination. This phenomenon, referred to as the tourism paradox, occurs when a tourism industry destroys the natural and cultural environment of a destination for tourism-related activities. The tourism paradox also describes the damage incurred by the adoption of tourism as a priority or single development model, a decision that has been detrimental to nature, social life, and tourism itself. Due to this paradox, the tourism economy suffers and economic indicators decrease. The tourism paradox is an approach to the tourism industry based on Milton Friedman's theory, which predicted that "the private sector will organize everything perfectly without state intervention." The destinations that meet the needs of the local economy and the needs of tourism income, will, by protecting their own values, benefit from the tourism industry with good and fair tourism strategies. Moreover, those who will preserve the natural and cultural resources are the local residents and owners of the resources and attractions at the destination. One of the most important studies on this subject was conducted by 2009 Nobel Prize in Economics winner Elinor Ostrom. Ostrom concludes that nature and cultural values can best be protected by local people living within the region. Is tourism possible without the elements that make a destination valuable? Should becoming a tourist destination require a change to the ecological, economic, and social structure of a region outside of tourism? This unchanging balance, or tourism equinox, protects the social and economic relations of a destination. Derived from the Latin *aequus* (equal) and *nox* (night), tourism equinox has been put forward by us to express the equally focused structures of tourism and agriculture. Raising levels of prosperity and quality of life are shared goals in destinations such as Tuscany in Italy, Provence in France, and Wachau in Austria. Without compromising their own structure, these destinations have managed to generate a very high-level tourism brand that even promotes their original structure. Rural tourism stands out as the most important trigger in the provision of rural development in European countries. In order to im-

prove rural accommodation facilities and increase their numbers, resources are allocated from various funds towards regions with agricultural economies. As a case study, Trilye in Turkey was analyzed as an agricultural economy focused destination. Despite its natural and cultural resources, Trilye is geographically trapped in a small area and hosts mostly one-day visitors. Its economy is founded on olive cultivation, yet residents hope to develop tourism and increase the bed capacity, food, and beverage establishments in the region. A synergy is ready to occur in the region based on the quality of its agricultural economy and tourism activities. Agricultural products will be sold directly to consumers with boutique production and care; branding in agriculture and branding in tourism will move together. The production of local food by farmers will improve the local economy and create new jobs for the local population. Good agriculture combined with fair and good tourism will increase the welfare of the region. Tourism and agriculture should be structured to complement each other, not get in the way of each other.

This harmonious approach, which we define as the tourism equinox, will move both sectors towards progress. In accordance with the tourism equinox and involvement of the local people, tourism development plans and tourism inventory studies in regions focused on agricultural economy are possible. The aim of this paper is to investigate the influence of the tourism paradox and the tourism equinox on agricultural economy focused destinations. This paper also examines how the protection of natural and cultural resources are necessary for tourism development. It primarily relies on qualitative research to understand the main features of the tourism paradox and the tourism equinox, taking the physical and environmental aspects of agricultural economy into consideration. A literature review is used as a research methodology.

**KEY WORDS:** Tourism Paradox, Tourism Equinox, Sustainable Tourism, Tourism Development, Agriculture.

# Tarım Ekonomisi Odaklı Destinasyonlarda Turizm Geliştirme.

Trilye/Türkiye'de Bir Örnek Olay Çalışması

## ÖZET

Sürdürülebilir turizmi belirleme, çerçevesini tanımlama ve ilkelerini sunma süreci önemlidir. Hal böyle olunca turizmin gelişmesi için sürdürülebilir turizm kavramlarının örneklerine ihtiyaç duyulmaktadır. Sürdürülebilirlik yaşamın bir parçasıysa turizm de sürdürülebilir nitelikte olabilir. Daha yüksek sayıda turist varışının bir destinasyon için daha fazla turizm geliri anlamına geleceği düşünülebilir. Ancak, böyle bir destinasyonda yerel halk ve turistlerin karşılaşacağı çok büyük sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel sorunlar da olacaktır. Turizm paradoksu olarak adlandırılan bu fenomen, turizm endüstrisinin turizmle ilgili faaliyetler için bir destinasyonun doğal ve kültürel çevresini tahrip etmesi durumunda ortaya çıkar. Turizm paradoksu, turizmin öncelikli veya tek kalkınma modeli olarak benimsenmesinin, doğaya, sosyal hayata ve turizmin kendisine zarar veren bir karar olarak tanımlar. Bu paradoks nedeniyle turizm ekonomisi zarar görmekte ve ekonomik göstergeler düşmektedir. Turizm paradoksu, Milton Friedman'ın "özel sektörün her şeyi devlet müdahalesi olmaksızın mükemmel bir şekilde organize edeceğini" öngören teorisine dayanan turizm endüstrisine bir yaklaşımdır. Yerel ekonominin ihtiyaçlarını ve turizm gelirlerinin ihtiyaçlarını karşılayan destinasyonlar, kendi değerlerini koruyarak, iyi ve adil turizm stratejileri ile turizm endüstrisinden yararlanacaktır. Ayrıca doğal ve kültürel kaynakları koruyacak olanlar, yerel halk ve destinasyondaki kaynak ve çekiciliklerin sahipleridir. Bu konudaki en önemli çalışmaları 2009 Nobel Ekonomi Ödülü sahibi Elinor Ostrom yürütmüştür. Ostrom, doğanın ve kültürel değerlerin en iyi, bölgede yaşayan yerel halk tarafından korunabileceği sonucuna varmaktadır.

Bir destinasyonu değerli kılan unsurlar olmadan turizm mümkün müdür? Turistik destinasyon olmak, turizm dışında bir bölgenin ekolojik, ekonomik ve sosyal yapısında bir değişiklik gerektirmeli midir? Bu değişmeyen denge veya turizm ekinoksu, bir destinasyonun sosyal ve ekonomik ilişkilerini korur. Latince *aequus* (eşit) ve *nox* (gece) sözcüklerinden türetilen turizm ekinoksu, turizm ve tarımın eşit odaklı yapılarını ifade etmek için tarafımızca ortaya atılmıştır. İtalya'da Toskana, Fransa'da Provence ve Avusturya'da Wachau gibi destinasyonlarda refah ve yaşam kalitesini yükseltmek ortak hedeflerdir. Bu destinasyonlar kendi yapılarından taviz vermeden, özgün yapılarını bile

öne çıkaran çok üst düzey bir turizm markası oluşturmayı başarmışlardır. Avrupa ülkelerinde kırsal kalkınmanın sağlanmasında en önemli tetikleyici olarak kırsal turizm öne çıkmaktadır. Kırsal konaklama tesislerini geliştirmek ve sayılarını artırmak için tarım ekonomisi olan bölgelere çeşitli fonlardan kaynak aktarılmaktadır.

