



ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 102, Mart 2020, s. 309-322

ISSN: 2148-2489 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.41626>

Yayın Geliř Tarihi / Article Arrival Date

5.02.2020

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date

29.03.2020

Öğr. Gör. Ebru BAĞCI

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Doktora Öğrencisi
bagciebru@hotmail.com

Öğr. Gör. Ayşe DELİORMANLI

Beykent Üniversitesi MYO
aysedeliormanli@beykent.edu.tr

GÖÇ TURİZMİ (DIASPORA), SON ŞANS TURİZMİ (LAST CHANGE), OYUNCAK TURİST (TOY TOURIST) KAVRAMLARININ TÜRKİYE'DEKİ TURİZM AKADEMİSYENLERİ VE İŞLETMECİLERİ AÇISINDAN BİLİNİRLİĞİNE DAİR BİR ARAŞTIRMA

Öz

Günümüzde rekabet koşulları ile başa çıkabilmek ve tercih edilen olabilmek adına tüketicilere çeşitli çekicilikler sunmak gerekmektedir. Turizm alanı da bu anlamda çok farklı olanaklar sunmaktadır. Yapılan bu çalışmada literatüre kazandırılmış olan göç turizmi (diaspora), son şans turizmi (last change) ve oyuncak turist (toy tourist) kavramları hakkında bilgi verilerek, bu turizm türlerinin yaygınlaşmasında seyahat acentalarının ve akademik çalışmaların katkı sağlayacağı düşüncesi ile bu kavramların Türkiye'deki turizm akademisyenleri ve işletmecileri tarafından bilinirliği araştırıldı. Bu amaçtan yola çıkılarak akademisyenlere ve turizm işletmecilerine bu kavramlar hakkındaki bilgilerinin olup olmadığını tespit etmek amacı ile online olarak hazırlanan kısa bir anket uygulanmıştır. Çalışma neticesinde alınan sonuçlara göre Türkiye'deki turizm akademisyenleri ve işletmecilerinin alanlarındaki yeniliklere ne derece hakim oldukları saptanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Diaspora, göç turizmi, oyuncak turist, alternatif turizm, son şans turizmi

DIASPORA, LAST CHANGE TOURISM, TOY TOURIST THE CONCEPT OF A STUDY ON THE TOURISM IN TERMS AWARENESS ACADEMICIANS AND OPERATORS IN TURKEY

Abstract

Today, in order to cope with competitive conditions and to be preferred, it is necessary to offer consumers various charms. The tourism area also offers many different possibilities in this sense. In this study, immigration tourism (diaspora), the last chance tourism (last change ACE) and toys tourists (naive tourist) giving information about concepts, with the idea that travel agencies and academic studies can contribute in the spread of these types of tourism, by academics and tourism operators awareness of these concepts were investigated in Turkey. Based on this aim, a short questionnaire was prepared online for academicians and tourism operators to determine whether they have information about these concepts or not. According to the results obtained in research in this field, in Turkey, of the tourism operators and academics how much they dominated against innovation, have been tried to be determined.

Keywords: Diaspora, Last chance tourism, Toy tourist, Sustainability

Giriş:

Kitle turizminin artış göstermesi sonucunda çevresel bozulmaların yaşanması ve tüketicilerin farklı arayışlar içerisine girmesi farklı turizm türlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu durum turizm pazarlarının çeşitlenmesine sebep olmuş ve her tip tüketici için turizm faaliyetlerine katılım imkânı sunmuştur. Bu yaklaşım ile genişleyen turizm pazarı özel ilgi turizminin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Özel ilgi turizmi alanının gelişmesi ile kültürel ve tarihi alanlara seyahat yapan kişiler amaçlarına göre etnik turizm ve kültürel miras turizmi alanlarına ayrılmaya başlamıştır (Pamukçu vd, 2015). Bu turizme eğilim gösterenlerin dışında dezavantajlı grup arasında yer alan engelli ve yaşlı kişilerin seyahat etmelerini sağlamaya yönelik yapılan "toy tourist" kavramını ortaya çıkarmıştır. Doğal ve tarihi alanlara ilgi duyanlar için önem arz edecek bir turizm türü "last chance"dir. Bu turizm türünde amaç tahrip olan ve yok olmaya yüz turmuş alanların turistler tarafından ziyaret edilmesidir. Bu çalışmada literatür taraması ile diaspora, last chance ve toy tourist türleri açıklanmaya çalışılmış ve bu alanlarda yapılan uygulamalar örnek verilmiştir. Alan yazınına bakıldığında Türk akademisyenlerinin özellikle diaspora üzerinde durduğu ve bu alanlara yönelik milletlerin bakış açılarını inceledikleri görülmüştür. Son şans ve oyuncak turist kavramlarına yönelik hazırlanan alan araştırmasına bakıldığında ise yapılan çalışmaların yabancı araştırmacılar tarafından gerçekleştirildiği saptanmıştır. Buradan yola çıkarak, Türk akademisyenlerinin bu kavramlar hakkında fikir sahibi olup olmadığı aynı zamanda turizm işletmecilerinin tüketici talepleri ile bire bir yüz yüze geldikleri düşüncesi işle bu işletmecilerin bilgi düzeyleri tespit edilmek istenmiştir. Bu amaçla yola çıkarak çalışma kapsamında literatür taraması yapılmış, çalışmanın araştırma kısmında hem akademisyenlerin hem de turizm işletmecilerinin ortaya çıkan bu yeni kavramlar hakkındaki fikirleri alınmak istenmiştir. Araştırmanın evrenini tüm Türkiye'deki turizm işletmecileri ve akademisyenleri oluşturmuştur. Evrenin tamamına daha sağlıklı ulaşılabilceği düşüncesi ile online anket formu hazırlanmış ve veri toplama tekniği olarak online anket tekniği kullanılmıştır. Ankette iki soru yer almış

olup sorulan bu kavramlara yönelik eklemek istenen herhangi bir paylaşım talebi olmasına istinaden alternatif olarak bence kısmı eklenmiştir. Anket ile bu alanların turizm işletmeleri ve turizm çalışanları tarafından ne derece bilindiği ortaya konmaya çalışılmıştır. Ayrıca ankete alternatif seçenek olarak bu alanlar ile ilgili fikirlerini beyan etmeleri istenmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Göç (Diaspora) Turizmi:

