

	SOSYOLOJİK DÜŞÜN ISSN: e-ISSN: 2587-2699
	Yıl : 7 Sayı : 2 Aralık 2022 Yayın Geliş Tarihi: 24.10.222 Yayına Kabul Tarihi: 02.12.2022 DOI Numarası: https://doi.org/10.37991/sosdus.1194072 Makale Türü: Araştırma Makalesi / Research Article Atıf/Citation: Oğuz, A. (2022). Sağlık Turizmüne Dönük Yatırımlarda Sosyal Beklenti: Gönen İlçesi Örneği. <i>Sosyolojik Düşün</i> , 7 (2), 123-154.


SAĞLIK TURİZMİNE DÖNÜK YATIRIMLARDA SOSYAL BEKLENTİ: GÖNEN İLÇESİ ÖRNEĞİ

Alaattin OĞUZ*

Öz

Sağlık turizminde temel motivasyon, modern tedavi ilişkisinden ziyade bütüncül ve çok boyutlu bir iyi olma halini sağlama ve sürdürme biçimidir. Bu anlamda termal özellikleri barındıran lokasyonlara tarihten beri insanların ilgisi olmuştur ve bu ilgi 18 ve 19. Yüzyıllardan itibaren turistik bir faaliyete doğru evrilmiştir. Bu alandaki faaliyetlerin profesyonelleşmesiyle birlikte eski usül tek boyutlu kaplıca mekanlarının kür merkezi, rekreasyon ve konaklamayı da içeren bir yaşam kompleksine dönüştürüldüğünü gözlemlemekteyiz. Günümüzde kaplıcalı tedaviler mevcut otellerin ve tesislerin komplekslerinde sağlıklı yaşam amacıyla kullanım altındadır. Bu özelliğiyle modern dönemde de her yıl yerli ve yabancı binlerce kişiyi bünyesinde misafir eden Gönen'in kaplıcalarında nörolojik, ortopedik, romatizmal farklı hastalıklara iyi geldiği düşünülen kaplıca kür tedavi yöntemleri uygulanmaktadır. Çalışmamızda Gönen ilçesi demografik özellikler yanında, ekonomik ve sosyal yapı açısından incelenmiş, Gönen halkının sağlık turizmüne dönük mevcut algı ve beklentileri ortaya çıkarılarak yönetim planı kapsamında çözüm önerileri geliştirilmiştir. Bu anlamda yerelin dönüşüme hazır olması kadar, girişimci öznelerin de düşünümsele bir sürece göre hareket etmelerinin zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bu da hem sermayenin, yerelin kültürel dejenerasyon hissine kapılmasına neden olacak pratiklerden kaçınması ve girişimlerin çıktılarını konusunda bir bilinç sağlaması hem de turizmin olumlu dönüştürücülerinin öncellenmesi ile mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Turizm, kültür, sağlık.

*  Arş. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, aoguz@pau.edu.tr.

SOCIAL EXPECTATIONS IN HEALTH TOURISM INVESTMENTS: THE GÖNEN CASE

Abstract

The primary motivation for health tourism is to provide and maintain holistic and multidimensional well-being rather than the modern treatment relationship. In this sense, people have been interested in locations with thermal properties throughout history. The interest has evolved into a touristic activity since the 18th and 19th centuries. With the professionalization of the activities in this area, we observe that the old-fashioned one-dimensional SPA spaces have transformed into a living complex, including a cure center, recreation, and accommodation. Today, SPA treatments are used for healthy living in the complexes of existing hotels and facilities. With this feature, Gönen, which hosts thousands of local and foreign people in the modern period, is a place with SPA cure treatment methods suitable for different neurological, orthopedic, and rheumatic diseases. In our study, the Gönen district was examined in terms of economic and social structure as well as demographic characteristics. In this sense, policy recommendations were developed within the scope of the management plan by revealing the current perceptions and expectations of the people of Gönen towards health tourism. In this sense, it seems necessary for entrepreneurial subjects to act reflexively insofar as the locals' readiness for transformation. This picture is possible both by avoiding the practices that will cause the locals to feel cultural degeneration, by providing awareness about the outputs of the initiatives, and by prioritizing the positive drives of tourism.

Keywords: *Tourism, culture, health.*

1. GİRİŞ

Uluslararası ve yerel turizm faaliyetleri politik ekonomi, sosyal değişim, doğal kaynakların yönetimi ve kültürel kimlik konularının analizinde ideal bir bağlam sunar. Bu bağlam, yapısal dönüşümler açısından bir malzeme sağlayacağı gibi, ev sahibi ve turistin düşüncesinde kültürün nasıl temsil edildiği ve algılandığı konusunda bizlere ipuçları verir ve şu gibi sorulara yol açar: Yereldeki kültürel gelenekler turistin beklentisiyle nasıl dönüşüme uğramaktadır? Bu dönüşümün turizm pazarıyla uyumu nasıl sağlanır? Kültürün bir ürüne dönüşmesi nasıl gerçekleşir ve yerel halkın bunu tecrübe etmesindeki farklılaşma noktaları nelerdir? Bu karşılaşmaların güç ilişkileri boyutu nedir?

Tahmin edileceği üzere turizm sosyolojisi literatürü bu konuyu hem turizmin hem de yerelin üzerinde oluşan etkilere göre değerlendirir (Bruner&Gimblett, 1994: 435-436). Birincisi yerele götürülen işlerin işlevine bakarken, ikincisi ise yereldeki değerlerin birincideki işlevlerle olan ilişkisini değerlendirir (Orams, 1999). Bu ikili duruma dair saha verilerine başvurulmasına karşın, özgül bir model söz konusu değildir. Yapılan çalışmalar sahanın pratiğini esas alan, operasyonel ve ideal tip merkezli Weberci bir metodolojinin izlerini taşımaktadır.

Yakın yıllardan itibaren turizm endüstrisi ekonomik ve ekolojik sürdürülebilirlik, yerel katılım ve çevresel (environmental) eğitime doğru büyük bir dönüşüm yaşamıştır. Bu dönüşüm hem turizme ev sahipliği yapan yerelin yereldeki katkısını; hem de turist/katılımcının -gezi esnası ve sonrasında- tutum ve davranışında farklılık yaratacak etkileri ortaya çıkaracak bir bakış açısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu düşünömselliğın ilk dönem antropologlar da farkındadır; ki bu yaygın göröşe göre turizm kültürler arası karşılaşmaların en

büyük ve barışçıl olanıdır (Lett, 1989: 275). İlk dönem çalışmalarda turistin perspektifi modernliğin ulaşamadığı yerlerde bir otantisite arayışı olarak tebarüz etmiştir ve bu yönüyle 19. Yüzyıl Avrupa romantiklerini ve bohemlerini çağrıştırmaktadır. Turizm arayış halindeki ve empati taşıyan kişiler için alternatif yaşam deneyimleri sunmuştur. Mekanize olmuş ve metalaştırılan bir dünyanın karşısına değer ve sembolleri koyması, dünyayı bir müze gibi algılaması, kendi içinde kollektif bir bilinç inşa etmesi ve özgül sembolik tutumlarıyla modern hayatın rutini dışında bir deneyimi sunmaktadır (Urry, 1990: 16-39).