Örnek olay olarak Türkiye'deki Trilye, tarım ekonomisi odaklı bir destinasyon olarak analiz edilmiştir. Doğal ve kültürel kaynaklarına rağmen coğrafi olarak küçük bir alana hapsolmuş Trilye, çoğunlukla günübirlik ziyaretçileri ağırlamaktadır. Ekonomisi zeytincilik üzerine kurulu olsa da bölge sakinleri turizmi geliştirmeyi ve bölgedeki yatak kapasitesini, yeme-içme işletmelerini artırmayı ummaktadır. Bölgede tarım ekonomisinin kalitesine ve turizm faaliyetlerine dayalı bir sinerji oluşmaya hazırdır. Tarım ürünleri butik üretim ve özenle tüketicilere doğrudan satılacak; tarımda markalaşma ile turizmde markalaşma birlikte hareket edecektir. Çiftçiler tarafından yerel gıda üretimi yerel ekonomiyi iyileştirecek ve yerel nüfus için yeni iş alanları yaratacaktır. İyi tarım, doğru ve iyi turizmle birleşerek bölgenin refahını artıracaktır. Turizm ve tarım birbirinin önüne geçmeyecek ve fakat birbirini tamamlayacak şekilde yapılandırılmalıdır. Turizm ekinoksu olarak tanımladığımız bu uyumlu yaklaşım, her iki sektörü de ilerletmeye yönlendirecektir. Turizm ekinoksuna ve yerel halkın katılımına uygun olarak, tarım ekonomisine odaklanan bölgelerde turizm geliştirme planları ve turizm envanter çalışmaları mümkündür. Bu makalenin amacı, turizm paradoksu ve turizm ekinoksunun tarım ekonomisi odaklı destinasyonlar üzerindeki etkisini araştırmaktır. Bu makale aynı zamanda doğal ve kültürel kaynakların korunmasının turizmin gelişmesi için nasıl gerekli olduğunu incelemektedir. Tarım ekonomisinin fiziksel ve çevresel yönlerini dikkate alarak turizm paradoksunun ve turizm ekinoksunun temel özelliklerini anlamak için öncelikle nitel araştırmaya dayanır. Araştırma yöntemi olarak literatür taraması kullanılmıştır.

**ANAHTAR KELİMELE:** Turizm Paradoksu, Turizm Ekinoksu, Sürdürülebilir Turizm, Turizm Geliştirme, Tarım.



---

## Bildiri ve Makaleler Künyesi

---

Turizm Paradoksu ve Turizm Paradoksundan  
Çıkış Yöntemi Olarak Sakin Şehir Hareketi  
13. Ulusal Turizm Kongresi, Akdeniz Üniversitesi. Antalya, Türkiye.  
Aralık 2012. İrfan Arıkan, İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Turizm-Paradoksu-Sakin-Sehir-Hareketi.pdf>

Tourism Paradox vs. Sustainability: A Case from Turkey  
The 3rd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management  
Conference. Taipei, Taiwan. Conference Paper. June 2013  
İrfan Arıkan, İlker Ünsever, Hakan Yılmaz

Turizm Ekinoksu - Tarım Ekonomisi Odaklı Yörelerde  
Turizmin Gelişim Modeli  
Cittaslow Gökçeada Eco-Gastronomy Kongresi. Gökçeada, Çanakkale  
Nisan 2014. İrfan Arıkan, İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Turizm-Ekinoksu.pdf>

The Trap vs. the Remedy Tourism Paradox and  
Tourism Equinox  
22 nd Biennial International Congress Tourism & Hospitality Management. Opatija,  
Croatia. Conference Paper May 2014 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever  
[https://www.researchgate.net/publication/280879148\\_THE\\_TRAP\\_VS\\_THE\\_REMEDY\\_TOURISM\\_PARADOX\\_AND\\_TOURISM\\_EQUINOX](https://www.researchgate.net/publication/280879148_THE_TRAP_VS_THE_REMEDY_TOURISM_PARADOX_AND_TOURISM_EQUINOX)

Reconstruction of Tourism: Tourism Detox  
International Antalya Hospitality Tourism and Travel Research Conference. Antalya,  
Türkiye. Conference Paper December 2014 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever  
[https://www.researchgate.net/publication/280879160\\_RECONSTRUCTION\\_OF\\_TOURISM\\_TOURISM\\_DETTOX](https://www.researchgate.net/publication/280879160_RECONSTRUCTION_OF_TOURISM_TOURISM_DETTOX)

The Treatment is within the Disease: Tourism Paradox,  
Tourism Equinox and Tourism Detox  
International Tourism and Hospitality Management Conference, Sarajevo, Bosnia  
and Herzegovina. Conference Paper (Best Paper Award) October 2015.  
İrfan Arıkan, İlker Ünsever

### Importance of Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox for Urban Environments

TAD Tourism and Development Conference. Zagreb, Croatia.

Conference Paper January 2016 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever, Salma Halioui

[https://www.researchgate.net/publication/314266652\\_Irfan\\_Arikan\\_Ilker\\_Unsever\\_Salma\\_Halioui\\_IMPORTANCE\\_OF\\_TOURISM\\_PARADOX\\_TOURISM\\_EQUINOX\\_AND\\_TOURISM\\_DETOX\\_FOR\\_URBAN\\_ENVIRONMENTS\\_PROFESSIONAL\\_REVIEW](https://www.researchgate.net/publication/314266652_Irfan_Arikan_Ilker_Unsever_Salma_Halioui_IMPORTANCE_OF_TOURISM_PARADOX_TOURISM_EQUINOX_AND_TOURISM_DETOX_FOR_URBAN_ENVIRONMENTS_PROFESSIONAL_REVIEW)

### New Concepts in Tourism: Good Tourism, Fair Tourism, Organic Tourism

Uludağ University 1. International Rural Tourism Congress. Bursa, Türkiye

Conference Paper May 2017 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever

[https://www.researchgate.net/publication/317957391\\_New\\_Concepts\\_in\\_Tourism\\_Good\\_Tourism\\_Fair\\_Tourism\\_Organic\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/317957391_New_Concepts_in_Tourism_Good_Tourism_Fair_Tourism_Organic_Tourism)

### An Analysis of Tourism Development: Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox.

IJTEBS – Uluslararası Turizm İşletme, Ekonomi Dergisi

İrfan Arıkan, İlker Ünsever <http://ijtebs.org/index.php/ijtebs/article/view/223/197>

### Tourism Concepts within the Scope of Cittaslow Philosophy (A “De Lega Feranda” Study)

İrfan Arıkan / İlker Ünsever

[https://www.academia.edu/42101897/TOURISM\\_CONCEPTS\\_WITHIN\\_THE\\_SCOPE\\_OF\\_CITTASLOW\\_PHILOSOPHY\\_A\\_DE\\_LEGE\\_FERANDA\\_STUDY\\_New\\_Concepts\\_in\\_Tourism\\_Good\\_Tourism\\_FairTourism\\_OrganicTourism](https://www.academia.edu/42101897/TOURISM_CONCEPTS_WITHIN_THE_SCOPE_OF_CITTASLOW_PHILOSOPHY_A_DE_LEGE_FERANDA_STUDY_New_Concepts_in_Tourism_Good_Tourism_FairTourism_OrganicTourism)

### Importance of Tourism Equinox for Sustainable City Tourism

Tourism Naturally Conference, Kaprun-Zell am See, Austria.