Diaspora anavatanlarından göç veya sürgün yoluyla edilen vatansız insan topluluklarını tanımlamakta kullanılır. Yunanca diasporien teriminden türemiştir. Dia- (-in üzerinden) ve spreien (tohumlarını saçmak) anlamlarına gelmektedir (Unur vd, 2015). Bir diğer tanıma göre de diaspora göçmenlerin anayurtlarına dair duygusal bağlarını koparmak istememesi, sürdürmeye çalışmasıdır (Tahranlı, 2013). Sürgün veya göç sebebiyle topraklarından ayrılan bireylerin anavatanlarına seyahatleri 'diaspora turizmi', 'etnik turizm', 'bireysel miras turizmi', 'ardaş/akraba ziyareti turizmi' gibi farklı kavramlarla anılmaktadır (Kaygalak vd, 2015). Diaspora'nın orijinal kullanımı, ilk tapınak yıkılmasının ardından dağılan Yahudi halkı için kullanılmıştır. Geçtiğimiz yirmi yılda, "diaspora", bir miktar sınırlı kullanımlı bir terimken, günümüzde siyasi ve akademik söylemlerden yerel dillere geçerken, aynı anda her yerde kullanılacak bir terim haline gelmiştir. Ondokuzuncu yüzyılın ortalarında, cemaatini tanımlamak için Moravyalı Kilise tarafından kabul edilen terim, yirminci yüzyılda, vatanlarının ötesine dağılmış halk olarak genişletilmiştir. Günümüz dünyasında diaspora kavramının yaygınlaştırılması, aynı zamanda tarihsel ve tarih öncesi bağlamlardan gelen verilere karşı kavramı ve temel teorilerini test etmek için insan geçmişine ilgi duyan akademisyenlerden tarafından da kullanılmaya başlanmıştır (Story ve Walker, 2016).

Son Şans (Last Chance) Turizmi:

Yok olan yerlerin vermiş olduğu endişe sonucu bazı tur operatörleri ve seyahat acenteleri tarafından önerilen ve yok olmadan ziyaret etme imkanı sunan turizm çeşididir. Bu eğilimin ortaya çıkmasında eko sistemlerinde değişikliğe uğramış olan Galapagos Adalarına ve kutuplara ziyaret eden turist sayılarındaki artış neden olmuştur. Yayımlanan bazı popüler makalelerde bu turizm çeşidi "kaybolan turizm", "doom turizmi" ve "son şans turizmi" özellikle iklimin belirleyici olduğu alanlarda ise "iklim turizmi" olarak kaydedilmiştir (Lemelin vd. 2010: 477-478). Bu turizm çeşidi ile belirli tehdit altında olan yerlere gereken hassasiyetin gösterilebilmesi için kamuoyuna duyuru yapılması da sağlanmış olacaktır. Ayrıca kişilerde, kurum ve kuruluşlarda farkındalık yaratılmada yardımcı olabilir aynı zamanda yok olmak üzere olan fakat korunabilme imkânı olan alanların da koruma altına alınmasına yardımcı olunabilir (Burns ve Bibbings 2009: 31-32). Bu alanda yapılan araştırmalara göre son şans turizmi özel ilgi turizmi alanına girmesi sebebi ile niş turizm pazarına örnek gösterilebilir. Dünya genelinde son şans turizmine örnek olarak dünyanın en büyük mercan resifi sistemine sahip ve çeşitli deniz yaşamına ev sahipliği yapan Avustralya'nın Great Barrier Reef alanı verilmektedir. GBR alanında yapılan araştırmalara göre, artan mercan ağartma olayları, deniz seviyesi yükselişi ve su kalitesinde yaşanan düşüş nedeniyle 2100 yılına kadar olası ekosistem çöküşüyle sonuçlanmaya devam edeceği belirtilmiştir (Wolanski ve De'ath, 2005). Bununla birlikte kaynaklarda Amerika'nın en geniş ve en eski doğal parkı olan Glacier National Park, Alaska ve Arctic Circle örnek olarak gösterilmiştir (www.worldsciencefestival.com).

Literatür ve web tabanlı bilgiler incelendiğinde, iklim değişikliği, yok olma, kaybolma, tehlike altına girme, son şans ve onu gitmeden önce görme gibi farklı tanımlamaların yapıldığı görülmüştür. Fakat farklı farklı kaynaklarda gösterilen tüm tanımlamalar küresel ısınmanın doğal ve kültürel destinasyonlara etkisine dikkat çekmektedir (Shapiro 2007; Aktaran Lemelin vd. 2010: 479). Bunlara ek olarak bu turizm çeşidi, vahşi doğanın ve özellikle vahşi yaşamın kaybolduğu ve kaybolmadan önce bu peyzajları ve canlıları görme fırsatı sağladığı yönünde sonuçlara rastlanmıştır.

Oyuncak Turist (Toy Tourist)

Eskiden insanlar seyahatleri esnasında buldukları yerlere özgü oyuncaklar alabiliyorken şimdi oyuncaklar direkt turizm hareketinin bir parçası oldular. Özellikle sosyal medyanın hayatımızda önemli bir yer edinmesi oyuncak turist kavramının da literatürde yer etmesini sağladı. Oyuncak turistler, turistik deneyime katılmayan bireylerin kendilerinin yerine doldurulmuş bir oyuncak veya kendileri ile özdeşleştirdikleri bir maskotlarını gitmek istedikleri turistik destinasyona göndermeleri ile turizm faaliyetine dâhil olmaktadır (Robinson, 2014).