1970'lerden itibaren ise literatürdeki yaygın bakışa iki yeni eleştiri gelmiştir. Birincisi turizme atfedilen anlamlar, ilgili turistik faaliyetin materyal koşullarına göre tanımlanmasıyla birlikte, turizmin modern dünyaya alternatif addedilen otantiklik arayışı netliğini kaybetmiştir. Bu hem turizm sektörünün vaatlerindeki çeşitlenme hem de destinasyonun bu sürece ortak olmasıyla ilintili olarak değerlendirilmelidir. Klasik bakışa getirilen ikinci eleştiri ise, pazar koşullarına göre destinasyon, sosyal bilimlere göre ise kültürel boyuttaki tepki farklılıklarıdır. Ki bu farklılıkları da ilk eleştirinin çıkış noktası olan materyal belirleyicilere göre ele almak mümkündür. Yani hem turizm sektörü hem de sektörün odağındaki mekân için sosyal, ekonomik, siyasi, çevresel, çok boyutlu koşulları ölçü kabul etmemiz gerekecektir (Nash, 1996). Bu ifadeden anladığımız şudur: sosyal bilimciler yakın bir döneme kadar turizm ilişkilerine katılan, aktif turist odaklı bir tabloya odaklandığından, yereli ve kültürü ihmal etmiştir. Bu tabi ki yerelin turizme ve faaliyetlerine her hal ve şartta dahil olacağı anlamına gelmemektedir. Doğuya doğru gidildikçe cinsiyet faktörü mesela çok belirleyici olmakta ve katı kuralları dayatabilmektedir. Fakat bazı lokasyonlarda da kadınların üretime aktif katılım sağladıklarından turizmle ilgili meta süreçlerinde yoğun faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Her ne şartta olursa olsun cinsiyetle ilgili stereotiplerin çok yaygınlık arz ettiği bir gerçektir. Bunların açığa

çıkarılması için, dolayısıyla, yerelde de materyal koşullara bakılması kaçınılmaz olmaktadır.

Cinsiyetle birlikte bu karşılaşmada en çok dikkati çeken ve başat bir belirleyici değişken de kültürel değerlerdir. Yaygın ama yanlış olan bir kanaat de turistik faaliyetlerin yerel kültür üzerinde dejenerasyona yol açtığı yönündedir (Mansperger, 1995: 91-92). Oysa bu bakışta iki türlü risk vardır. Birincisi, kültürü değişimden uzak ve özcü bir bakış açısıyla tanımlamasıdır. Bu tanıma göre kültür, tarihin belirsiz bir noktasından günümüze kadar ulaşmış statik bir form olarak görülmekte, bir yönüyle kültürü atalete mahkum etmektedir. İkinci riskli nokta ise birinciyle paralel bir şekilde turistik faaliyeti sadece ziyarete gelen kişilerin inisiyatifine ve belirleyiciliğine göre ele almakta, dolayısıyla ev sahibini/yereli yine atıl bir konumda tasvir etmektedir. Oysa neredeyse 100 yılı aşkıdır sosyal bilim metodolojisinden gözlemlemekteyiz ki, gözlenen şey, gözlendiği andan itibaren gözleyenle etkileşimdedir ve başka bir şeye dönüşmektedir. Yukarıda ifade ettiğimiz kültür erozyonu algısı da bu yanlış değerlendirmenin bir sonucu olarak sürekli karşımıza çıkmakta ve insan ilişkilerini anlamada önyargılara ve hatalara yol açmaktadır.

Ekonomi faktörüne baktığımızda ise antropolojik çalışmalar bizlere turizmin yarattığı iş olanaklarına göre yerelin farklı bir aşamaya geçtiklerini göstermektedir. Ekolojik yönü ağır basan turizm faaliyetlerinde sözgelimi geçimlik ekonomiyle uğraşan küçük üreticilikten, yerelin özelliğine göre üretilen malların piyasaya aktarılması sonucu ekonomik alanın genişlediğini ve bu durumun da farklı bir tabakalaşma yapısı meydana getirdiğini ifade edebiliriz (Oliver-Smith, 1989: 345). Bunun kültürel dönüşüme bir etkide bulunacağı muhakkaktır. Dolaylı bir okuma yaparak, zaten halihazırda feodal ilişkiler sonrası modern bir tabakalaşma yapısına sahip olan bölgelerin turizm faaliyetlerine daha hazırlıklı oldukları da söylenebilir. Bu dönüşümün kültürel sonucunda ise eski yerel değerle, sonraki ürün odaklı pazar ilişkilerinin sentezlendiği bir

kültürel vasat oluşacaktır. Yani kültürel ürünlerin kullanım değeriyle değişim değerleri iç içe geçecek ve bu sentez yeni bir kültürel aşamayı teşkil edecektir. Sözgelimi Evans-Pritchard gibi turizm antropologları ise bu gibi etkileşimlerin kültürü yok etmediğini, onu beslediğini savunmaktadır (Evans-Pritchard, 1989: 96).

2. GÖNEN: SOSYO-EKONOMİK VE DEMOGRAFİK YAPI

Sağlık turizminde temel motivasyon, modern tedavi ilişkisinden ziyade bütüncül ve çok boyutlu bir iyi olma halini sağlama ve sürdürme biçimidir. Bu anlamda termal özellikleri barındıran lokasyonlara tarihten beri insanların ilgisi olmuştur ve bu ilgi 18 ve 19. Yüzyıllardan itibaren turistik bir faaliyete doğru evrilmiştir (Williams & Lew, 2015: 34-35). Bu alandaki faaliyetlerin son dönemde profesyonelleşmesiyle birlikte eski usül tek boyutlu kaplıca mekanlarının kür merkezi, rekreasyon ve konaklamayı da içeren bir yaşam kompleksine dönüştürüldüğünü görmekteyiz. Mevsimsel özelliklerin yıl içinde dengeli ilerleyişi de Türkiye'yi Avrupalı muadillerinden avantajlı bir konuma sokmaktadır; mamafih bu avantajlı durumu bir imkana çevirmek şu ana kadar mümkün olmamıştır.