February 2020 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever

[https://www.researchgate.net/publication/339235452\\_Importance\\_of\\_Tourism\\_Equinox\\_for\\_Sustainable\\_City\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/339235452_Importance_of_Tourism_Equinox_for_Sustainable_City_Tourism)

### Tourism Development at Agricultural Economy Focused Destinations: A Case Study in Trilve - Türkiye

Tourism Naturally Online Symposium, Deggendorf Institute of Technology. Germany. October 2021 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever

---

# Prof. Dr. İrfan Arıkan

## Özgeçmiş

---

Doğum Yeri: Bafra, Samsun  
Doğum Tarihi: 01/01/1953

### Eğitim:

Lise: İstanbul Erkek Lisesi 06/06/1971  
Lisans: Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği 06/06/1976  
Yüksek Lisans: Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği 01/06/1990  
Doktora: İstanbul Üniversitesi Turizm 05/05/1995  
Doçent: Turizm İşletmeciliği Eğitimi 20/11/2000  
Profesör: Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği 27/12/2005

### Diller:

Türkçe, Almanca, İngilizce

### Meslek Kuruluşlarına Üyelikleri:

(Yılından İtibaren)

- Gezinler Kulübü - 1999
- Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED) - 1997
- Skat International (AISC) İstanbul - 1997
- Boğaziçi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği • Uygulama ve Araştırma Merkezi - 1995
- Türkiye Turist Rehberleri Birliği (İRO) -1995
- Doğayı Koruma Derneği - 1989
- Beşiktaş Jimnastik Kulübü - 1989
- Beşiktaş Jimnastik Kulübü Divan Kurulu - 2013

### Ulusal ve Uluslararası Projeler:

- ISCONTOUR Conference, Bilim Kurulu Üyesi, IMC FH Krems University of Applied Sciences / Avusturya, 2013-2019
- International Association of Cultural and

Digital Tourism (IACuDiT), Bilim Kurulu Üyesi, Atina, Yunanistan, 2014-2019.

- Cittaslow Türkiye, Bilim Kurulu Üyesi, İzmir, 2011-2021.
- International Conference Science in Technology 2015, Ana Konuşmacı, Atina, Yunanistan, 5-7/11/2015.
- International Hospitality Tourism and Travel Research Conference, Bilim Kurulu Üyesi, Antalya, Türkiye, 9-12/12/2014.
- Sarajevo International Conference, Bilim Kurulu Üyesi, Uluslararası Saraybosna Üniversitesi, Bosna Hersek, 2014-2016.
- Tourism and Hospitality Studies International Journal, Bakü, Azerbaycan, Yayın Kurulu Üyesi, 2013-2015.
- Cittaslow Eko-Gastronomi Konferansı, Bilim Kurulu Üyesi, Gökçeada, Türkiye, 24-25/04/2014.
- The 3rd Advances in Hospitality & Tourism Marketing and Management Conference, Bilim Kurulu Üyesi, Taipei, Tayvan, 25-30/06/2013.
- Bölgesel Turizm Eğitimi, Boğaziçi Üniversitesi ve Efes Pilsen Ortak Projesi, Türkiye, 2007-2012.
- Datça-Türkiye Sürdürülebilir Turizm Projesi, (Proje Koordinatörü), Demirer Holding A.Ş., 08/2008.
- Specialized BA-Tourism and Leisure, Azerbaycan Turizm Enstitüsü-Bakü, Azerbaycan, 11/2007.
- Doğu Anadolu Turizmi Geliştirme Projesi, UNDP, Erzurum ve Çoruh Vadisi, Türkiye, 10/09/2007.
- Çoruh Vadisi Turizm Geliştirme Projesi, UNDP ve Atatürk Üniversitesi, Erzurum-İspir/Artvin-Yusufeli, Türkiye, 07/08/2006.

- IATA Biletleme ve Bilgisayarlı Rezervasyon Eğitimi, UNDP Projesi, Yönetim Merkezi, Lefkoşa, TRNC, 02/2004.
- AHLA- Educational Institute of the American & Hotel Lodging Association/ /Turizm Otel İşletmeciliği Eğitim Projesi, Eskişehir, Türkiye, 01/10/2003.
- Askeri Sanal Müze Projesi, Boğaziçi Üniversitesi, Turizm İdaresi Başkanlığı, TTV (Türkiye Ekonomik ve Sosyal Tarih Vakfı) ve İstanbul Askeri Müze Ortak Projesi, Türkiye, 2000.
- Seyahat ve Turizm Endüstrisi-Çevresel Sürdürülebilir Kalkınmaya Doğru, TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu), Ankara, Türkiye, 05/1999.
- Tourism and Leisure, ITI-Luzern-İsviçre, 08/02/1999.
- Kuzey Kıbrıs Master Planı, Boğaziçi Üniversitesi, Turizm Uygulamalı Araştırmalar Merkezi, KKTC, 11/1998.
- Stajyer Yetiştirme Programı, (Prof. Dr. B. Himmetoğlu ile ortak çalışma), TÜRİSAB, İstanbul, Türkiye, 04/1998.
- Corinthia Hotels International-Malta Attitude Survey, Boğaziçi Üniversitesi ATARC, İstanbul, Türkiye, 04/1997.
- RCI-Staff Development Program, Boğaziçi Üniversitesi ATARC, 14/12/1996.
- Seyahat ve Tur Yönetimi Sertifika Programı, Boğaziçi Üniversitesi ve TÜGEV Ortak Projesi, İstanbul, Türkiye, 1993.

