



Journal of Economy Culture and Society

ISSN: 2602-2656 / E-ISSN: 2645-8772

Araştırma Makalesi / Research Article

Post-modern Tanrı Misafiri: Couchsurfing Deneyim Süreci

The Postmodern Unexpected Guest: The Couchsurfing Experience Process

Serhat AYDIN¹ , Emin Cihan DUYAN² 

¹Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir, Türkiye
²Eskişehir, Türkiye

ORCID: S.A. 0000-0001-6646-7656;
E.C.D. 0000-0002-9988-0444

Corresponding author:

Serhat AYDIN,
Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yunus
Emre Kampüsü, Eskişehir, Türkiye
E-mail: serhat_aydin@anadolu.edu.tr

Submitted: 22.01.2019

Revision Requested: 18.04.2019

Last Revision Received: 04.05.2019

Accepted: 02.06.2019

Published Online: 20.11.2019

Citation: Aydın, S., Duyan, E. C. (2019). Post-modern tanrı misafiri: Couchsurfing deneyim süreci. *Journal of Economy Culture and Society*, 60, 227-243.
<https://doi.org/10.26650/JECS2019-0003>

Öz

Bu araştırmanın konusu, sosyal mübadele teorisi kapsamında internet üzerinden ücretsiz konaklama üzerine kurulu Couchsurfing (CS) oluşumudur. Araştırmanın amacı ise CS üzerinden insanların neden evlerini tanımadıkları bir insanla paylaştığını keşfetmek ve sosyal mübadele teorisi kapsamında değerlendirmektir. Bu doğrultuda, Eskişehir'de CS üyesi ve misafir ağırlamış yedi katılımcı ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma kapsamında CS deneyimi, beklenti, amaç, kurulan ilişki, güven ve karşılıklılık kavramları bağlamında sorgulanmıştır. Bu araştırmada, katılımcıların CS deneyim süreci keşfedilmiştir. CS'nin sosyal mübadele teorisine farklı bir bakış açısı kazandırabileceği tespit edilmiştir. CS deneyimi, sosyal mübadele teorisi kapsamında bir süreç olarak model önerisiyle açıklanmıştır. Bu modele göre CS aracılığıyla insanlar üç aşamada karşılaşmaktadır. İlk karşılaşma tarafların internet üzerinden etkileşimini açıklamaktadır. İkinci karşılaşma ise yüz yüze etkileşimi ve son karşılaşma ise CS deneyimi sonrası iletişimi açıklamaktadır. Ek olarak, katılımcılar için güven, araştırmada öne çıkan bir kavram olmuştur. Bunun nedeni ise ilk karşılaşmanın internet üzerinden gerçekleşmesidir. Sosyal mübadele teorisi kapsamında ise öne çıkan kavram karşılıklılıktır. Bu bağlamda, ileride yapılacak araştırmalar güven ve karşılıklılık değişkenleri üzerinden kurgulanabilir. Ayrıca CS araştırmaları katılımcı gözlem ve alan notları yoluyla geliştirilebilir. İleride yapılacak araştırmalara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Mübadele Teorisi, Couchsurfing, Eskişehir

ABSTRACT

The subject of this research is the formation of Couchsurfing (CS) based on free accommodation on the internet within the context of social change theory. The aim of the research is to discover why people share their homes with people through CS and to evaluate them in accordance with social change theory. In this context, seven participants were interviewed in Eskişehir with CS members and hosted guests. As part of the research, the concepts of the CS experience, expectations, purpose,

established relationships, trust and reciprocity were questioned. In this study, the CS experience process of the participants was learned and it was determined that CS might provide a different perspective in social change theory. The CS experience is explained with a model proposal as a process within social change theory. According to this model proposal, people move through three phases in CS. The first phase is the internet interaction. The second phase is the face-to-face interaction and the last phase is the communication following the CS experience. Trust for participants is a prominent topic in research in this area. This is due to the fact that the first interaction is carried out over the internet. In the context of social exchange theory, the prominent concept is reciprocity. Future research can be structured on the variables trust and reciprocity. In addition, CS research can be developed through participatory observation and collecting field notes. Lastly, research suggestions are presented.