2010 yılında Tokyo/Japonya'da kurulan Unagi Travel'ın başlattığı toy tourist akımına 2013 yılına kadar 200 bin kişi katılım sağlamıştır (Cripps, 2013 erişim tarihi: 23.08.2017). 2015 yılında bu rakam 400 bin kişiyi bulmuştur ve tura katılım ücreti günlük oyuncak başına 13,5 dolardır (Tanrısever vd, 2016).

Literatür Taraması

Tablo 1. İlgili Çalışmalar

1	Çalışmanın künyesi	Kamil Unur, Bayram Kanca, Çağdaş Ertaş (2015), Türkiye'nin Diaspora Turizmi Potansiyeline İlişkin Bir Değerlendirme.
	Amaç	Bu çalışmada, turizm otoritelerince yeni bir turizm trendi ve 2 milyar dolarlık bir pazar büyüklüğüne sahip olarak görülen "diaspora turizm" pazarında Türkiye'nin pazar potansiyeli ortaya konulması amaçlanmıştır.
	Yöntem	Tanımlayıcı araştırma yaklaşımı ve tarama modeli benimsenmiştir. Ulusal ve Uluslararası yazın taraması ve bazı kamu istatistiklerinden yararlanılarak pazar bölümü tanımlanmaya çalışılmış, Türkiye'nin turizm istatistiklerinden yararlanılarak da pazarın büyüklüğü ortaya konmak istenmiştir.
	Sonuç	Diasporaların anavatanına sağladıkları işçi dövizini gönderimi, gayrimenkul satın alımı gibi ekonomik katkıların yanında ev sahibi ülkeyle olan siyasi ilişkilere yön vermedeki önemi düşünüldüğünde Türk diasporasının homojen bir yapıya kavuşturulması vazgeçilmezdir.
	Çalışmanın künyesi	İlhan Ersoy (2008), Diaspora Ve Kimlik: Eskişehir Ve İstanbul'da Yaşayan Kirim Tatarlarında Çoklu Kültürel Kimliğin İfade Alanı Olarak "Tepreş.

2	Amaç	Bu çalışma, diasporik bir topluluk olan Kırım Tatarlarının 'Tepreş' adı verilen ritüellerinde 'çoklu kimlik' yapısına dayalı bir biçimde, sergilemiş oldukları kültürel kimliklerini, 'anavatan imgelemi' bağlamında nasıl formüle ettiklerini anlamayı, müziksel ve müzik dışı davranışlarını söz konusu bağlamla söylemsel ve edimsel olarak nasıl ilişkilendirdiklerini ortaya koymayı amaçlar
	Yöntem	Bu çalışmanın verileri 2002 -2008 yılları arasında yapılan alan çalışmalarına dayalı olarak, etnografik betimleme, katılımcı gözlem ve görüşmeler yoluyla elde edilmiştir. Bunun yanı sıra tarihsel veriler içeren kimi kaynaklar, anavatan kavramının ve diaspora yaklaşımlarının ortaya konulmasında konuyla ilgili yayınlar ve araştırmalar diğer veri kaynakları arasında yer alır.
	Sonuç	Yapılan bu çalışmada hem Eskişehir hem de İstanbul'da düzenlenen Tepreş ritüelleri 2002 yılı ile 2008 yılları arasında katılımcı gözlem yoluyla izlenmiş ve Tepreşlerin içerisindeki kimi edimlerle Eskişehir ve İstanbul Tatarlarının birbirlerinden farklılaştıkları gözlemlenmiştir. Bu çalışma Kırım Tatar kültürel kimliklerinin farklılaşmasının arkasında, yaşanan diaspora deneyiminin ve bu deneyime bağlı olarak geliştirilen 'tahayyüllerin' olduğunu varsaymaktadır.
3	Çalışmanın künyesi	Özer Özocak (2012), Diaspora: Kavramsal ve Tarihsel Bir Çözümleme (Ermeni Örneği)
	Amaç	Bu çalışmada Ermeni Sorunu olarak adlandırılan, Osmanlı Devletinden varisi olan, Türkiye Cumhuriyetine kalmış, Türkiye'nin uğraşmak zorunda kaldığı problemin tek taraflı ya da tek boyutlu ele alınmasından ziyade meselenin aydınlığa kavuşabilmesi, Türkiye'nin böyle bir sorunla karşılaştığında nasıl bir tavır takınıp, nasıl bir yol izlemesi gerektiği konusunda Türkiye'ye yardımcı olmak amaçlanmıştır.
	Yöntem	Literatür taraması yapılmıştır.
	Sonuç	Avrupalı devletlerin kışkırtmaları ve Ermenilerin isyanları, Osmanlı devletinin son dönemlerde Ermeni sorunuyla ciddi anlamda meşgul olmasına neden olmuştur. Ermeni Diasporası temelleri atıldığı ilk günden bu yana önce Osmanlı Devletini, Osmanlı Devleti yıkıldıktan sonra da Türkiye Cumhuriyetini uluslararası alanda yalnızlaştırmak için girişimlerini sürdürmüş ve sürdürmektedir.
4	Çalışmanın künyesi	Emrullah Tören (2014), Diasporaların Ana vatan Ziyaretleri: Almanya Türk Federasyonu Türkiye Kültür Gezisi 2013 Üzerine Bir Alan Araştırması.
	Amaç	Bu araştırma ile, ana vatanından göç ederek yaşadıkları yerlerde diaspora toplumu haline gelen insanların ana vatanlarına yapmış oldukları kültürel turlardan beklentileri ve bu gezilerin onlar üzerinde bıraktığı sosyo-kültürel etkiler saptanmaya çalışılmıştır.
	Yöntem	Nitel araştırma deseninin kullanıldığı bu çalışmada, veri toplama tekniği olarak tam katılımlı gözlem, gözlemci olarak katılım, mekanik gözlem, veri toplama günlüğü ve görüşme teknikleri kullanılmıştır. Alanını Almanya Türk Federasyonunun düzenlediği, 28 Mart 2013 Perşembe günü başlayıp 5 Nisan 2013 Cuma günü sona eren "Türkiye Kültür Gezisi 2013" adlı turun katılımcısı olan 90 kişinin oluş-

