**Szelíd turizmus:** a turizmus olyan fajtája, ami a helyi közösség és a turisták közötti kölcsönös megértéshez vezet, nem veszélyezteti a desztináció kulturális identitását és a lehető legteljesebb módon törekszik a környezet védelmére. A szelíd turisták a hely lakosság számára létrehozott infrastruktúra használatát részesítik előnyben és elutasítják a környezetre káros turisztikai létesítményeket (Tasnádi, 1998: 47; Fekete, 2006: 64)

**Integrált turizmus:** interszektoriális, a desztinációt és a lakosságot is bevonó turisztikai megközelítés, a fenntartható turizmus alapja, egyes megközelítések szerint előzménye (Fülep 2003: 11)

**Ökoturizmus:** olyan turizmusforma, amelyben a fő motiváció a természet, valamint a természeti terület hagyományos kultúrájának megismerése és védelme a legkisebb ökológiai lábnyom hagyására törekedve (Happ, 2014: 92)

**Geoturizmus:** a fenntartható turizmus egy feltörekvő területe, amelynek célja a desztináció geológiai arculatának megismerése, megőrzése és erősítése. Magában foglalja akár a természeti, akár az épített környezetben található, geológiához kapcsolódó vonzerők meglátogatását. A tájérték, a biodiverzitás, a kultúra, az örökség, a helyi lakosság jóllétének szempontjait egyaránt fontosnak tartja (Dowling, 2013: 60)

**Aktív turizmus:** olyan turizmusforma, amelyben az utazási motiváció valamilyen fizikai aktivitást igénylő szabadidős vagy sporttevékenység gyakorlása, aminek intenzitása eltér a hétköznapitól, élményszerzéssel és szolgáltatások igénybevételével társul (Csapó, Remenyik, 2011)

**Szelíd kalandturizmus:** az extrém (kaland)turizmushoz képest kevésbé veszélyes turisztikai termék. Gyűjtőfogalmához sorolható egyes értelmezések szerint a fenti kerékpározás, vitorlázás, evezés – kajak, kenu – és lovaglás mellett pl. a kempingezés, a madárles, vagy az off-road túra (Fülep, 2003: 15; Csapó, Remenyik, 2011)

**Tematikus út:** egy téma integrált, környezetileg érzékeny, fenntartható és releváns interpretációi. A szolgáltatások fejlesztése és a marketingtevékenység a látogatói és helyi igények, valamint a környezet figyelembevételével történik és pozitív gazdasági, társadalmi és kulturális hatással bír (Puczkó, Rátz, 2002: 92)

**Etnikai turizmus:** olyan kulturális turisztikai termék, ahol a desztináció- és a programválasztás meghatározó motivációja az egyéni identitás erősítése, vagy más etnikumok megismerése. Fajáti a „honvágyturizmus” (a szülőföld felkeresése, megismerése), a „gyökérkereső turizmus” (roots tourism: gyakran családfakutatással egybekötött keresése a felmenők nyomainak az egykori szülőföld területén), valamint egy, a turistáétól eltérő etnikum felkeresése a kultúrájának megismerése céljából (Horváth Alpár, Michalkó Gábor (2014): Az etnicitás turizmusföldrajzi értelmezése erdélyi példákon keresztül. In: Földrajzi Közlemények, 138(2), 150-160. , https://www.foldrajzitarsasag.hu/downloads/foldrajzi\_kozlemenyek\_2014\_138\_evf\_2\_pp\_150.pdf)

**Vidéki (rurális) turizmus:** komplex, sokoldalú utazási forma és tevékenységcsoport a farmon és a mezőgazdaságon alapuló turizmusnál tágabb jelentéstartalommal. Beletartoznak a vidéki birtokon alapuló és falusi életmódhoz kapcsolható üdülési formák, de ide sorolhatók a különleges természethez kapcsolódó üdülési formák, a tanulmányutak, a kulturális örökségre épülő turizmus, és bizonyos területeken az etnikai alapú turizmus is (FATOSZ, 2007: 8)

**Falusi turizmus:** Helyi és regionális vonzóerőkkel rendelkező, gondozott falusi, vidéki környezetben, a bel- és külföldi vendégek szabadidő- eltöltési szükségleteinek széles körű, kereskedelmi alapokon történő kielégítése és az ezt szervező helyi intézmények és szolgáltatók együttműködése, a vidéki turizmus egy terméke (FATOSZ, 2007: 8)

**Agroturizmus:** az agrártérségekbe települő, a mezőgazdasági adottságok és termékek értékesítésére szerveződött turisztikai termék a vidéki turizmuson belül, ahol a vidéki környezetben folyó vendégfogadás kereteit működő agrár (kis)üzem adja, a vonzerők jelentős része is az agrárium tevékenységei és produktumai közül kerül ki, ezeket a vendégek ellátásánál is felhasználják (FATOSZ, 2007: 9)