Keywords: Social Exchange Theory, Couchsurfing, Eskisehir

EXTENDED ABSTRACT

Couchsurfing (CS) is a suitable field for research in both tourism and social psychology. CS reveals social change, relationships and interactions within the cross-cultural context (Chen, 2017). CS is associated with voluntary or intimate tourism concepts in tourism (Bialski, 2006). This is because the development of CS has focused more on social relations than on any material return. The basis of CS is made up of travel and accommodation. CS literature generally relates to online confidence, confidence in the initial phase between the host and the guest, technological infrastructure and demographic characteristics of CS users (Luo and Zhang, 2016).

Rosen et al., (2011) investigated participation activities in an online resource exchange community that explored the elements of belonging, commitment and trust. Adamic et al. (2011) tried to identify the relationship between friendship and trust through CS. Ayers-Greenidge (2012) identified the motivation and demographic characteristics of CS members in this qualitative study on Taiwanese CS members. Hellwig et al. (2014) focused on the question of why CS members make their homes available to foreigners. Geiger and Germelmann (2015) explored concepts of social interaction such as sharing, reception and reciprocity through CS. Based on the theory of interpersonal relations, Luo and Zhang (2016) aimed to explore the process of interpersonal trust building in CS, which includes both online and offline interactions. Liu et al. (2016) focused on discovering critical success factors to ensure CS's sustainable development. Avcikurt et al. (2017) examined CS's member behavior in the context of slow tourism. Schuckert et al., (2017) interview 14 people living in Austria to understand the motivations and behaviors of CSs and hosts, to learn more about travel experience in general, to understand host-guest relationship perception, and travel behavior. Geiger et al., (2018), explores reciprocity and expectations as well as obligations in the free choice of free accommodation sharing or social context shape preferences.

The aim of this research is to evaluate the Couchsurfing within social change theory. This research was designed as a qualitative research. In this context, semi-structured interviews were conducted with seven participants who are members of CS in Eskisehir. The data was analyzed without using any qualitative data analysis program. Research participants were selected based on pre-defined criteria such as reference number, return rate, last online status, and hospitality number. The research question is to determine why people do not know why they host people in their homes. Social change theory explains the social and economic interactions between people. In this study, it is assumed that the social element of the theory is important. The reason for this is that CS is kept on the economic side and is based on free exchanges. Furthermore, there is a negative situation for the tourism sector through the emergence of a different social psychological point of view. The aim of this research, is to learn the

motivations, experiences and relationships of the CS users with the guests. Because of human relations, this research was evaluated within social exchange theory. As a result of the research, CS experience was evaluated within social change theory and a model proposal explaining the process was presented. It was concluded that CS is similar in terms of the interaction of social change theory with the interaction of two people, but usually in terms of the interaction of any two people. It was stated that such applications are based on technology and it should be re-adapted to the theories depending upon past and social relations. In this context, instead of the concept of reciprocity, which is a key element in social change theory, the concept of partial reciprocity was proposed. In addition, the CS experience process is explained in a theoretical model. According to this model proposal, people encounter three stages through CS. The first step is the internet interaction. The second is the face-to-face interaction and the last step is the communication after the CS experience. In addition, trust for participants is a prominent concept for research. This is due to the fact that the first encounter is carried out over the internet. In the context of social exchange theory, the prominent concept is reciprocity. Future research can be structured on the variables of trust and reciprocity. In addition, CS research can be developed through participatory observation and collection of field notes.