#### **Mesleki Deneyimleri:**

(Tarih-Yer-Kurum-Pozisyon-Alan)  
 1974-1982, Türkiye, Seyahat Acentaları, Profesyonel Turist Rehberi, Turizm  
 1982-1984, İstanbul, IBM TURK LTD., Satış Temsilcisi, Bilgi teknolojileri  
 1984-1994, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi, Öğretim Görevlisi, Turizm Yönetimi  
 1994-2000, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi, Yardımcı Doç. Dr., Turizm Yönetimi  
 2000-2002, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi, Doç. Dr., Turizm Yönetimi  
 2002-2005, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Doç. Dr. Müdür Yard., Turizm ve Otel İşl. Y.O.  
 2005-2010, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Prof. Dr., Turizm ve Otel İşl. Y.O.  
 2008-2021, Krems/Avusturya, IMC-FH

Krems, Hon.Prof.(FH) Prof. Dr. Department Business Tourism & Leisure Management 2018-2021, Almanya, THD- Pfarrkirchen, Visiting Prof., Health, Spa & Tourism Management

#### **Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler:**

- Arıkan, I. & Yurtseven, H.R., (2021), "Cittaslow Routes in Turkey as Gourmand Tourism Destinations", Journal of Tourism and Hospitality Management, Vol.9 No.1 pp. 45-56.
- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., (2020), "Slow Cities (Cittaslow) Route in Turkey as a Gourmand Tourism Destination", ATLAS Gastronomy and Tourism Research Group Meeting, Abstract Book, Angers, France, p.13.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., (2020), "Importance of Tourism Equinox for Sustainable City Tourism", IACUDIT 2019, Cultural and Tourism Innovation, Springer International Publishing, Nature Switzerland AG, pp.447-459.
- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., (2019), "New Concepts Within the Scope of Tourism and Gastronomy", ATLAS Tourism and Leisure Review, V:2019-3, Netherlands, ISSN 2468-6719, pp.8-17.
- Arıkan, I. & Ergener, R., (2019), "Pilgrims as Tourists or Tourists as Pilgrims-The Case of Anatolia", Journal of Tourism Quarterly, 1(1), pp. 43-52.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., (2018), "An Analysis of Tourism Development: Tourism Paradox, Tourism, Equinox and Tourism Detox", IJTEBS, International Journal of Tourism, Economics and Business Sciences, E-ISSN: 2602-4411, Vol:2, No:2, Nobel Bilim ve Araştırma Merkezi, s.01-06.
- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., (2018), "Importance of Cittaslow Philosophy for the Protection of Local Food", Cittaslow International Symposium, Seferihisar, Turkey, 12-13/10/2018, ISBN 978-605-254-026-8, pp.1-2.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., (2018), "Tourism Concepts within the Scope of Cittaslow Philosophy: A De Lege Feranda Study", Cittaslow International Symposium,

Seferihisar, Türkiye, 12-13/10/2018, ISBN 978-605-254-026-8, s.3-4.

- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., (2018), "Cittaslow Philosophy in Yedi Bilgeler Winery-Turkey", IACUDIT 2017, Innovative Approaches to Tourism and Leisure, Springer International Publishing, London, 2018, ISBN 978-3-319-67603-6, pp.351-361.
- Arıkan, I., Halioui, S. & Schmidt, M., (2016), "An Integrated Planning Framework for Sustainable Tourism: Case Study Tunisia", World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering, Cilt:10, Sayı:12, 2016, s.4056-4059.
- Arıkan, I., Ünsever, I. & Halioui, S., (2016), Importance of Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox for Urban Environments, Acta Economica et Turistica, Cilt 2, 2016, s.222-229.
- Arıkan, I., Katsoni, V. & Dünder, A., (2016), "Tourism Strategic and Marketing Planning and Cultural Cooperation Channels Between Greece and Turkey", Tourism and Culture in the Age of Innovation, Springer International Publishing, London, 2016, ISBN 978-3-319-27527-7, pp.351-360.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., (2015), "Reconstruction of Tourism: Tourism Detox", Tourism and Hospitality Studies International Journal, Baku, Azerbaijan, Volume 4, Issue 2, 2015, ISSN 2409-6032, pp.6-16.
- Arıkan, I. & Stabauer, M., (2014), "Unesco World Heritage Sites: A Case Study of the Palace of Schönbrunn", Tourism and Hospitality Studies International Journal, Baku, Azerbaijan, Volume 5, 2014, ISBN 978-9952-8242-7-8, pp.42-58.
- Arıkan, I. & Özer, S. U., (2014), "An Approach Towards Sustainability at Tourism Destinations-Slow Cities: An Application at Zeytinbağı (Trilye)", Tourism and Hospitality Studies International Journal, Baku, Azerbaijan, Volume 4, 2014, ISBN 978-9952-8242-7-8, pp.5-15.
- Arıkan, I. & Yüksek, G., (2009), "Marketing Floating Islands as a Destination: A Field Study

for Determination of Potential Demand and Consumer Expectations of Floating Islands", World Journal of Tourism, Leisure and Sports, Volume 3, Issue 1, 2009.

#### **Uluslararası Toplantılarda Sunulan Bildiriler:**

- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Tourism Development at Agricultural Economy Focused Destinations: A Case Study in Trilye/Turkey", Tourism Naturally Online Symposium, Deggendorf Institute of Technology, Germany, 14/10/2021.
- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., "Slow Cities (Cittaslow) Route in Turkey as a Gourmand Tourism Destination", ATLAS Gastronomy and Tourism Research Group Meeting, Angers, France, 12-15/02/2020.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Importance of Tourism Equinox for Sustainable City Tourism", IACUDIT 2019, IACUDIT 2019, Cultural and Tourism Innovation, Athens, Greece, 12-15/06/2019.
- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., "New Concepts Within the Scope of Tourism and Gastronomy", ATLAS Gastronomy and Tourism Research Group Meeting, Evora, Portugal, 20-23/02/2019.
- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., "Importance of Food Paradox, Food Equinox and Food Detox for the Local Food Culture, 11th Tourism Outlook Conference, Eskisehir, Turkey, 01-05/10/2018.
- Arıkan, I. & Ergener, R., "Pilgrims as Tourists or Tourists as Pilgrims Through Ages in Anatolia", 8th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management (AHTMM) Conference, Bangkok, Thailand, 25-29/06/2018, ISBN 978-0-9964244-3-1, pp. 228-241.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Importance of Tourism Paradox and Equinox for Sustainable City Tourism", Tourism Naturally Conference, Kaprun-Zell am See, Austria, 16-18/05/2018.
- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., "The Thrace Region Wine Route in Turkey", Culinary Wine and Tourism Conference 2017, Krems, Austria, 18-21/10/2017.