		turduğu bu araştırmada diğer tekniklerle toplanan verilerin dışında en çok verinin elde edildiği görüşmeler, amaçlı örneklem çeşitlerinden maksimum çeşitlilik ile belirlenen 28 katılımcı ile Almanya'da yapılan derinlemesine görüşmeler ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler nitel veri analizinde kullanılan içerik analizi ile kodlanıp kategorize edilip yorumlanmıştır.
	Sonuç	Kültürel gezilerin, Türk Diasporası mensuplarının Türk kültürüne ve Türkiye'ye olan bağlarının güçlenmesine katkı sağladığı, Türklük aidiyetlerinin ve milliyetçilik duygularının artmasına etki ettiği, atalarına hayranlık oluşturduğu, Türk tarihine ve kültürüne merak uyandırdığı, bu çalışmada ulaşılan sonuçlar arasındadır.
5	Çalışmanın künyesi	Fatma Orhan Tahralı (2013), Belçika'daki Türk Diasporasının Medya İle Etkileşimi Üzerine Bir İzleyici Çalışması.
	Amaç	Araştırmanın amacı, Belçika'da yaşayan Türk kökenli göçmenlerin kitle iletişim araçlarını kullanım alışkanlıklarını tespit etmek ve onların kimliklerinin oluşum ve dönüşüm sürecinde medyanın rolünü araştırmaya çalışmaktır.
	Yöntem	İzleyici çalışmaları kapsamında araştırmaya katılacak katılımcıların medya ile olan ilişkileri ve izledikleri/takip ettikleri medya ürünleri hakkındaki düşünceleri çok önemli olduğu için katılımcılar "amaçlı örneklem" yöntemiyle seçilmiştir. Araştırmada ikinci kuşak, eğitilmiş Türk kökenli göçmenlerle görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılarla derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Derinlemesine görüşmelerde yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmış, görüşmeler öncesinde bu konu ile ilgili yapılan çalışmalar taranmış, sorular hazırlanmıştır.
	Sonuç	Belçikalı-Türklerin hem Belçika'ya hem Türkiye'ye aidiyet duyarak tireli kimlikleri olduğu, bu kimliklerin oluşmasında, aidiyetlerinin pekişmesinde medyanın destekleyici bir rol oynadığı ve katkı sağladığını göstermektedir.
6	Çalışmanın künyesi	Ahmet Duman (2015), Diaspora Milliyetçiliği ve Türkiye'de Çerkezler.
	Amaç	Bu çalışmanın amacı 1864 yılında gerçekleşen Büyük Sürgün sonunda anavatanları olan Kafkasya'dan ayrılarak bugün Anadolu dahil Osmanlı Devletinin birçok farklı toprağına yerleşen Çerkeslerin Osmanlı döneminden itibaren giriştikleri kimlik etrafında örgütlenme çabalarından yola çıkılarak, modern Türkiye Cumhuriyeti'nde sergilemiş oldukları sosyal, kültürel, siyasal tutum ve davranışları diaspora milliyetçiliği kavramı ışığı altında incelenmektir.
	Yöntem	Literatür taraması yapılmıştır.
	Sonuç	Türkiye'de gitgide çeşitlilik arz eden Çerkes STK'larının artan sayısından dahi anlayabileceğimiz üzere, Türkiye Çerkesleri arasında diaspora milliyetçiliği yükseliş göstermektedir. Çerkesler, bu süreçte Türkiye'nin ve Rusya'nın demokratik gelişim süreçlerinden etkilenirken aynı zamanda bu süreçlere katkılar sunacaktır.