1. Giriş

Sosyal mübadele teorisini ve Couchsurfing (CS)'i konu alan bu araştırmada temel soru, insanların neden hiç tanımadıkları birine evlerini açtığı şeklinde belirlenmiştir. Bu araştırmada birincil bakış açısı, insanların seyahat ve konaklamalarını ele alması bakımından turizm, ikinci bakış ise seyahat sırasında konaklamaların yabancı bir insanın evinde gerçekleştiği için sosyal etkileşimdir. Bilindiği üzere, insanlar ziyaret ettikleri destinasyonlarda farklı şekillerde konaklama imkânı bulabilmektedir. Bu konaklama, farklı konaklama işletmelerinde yapılabilsede günümüzde farklı şekillerde de olabilmektedir. Bu duruma örnek olarak öncelikli sınıflandırma ücretli ve ücretsiz olmasıdır. Bilinen konaklama işletmeleri dışındaki ücretli konaklama, günlük kiralık ev ve apartlar ya da Airbnb.com gibi web siteleridir. Ücretsiz konaklama imkânı ise insanların kişisel bağlantılarıyla tanıdıkları veya tanımadıkları başka insanların evlerinde konaklamalarıdır. Bu noktada CS, insanların tanımadığı insanlar tarafından misafir edilmesine imkan sağlayan bir oluşumdur. Turizm sektörünü ekonomik yönden olumsuz etkilediği, insan ilişkileri, karşılıklı güven ve paylaşım bakımından sosyal anlamda olumlu olduğu düşünülen bu oluşum, dünya çapında 200.000 şehirden 10 milyon üye ile (Couchsurfing, 2018) şimdiye kadar tasarlanmış en büyük ücretsiz konaklama platformları arasında yer almaktadır. Üyelik ücretsizdir bununla birlikte üyeler isteğe bağlı olarak doğrulamalar (adres, kimlik, telefon gibi) yoluyla katkıda bulunabilirler (Couchsurfing, 2018). Buna benzer oluşumlar olsa da (airbnb.com, homeaway.com, roomorama.com) en kapsamlı ve eskiye dayanan oluşumlardan biri CS'dir. CS, insanların seyahatleri sırasında birbirlerinin evlerinde ücretsiz bir konaklama imkanı sunan ve dünya çapındaki gezginlerin çevrimiçi misafirperverlik ağı şeklinde tanımlanmaktadır (Molz, 2012). CS üyeleri arasındaki alış veriş bir zorunluluk olarak değil tamamen gönüllülük ve karşılıklılık esasına dayalı bir sistemdir (Molz, 2007). CS'nin kültürler arası bağlamda sosyal mübadeleyi, ilişkiyi ve etkileşimi ortaya çıkardığı ifade edilebilir (Chen, 2017). CS, turizm kapsamında gönüllü veya samimi turizm kavramlarıyla ilişkilendirilmektedir (Bialski, 2006). Bunun nedeni ise CS oluşumunun herhangi bir maddi getiriden daha çok sosyal ilişkilere odaklanmasıdır. CS'nin temelinde seyahat ve konaklama vardır. CS'yi geliştirenler ve kullanıcıları seyahatin daha iyi bir dünya yaratabileceğini ve CS'nin seyahatleri zenginleştirdiğini kabul etmektedir. Bu kapsamda CS'nin temel "Dünyayı dolaş", "Yerel insanlarla tanış ve onlarda kal", "Şehrini yeniden keşfet", "Misafir ol" sloganları öne çıkmaktadır. CS oluşumu, insanların yerel yaşamasına, tanımadığı insanların evlerinde konaklamasına ve dünyanın sadece para temelinde olmadığını öne çıkarmaktadır. CS'nin değerlerine bakıldığında ise "Hayatını paylaş", "Bağlantı kur", "Nezakete yaklaş", "Meraklı ol" ve "Bulduğundan daha iyi bırak" öne çıkmaktadır. Bu bağlamda CS'nin temel sloganlarına ve değerlerine bakıldığında oluşumun, sosyal, manevi ve kültürel yönünden bahsetmek mümkün olabilmektedir. CS ile insanlar, site veya uygulama üzerinden seyahat etmek istedikleri destinasyonlardaki üyelerle mobil olarak bağlantı kurduktan sonra ev sahibi üyelerin uygun gördüğü takdirde evlerinde konaklama imkanı bulmaktadırlar. Bu imkan sadece konaklama veya bununla birlikte hem konaklama hem de birlikte zaman geçirme olabilir. Bununla birlikte sadece seyahat edenler değil aynı şehirde yaşayan ve CS üyesi olanlar ise düzenlenen farklı etkinliklere katılım sağlayarak bir araya gelebilmektedirler.

2. Sosyal Mübadele Teorisi

Sosyal mübadele teorisinin temelleri Homans (1958), Gouldner (1960), Blau (1964) ve Emerson (1976) tarafından ortaya konulmuştur. En temel anlamda teori, sosyal mübadelelerdeki insan davranışını açıklamak için ortaya atılmıştır. Bir mübadele ilişkisi olarak nitelendirilen teori, hem

sosyal hem de ekonomik bir mübadele olarak ifade edilmektedir. Sosyal mübadele teorisi, bireylerin karşı taraftan davet, iyilik ve olumlu ifadeler anlamında karşılık beklediği için birbirleriyle gönüllü olarak ilişkiye girdiklerini ifade etmektedir (Blau, 1964; Homans, 1958). Blau'ya göre sosyal mübadele, bireylerin elde etmeyi ümit ettikleri geri dönüşler aracılığıyla motive oldukları gönüllü davranışlardır. Sosyal mübadele teorisine göre bir birey, bir diğerine gelecekte birtakım geri dönüşler elde edeceği ümidiyle bir iyilik yapmaktadır. İyiliği yapan taraf, karşı tarafın bunun karşılığını ödeyeceğine dair bir beklenti içerisinde girmektedir. Taraflar birbirlerinin beklentilerini karşıladıkları sürece, sosyal mübadele ilişkisi devam etmektedir.