- Arıkan, I. & Arıkan Dünder, A., "Cittaslow Philosophy in Yedi Bilgeler Winery-Turkey", IACUDIT 2017, Innovative Approaches in Tourism and Leisure, Athens, Greece, 25-27/05/2017.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., "New Concepts in Tourism: Good Tourism, Fair Tourism, Organic Tourism", 1th International Rural Tourism Congress, Uludag University, Bursa, 04-06/05/2017.
- Arıkan, I. & Halioui, S., "An Integrated Planning Framework for Sustainable Tourism: Case Study Tunisia", 18th International Conference on Hospitality, Tourism Marketing and Management, Bangkok, Thailand, 12-13/12/2016.
- Arıkan, I., Ünsever, I. & Halioui, S., "Importance of Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox for Urban Environments", TAD-Tourism and Development Conference 2016, Zagreb, Croatia, 01-03/12/2016.
- Arıkan, I. & Steckenbauer, G. C., "Two Countries-Two Approaches: Exploiting Cultural Heritage Resources for Tourism. A Comparative Analysis of Tourism Products in Turkey and Austria", 5th International M-Sphere Conference For Multidisciplinarity in Business and Science, Dubrovnik, Croatia, 27-29/10/2016.
- Arıkan, I., Dünder, A. & Edlinger, L. S., "Is Cittaslow an Effective Model in Destination Development for Sustainable Tourism? A Case Study in Austria", SCinTE 2015, Athens, Greece, 04-07/11/2015.
- Arıkan, I., "Advisory Approaches for the Tourism Industry: Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox", Keynote Speaker, SCinTE 2015, Atina, Yunanistan 05/11/2015.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., "The Treatment is Within the Disease: Tourism Paradox, Tourism Equinox and Tourism Detox, International Tourism and Hospitality Management Conference, (Best Paper Award), Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, 30/09-04/10/2015, pp. 418-425.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Reconstruction of Tourism: Tourism Detox", International Antalya Hospitality Tourism and Travel Research Conference, Antalya, Turkey, 10-12/12/2014.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., "The Trap vs. The Remedy-Tourism Paradox and Tourism Equinox", 22nd Biennial International Congress Tourism & Hospitality Management, Opatija, Croatia, 08-09/05/2014.
- Arıkan, I. & Stabauer, M., "Unesco World Heritage Sites, A Case Study of the Palace of Schönbrunn", Uluslararası İpekyolu Kongresi, İstanbul, Türkiye, 27-29/10/2013.
- Arıkan, I., Ünsever, I. & Yilmaz, H., "Tourism Paradox vs. Sustainability: A Case from Turkey", The 3rd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference, Taipei, Taiwan, 25-30/06/2013, ISBN: 978-986-89560-0-1.
- Arıkan, I. & Kaya, E., "Sustainable Tourism Potential of Cunda (Alibey) Island: A Tourism Management Plan Proposal", 13th International Joint World Cultural Tourism Conference 2012, Bangkok, Thailand, 12-14/10/2012, ISBN: 978-89-922250-05-4, pp. 661-672.
- Arıkan, I. & Mulahasanovic, J., "An Approach to Cultural Tourism Development in Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)", 2nd International Conference – Economic System of European Union and Accession of the Bosnia&Herzegovina, Vitez, Bosnia&Herzegovina, 27-28/09/2012.
- Arıkan, I. & Katsoni, V., "Strategic Planning for Tourism Development: An Analysis of European Union's and Turkey's Tourism Framework", 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference, Corfu, Greece, 31/05-03/06/2012, ISBN: 978-960-287-139-3.
- Arıkan, I., Kaya, E. & Yilmaz, H., "Industrial Cultural Heritage Potential of Eskisehir", 12th International Joint World Cultural Tourism Conference 2011, Istanbul, Turkey, 7-9/10/2011, ISBN: 978-89-922250-05-4, pp. 259-264.
- Arıkan, I., Kaya, E. & Kosan, K., "Coruh Valley Tourism Development Plans", The 8th International Conference - Economic Integrations, Competition and Cooperation, Opatija, Croatia, 6-9/04/2011.
- Arıkan, I. & Kaya, E., "The Bomonti Beer

Factory: An Example of the Industrial Heritage Transformation Process", Cities As Creative Spaces For Cultural Tourism, Bogazici University, Istanbul, Turkey, 19/11/2009.

- Arıkan, I. & Mogol, M., "How To Use OR/MS Techniques in the Tourism Industry?", The 4th Tourism Industry and Education Symposium in Jyvaeskyla, Finland, 06/03/2009.

- Arıkan, I. & Aksöz, O., "An Approach For Heritage Tourism Destination Development at Cunda, Ayvalık-Turkey", An Enterprise Odyssey: Tourism-Governance and Entrepreneurship, 4th International Conference, University of Zagreb, Faculty of Economics and Business, Cavtat, Croatia, 11/06/2008, pp.1557-1567.

- Arıkan, I. & Yüksek, G., "Marketing Floating Islands as a Destination: A Field Study for Determination of Potential Demand and Consumer Expectations of Floating Islands", Cruise Shipping Opportunities and Challenges Conference, Parthenope University, Naples, Italy, 05/10/2007, ISBN: 978-88-89677-16-2, pp.101-116.

- Arıkan, I. & Aksöz, O., "An Approach for Sustainable Tourism Development at the Destination Büyükkada-Istanbul", Riga, Letonya, 24/09/2007.

- Arıkan, I. & Kaya, I., "Public Relations and Marketing Communication Activities of a Five-Star Hotel in Istanbul", International Conference on New Perspectives and Values in World Tourism & Tourism Management in the Future, Akdeniz University, Alanya, Turkey, 20/11/2006, pp.1132-1143.

- Arıkan, I., Uca, S. & Özer, G., "Online Conference Management", 15.th World Business Congress, IMDA International Management Development Research Yearbook, Sarajevo Graduate School of Business, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, 20/06/2006, pp.47-52.

- Arıkan, I. & Ahıpaşaoğlu, S., "Changes in Processes in Hotel Industry in Turkey", International Conference on Destination Branding and Marketing for the Regional Tourism Development, Purdue University, Macao, China, 08/12/2005.

- Arıkan, I. & Aksöz, O., "Istanbul's Position In The Global Conference And Convention Market", AOIFE International Annual Conference, Waterford, Ireland, 11/11/2005.

- Arıkan, I., "Sustainable Tourism Development: Guiding Principles for Planning and Management", The National Seminar on 'Enhancing the Role of Tourism in Socio-Economic Development and Poverty Alleviation', Baku, Azerbaijan, 01/12/2004.