Türkiye'nin ilk termal turizm şehirlerinden biri olan Gönen'in tarihi milattan öncesine dayanır. O yıllardan beri (Roma dönemi dahil olmak üzere) sıcak suları ve hamamları ile şöhret bulmuş, etrafındaki imparatorluk merkezlerine de hep yakın bir konumda olmanın avantajını yaşamıştır. Osmanlı döneminde de Orhan Gazi döneminde Türk egemenliğine giren Gönen, o döneme kadar Bizans krallarınca bir yazlık dinlenme ve tedavi merkezi olarak kullanılmıştır. Günümüzde kaplıcalı tedaviler mevcut otellerin ve tesislerin komplekslerinde sağlıklı yaşam amacıyla kullanımdadır. Bu özelliğiyle modern dönemde de her yıl yerli ve yabancı binlerce kişiyi bünyesinde misafir eden Gönen'in kaplıcalarında nörolojik, ortopedik, romatizmal farklı hastalıklara iyi geldiği düşünülen kaplıca

kür tedavi yöntemleri uygulanmaktadır. Burada uygulanan tedavi yöntemleri uzman doktor ve fizik tedavi uzmanları tarafından yerine getirilmektedir.

Çalışmamızda Gönen ilçesi demografik özellikler yanında, ekonomik ve sosyal yapı açısından incelenmiş, Gönen halkının sağlık turizmine dönük mevcut algı ve beklentileri ortaya çıkarılarak yönetim planı kapsamında çözüm önerileri geliştirilmiştir. Gönen halkının demografik özelliklerine ek olarak günlük yaşantısındaki temel aktiviteleri ve fizik tedavi, rehabilitasyon ve diğer termal/kaplıca yerleri hakkında bilinç düzeylerinin belirlenmesi amacıyla sosyo-ekonomik dinamiklerin ortaya konulması, etkileşimde bulunacak bireylerin deneyimlerinin belirlenmesi ve planlamalarda Gönen halkının görüşlerinin ortaya konması amaçlanmıştır.

Sağlık turizminin Gönen sosyo-ekonomik ve kültürel yapısıyla eşgüdümlü ve uyumlu bir etkileşimi için sosyal beklentileri iyi kavramak gerekmektedir. Bu kapsamda Gönen ilçesinde katılımcıların da görüşleri ve temel sosyolojik imgelem çerçevesinde bir araştırma planı hazırlanmıştır.

3. YÖNTEM

Bu çalışma kültürel örüntülerin turizm girişimi faaliyetlerinde dikkate alınmasının önemine vurgu yapmaktadır. Bu nedenle “kültürel bir tehdit hissedilmediği oranda turizm girişimine desteğin arttığı” bu çalışmanın temel hipotezidir. Araştırmanın temel sorusu “Gönen ilçesinde yaşayan insanların turizm girişimlerine yönelik tutumları nelerdir?” şeklindedir. Bu amaçla öncelikle bölge hakkında genel bir bakış açısı kazanmak için betimsel bir araştırma tekniği benimsenmiştir. Bu nedenle Gönen sağlık turizmi ile etkileşim halinde olan oteller, ilçe merkezi ve yerleşim yerleri olmak üzere 3 farklı bölgede- **1. Bölge:** Kurtuluş mahallesi (Banyolar, Kaplıcalar), **2. Bölge:** Malkoç mahallesi (Belediye ve 500 mt yarıçaplı çevresi), **3.Bölge:** Pilevne mahallesi (Mahalle Sakinleri)- nicel

veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak 399 kişi ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin SPSS programı ile analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu alışma yapısal-işlevselci bir yaklaşım esas alınarak tasarlanmış ve değişkenler bu ereve temel alınarak tartişılmıştır. Bu araştırma ile ulaşılması planlanan hususlar şunlardır:

- * İlçe halkının demografik yapısı ve sosyo-ekonomik durumları
- * Termal otel, kaplıca, termal tedavi merkezleri ile olan ilişkileri
- * İlçe halkının bu merkezleri koruma, geliştirme isteği
- * İlçe halkının termal, otel, tedavi merkezlerine karşı kültürel konumlanma biçimleri
- * Ekonomik beklentileri

Adrese dayalı nüfus sayım sistemine göre Gönen ilçe merkezi nüfusu 42.000 olarak tespit edilmiştir. Toplamda 399 kişiyle görüşme yapılmıştır. 3 katmandan oluşan görüşme alanlarının birincisini oteller, ikincisini ilçenin merkezi (arşı) ve cnc kısmı da bu termal alanla ilişkisi olan yerleşim alanları oluşurmaktadır. Birinci bölgeden 99, ikinci bölgeden 200, cnc bölgeden de 100 kişiyle anket görüşmesi yapılmıştır.

Katılımcıların %54.4' erkek, % 45.1'i ise kadındır. Bu haliyle kadın erkek dengesi dikkatlice takip edilmiştir. Katılımcıların % 44'n 41 yaş üstü kişiler oluştururken, % 48 kadar bir oranı da 20 ila 40 yaş arası kişiler oluşurmaktadır. En yüksek oran esnaflarda olmak üzere görüşülen kişiler içerisinde ğrenci, ev kadını, işsiz, emekli, kamu görevlisi ve hizmet sektörü çalışanları bulunmaktadır. Katılımcıların % 65 gibi büyük bir oranı aylık gelirinin 3000 liradan az olduğunu beyan etmişken, % 24.6'lık oran ise aylık gelirinin 6100-10000 lira arasında

olduğunu söylemiştir. Eğitim durumunda da ilköğretim ve lise mezuniyet oranları %34 ve %36 ile birbirine yakındır. Üniversite mezuniyeti ise % 27 ile bu ikisinden sonra gelmektedir. Katılımcıların % 65.9 gibi büyük bir oranı medeni durum olarak evli olanlardan oluşmaktadır.

4. BULGULAR

4.1 Termal Otel, Kaplıca ve Termal Tedavi Merkezlerine Dönük İlgisi ve Tutumları

Katılımcıların termal otel, kaplıca ve termal tedavi merkezlerine karşı ilgi ve tutumlarını şu şekilde özetleyebiliriz. Katılımcıların % 60'ı bu merkezlerin yetersiz olduğunu, % 65'i ise bu merkezlerin faydalı olduklarını ifade etmişlerdir. Hizmetler için yeterli alanların sağlanamamasının büyük bir şikayet kalemi oluşturduğu görülmektedir. Katılımcılardan yarısından fazlası bu merkezlerden en az 1 defadan fazla faydalanmışlardır ve buradaki hizmetler hakkında bilgi sahibidirler.