7	Çalışmanın künyesi	Emrullah Tören (2012), Ata Toprağı Ziyaretlerinin Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi.
	Amaç	Bu araştırmanın amacı; buldukları yerden göç etmek zorunda kalan ve gittikleri yerde diaspora olarak adlandırılan toplumların turizmdeki yerini ve diaspora turizmi kavramının kültüre dayalı özel ilgi türleri olan kültürel miras turizmi, dark (hüzün) turizmi, inanç turizmi ve etnik turizm ile ortak yönlerini ve farklılıklarını kavramsal açıdan incelemektir.
	Yöntem	Bu çalışma, Uluslararası alan yazında diaspora turizmi alanındaki ve göç hareketleri konusundaki bilimsel çalışmalardan yararlanılarak ikincil veriler temelinde hazırlanmıştır.
	Sonuç	Araştırma sonunda, diasporaların turizm hareketleri içerisinde önemli bir yere sahip olabileceği sonucuna da ulaşılmıştır. Türkiye'nin önceki dönemlerde verdiği göçler sonucunda oluşan diasporalar (Türk, Rum ve Ermeni diasporaları) ve aldığı göçler sonucunda Türkiye içerisinde oluşan diaspora toplulukları (Kırım Tatar, Çerkez, Bulgar, Doğu Türkistan-Uygur diasporaları), Türkiye'nin önemli bir diaspora turizmi merkezi olabileceğini göstermiştir.
8	Çalışmanın künyesi	Sonay Kaygalak, S. Emre Dilek, Ebru Günlü (2015), Diaspora Turizmi: Balkanlara Seyahat Edenler Üzerinde Sosyolojik Bir Araştırma.
	Amaç	Çalışmanın amacı, Balkan topraklarını ziyaret eden kişilerin ziyaret amaçlarının, güdülerinin neler olduğunu belirleyebilmek ve bir turist olarak ata topraklarını ziyaret etmelerinin ve bu sayede, anılarını yeniden keşfetmelerinin/anlatılanları yerinde görmenin yarattığı duygu ve düşüncelerini sosyolojik boyutta inceleyebilmektir.
	Yöntem	Araştırma, nitel araştırma yöntemleri desenlerinden biri olan olgu bilim (fenomenoloji) deseni üzerinde şekillenmektedir.
	Sonuç	Yapılan analizler sonucunda, araştırmaya katılan kişilerin özellikle eski dönemlerde aile büyüklerinden dinledikleri anılar ve hikayeler ile birlikte merak etme duygusu ile güdüledikleri ve bu nedenle Balkan topraklarına katıldıkları ortaya çıkmıştır.
9	Çalışmanın Künyesi	Canan Tanrıseven, Emrah Yaşarsoy, Hüseyin Pamukçu (2015), Diaspora Turizmi: Türkiye-Azerbaycan Örneği.
	Amaç	Bu çalışmada Türkiye'den Azerbaycan'a giden Türklerin seyahat gerekçeleri incelenmiş ve diasporanın bu seyahat sebepleri arasındaki yeri sorgulanmıştır.
	Yöntem	Araştırmada arşiv taramasının yanı sıra görüşme desenin kullanıldığı bir yöntem uygulanmıştır.2015 yılının ilk yarısında Türkiye'den THY ile Bakü'ye yapılan uçak seyahatlerinden rastgele günlerde seçilmiş 32 uçuş öncesi uçağa binecek yolculara önceden hazırlanan sorular sorularak gerçekleştirilmiştir.

	Sonuç	Türkiye'den bölgeye genellikle iş turizmi amacıyla gidildiği sonucu ortaya çıkmıştır. Görüşmelerden elde edilen diğer bulgulara göre, katılımcılar Türkiye'de hem Azeri kimliklerini kaybetmemişler, Türkiye ve Azerbaycan'ı birbirlerinden farklı kültürler olarak tanımlamaktadırlar.
1 0	Çalışmanın Künyesi	Manuel Vong, Patricia Pinto, João Albino Silva (2017) Diaspora Tourism: The case of Timor-Leste.
	Amaç	Bu çalışmanın amacı, Timor-Leste'yi ziyaret eden potansiyel turistler olan diaspora üyelerine daha iyi bir bilgi ile katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.
	Yöntem	Bu çalışmada anket çalışması yapılmıştır. Veriler SPSS yazılım paketi kullanılarak analiz edilerek sonuçlar yorumlanmıştır.
	Sonuç	Diaspora turistleri vatanın mekanları hakkında bilgi yaymak, doğrudan yeni turistik tesisler kurmak için yatırım yapmak ve var olanları yurt dışındaki deneyimlerinden dolayı uluslararası turizm standartlarına yükseltmek suretiyle turistik yerlerin geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın sonucunda da Timor diasporasından gelen 362 katılımcının potansiyel bir turist talebini, motivasyonu, tecrübeyi ve vatanını ziyaret etmeyi veya tekrar ziyaret etmeyi beklediğini ortaya koymuştur.
1 1	Çalışmanın Künyesi	J. Dawson , M. J. Johnston , E. J. Stewart , C. J. Lemieux , R. H. Lemelin , P. T. Maher & B. S.R Grimwood (2011), Ethical Considerations of Last Chance Tourism
	Amaç	Bu çalışmanın amacı, LCT (Last Chance Tourism)'nin ortaya çıkışını tartışmak ve bu yeni yayınlanan turizmi pazarlamak ve yönetmek ile ilgili bazı etik ikilemleri incelemektir.
	Yöntem	Literatür taraması yapılmıştır.
	Sonuç	LCT'nin gerekçelendirilmediği istisnai (örneğin çok kıymetli veya çok savunmasız) kaynaklar olabilir ve bu nedenle duruma göre değerlendirme yapılması gereklidir. LCT'yi yönetmek için şu anda emsal oluşturulmamıştır.
1 2	Çalışmanın Künyesi	Bobbie Swartman (2015), The Business of Last Chance Tourism: Stakeholders' Perspectives.
	Amaç	Son Şans Turizmi (LCT), iklim değişikliği yüzünden ortaya çıkan yeni bir seyahat davranışı biçimi olarak tartışılmaktadır. Bu nedenle, bu araştırmanın amacı, seçilen iki örnek olay yerinde iklim değişikliği ve turizm paydaşlarının iş planlaması arasındaki dinamikleri, Jasper Ulusal Parkı'ndaki Athabasca Buzulu ve Churchill, Manitoba'daki Polar Bear turizmini keşfetmektir