Teorinin temel varsayımı, tarafların, ödüllendirilme beklentisi (saygı görme, onur, arkadaşlık, dikkate alınma vb.) içinde sosyal ilişkilere girdiği ve bu ilişkileri sürdürdüğüdür. Teorinin gelişimine katkı sağlayan öncü araştırmalar, Blau (1955, 1960, 1964), Emerson (1962) ve Homans (1958) gibi sosyologlar ile Thibaut ve Kelley (1959) gibi sosyal psikologların çalışmalarını içermektedir. Homans (1958) sosyal davranışı bir mübadele ilişkisi olarak gören ilk sistematik teoriyi geliştirmiştir. Bununla beraber, Blau (1964), bir mübadele süreci olarak sosyal ilişki kavramını tanımlayabilmek için “sosyal mübadele teorisi” terimini ilk kez kullanmıştır. Thibaut ve Kelley de bu teoriye önemli ölçüde katkıda bulunan diğer araştırmacılarıdır. Yazarlara göre bireyler, diğerleri ile (bireyler, gruplar ya da örgütler) arzuladıkları sonuçlara ulaşmak için işbirliği yaparlar. Emerson'un (1962) teoriye olan katkısı ise, mübadele ilişkileri üzerinde güç ve bağlılığın etkileri konusunda olmuştur. Yazar, güç dengesizliklerinin sosyal ilişkileri istikrarsız hale getirdiğini ve bir sosyal mübadele ilişkisinin sürdürülebilmesi için karşılıklı bağımlılığın büyük önem taşıdığıni savunmuştur (Lambe vd., 2001).

Sosyal mübadele teorisinde genelde içsel yararlar incelemeye alınmaktadır (Bock ve Kim, 2002:15). Sosyal mübadele teorisine göre insanların birbirleri arasındaki sosyal mübadelelerde de tıpkı ekonomik mübadelelerde olduğu gibi mübadeleye ait birtakım kaynaklar, kazançlar ve maliyetler söz konusu olmaktadır (Cropanzano ve Mitchell, 2005: 880).

Homans (1958, 1961) yaptığı çalışmalarda sosyal mübadele teorisine karşılıklılık kavramını ekleyerek toplumsal davranışı açıklamış, Blau (1964) ise ödül/fayda ve maliyet kapsamında değerlendirerek ayrıca gönüllülük ve güven kavramını eklemiştir. Buna ek olarak bireylerin karşılıklı etkileşim sonucu elde etmeyi öngördükleri kazançları ya da bu süreçte katlanmış olduğu maliyetlerin karşılığını almaya yönelik herhangi bir zorunluluk olmadığı savunulmuştur (Blau, 1964). İleri sürülen bu görüş gönüllülük ve güven kavramlarını destekler niteliktedir. Bu doğrultuda Couchsurfing (CS)'in sosyal mübadele teorisi için uygun bir çalışma alanı olduğu ifade edilebilir. CS kullanıcıları arasında ilişkisel, coğrafi veya sosyal bir bağlantı yoktur. Bu oluşumda, ücretsiz konaklama paylaşımında bulunan katılımcılar arasında herhangi bir para söz konusu olmadığından, yabancılar arasında paylaşım, ekonomik bir mübadele değil ağırlıklı olarak sosyal bir mübadeledir (Geiger vd., 2018).