**Gasztronómiai turizmus:** rekreáció vagy szórakozás céljából gasztronómiai régióba irányuló élménytúra, mely magában foglalja az étel alapanyagainak előállításához kapcsolódó helyszínek, gasztronómiai fesztiválok, vásárok, termelői piacok, főzőshow-k és -tanfolyamok meglátogatását, a minőségi étel- és italkóstolókon való részvételt, valamint bármely, ételhez kapcsolódó tevékenységet (UNWTO, 2012: 6)

**Önkéntes/karitatív turizmus:** olyan turisztikai termék, melynek alanyai szabadidős utazásuk során – eltérő okokra visszavezethetően – szervezett önkéntes munkát vállalnak azért, hogy támogassák egyes társadalmi csoportok (anyagi) szegénységének mérséklését, környezeti problémák helyreállítását, vagy társadalmi/szociális kérdésekkel foglalkozó kutatások végzését (Kelemen, 2011: 43)

**Pro-poor tourism** (PPT): a társadalom szegregált/alsó rétegei számára gazdasági, szociális, környezeti és/vagy kulturális hasznot hozó turisztikai szemléletmód, stratégiai irány. Termékalapú megközelítéséhez sorolható sok esetben pl. az önkéntes turizmus (Roe, Urquhart, 2001)

**Közösségi turizmus** (community-based tourism, CBT): olyan turisztikai koncepció, amelynek lényege, hogy a turizmus tervezését, a turisztikai termékek előállítását, piacra vitelét, menedzselését a helyi közösség végzi, amelynél az annak értékesítéséből származó profit is marad, de társulhat az értékeinek konzerválásában, gazdaságának fejlesztésében elkötelezett partnerrel is. A közösségi turizmusban részt vevő lakosság a szakirodalom esetpéldáiban sokszor hagyományos életmódot folytató, vidéki/törzsi, gyakran marginalizált közösség, melynek kultúrája megőrzését és megélhetést is biztosíthatja ez a turisztikai modell, ami azonos néven a közösség által előállított termékként is megjelenhet (Okazaki, 2008: 519-520)

**Lassú turizmus:** egyes megközelítések szerint olyan turisztikai koncepció, ami alternatívát nyújt az erősen környezetszennyező közlekedési módokkal (repülés, autós utazás) szemben. A lassabban megközelíthető desztinációban a turisták hosszabb időt töltenek és a desztináción belül is kevesebbet/rövidebben utaznak. Más, átfogóbb meghatározások nem zárják ki a gyors elérést, de feltételül szabják az ökológiai aspektus elsőbbségét, valamint hangsúlyozzák az egészséges és aktív életvitel, az önmegvalósítás és a lassú étkezés élvezetének lehetőségét, valamint legalább egy vendégéjszaka eltöltésének szükségességét a desztinációban. (Pécsek, 2019: 175-176)

**Slow Food Movement:** ökokulturális attitűdöt hirdető civil mozgalom. Az olaszországi Bra városából indult el az 1980-as évek végén a globalizáció és a rossz minőségi élelmiszerek ellenreakciójaként, innen származik a „fast food” terminus kontrájaként kialakított elnevezése. Alapértékként az ipari monokultúrák ellen való fellépést, a vegyszeres kezelés, később a géntechnológia elutasítását, a helyi mezőgazdaság diverzitásának – és ez által a lokális gazdaság megtartó erejének – a biztosítását, az otthon készült étel és a családi étkezés szociális szerepét jelölte meg. A helyi munkaerő által megtermelt és az adott területre jellemző alapanyagokból hagyományos módszerekkel, a tradicionális ízvilágot követve elkészített ételek és italok fogyasztásának kultúráját hirdeti és kínálja (Heitmann, Robinson, Povey (2011): Slow food, slow cities and slow tourism. Research Themes for Tourism (ed. Robinson, Peter – Hitman, Sine – Dieke, Peter. U. C.), 114-116)

**Slow Cities („Cittá Lenta”, „Cittáslow”) Movement:** a „slow food” mozgalom iránt elkötelezett települések minősített szervezete, amelyben fontos többek között az ökotudatos környezetpolitika, infrastruktúra és közösség, valamint a lassú turizmus feltételeinek kialakítása. Termelői világtalálkozói (az ún. Terra Madrék) és oktatási rendszere révén biztosított az információcsere lehetősége és a fiatal generáció szocializációja is. Agrártermékeinek árai – többek között a kis mennyiség és a humánus állattartás miatt – nem versenyezhetnek a multinacionális cégekével, de a költségeket csökkenti az alapvetően helyi piacra való termelés. A mozgalom 1999 óta létezik, mára 30 ország 266 városa felelt meg a hét pillérre épülő kritériumrendszernek Németországtól kezdve Norvégián és az Egyesült Királyságon át Ausztráliáig és Dél-Koreáig (www.cittaslow.org)

*Megjegyzés: a sorrendet a fogalmak a ppt-ben való megjelenése határozta meg. A források közül azokat tüntettem fel teljes hivatkozással, amelyek sem a ppt, sem a válogatott korszerű szakirodalom listáján nem szerepelnek.*