- Arıkan, I., "North Cyprus Cultural Tourism & Sustainable Tourism", KKTC Ekonomi ve Turizm Bakanlığı Kongresi Uzaktan Eğitim Fakültesi Konferans Merkezi, Lefkoşa, KKTC, 23/09/2004.

- Arıkan, I., "Diversification in Tourism Education: Certificate Programme in Travel and Tour Management", World Forum on Tourism and Hospitality Education, AM-FORTH, Nice, France, 09/02/2000, pp.97-110.

- Arıkan, I., "Protective and Readaptive Use of Cultural Heritage: Two Cases Studies, Camondo (Galata) Residence in Istanbul and Althof Retz in Austria", International Conference on Heritage, Multicultural Attractions and Tourism, Bogazici University, Istanbul, Turkey, 25/08/1998, pp.1035-1046.

#### **Yayımlanmış Uluslararası Kitaplar ve Kitap Bölümleri:**

- Arıkan, I. & Ünsever, I., Tourism Concepts within the Scope of Cittaslow Philosophy: (A "De Lege Feranda Study") in Cittaslow Turkey Leave No One Behind: Sustainable Development Goals & Local Governments. Editors: Kaya, O. & Yurtseven, H.R., Detay Publishing, Ankara, September 2019, ISBN 978-605-254-147-0, pp.1-19.

- Arıkan, I. & Ahıpaşaoğlu, H.S. & Yüksek, G., "Travel and Transport Management ", (Bulu, M. & Eraslan, H., "Sustainable Competitive Advantage in the Tourism Industry-Tourism Strategies and Applications), Chapter 18, URAK, Istanbul, 2008, pp.291-305.



### Ulusal Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler:

- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Turizm Ekinoksu-Tarım Ekonomisi Odaklı Yörelere Turizmin Gelişim Modeli, Eko-Gastronomi Dergisi, Yıl 1, Sayı 1, 2014, Detay Yayıncılık, Ankara, s.17-25, ISSN=2148-404X.
- Arıkan, I., "Havayolu Ulaşımı ile Turizm İlişkisi ve Havaalanları", Anadolu Turizm Araştırmaları Dergisi, Eskişehir, 09/1998, s.46-54.
- Arıkan, I., "Türk Hava Yolları İçin Bir Talep Tahmini Yaklaşımı", TUGEY Turizmde Seçme Makaleler, No:29, 02/1998, s.70-74.

### Ulusal Toplantılarda Sunulan Bildiriler:

- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Turizm Ekinoksu-Tarım Ekonomisi Odaklı Yörelere Turizmin Gelişim Modeli", Cittaslow Gökçeada Eko-Gastronomi Kongresi, Gökçeada/Çanakale, 24-25/04/2014.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Turizm Paradoksu ve Turizm Paradoksundan Çıkış Yöntemi Olarak Sakin Şehir Hareketi", 13. Ulusal Turizm Kongresi, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Antalya, 6-9/12/2012, ISBN: 97860 55627263, s. 181-193.
- Arıkan, I. & Yüksek, G., "Datça'nın Sürdürülebilir Turizm Potansiyeli: Turizm Gelişimi İçin Mevcut Olanakların Değerlendirilmesi", 12. Ulusal Turizm Kongresi, Düzce Üniversitesi, Akçakoca-Düzce, 30/11/2011.
- Arıkan, I. & Yüksek, G., "Turizm Destinasyonu Geliştirme: Datça Örneği", 10. Ulusal Turizm Kongresi, Mersin Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Mersin, 21/10/2009, s. 1113-1123.
- Arıkan, I. & Kaya, E., "Türkiye'de Kış Turizmi ve Bölge Ekonomisine Etkileri", 10. Ulusal Turizm Kongresi, Mersin Üniversitesi T.O.Y.O., Mersin, 21/10/2009, s.397-408.
- Arıkan, I. & Özer, G., "Sürdürülebilir Turizm ve Destinasyon Geliştirme", 3. İkizdere Kurultayı, Rize, 08/08/2009, s.153-158.
- Arıkan, I. & Uca, S., "Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilirliğe Yönelik Bir Yaklaşım: Sakin Şehirler (Slow Cities)-Zeytinbağı'na Yönelik Bir Uygulama Önerisi",

- 3. Ulusal Turizm Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir Meslek Yüksekokulu, Isparta, 17/10/2008, s. 167-176.
- Arıkan, I. & Kaya, E., "Kültürel Miras Örneği Olarak Yörük Köyü'nün Turizme Kazandırılmasına Yönelik Bir Çalışma", 3. Ulusal Turizm Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir Meslek Yüksekokulu, Isparta, 17/10/2008, s.65-78.
- Arıkan, I. & Yağcı, Ö., "21.Yüzyılda Turizm Eğitiminin Gelişimi Üzerine Görüşler", 1. Bursa Turizm Sempozyumu, Almira Oteli, Bursa, 30/09/2005, s.131-135.
- Arıkan, I., "KKTC'de Kültür Turizmi Üzerine Görüşler", Dokuz Eylül Üniversitesi, Bölgesel Kalkınma ve İşletme Bilimleri Araştırma ve Uygulama Merkezi, 4. Ulusal Turizm Sempozyumu, İzmir, 19/12/2003.
- Arıkan, I. & Oğuz, N., "Kapadokya'nın İnanç Turizmi Açısından Sahip Olduğu Kaynaklar", Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, 6.Hafta Sonu Semineri, Ürgüp, 26/11/1999.
- Arıkan, I., "Turizm Eğitimi ve Çeşitlendirilmesi-Seyahat Acentacılığı ve Tur Yönetimi Eğitim Modeli Örneği", 1.Ulusal Turizm Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir Meslek Yüksekokulu, Isparta, 09/1998, s.92-110.

### Yayımlanmış Ulusal Kitaplar ve Kitap Bölümleri:

- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Yavaş Kent", (içinde Yavaşlık, Eds.: Akkoç, T. vd.), Adıgüzel Eğitim Vakfı Yayınları: 005, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti., Ankara, 2020.
- Arıkan, I., "Turizm Ulaştırması", Detay Yayıncılık, Ankara, 08/2015.
- Arıkan, I., (Editör), "Turizm Ulaştırması", Anadolu Üniversitesi Yayınları, Bölümler 6&8, Eskişehir, 2010.
- Arıkan, I. & Ünsever, I., "Kongre Turizmi ve Kongre Turizminin Hukuksal Analizi", Dört Renk Basımevi, İstanbul, 11/2005.
- Arıkan, I. & Ahipaşaoglu, S., "Ulaştırma İşletmeleri ve Türkiye'de Düşük Maliyetli Taşıyıcıların Yolcu Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", Gazi Kitabevi, Ankara, 10/2005.