Tablo-1. "İlçenizde sağlık turizmi çerçevesinde bir fizik tedavi merkezi açılmasını nasıl buluyorsunuz?"

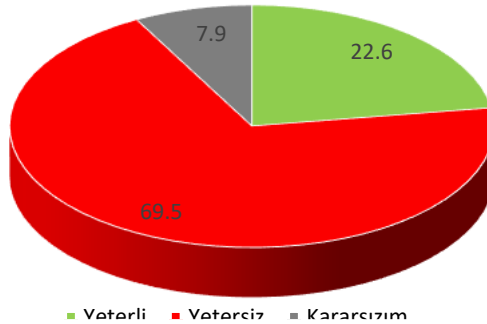
	f	%	Geçerli %
Olumlu	371	93,0	93,9
Olumsuz	11	2,8	2,8
Kararsızım	13	3,3	3,3
Toplam	395	99,0	100,0
Cevapsız	4	1,0	
Toplam	399	100,0	

Görüşülen kişiler Gönen'in uluslararası tanıtımında termal merkezlerin tek başına yeterli olmadığı görüşündedir. Dolayısıyla % 68 oranında kişiler bu merkezlerin yeterli sayıda olmadıklarını vurgulamışlar ve bunun da sosyal-ekonomik hareketliliğe etkisiz kaldığını ifade etmişlerdir (Tablo-2 / Şekil-2).

Tablo-2/Şekil-1. "Mevcut kaplıca ve termal tedavi merkezlerinin Gönen ilçesindeki sosyal ve ekonomik hareketliliğe katkısını yeterli buluyor musunuz?"

	f	%	Geçerli %
Yeterli	89	22,3	22,6
Yetersiz	274	68,7	69,5
Kararsızım	31	7,8	7,9
Toplam	394	98,7	100,0
Cevapsız	5	1,3	
Toplam	399	100,0	

Mevcut kaplıca ve termal tedavi merkezlerinin Gönen ilçesindeki sosyal ve ekonomik hareketliliğe katkısını yeterli buluyor musunuz?



Ancak böyle bir girişim sonucunda bölgenin diğer kaynakları da bu vesileyle tanınmış olacaktır. Ki kurulacak yeni tedavi merkezlerinin bölgeyi uluslararası arenada daha tanınır kılacağına ve diğer kaynakların bilinirliğini artıracığına dair inanç yüksektir (% 88.7, Tablo-3).

Tablo-3 “Gönen’de kurulması muhtemel yeni tedavi merkezlerinin uluslararası cazibeyi artıracığını ve bölgenin diğer kaynaklarının tanınırlığına olumlu etkide bulunacağını düşünür müsünüz?”

	f	%	Geçerli %
Evet	354	88,7	89,2
Hayır	13	3,3	3,3
Kararsızım	30	7,5	7,6
Toplam	397	99,5	100,0
Cevapsız	2	,5	
Toplam	399	100,0	

Yöre halkının Gönen’e dair güvenleri de yüksektir. Buraya gelecek olan turistlerin Gönen’de mutlu ve huzurlu bir konaklama geçireceğini düşünmektedirler (% 65.7, Tablo-4).

Tablo-4 “Yabancı turistlerin Gönen ilçesinde mutlu, huzurlu ve iyi bir tatil geçirebileceklerini düşünüyor musunuz?”

	f	%	Geçerli %
Evet	262	65,7	66,0
Hayır	88	22,1	22,2
Kararsızım	47	11,8	11,8
Toplam	397	99,5	100,0

Cevapsız	2	,5
Toplam	399	100,0

Bu güvenin önemi büyüktür, çünkü dışarıdan gelen kişilerin yöre halkıyla uyumu hassas bir konudur. Teorik tartışmalarda bazı araştırmacıların turizm sektörünün etkileri konusunda kötümser olduklarını ifade etmiştik. Gönen’de gördüğümüz kişilerin çoğu, turizmin oluşturacağı kalabalığın kendi kültürel ve manevi değerleriyle bir olumsuzluk arz etmeyeceğini söylemişlerdir (% 82,5, Tablo-5).

Tablo-5. “Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerine tedavi için dışarıdan gelen insan sayısını artırmasının kültürel ve manevi değerleriniz açısından sakıncalı bulur musunuz?”

	f	%	Geçerli %
Evet	48	12,0	12,2
Hayır	329	82,5	83,5
Kararsızım	17	4,3	4,3
Toplam	394	98,7	100,0
Cevapsız	5	1,3	
Toplam	399	100,0	

Dışarıdan gelecek insanlarla iyi ve olumlu ilişkiler geliştireceklerine olan inançları tamdır (% 90,2, Tablo-6).

Tablo-6. “Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerine dışarıdan gelen insanlarla iyi/olumlu ilişkiler geliştireceğinizi düşünür müsünüz?”

	f	%	Geçerli %
			%

Evet	360	90,2	90,7
Hayır	9	2,3	2,3
Kararsızım	28	7,0	7,1
Toplam	397	99,5	100,0
Cevapsız	2	,5	
Toplam	399	100,0	

Kaldı ki bu insan kalabalığının ekonomik katkısına da olumlu bakmaktadırlar (% 92.2, Tablo-7).

Tablo-7. “Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerinde yeni iş sahalarına yol açacağını ve ilçenin gelirini arttıracığını düşünüyor musunuz?”

	f	%	Geçerli %
Evet	368	92,2	92,7
Hayır	12	3,0	3,0
Kararsızım	17	4,3	4,3
Toplam	397	99,5	100,0
Cevapsız	2	,5	
Toplam	399	100,0	

Görüşülen kişilerin % 84.7’si, yeni oluşacak tedavi merkezlerinde çalışma imkanını olumlu değerlendirebileceklerini ifade etmişlerdir (Tablo-8).

Tablo-8. “Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerinde sizin veya yakınlarınızın çalışma imkanı olsa değerlendirir misiniz?”

	f	%	Geçerli %
Evet	338	84,7	85,1
Hayır	40	10,0	10,1
Kararsızım	19	4,8	4,8
Toplam	397	99,5	100,0
Cevapsız	2	,5	
Toplam	399	100,0	

Görüşülen kişiler, turizmdeki hareketliliğin ve yeni kurulacak tedavi merkezinin Gönen'in ekolojisine olumsuz bir etkisi olmayacağını, bilakis bu değerlerin geliştirilmesine katkıda bulunacağını söylemişlerdir (% 79.2, Tablo-9).