	Yöntem	Araştırma, karışık yöntemler yaklaşımını analiz için yorumlayıcı bir paradigma ile kullanmıştır. Bu çalışma, çalışma alanlarından 17 katılımcıyla, Jasper Ulusal Parkı'ndan 10, ve Manitoba'dan Churchill'den yedi tane yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirdi. Görüşmelere ek olarak, görüntülerin markalaşma sürecinde nasıl bir rol oynadığını anlamak için, her çalışma alanından gelen 20 paydaş web sitesi analiz edildi.
	Sonuç	Sonuçlar, iklim değişikliğinin paydaşlar için zorluklar oluşturduğunu ortaya koydu
1 3	Çalışmanın Künyesi	Harvey Lemelin , Jackie Dawson , Emma J. Stewart , Pat Maher & Michael Lueck (2010), Last-Chance Tourism: The Boom, Doom, and Gloom of Visiting Vanishing Destinations.
	Amaç	Bu makale, özellikle Kuzey Kutup bölgesindeki çeşitli turizm pazarlama stratejilerinde son şans turizminin nasıl teşvik edildiği anlatılmaktadır.
	Yöntem	Çalışmada Web tabanlı bir bilginin literatür taraması ve dünyanın kendi kendini ilan eden kutup ayısı başkenti Churchill, Manitoba, Kanada'da yürütülen üç farklı araştırmanın analizi yoluyla desteklenmektedir.
	Sonuç	Son Şans Turizminin ortaya çıkışı ve sorumlu turizmin geliştirilmesi gibi getirdiği fırsatlar, sayısız etik sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur.
1 4	Çalışmanın Künyesi	Annah E. Piggott-McKellar and Karen E. McNamara (2016), School of Geography, Planning and Environmental Management, The University of Queensland, Brisbane, Australia.
	Amaç	Bu araştırmanın amacı, turistlerin motivasyonunda LCT'nin rolünü ve turistlerin GBR (Great Barrier Reef)'nin sağlığıyla ilgili tehditler hakkında endişe düzeyini de içeren turistlerin GBR'yi ziyaret etme motivasyonlarını araştırmaktır.
	Yöntem	Zaman ve kaynak kısıtlamaları nedeniyle nicel bir yöntem benimsenmiştir. Üç ana alana ilişkin soruların yer aldığı 235 anket yapılmıştır. Sosyo-demografik özellikler, davranış ve bilgi; GBR'yi ziyaret etme motivasyonları; ve GBR'nin karşı karşıya bulunduğu tehditler hakkında görüşmeler yapılmıştır.
	Sonuç	Bu çalışmada, Turistlerin Son bir şans deneyimi olarak tanımlanan çevreye duyarlı oldukları ve GBR'nin genel sağlık durumu hakkında daha fazla endişe duydukları bulunmuştur.
1 5	Çalışmanın Künyesi	Shanna Robinson (2014), Toys on the Move: Vicarious Travel, Imagination and the Case of Travelling Toy Mascots
	Amaç	Hayal gücüne bağlı farklı turizm deneyimlerini tanımlamak amaçlanmıştır

Yöntem	Doldurulmuş hayvan ya da oyuncaklarla seyahat edenlerle yapılmış bir ampirik çalışma
Sonuç	Hayal gücünün turizm açısından önemi vurgulanmıştır. Hayal gücü ile turizm çeşitlendirmesine gidilip farklı pazarlar oluşturulabilir.

Amaç ve Yöntem

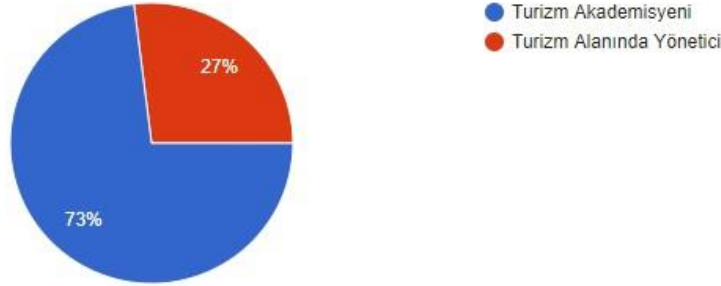
Sosyal medyanın hayatımıza girmesi ile küreselleşme adına büyük bir adım atılmıştır. Sosyal ağlar üzerinde artan paylaşımlar turizme bakış açısını değiştirmenin yanında turistlerin farklı turistik hareketlere dahil olma isteklerini de arttırmıştır. Bu çalışmada Avrupa'da 2014 yılında 3 milyar dolarlık işlem hacmini yakalayan diaspora turizmi (Tanrısever, Diaspora Turizmi: Türkiye-Azerbaycan Örneği, 2016), Unagi Travel 2010-2017 verilerine göre neredeyse sıfır maliyetle bu alanda tekel olan Unagi Travel için ortalama 50 bin dolarlık işlem hacmine sahip oyuncak turist turizmi (Pekerşen, Birsen, ve Aslan, 2017), 2003'den bu yana Maldivler'de %68, Galapagos'da %38'lik artış gösteren turist sayıları ile yıllık 1-1,5 milyon dolarlık bir işlem hacminin yakalanmasına katkı sağlayan son şans turizmi (Brown, 2018)'nin değerlendirilmesidir. Yapılan literatür araştırması sonucunda bu turizm türlerine yönelik araştırma sayısının yok denecek kadar az olması ve Türkiye'de faaliyet gösteren seyahat acentalarının tur programlarının içerisinde yer almadığı düşüncesi çalışmanın yapılış amacını oluşturmaktadır. Bu turizm türleri hakkında işletme sahiplerinin ve akademisyenlerin herhangi bir fikrinin olup olmadığı saptanmak istenen bulgular arasında yer aldığı için turizm işletmecileri ve akademisyenler örneklem olarak seçilmiştir. Bu turizm akımlarının bilinirliğini ölçmeye çalışarak yazın alanında kaynak oluşturmaya çalışılmıştır.

Çalışmada ayırma/eleme tekniği ile hazırlanmış anket sorularından faydalanılmıştır. Turizm alanında çalışma yürüten akademisyenlere ve turizm alanında çalışan üst düzey yöneticilere uygulanan anket verileri online olarak toplanmıştır. Kavramsal çerçevede anlatılan yeni turizm trendlerinin bilinirliğine yönelik 2 soruluk anket hazırlanmıştır. Yanıtlayıcıların bu kavramlar hakkında bilgisinin olup olmadığı "evet" ve "hayır" yanıtı 1. soruda sorulmuştur. 2. Soruda ise; 1. soruya yanıtın evet olması durumunda hangi kavram veya kavramlarla ilgili bilgisi olduğu sorulmuştur. 1. soruya verilen yanıtın hayır olması durumunda da 2. soruda "hiç birini bilmiyorum" yanıtı seçeneklere eklenmiştir. Ayrıca anket seçenekleri dışında veri girişi yapılmasına olanak sağlayan "bence" kısmı ankete eklenmiştir.