- Arıkan, I. & Ahipasaoglu, S., "Seyahat Endüstrisi İşletmeleri ve Seyahat Acentalarına Yönelik Bir Tutum Araştırması", Gazi Kitabevi, Ankara, 08/2005.
- Arıkan, I., "Business Travel", Ekin Yayınları, İstanbul, 07/2004. ISBN: 9789756708867
- Arıkan, I. & Ahipasaoglu, S., "Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri", Detay Yayıncılık, Ankara, 02/2003.

#### **Diğer Yayınlar:**

- Arıkan I. (Alan Editörü), Turizm Ansiklopedisi, Detay Yayınları, Ankara, 2019.
- Arıkan, I. & Çakır, M. (Editörler), "Turizm İçin Almanca-Deutsch für den Tourismus", Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2009.
- Arıkan, I. (Editör), "Otel İşletmeciliği ve Konaklama Hizmetleri", Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2008.
- Arıkan, I. (Editör), "Eskişehir-Turizm Geliştirme Projeleri", Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2006.
- Arıkan, I. (Editör), Ahipasaoglu, S. & Çeltek, E., "Sürdürülebilir Kırsal Turizm", Gazi Kitabevi, Ankara, 2006.
- Arıkan, I. (Editör), Ahipasaoglu, S. & Kaya, I., "Turizm ve Coğrafi Bilgi Sistemleri; Destinasyon Tanıtımında CBS Kullanımı Üzerine Türkiye Kent Belediyelerine Yönelik Bir Araştırma", Gazi Kitabevi, Ankara, 11/2005.
- Arıkan, I., "İnternetin Turizm ve Otel Pazarlamasındaki Yeri ve Önemi", Dünya Ekonomi-Politika Gazetesi, s.8, 21/01/1998.
- Arıkan, I., "Ucuz Ülke İmajını Değiştirmeliyiz", Milliyet Gazetesi, 25/06/1997.
- Arıkan, I., "Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı", Profesyonel Turist Rehberliği Kursu Ders Notları, İstanbul Turizm İl Müdürlüğü, 1988.
- Arıkan, I., "THY-Late but Sure", Tour News, İstanbul, 01/05/1986.
- Arıkan, I., "Robinson Club-Çamyuva", Tour News, İstanbul, 01/03/1986.

#### **Ulusal Hakemsiz Dergilerde**

##### **Yayımlanan Makaleler:**

- Arıkan, I. & Kayhan, Ö., "Yalıkavak'ın Gizli Hazinele: Kayalar", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy: 257, 01/08/2005, s.36-41.
- Arıkan, I. & Kayhan, Ö., "Özürllülere Yönelik Konaklama İhtiyacı", Kongre Dergisi, 12/1998, s.74.
- Arıkan, I., "Eğirdir Eko-Turizm ile Pazara Çıkmak İstiyor", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy. 177, 10/1998, s.48-50.
- Arıkan, I., "2000'e Doğru İstanbul ve Turizm Değerleri", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy.171, 04/1998, s.52-53.
- Arıkan, I., "1996'da Havayolu Ulaştırması", Üretim Dünyası Dergisi, Sy. 15,05/1996, s.18-20.
- Arıkan, I., "AB ve Türk Turizmi", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:147,04/1996, s.40-47.
- Arıkan, I., "Türkiye'nin Kalkınma Çabaları ve Turizm", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:143, 10/1995, s. 86-87.
- Arıkan, I., "Turizm Pazarlarındaki Yeni Gelişmeler", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:142, 09/1995, s.54-55.
- Arıkan, I., "Havayolu Endüstrisinde Globalleşme", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:139, 06/1995, s.40-44.
- Arıkan, I., "Çatalhöyük Kazıları Yeniden Başlıyor", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:137, 03/1995, s.56-57.
- Arıkan, I., "Lizbon ASTA Kongresi'nin Ardından Bir Gezinti-Finlandiya'da Geceler", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:134, 12/1994, s.34-36.
- Arıkan, I., "30.000 Ada ve 188.000 Gölü ile Finlandiya", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:94, 08/1990, s.16.
- Arıkan, I. & Kayhan, Ö., "Özürllüler ve Turizm", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:83, 08/1989, s.48-49.
- Arıkan, I., "Turizmde Almanca Eğitime Ağırlık Verilmeli", TÜRSAB Aylık Yayın Organı, Sy:65, 02/1988, s.30-31.

---

# Av. Öğr. Gör. Ferhat İlker Ünsever

## Özgeçmiş

---

Doğum Yeri: İzmir, Karşıyaka  
Doğum Tarihi: 18.03.1961

### Diller:

Türkçe, Almanca, İngilizce

### Eğitim:

Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi /  
1985

### Mesleki Deneyim

- Avukat / İzmir Barosu (1986 -1996)
- Avukat / İstanbul Barosu (1996 – Hâlen)
- Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Öğretim Görevlisi (1999 - Hâlen)
- İstanbul Bilgi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Öğretim Görevlisi (2016-2019)
- BUYEM (Boğaziçi Üniversitesi Yaşam Boyu Eğitim Merkezi) Eğitmen
- TÜRİSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) Hukuk Baş Müşaviri (1995 – 2000 ve 2018- Hâlen)

### Akademik ve Mesleki Yayınlar

- NEW CONCEPTS IN TOURISM: GOOD TOURISM, FAIR TOURISM, ORGANIC TOURISM. Konferans Bildirisi / Mayıs 2017 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever  
[https://www.researchgate.net/publication/317957391\\_New\\_Concepts\\_in\\_Tourism\\_Good\\_Tourism\\_Fair\\_Tourism\\_Organic\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/317957391_New_Concepts_in_Tourism_Good_Tourism_Fair_Tourism_Organic_Tourism)
- IMPORTANCE OF TOURISM PARADOX, TOURISM EQUINOX AND TOURISM DETOX FOR URBAN ENVIRONMENTS PROFESSIONAL REVIEW. Ocak 2016 / İrfan Arıkan, İlker

Ünsever, Salma Halioui

[https://www.researchgate.net/publication/314266652\\_Irfan\\_Arikan\\_Ilker\\_Unsever\\_Salma\\_Halioui\\_IMPORTANCE\\_OF\\_TOURISM\\_PARADOX\\_TOURISM\\_EQUINOX\\_AND\\_TOURISM\\_DETOX\\_FOR\\_URBAN\\_ENVIRONMENTS\\_PROFESSIONAL\\_REVIEW](https://www.researchgate.net/publication/314266652_Irfan_Arikan_Ilker_Unsever_Salma_Halioui_IMPORTANCE_OF_TOURISM_PARADOX_TOURISM_EQUINOX_AND_TOURISM_DETOX_FOR_URBAN_ENVIRONMENTS_PROFESSIONAL_REVIEW)

- RECONSTRUCTION OF TOURISM: TOURISM DETOX.