Tablo-9. Gönen'de kurulacak yeni tedavi merkezlerinin Gönen'in ekolojik açıdan korunmasına ve geliştirilmesine olumlu etkide bulunacağını düşünüyor musunuz?

	F	%	Geçerli %
Evet	316	79,2	79,6
Hayır	24	6,0	6,0
Kararsızım	57	14,3	14,4
Toplam	397	99,5	100,0
Cevapsız	2	,5	
Toplam	399	100,0	

4.2. Bölgesel Farklılıklar

3 ayrı bölgenin verdikleri cevaplar göz önüne alındığında temel demografik değişkenler açısından resmin bütünüyle anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Sözelimi termal otel ve kaplıcalı tedavi merkezlerinin sayısının yeterliliği konusunda 1. Bölge (Otel) sayıyı yeterli bulurken, 2. Bölge (esnaf) yetersiz bulmaktadır. Kümülatifte anlamlı bir fark ortaya çıkarmasa da, mevcut ince fark da bize toplam sayının neden bu yönde olduğunu anlatmaya yetmektedir. Bu tedavi merkezlerini faydalı bulma oranında da yine ince bir fark vardır. 1. Bölge sakinlerinde faydalı bulma oranı biraz daha düşükken (% 20.8), 2. Bölgede bu oran az da olsa daha yüksektir (% 52.7).

Tablo-10. “Bölge ↔ İlçeniz bünyesinde faaliyet gösteren termal otel, kaplıca, termal tedavi merkezlerini nasıl buluyorsunuz?”

	İlçeniz bünyesinde faaliyet gösteren termal otel, kaplıca, termal tedavi merkezlerini nasıl buluyorsunuz?			Toplam
	Faydalı buluyorum	Olumsuz görüyorum	Kararsızım	
1	20,8%	27,1%	37,7%	24,8%
Bölge 2	52,7%	45,7%	44,9%	50,1%
3	26,5%	27,1%	17,4%	25,1%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

İlçedeki termal otel ve tedavi merkezlerinin ne gibi hizmetler sunduklarına dair de anlamlı bir farklılık 2. Ve 3. Bölge arasında görülmektedir. 2. Bölge bu hizmetler konusunda daha bilinçli iken (% 56.1), 3. Bölge sakinlerinin bu konudaki bilgilerinin düşük olduğu görülmüştür (% 17.1) (Tablo-11).

Tablo-11 “Bölge ↔ İlçenizdeki termal otel ve termal tedavi merkezlerinde şu anda ne gibi hizmetler sunulduğuna dair bilginiz var mı?”

	İlçenizdeki termal otel ve termal tedavi merkezlerinde şu anda ne gibi hizmetler sunulduğuna dair bilginiz var mı?			Toplam
	Evet	Hayır	Kararsızım	
1	26,7%	25,8%	7,7%	25,1%
Bölge 2	56,1%	41,8%	61,5%	49,9%
3	17,1%	32,4%	30,8%	25,1%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3 bölgenin hepsinde de yeni açılacak olan tedavi merkezine olan yaklaşım olumludur ve aralarında anlamlı bir fark yoktur. Bölgede yeni açılacak bir tedavi merkezinin ilçenin cazibesini artıracığına ve diğer kaynakların tanınırlığını artıracığına olan inanç da en yüksek esnaf bölgesi olan 2. Bölgede gözlenmiştir (% 50,6, Tablo-12).

Tablo-12. “Bölge ↔ Gönen’de kurulacak yeni bir tedavi merkezinin uluslararası cazibeyi artıracığını ve bölgenin diğer kaynaklarının tanınırlığına olumlu etkide bulunacağını düşünür müsünüz?”

	Gönen’de kurulacak yeni bir tedavi merkezinin uluslararası cazibeyi artıracığını ve bölgenin diğer kaynaklarının tanınırlığına olumlu etkide bulunacağını düşünür müsünüz?			Toplam
	Evet	Hayır	Kararsızım	
1	24,3%	23,1%	33,3%	24,9%
Bölge 2	50,6%	30,8%	50,0%	49,9%
3	25,1%	46,2%	16,7%	25,2%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Yine aynı şekilde yabancı turistlerin bölgede rahat ve huzurlu bir tatil geçireceklerin olan inanç da 2. Bölgede daha yüksek çıkmıştır (% 53,4, Tablo-13).

Tablo-13. “Bölge ↔ Yabancı turistlerin Gönen ilçesinde mutlu, huzurlu ve iyi bir tatil geçirebileceklerini düşünüyor musunuz?”

		Yabancı turistlerin Gönen ilçesinde mutlu, huzurlu ve iyi bir tatil geçirebileceklerini düşünüyor musunuz?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Bölge	1	20,2%	36,4%	29,8%	24,9%
	2	53,4%	43,2%	42,6%	49,9%
	3	26,3%	20,5%	27,7%	25,2%
Toplam		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bu durumun esnafın olumlu beklentileriyle ilgili olduğu açıktır. Hatta dışarıdan gelen insanlarla olumlu bir ilişki geliştirileceğine olan inanç da 1 ve 3. Bölge açısından yüksek bir oran teşkil etse de en yüksek oranı yine 2. Bölge oluşturmaktadır (% 49,7, Tablo-14).

Tablo-14. “Bölge ↔ Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerine dışarıdan gelen insanlarla iyi/olumlu ilişkiler geliştireceğinizi düşünür müsünüz?”

		Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerine dışarıdan gelen insanlarla iyi/olumlu ilişkiler geliştireceğinizi düşünür müsünüz?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Bölge	1	25,8%	33,3%	10,7%	24,9%
	2	49,7%	22,2%	60,7%	49,9%
	3	24,4%	44,4%	28,6%	25,2%
Toplam		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En merak edilen konu başlıklarından biri olan turizm ve kültürel/manevi değer ilişkileri konusunda da bölgeler arasında anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. 3.

Bölge olan mahalle sakinleri bölgesinde kültürel ve manevi değerlerin turizmden olumsuz yönde etkilenmeyeceğine olan inancın daha yüksek çıkması bu açıdan anlamlıdır (Olumsuz cevapların kendi içindeki oranı % 16.7 iken, olumlu yaklaşanların kendi içindeki oranı % 25.8 düzeyindedir) (Tablo-15).

Tablo-15. “Bölge ↔ Gönen’de kurulması muhtemel yeni tedavi merkezlerine tedavi için dışarıdan gelen insan sayısını artırmasının kültürel ve manevi değerleriniz açısından sakıncalı bulur musunuz?”