Sosyal davranışları açıklayan en eski teorilerden biri olan sosyal mübadele teorisi, sosyal mübadelenin varlığından söz edebilmek için bir dizi etkileşimin gerçekleşmesinin zorunlu olduğunu savunmaktadır (Okumuş ve Öztürk, 2014). Mübadele ortakları arasındaki ilişki, birbirleri için sağladıkları faydaların niteliği ve değişimin sosyal bağlamı gibi sosyal şartlardan etkilenir. Devam eden mübadeleler durumunda, sosyal mübadele sosyal bağlar oluşturur. Aksi halde, karşı tarafın karşı koyamayacağı kişiler için üstün bir statü oluşturur (Blau, 1964). Dolayısıyla iki taraf içinde karşılıklı güven ve ahlak ihtiyacından söz edilmektedir. Sosyoloji ve antropolojiden gelen sosyal mübadele teorisinde, iki aktör arasındaki kısıtlı (doğrudan) değişim ve ikiden fazla aktör arasındaki genelleştirilmiş (dolaylı) değişim arasında ayırım yapılmaktadır (Takahashi, 2000).

Sosyal mübadelenin farklı görüşleri ortaya çıkmış olsa da, teorisyenler, sosyal mübadelenin, karşılıklı sorumluluklar ortaya çıkaran bir dizi etkileşimi içerdiği konusunda fikir birliğine içindedir (Emerson, 1976). Sosyal mübadele, ilişkide bulunan insanların bir dizi beklenti ile birbirleriyle etkileşimde olduğu ve istenilen çıktılara ulaşmak amacıyla tekrarlanan şekillerde sosyal ilişkilerde bulunduğu bir ilişki yapısı olarak tanımlanmıştır (Thibaut ve Kelley, 1959'dan aktaran Okumuş ve Öztürk, 2014). Sosyal mübadelenin temeli bireyler arası gerçekleşen çeşitli toplumsal, duygusal veya ekonomik çıkarların değişimine dayanmaktadır. Bu ilişkilerin temelinde ise karşılıklıdır. Homans (1958)'a göre sosyal mübadele, en az iki birey arasında gerçekleşen somut ya da soyut bir alışveriş eylemini ifade etmekte ve taraflardan birinin ödüllendirilmesi ya da diğerinin çeşitli maliyetlere katlanmasıyla tanımlanan bir süreçtir. Sosyal mübadele teorisi, "karşılık normu"na vurgu yaparak sosyal mübadelelerde bir kişiye karşı olumlu bir davranış sergilediğinde, bu kişi için karşılığında belirlenmemiş bir olumlu davranış gösterme yükümlülüğü doğduğunu söylemektedir (Swift ve Virick, 2013: 718). Dolayısıyla, insanlar sosyal mübadelelerde bulunurken genelde belirsiz bir gelecek getiri beklentisi içerisindedirler (Çetin ve Şentürk, 2016). Sosyal etkileşim ekonomik etkileşime göre açıkça tanımlanamayan elde edilecek kazancın güvene dayandığı ve belirsizlik içeren bir durumdur. Sosyal mübadele teorisinin dayandığı temel varsayım, kazançtan ziyade daha çok ödül verilerek karşılıklı güven ve sevgiyi sağlamaktır. Kişi karşısındakine bir iyilik yaptığında ne zaman ve nasıl olacağını bilmese de mutlaka bir iyilik ile karşılık bulacağına dair bir beklenti de olmaktadır. Bu bağlamda sosyal mübadelede temel motivasyonlar, güven, sadakat ve bağlılık tutumlarıdır.

Sosyal mübadele teorisine göre taraflar, ödül beklentisiyle bir ilişkiye girmekte ve bu ilişkiyi korumaktadır. Sosyal mübadele ilişkisinin temelinde karşılıklılık ilkesi vardır. Karşılıklılık ilkesi, karşı taraftan olumlu bir davranış gören bireyin, pozitif karşılık vereceğini ifade eden bir kavramdır. Karşılıklılık ilkesi, bireyin kendine yardım edenlere yardım etmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Dolayısıyla, bir birey karşı taraftan yardım görmek istiyorsa, karşı tarafa bir yardımda bulunmalıdır.