Konferans Bildirisi / Aralık 2014 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever

[https://www.researchgate.net/publication/280879160\\_RECONSTRUCTION\\_OF\\_TOURISM\\_TOURISM\\_DETOX](https://www.researchgate.net/publication/280879160_RECONSTRUCTION_OF_TOURISM_TOURISM_DETOX)

- THE TRAP VS. THE REMEDY TOURISM PARADOX AND TOURISM EQUINOX Konferans Bildirisi / Mayıs 2014

İrfan Arıkan, İlker Ünsever

[https://www.researchgate.net/publication/280879148\\_THE\\_TRAP\\_VS\\_THE\\_REMEDY\\_TOURISM\\_PARADOX\\_AND\\_TOURISM\\_EQUINOX](https://www.researchgate.net/publication/280879148_THE_TRAP_VS_THE_REMEDY_TOURISM_PARADOX_AND_TOURISM_EQUINOX)

- IMPORTANCE OF TOURISM EQUINOX FOR SUSTAINABLE CITY TOURISM

Şubat 2020 / İrfan Arıkan, İlker Ünsever

[https://www.researchgate.net/publication/339235452\\_Importance\\_of\\_Tourism\\_Equinox\\_for\\_Sustainable\\_City\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/339235452_Importance_of_Tourism_Equinox_for_Sustainable_City_Tourism)

- KONGRE TURİZMİNİN HÜKÜKSAL ANALİZİ İlker Ünsever

<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Kongre-Turizminin-Hukuksal-Analizi.pdf>

- TURİZM PARADOKSU SAKİN ŞEHİR (CİTTASLOW) HAREKETİ

İlker Ünsever <http://unsever.com/assets/unsever/docs/Turizm-Paradoksu-Sakin-Sehir-Hareketi.pdf>

- TURİZM PARADOKSÜ - TURİZM, AKREBİN ETRAFINDAKİ ATEŞ ÇEMBERİDİR KİMİ ZAMAN! İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Turizm-Paradoksu.pdf>
- TURİZM EKİNOKSU - Tarım Ekonomisi Odaklı Yörelere Turizmin Gelişim Modeli - İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Turizm-Ekinoksu.pdf>
- DATÇA ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME HUKUKSAL BAKIŞ  
İlker Ünsever - <http://unsever.com/assets/unsever/docs/Datca-Ornegi-Uzerinden-S%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilir-Turizme-Hukuksal-Bakis.pdf>
- TURİZMDE HAKSIZ REKABET  
İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/TURIZMDE-HAKSIZ-REKABET.pdf>
- AİLE ŞİRKETLERİNDE GELECEĞİ PLANLAMAK - İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Aile-sirketlerinde-gelecegi-planlamak.pdf>
- TURİZMDE ELEKTRONİK PAZARYERLERİ  
İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Turizmde-Elektronik-pazaryerleri.pdf>
- BİNAYI TURİZM İŞLETMESİ YAPAN UNSUR: PERSONEL - İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Turizmde-Nitelikli-Personel-Ilker-Unsever.pdf>
- KAMU YARARINA ŞİRKET MÜMKÜN MÜ?  
İlker Ünsever  
<http://unsever.com/assets/unsever/docs/Kamu-Yararina-Sirket-Mumkun-mu-Ilker-Unsever.pdf>

### Kitaplar

- Turizmde Tüketici Haklarının Diğer Mal ve Hizmetlerden Ayrıştırılarak Düzenlenmesi Gerekliği Hakkında Değerlendirme (9. Tüketici Hukuku Kongresi Dahilinde / E-kitap)  
Aristo Yayınevi  
[https://www.hukukegitim.com/kitap.aspx?id=1564&egitmen\\_id=1072](https://www.hukukegitim.com/kitap.aspx?id=1564&egitmen_id=1072)
- TÜRSAB MEVZUATI - İlker Ünsever  
Oksijen Basım
- SEYAHAT ACENTALARI İÇİN HUKUK: SÖZLEŞMELER  
İlker Ünsever - TÜRSAB Yayınları

### Hukuki Çalışmalar

- TÜRSAB Turizm Tüketici Taleplerini Değerlendirme Çizelgesi (Kütahya Çizelgesi)
- TÜRSAB Seyahat Acentalığı Meslek İlkeleri T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde birçok kanun ve yönetmelik çalışması

### Üyelikler

- CİTTASLOW Türkiye Bilim Kurulu Üyeliği
- SITE – Motivasyon Etkinlikleri Turizmi Yöneticileri Derneği Üyeliği
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı - Turizm Şurası Üyeliği
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi - İstanbul Turizm Platformu Danışma Kurulu Üyeliği
- Karşıyaka Spor Kulübü Üyeliği
- İstanbul Karşıyakalılar ve Karşıyaka Liseliler Derneği Başkanlığı

[illegible]

[illegible]

[illegible]



## PROF. DR. İRFAN ARIKAN

Lisans ve lisansüstü eğitimini Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nde tamamladıktan sonra, İstanbul Üniversitesi Turizm Anabilim Dalı'nda doktora yapmıştır. Türkiye'de başta Boğaziçi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi olmak üzere çeşitli özel ve devlet üniversitelerinde, yurt dışında Avusturya'da IMC FH Krems/University of Applied Science, Azerbaycan'da Azerbaijan Tourism and Management University, Vietnam'da Hanoi University, Yunanistan'da University of West Attica ve Almanya'da Technische Hochschule Deggendorf üniversitelerinde çeşitli dersler vermiştir. Seyahat işletmeciliği ve ulaştırma ile ilgili konularda kitapları, yerli ve yabancı dergilerde yayımlanmış makaleleri bulunmaktadır. Ulusal ve uluslararası kongrelerde sunulmuş çok sayıda bildirisi vardır.

## İLKER ÜNSEVER

Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi'ni bitirdikten sonra başladığı Avukatlık mesleğini İstanbul Barosu üyesi olarak sürdürmektedir. Turizm mevzuatının oluşumu çalışmalarına katılmış, Turizm Hukuku alanında kitaplar ve çeşitli dergilerde yayınlanan hukuki makaleler yazmıştır. Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde yarı-zamanlı öğretim görevlisi olarak Turizm Hukuku derslerini vermektedir.