	Gönen’de kurulması muhtemel yeni tedavi merkezlerine tedavi için dışarıdan gelen insan sayısını artırmasının kültürel ve manevi değerleriniz açısından sakıncalı bulur musunuz?			Toplam	
	Evet	Hayır	Kararsızım		
1	33,3%	24,0%	23,5%	25,1%	
Bölge	2	50,0%	50,2%	47,1%	50,0%
	3	16,7%	25,8%	29,4%	24,9%
Toplam		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.2. Demografik Değişkenler

Cinsiyet değişkeni de büyük oranda anlamlı bir farklılık ortaya koymamıştır. Sadece erkeklerin tedavi merkezlerinin sosyal ekonomik canlılığa yeterli oranda katkısı hakkındaki düşüncelerinin daha yüksek olduğu farkedilmiştir (% 61.4, Tablo-16).

Tablo-16. “Cinsiyet ↔ Mevcut kaplıca ve termal tedavi merkezlerinin Gönen ilçesindeki sosyal ve ekonomik hareketliliğe katkısını yeterli buluyor musunuz?”

		Mevcut kaplıca ve termal tedavi merkezlerinin Gönen ilçesindeki sosyal ve ekonomik hareketliliğe katkısını yeterli buluyor musunuz?			Toplam
		Yeterli	Yetersiz	Kararsızım	
Cinsiyet	Erkek	61,4%	55,3%	35,5%	55,1%
	Kadın	38,6%	44,7%	64,5%	44,9%
Toplam		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bunun da piyasada çalışan kişilerin büyük oranda erkek olmasıyla ilintisi olabilir.

Yaş değişkenine baktığımızda ise yine anlamlı farklılıklar gözlemlenmemiştir, ve fakat tedavi merkezlerinde çalışma imkanı değerlendirildiğinde 41 yaş ve üstü kişilerin baskın oranda diğer yaş gruplarına göre bu imkana olumlu baktıkları görülmüştür (% 45.4, Tablo-17).

Tablo-17. “Yaş ↔ Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerinde sizin veya yakınlarınızın çalışma imkanı olsa değerlendirir misiniz?”

		Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerinde sizin veya yakınlarınızın çalışma imkanı olsa değerlendirir misiniz?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Yaş	20 yaş ve altı	6,8%	10,0%	26,3%	8,1%
	21-30 yaş arası	24,3%	22,5%	26,3%	24,2%
	31-40 yaş arası	23,4%	15,0%	31,6%	23,0%
	41 yaş ve üstü	45,4%	52,5%	15,8%	44,7%
Toplam		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bunun genel işsizlik oranları ve yaşa bağlı olarak iş olanaklarının sınırlanması ile ilintisi vardır. Daha genç yaşlarda çalışma imkanları ve planları çeşitlilik gösterebilir.

Meslek değişkenine gelirsek; tedavi merkezlerine yaklaşım açısından hizmet sektörü çalışanları, esnaf ve işsizlerin bu merkezlere az da olsa daha olumsuz yaklaştıkları, diğer meslek gruplarında ise bu oranın olumlu bakış lehine olduğu görülmüştür (Tablo-18).

Tablo-18. “Meslek ↔ İlçeniz bünyesinde faaliyet gösteren termal otel, kaplıca, termal tedavi merkezlerini nasıl buluyorsunuz?”

	İlçeniz bünyesinde faaliyet gösteren termal otel, kaplıca, termal tedavi merkezlerini nasıl buluyorsunuz?			Toplam
	Faydalı buluyorum	Olumsuz görüyorum	Kararsızım	
Meslek				
Öğrenci	9,7%	5,8%	13,0%	9,6%
İşsiz	2,3%	4,3%	4,3%	3,0%
Ev Kadını	19,3%	8,7%	15,9%	16,9%
Emekli	17,0%	14,5%	7,2%	14,9%
Kamu Görevlisi	3,5%	2,9%	8,7%	4,3%
Esnaf	22,8%	27,5%	20,3%	23,2%
Hizmet Sektörü Çalışanı	17,4%	20,3%	8,7%	16,4%
Diğer	8,1%	15,9%	21,7%	11,8%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

İlk gruptaki olumsuz oranın az da olsa yüksek olmasının sektör çalışma koşulları ile ilgisi olduğu düşünülmektedir. Meslek değişkenine göre önemli bir diğer karşılaştırma konusu da dışarıdan tedavi amaçlı gelecek kişilerin bölgenin manevi ve kültürel değerlerine olan etkisi konusu. Meslekler arasında öğrenci ve emeklilerin bu konuda olumsuz beyanda bulunma oranlarının daha yüksek olduğu görülmüştür ama bunun da genel toplama etkisi düşüktür. Yine meslekler arasında tedavi merkezlerinin ekolojik korumaya etkisine verilen olumlu cevaplarda esnaf, emekli ve ev kadınları başı çekmektedir (Tablo-19).

Tablo-19. “Meslek ↔ Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerinin Gönen’in ekolojik açıdan korunmasına ve geliştirilmesine olumlu etkide bulunacağını düşünüyor musunuz?”

	Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerinin Gönen’in ekolojik açıdan korunmasına ve geliştirilmesine olumlu etkide bulunacağını düşünüyor musunuz?			Toplam
	Evet	Hayır	Kararsızım	
Öğrenci	8,6%	29,2%	7,0%	9,6%
İşsiz	3,2%		3,5%	3,0%
Ev Kadını	16,9%	8,3%	21,1%	17,0%
Emekli	16,2%	4,2%	12,3%	14,9%
Meslek Kamu Görevlisi	3,5%	12,5%	5,3%	4,3%
Esnaf	24,5%	20,8%	15,8%	23,0%
Hizmet Sektörü Çalışanı	15,6%	25,0%	17,5%	16,5%
Diğer	11,5%		17,5%	11,6%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Aylık gelir açısından bakıldığında bölgenin tanınırlığına ve bölgede iyi bir tatil geçirebileceğine olan inançta oransal olarak 3000 tl ve aşağı miktarda aylık ücreti olanların bir hayli olumlu yaklaştıkları görülmüştür (%76.1, Tablo-20).

Tablo-20. Aylık Gelir ↔ Yabancı turistlerin Gönen ilçesinde mutlu, huzurlu ve iyi bir tatil geçirebileceklerini düşünüyor musunuz?