Bulgular ve Tartışma

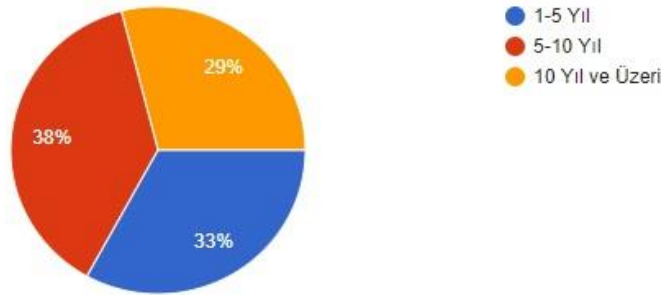
Anket turizm akademisyenleri ve turizm alanında çeşitli pozisyonlarda yöneticilik yapan toplam 203 katılımcıya uygulanmıştır. Anket katılımcılarının %73'ü turizm akademisyeni %27'si ise turizm alanında çeşitli pozisyonlarda yöneticilik yapmaktadır.

Grafik 1. Katılımcıların Meslek Dağılımları



Katılımcılara mesleki tecrübe süreleri sorulmuştur. Katılımcıların %38'i 5-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip olduğunu belirtmiştir. %29'u ise 10 yıl ve üzeri mesleki tecrübeye sahip olduğunu belirtmiştir.

Grafik 2. Katılımcıların Mesleki Tecrübe Süre Dağılımları



Anket verilerine göre; Diaspora, Last Chance (Son Sans), Toy Tourist (Oyuncak Turist) Turizmi hakkında ankete katılan kişilerin %57,6'sının herhangi bir bilgi sahibi olmadığı bulgusuna erişilmiştir. Üç kavram il ilgili, kavramlardan iki tanesi veya kavramlardan biri ile ilgili bilgi sahibi %43,3'lük kesimin ise; %49,3'ü diaspora hakkında bilgi sahibi olduğunu belirtmiştir. %27,6'sı Son Şans Turizmi hakkında bilgi sahibi iken, %20,2'si ise Oyuncak Turist Turizmi hakkında bilgi sahibi olduğu belirtmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Anket verileri ışığında denilebilir ki; gerek turizm alanında akademik çalışma yürüten akademisyenlerin gerekse turizm alanında hizmet veren üst düzey yetkililerin çeşitli seviyelerde mesleki tecrübeye sahip olmalarına rağmen büyük bir kısmının bu yeni turizm kavramları hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları sonucuna varılmıştır. Turizm alanında yetkili kişilerin bu kavramlara yönelik olarak yeterli ve güncel bilgilere sahip olması gerekmektedir. Bunun için de uluslararası alanda yapılan çalışmalar ve yeni turizm trendlerinin takip edilerek çalışmaların yaygınlaştırılması sağlanabilir.

Geçtiğimiz 10 yıl içerisinde birçok yabancı kaynağa konu olmuş turizm kavramlarının Dünyada milyar dolarlık pazar büyüklüğüne sahip yeni turizm trenlerinden olmasına rağmen Türkiye'de bu kavramlara yönelik yapılan çalışmaların yetersiz olduğu, henüz Türkiye yazın alanında ve Türkiye'deki uygulama alanlarında yüksek bilinirliğinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Turizmin antropometrik alan dışına taşınabileceği öngörülmüştür. Bu anlamda sanal turistik seyahatler ve oyuncak turist gibi turizm hareketleri tercih edilebilir. Hayal gücünün farklı turizm deneyimleri ve pazar alanları oluşturmada yüksek öneme sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca bu kavramlar ile turizm ekonomisine yüksek katkı sağlanabilir. Kişiler bu aktivitelere aileleri, arkadaşları, akrabaları ile katıldıklarında kişisel deneyimlerini başkaları ile paylaşarak ağızdan ağıza pazarlama ile katılımların artmasını sağlayabilir. Yapılacak olan turizm aktiviteleri uzun konaklamaları gerektireceği için kişilerin bu alanlarda yapacakları harcamalar ile turizm gelirleri arttırılabilir.

Bu alanların incelenmesi ve bir turizm çeşidi olarak pazar oluşturulması sağlanabilir. Pazarın oluşturulabilmesi için seyahat acenteleri Göç Turizmi, Son Şans Turizmi ve Oyuncak Turist Turizmi ile ilgili paket turlar hazırlayabilirler. Turizm acenteleri ve bilişim ağırlıklı çalışan çeşitli firmaların ortak çalışmaları sağlanarak sanal tur paketleri hazırlanabilir. Böylece farklı deneyim yaşamak isteyen turistler için bir pazar oluşturulabilir.

Yukarıdaki faaliyetlerin gerçekleştirile bilinmesi için katılımın sağlanması dışında farklı kollarındaki işletmelerin, kişilerin değişen beklentilerine göre arz oluşturmaları gerekmektedir. Oluşturulan arzların sunumu ve pazarlanması açısından da seyahat acentelerinin bu alanlara yönelik reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri üzerinde durarak kitlelere uygun paket turlar oluşturmaları gerekmektedir.