Sosyal mübadele teorisi, davranışları açıklamada sosyal psikolojik ve sosyolojik bir bakış açısı sağlıyor olsa da ekonomik tarafının da olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda teorisinin önemli varsayımı, bireylerin karar almada rasyonel davrandıkları ve en fazla getiriyi en az maliyetle elde etme eğiliminde olduğudur. Bununla birlikte, karşılıklılık, eşitlik, gönüllü değişim ve adalet bu teorisinin diğer varsayımlarıdır. Bunlara ek olarak, Searle (1991)'ye göre sosyal mübadele teorisinin ilkeleri, bireyler ilişkiye ödül beklentisi dolayısıyla girmeleri, ödül varsa ve büyüme eğilimindeyse, ilişkinin yaşamaya devam ettiği, taraflardan biri karşılık verdiğinde ve sundukları ödüller diğer tarafa adil geldiğinde bireylerin ilişkiye devam ettiği, ilişkinin bedellerinin ödülleri aşmaması gerekliliği ve umut edilen ödüllerini alma ihtimali yüksek olması gerekliliği şeklindedir. Buna bağlı olarak sosyal mübadele teorisinde, insan davranışının akılcı olması, fayda-maliyet analizinin dikkate alınması (azalan marjinal yarar) ve sosyal mübadele durumunda insanlar verdikleri ve aldıkları arasında denge beklentisi içinde olduğu kabul edilmektedir. Bu ilkeler rasyonellik, ödülleri yoksunluğu-doygunluğu, karşılıklılık, adalet, kazançlara karşı maliyetler, güç, alternatifler, ödülleri olasılığı olarak özetlenebilir.

3. Couchsurfing

Mal, yiyecek ve mekânın bir aile içinde ya da arkadaşlar arasında paylaşılması normal karşılanabilir, fakat bu tür bir paylaşım nadiren yabancı kişiler arasında gerçekleşmektedir (Belk, 2010). Bu durumun aksine CS söz konusu olduğunda, paylaşımın genellikle yabancılar arasında

gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Ek olarak, ev sahipleri sadece kendi evlerini paylaşmakla kalmamakta, aynı zamanda boş zamanlarını ve diğer kaynaklarını da misafirlerle paylaşmaktadır. Böylece kısa zaman dilimlerine rağmen arkadaşlık, samimiyet ve güven gelişmektedir. Her konaklama için bu durum geçerli olmasa da bu tür bir ilişki genellikle CS kullanıcılarının aradığı şeydir (Bialski, 2012). CS üyeleri, gezginlere ücretsiz konaklama imkânı sunarak ya da kendileri gezerek ve dünyanın her yerinden yerel bir bakış açısıyla mekânları deneyimleyerek ev sahibi olarak işlev görmektedir. CS, seyahat planlama sürecinde özellikle konaklama yeri seçiminde kullanıcılarına hizmet vermektedir. CS, farklı destinasyonlardan kullanıcıları bir araya getirme, ilişki kurmalarını sağlama ve destinasyon hakkında bilgi edinme gibi işlemlere sahip bir oluşumdur. Kurumsal olmayan bir seyahat şekli olarak, CS topluluğunun temel görevleri, seyahat ederken ücretsiz konaklama imkânı sağlamak, yöre halkıyla iletişim kurmak, bilgi alışverişinde bulunmak ve kültürler arası iletişimi sağlamaktır (Chung ve Buhalis, 2009). Geiger vd., (2018) CS'nin standartların dışında ve sadece bir konaklama paylaşımından oluşmadığını bununla birlikte ücretsiz konaklama paylaşımı sadece bir çatının paylaşımı değil, aynı zamanda ev sahibi ve misafir arasındaki ortak deneyim olarak tanımlamaktadır.

Nunkoo, Smith ve Ramkisoon (2013), 1984-2010 yılları arası üç turizm dergisinde yayınlanmış (*Annals of Tourism Research*, *Tourism Management* ve *Journal of Travel Research*) 140 makaleyi, araştırma yaklaşımı, kuramı, yöntemi kapsamında incelemiştir. Araştırmanın bir sonucu olarak 76 makale herhangi bir kurama dayanmazken 64 makale farklı kuramlar temelinde değerlendirilmiştir. Bu 64 makalenin 36'sı ise sosyal mübadele teorisi ele alınarak yapılmıştır. Bu durum, sosyal mübadele teorisinin turizm disiplinindeki araştırmalara konu edilmesinin uygunluğunu göstermektedir.