	Yabancı turistlerin Gönen ilçesinde mutlu, huzurlu ve iyi bir tatil geçirebileceklerini düşünüyor musunuz?			Toplam
	Evet	Hayır	Kararsızım	
3.000 ve altı	76,1%	59,3%	63,4%	71,0%
3.100-6.000 arası	21,5%	37,0%	34,1%	26,3%
6.100-10.000 arası	1,2%	1,2%	2,4%	1,4%
10.100 ve üzeri	0,8%	2,5%		1,1%
Diğer	0,4%			0,3%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bunun da ekonomik istihdam beklentileriyle ilgisi olduğunu düşünüyoruz. Kaldı ki dışarıdan gelen turistler ve uluslararası tanınırlık üzerine soruların hemen hepsinde hem bölgesel hem demografik değişkenleri baz aldığımızda olumlu bir yaklaşım sergilendiğini görmekteyiz.

Fakat özellikle yeni bir merkezin açılması konusunda ilkökul mezunlarının çok açık bir farkla olumlu yaklaştıkları görülmüştür. Ekonomik hareketliliğe katkısı konusunda ortak görüş belirtilmiş olsa da üniversite mezunlarının yeni tedavi merkezleri konusunda 2 katı daha isteklidirler (Tablo-22).

Tablo-22. “Eğitim Durumu ↔ Mevcut kaplıca ve termal tedavi merkezlerinin Gönen ilçesindeki sosyal ve ekonomik hareketliliğe katkısını yeterli buluyor musunuz?”

	Mevcut kaplıca ve termal tedavi merkezlerinin Gönen ilçesindeki sosyal ve ekonomik hareketliliğe katkısını yeterli buluyor musunuz?			Toplam
	Yeterli	Yetersiz	Kararsızım	
İlköğretim	44,3%	29,9%	41,9%	34,1%
Eğitim Lise	39,8%	36,9%	29,0%	36,9%
Durumu Üniversite	14,8%	31,4%	29,0%	27,5%
Lisansüstü	1,1%	1,8%		1,5%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Yeni açılacak tedavi merkezlerinin yeni iş sahalarına yol açması konusunda üniversite mezunlarının büyük bir beklenti içerisinde oldukları ortadadır. Bu nedendir ki olumlu cevap oranları daha yüksek çıkmıştır.

Medeni durum değişkeninin de diğer değişkenler gibi kendi içerisinde çok düşük anlamlı farklar oluşturduğu görülmektedir. O farklardan birisi tedavi merkezlerinin yeni iş imkanı yaratması ihtimali. Bekar ve dul olanlar çalışma imkanlarına daha yüksek oranda olumlu cevaplar vermişlerdir. Evet cevaplarının bekar/dul oranı % 30'9 iken, hayır cevaplarının bekar/dul oranı %23.7 çıkmıştır (Tablo-23).

Tablo-23. “Medeni Durum ↔ Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerinde sizin veya yakınlarınızın çalışma imkanı olsa değerlendirir misiniz?”

	Gönen’de kurulacak yeni tedavi merkezlerinde sizin veya yakınlarınızın çalışma imkanı olsa değerlendirir misiniz?			Toplam
	Evet	Hayır	Kararsızım	
Medeni Durum				
Evli	69,1%	73,7%	55,6%	68,9%
Bekar/Dul	30,9%	23,7%	44,4%	30,8%
Diğer		2,6%		0,3%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.3 Gönen Tercihini Etkileyen Faktörler

Bu bölümde ise bölümde katılımcılar açısından, insanların termal merkez olarak Gönen’i tercih etmelerinde etkili olabilecek faktörlerle ilgili bilgiler yer almaktadır. Birden fazla seçim hakkı olan görüşülen kişilerin toplam 399 sayısı içerisindeki faktör tercihlerinin frekans tablosu şu şekildedir.

Özet tablo

Faktörler	f
Eş-dost tavsiyesi etkilidir	325
Daha önceki deneyimler etkilidir	270
Gönen’le ilgili internet siteleri etkilidir	152
Turizm işletmelerinin reklamları etkilidir	173
Basından elde edilen olumlu bilgiler etkilidir	165
Gönen’in nezih bir imajı olması etkilidir	193
Konumu ve ulaşılabilir olması etkilidir	279
Sunulan hizmetlerin kalitesi ve çeşitliliği etkilidir	197



Görüleceği üzere eş-dost tavsiyesi başı çekmektedir. Sonraki tercihlerde merkezin konumu ve deneyimler devreye girmiştir. Son tercih sırasında ise hizmet kalitesi, Gönen'in imajı, basın bilgileri, reklamlar ve internet siteleri etkili olmuştur. Yani somut deneyimler ve deneyimlerin aktarılmasının (ikincil deneyim) modern reklam endüstrisinin etkisine göre daha başat bir konumu işgal ettiği ortadadır.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizm ve sosyal etki ilişkisi ifade edildiğinde ilk akla gelen turizmin yerelde oluşturmayı planladığı dönüşüme karşı geliştirdiği bir takım işaret levhalarıdır. Bu ilk başta ifade edilen demografik özellikler ise, ikinci olarak sosyo-ekonomik beklenti ve kültürel yönelimler akla gelmektedir. Gönen gibi ilçe turizmini dikkate aldığımızda ise çok temel ekonomik beklentileri ve kültürel hassasiyetleri dikkate almamız gerekecektir. Eğer bir turistik dönüşüm faaliyeti ekonomik düzeni yapısal olarak dönüştürüp yeni ve çatışmalı bir sosyal ilişkiler ağı oluşturursa, burada huzursuzluğun baş göstermesi kaçınılmazdır. Yine bir dönüşüm kültürel hassasiyetleri önemsemeden, sadece turistik işlevlere odaklanırsa, oradan sağlıklı bir neticeye ulaşmanın imkanı yoktur. Turizm literatürü bizlere göstermektedir ki, yerelin dönüşüme hazır olması kadar,

girişimci öznelerin de düşünömsel bir sürece göre hareket etmeleri zorunludur. Bizim Gönen özelinde gözlemllediğimiz ise yöre insanının termal tedavi içerikli turizm olgusuna yaklaşımlarının olumlu ve içerici olduğu yönündedir.

Bu olumlu tabloya karşın, olası olumsuz etkilerin giderilmesinde dikkate alınması gereken bazı noktaları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Yerelin bir kültürel dejenerasyon hissine kapılmasına neden olacak pratiklerden kaçınılması
- Yerelin her aşamada turistik faaliyet hakkında bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi
- Ne tür bir turist prototipi istendiğinin net olarak ortaya konması ve standardın sağlanması
- Bizatihi yöre halkının turizm konusunda bazı seminer, eğitim, kurslarla ön bilgilendirilmesi ve sürece katılımının sağlanması

Sonuç olarak bulguları göz önüne aldığımızda, yöntem kısmında ifade ettiğimiz hipotezin doğrulandığını, yani halkın turizm girişim ve faaliyeti hakkında yeterli bilgilendirmeye ulaştığında hissettiği tehdit algısının düştüğünü; bu algının düştüğü oranda da faaliyete dönük sahiplenici tutumların arttığı gözlenmektedir. Elde edilen bulguların ve ulaşılan sonuçların turizm politikasına ve sonraki alan çalışmalarına yol gösterici olması umulmaktadır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve / veya yayınlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması mevcut değildir.