Türkiye'deki turizm potansiyelinin gelişebilmesi, turizm alanındaki gelirlerinin artması için turizm hareketine katılmak isteyip katılmayan, ekonomik gücü yeterli olmayan bireylere yönelik olarak devlet tarafından teşvikler sağlanabilir. Ayrıca, çalışmaya konu olan turizm kavramlarının bilinirliğini arttıracak programlar hazırlamak isteyen işletmelere vergi indimi, ödeme kolaylıkları ve sübvansiyon gibi ekonomik destekler verilebilir. Örneğin, sosyal turizm kapsamında hali hazırda var olan AB projelerinden faydalanmak için kişiler ve kurumlar bilgilendirilebilir.

Türkiye coğrafyasının tarihi geçmişine (yaşamış uygarlıklar, savaşlar, göçler..) bakıldığında yoğun göç hareketleri nedeniyle Türkiye'nin önemli bir diaspora merkezi olabileceği söylenebilir. Türkiye'nin diaspora merkezi olabilmesi için de yeni kuşakların diaspora bağının da güçlü olması gerekmektedir. Bu bağın güçlendirilmesi için kamunun, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün genç nesiller ile aralarındaki iletişimi güçlü tutması gerekmektedir. Bu da turizm faaliyetleri ile sağlanabilir. Örneğin, memleketlerinden uzak yaşayan kişilerin ülkelerine giriş ve çıkışlarında ekonomik kolaylıklar sağlanarak, kültürel alanlarda işbirliği ile anavatanlarına yapacakları ziyaretlere destek verilmelidir. Ek olarak bu kavramlara yönelik programlar (eğitim vb.) yapılarak kişilerin diaspora bağları güçlendirilebilir.

Literatürde kaynak oluşturma açısından ele alınan bu çalışmada kavramsal tanımlamaların daha derinlemesine ele alınması ve insanların farklı turizm deneyimlerini edinmeyi istemele-
rindeki psikolojik etmenlere değinilmesi önerilmektedir

KAYNAKLAR

- Arslan, E. (2006). Ermeni Diasporası'nın Ermenistan İç Politikası Üzerine Etkileri. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Burns, Peter ., Bibbings, Lyn .(2009) The End of Tourism? Climate Change And Societal Challenges, Twenty-First Century Society, 4:1, 31-51.
- Cripps, K. (2013, Ekim 23). Travel CNN. www.cnn.com: <http://travel.cnn.com/tokyo-travel-agency-stuffed-animals-986126/> adresinden alındı
- Dawson, J., Johnston, M. J., Stewart, E. J., Lemieux, C. J., R. H. Lemelin, P. T., & Grimwood, B. S. (2011). Ethical Considerations of Last Chance Tourism. Journal of Ecotourism, 250-265.
- Graf, S. (2016). Diaspora Tourism and The Negotitation of Belonging: Journeys of Young Second- Generation Eritreans to Eritrea. Zurich Open Repository and Archive, 1-23.
- Huang, W.-J., Haller, W. J., Ve Ramshaw, G. P. (2013). Diaspora Tourism And Homeland Attachment: An Exploratory Analysis. Tourism Analysis, 285-296.
- Huang, W.-J., Ramshaw, G., & Norman, W. C. (2016). Homecoming or Tourism? Diaspora Tourism Experience of Second-Generation Immigrants. Tourism Geographies, 59-79.
- Joanna Story; Iain Walker (2016) The impact of diasporas: markers of identity, Ethnic and Racial Studies, 39 (2), 135-141.
- Kaygalak, S., Dilek, S. E., & Günlü, E. (2015, Temmuz). Diaspora Turizmi: Balkanlara Seyahat Edenler Üzerinde Sosyolojik Bir Araştırma. Ege Akademik Bakış, 15(3), s. 435-443.
- Lemelin, R., Dawson, J., Stewart, E., Maher, P., Lueck, M. (2010). Last-Chance Tourism: The Doom, Boom and Bloom of Visiting Vanishing Destinations. Current Issues in Tourism, 13(5), 477-493.
- Özocak, Ö. (2012). Diaspora: Kavramsal Ve Tarihsel Bir Çözümleme (Ermeni Örneği). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Piggott-McKellar, A. E., & McNamara, K. E. (2016). Last Chance Tourism and the Great Barrier Reef. Journal of Sustainable Tourism, 397-415.
- Robinson, S. (2014). Toys on the Move: Vicarious Travel, Imagination and the Case of Traveling Toy Mascots. Travel and Imagination, 168-183.
- Tahranlı, F. O. (2013). Belçika'daki Türk Diasporasının Medya İle Etkileşimi Üzerine Bir İzleyici Çalışması. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tanrısever, C., Pamukçu, H., & Batman, O. (2016). New Tourism Trends in the World and Their Adaptations to Turkey, Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 7(16), 55-73.
- Tören, E. (2012). Ata Toprağı Ziyaretlerinin Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi. VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (s. 550-566). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Tören, E. (2014). Diasporaların Anavatan Ziyaretleri: Almanya Türk Federasyon Türkiye Kültür Gezisi 2013 Üzerine Bir Alan Araştırması. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Unur, K., Kanca, B., & Ertaş, Ç. (2015). Türkiye'nin Diaspora Turizmi Potansiyeline İlişkin Bir Değerlendirme. 1. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators. 2. Konya: Aybil Yayınları.
- Vong, M., Pinto, P., & Silva, J. A. (2017). Diaspora Tourism: The Case of Timor-Leste. Tourism Original Scientific Paper, 218-233.
- World Science Festival (2017) (Erişim: 14.09.2017) http://www.worldsciencefestival.com/2014/04/last_chance_tourism_nine_places_to_see_before_climate_change_takes_them_awa/.
- Wolanski, E., De'ath, G. (2005). Predicting the Impact of Present and Future Human Land-Use on the Great Barrier Reef. Estuarine, Coastal and Shelf Science, 64(2), 504508.