Destek/Finansman Bilgileri: Bu makalenin araştırma süreci için Pamukkale üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi Pamukkale Teknokent Yönetici A.Ş.'nin 2019.PTY.001 numaralı projesinden destek alınmıştır.

Etik Kurul Kararı: Bu çalışma, Pamukkale üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi Pamukkale Teknokent Yönetici A.Ş.'nin 2019.PTY.001 numaralı GÖNEN TERMAL KENTİ PLANI VE TERMAL SAğLIK MERKEZİ FİZİBİLİTE RAPORU başlıklı çok ortaklı projesinin, yine tarafımca hazırlanan 2019 yılına ait sosyal etki raporu esas alınarak kaleme alınmıştır. Çalışma yılı itibarıyla etik kurul raporu zorunluluğu olmadığı için için etik kurul kararına ihtiyaç olmamıştır.

KAYNAKÇA

- Bruner, E. M. & Kirshenblatt-Gimblett, B. (1994). "Maasai on the Lawn: Tourist Realism in East Africa". *Cultural Anthropology* 9(2): 435-470.
- Evans-Pritchard, D. (1989). "How 'They' See 'Us': Native American Images of Tourists". *Annals of Tourism Research*, 16(1).
- Lett, J. (1989). "Touristic Studies in Anthropological Perspective", (iç.) Smith V. L. (Ed.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Philadelphia: The University of Pennsylvania Press.
- Mansperger, M. C. (1995). "Tourism and Cultural Change in Small Scale Societies, *Human Organization*. 54(1): 87-94
- Nash, D. (1996). *Anthropology of Tourism*. New York: Pergamon.
- Oliver-Smith, A. & Arrones, F. J. & Arcal, J. L. (1989). "Tourist Development and the Struggle for Local Resource Control". *Human Organization*, 48(4).
- Orams, M. (1999). *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*. London: Routledge.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications.
- Williams, S. & Lew. A. A. (2015). *Tourism Geography: Critical Understandings of Place, Space and Experience*. London: Routledge.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

International and local tourism activities offer an ideal context for analyzing the political economy, social change, natural resource management, and cultural identity. This context not only provides material in terms of structural transformations but also gives us clues about how culture is represented and perceived in the thoughts of the host and tourist and raises questions such as: How does the expectation of the tourists transform local cultural traditions? How can this transformation be aligned with the tourism market? How does the change of culture into a product take place, and what are the points of differentiation in the local people's experience of it? What is the power relations dimension of these encounters?

Method

This study emphasizes the importance of considering cultural patterns in tourism initiative activities. For this reason, the central hypothesis of this study is that "if there is no feeling of threat in the mind of host community, the support for tourism initiatives increases." The main question of the research is: "What are the attitudes of people living in Gönen district towards tourism initiatives?". For this reason, the main focus is on the hotels interacting with health tourism in 3 different regions, including the district center and settlements. Through the quantitative data collection method and survey technique, the primary data consists of face-to-face interviews with 399 people and analyzing them with the SPSS technique. This study was designed based on a structural-functionalist approach, and the variables were discussed based on this framework.

According to the address-based census system, the population of the Gönen district center was 42.000. The first of the interview areas consists of 3 layers the hotels, the second is the center of the district (the bazaar), and the third part is the residential areas related to this thermal area.

54.4% of the participants are men, and 45.1% are women. As such, the balance between men and women was attentive. While 44% of the participants are over 41, 48% are between the ages of 20 and 40. Students, homemakers, unemployed, retired, public servants, and service sector workers are among the interviewees, with the highest percentage being merchants. While 65% of the participants stated that their monthly income is less than 3000 TL, 24.6% said their monthly income is between 6100-10000 TL. Regarding education, primary and high school graduation rates are close, with 34% and 36%. University graduation comes after these two with 27%. A large proportion of 65.9% of the participants is married regarding marital status.

Findings

There is a high belief that the new treatment centers will make the Region more recognizable internationally and increase the awareness of other resources. Locals also have high trust in Gönen. They think the tourists who come here will have a happy and peaceful stay in Gönen. This trust is vital because the harmony between outsiders with local people is a sensitive issue. In the theoretical discussions, we have stated above that some researchers are pessimistic about the effects of the tourism sector. Most of the people we interviewed in Gönen said that the crowd created by tourism would not negatively affect their cultural and spiritual values.

They fully believe they will develop good and positive relationships with people from outside. Moreover, they also have a favorable view of the economic contribution of this crowd of people. This situation is related to the positive

expectations of the merchants. Even though a belief that a positive relationship will develop with people coming from outside constitutes a high rate in the first and third regions, the second region still has the highest rate. We think that this has something to do with economic employment expectations. Moreover, we see that almost all of the questions on foreign tourists and international recognition show a positive approach when we take regional and demographic variables as a basis. However, primary school graduates have a positive attitude toward opening a new center. Although there is a common belief in its contribution to economic mobility, university graduates are twice as eager for new treatment centers.

Conclusion and Discussion

Regarding tourism regions like Gönen, we must consider fundamental economic expectations and cultural sensitivities. If a touristic transformation activity structurally transforms the economic order and creates a new and conflicting social relations network, unrest will inevitably arise. Again, if a transformation focuses only on tourism investments without caring about cultural sensitivities, it is impossible to reach a healthy result there. Tourism literature shows us that entrepreneurial subjects must act according to a reflexive process and the locals' readiness for transformations. We observed in Gönen that the local people's approach to tourism with thermal treatment is positive and inclusive.

Despite this positive picture, we can list some points that should be taken into account in eliminating possible negative effects as follows:

- Avoiding practices that will cause the locals to feel a sense of cultural degeneration
- Informing and raising awareness of the locals about the tourist activity at every stage

- Clarifying what kind of tourist prototype is expected and ensuring the standard
- Informing the local people about tourism with some seminars, training, and courses and ensuring their participation in the process.

As a result, the hypothesis we expressed in the method part is confirmed; host communities perceive a threat when they do not reach sufficient information about the tourism initiative and activity. It is evident that as this negative perception decreases, a warm reception increases. Ultimately, we hope the findings and results will likely guide tourism policy and subsequent field studies.