Araştırmanın temel sorusu; neden insanların hiç tanımadıkları insana/insanlara evlerini/kapılarını açtığı şeklinde belirlenmiştir. Sosyal mübadele teorisi insanlar arasındaki etkileşimi açıklamaktadır. Bu etkileşim, ekonomik ve sosyal boyut olmak üzere açıklanabilir. Bu araştırma kapsamında teorinin sosyal kısmı önem teşkil etmektedir. Bunun nedeni, ekonomik tarafın dar kapsamda kalması ve CS oluşumunun sosyal yönünün öne çıkmasıdır. CS, temelde insanların evlerini ya da odalarını teknik olarak tanımadıkları insanlarla paylaştıkları bir platformdur. Bu durum ise sosyal etkileşimi ve sosyal ilişkileri ön plana çıkarmaktadır. Turizm sektörü bağlamında ele alındığında insanların gittikleri destinasyonda ücret ödeyecekleri bir konaklama işletmesi yerine ücretsiz konaklama ile destinasyonda zaman geçirebilmeleri söz konusu olmaktadır. Bu anlamda turizm sektörü için olumsuz bir durum oluşsa da sosyal psikolojik açıdan farklı bir inceleme alanı ortaya çıkmaktadır. Bu araştırmada, CS kullanıcılarının motivasyonları, deneyimleri ve ağırladıkları misafirler ile kurdukları ilişkinin keşfedilmesi planlanmıştır. Sosyal mübadele teorisi kapsamında değerlendirilme nedeni ise teorinin insan ilişkileri üzerine kurulu bir temeli olmasıdır.

4. Alanyazın

Bu bölümde turizm alan yazınında CS üzerine yapılmış araştırmalar sunulmuştur. Buradan hareketle, CS üzerine yapılmış araştırmalara bakıldığında genellikle çevrimiçi güven, ev sahibi ve misafir arasındaki başlangıç aşamasındaki güven, teknolojik altyapı ve CS kullanıcılarının demografik özellikleri (Luo ve Zhang, 2016) göze çarpmaktadır.

Rosen vd., (2011) çalışmalarında, aidiyet duygusu, bağlılık ve güven gibi unsurları araştıran bir çevrimiçi kaynak değişimi topluluğunda (CS) katılım faaliyetlerini sorgulamıştır. Bulgular, diğer üyelerle yüz yüze görüşme yapmayan üyelerin topluluğa ait olanlardan daha düşük bir aidi-

yet duygusuna sahip olduklarını doğrulamıştır. Toplantılara katılımın artması, topluma aidiyet duygusu ile pozitif ilişkilidir ve ev sahipliği, toplumda güven ile pozitif bir ilişki kurulmuştur. Ek olarak, CS üyeleri, grup e-postalarından ziyade kişisel e-postalar aracılığıyla iletişim kurmayı tercih ettiklerini, ancak toplantılara katılımın arttığını bildirenlerin, grup e-postalarını faydalı bulduklarını bildirmişlerdir. Bu araştırmada 1986'da oluşturulan Sense of Community Scale ölçeğinin 2008 yılında revize edilmiş hali Brief Sense of Community Scale (BSCS) kullanılmıştır. Ölçek, grup üyeliği, yerine getirilmesi gereken gereksinimler, etki ve duygusal bağlanma/bağ olarak dört gruptan oluşmaktadır. Araştırmaya 82 ülkeden 1094 CS üyesi katılmıştır.

Diğer araştırma Adamic vd. (2011) tarafından, insan ilişkilerini ortaya çıkarma ve sorgulama problemini analiz etmek için tamamlayıcı büyük ölçekli veri analizi, anket ve görüşmeler yapmak üzerine CS konu edilmiştir. Arkadaşlık ve güven arasındaki ilişki CS üzerinden tespit edilmeye çalışılmıştır. Kullanıcıların CS'deki puanları nasıl verdiği ve yorumladıkları hakkında tamamlayıcı bilgiler sağlamayı amaçlayan üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte her bir CS kullanıcısı (şehir, ülke, üye profili, profil görüntüleme vb.) için temel profil bilgilerini ve her arkadaşlık bağlantısı için verileri içermektedir. Bu veriler CS üyelerinin nasıl karşılandıkları, ne kadar bir araya geldikleri, kaç kez ev sahipliği yaptıkları veya barındırdığını birbirlerine güven ve arkadaşlık puanları gibi bilgilerden oluşmaktadır. İkinci aşamada, kullanıcılara anket uygulanmıştır. Üçüncü aşamada ise yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Ayers-Greenidge (2012), Tayvanlı CS üyeleri üzerinde yapılan bu nitel araştırmada, CS üyelerinin motivasyonu, demografik özellikleri tespit edilmiştir. Araştırma katılımcılarının kişilik özellikleri olarak, deneyime açıklık, dışadönüklük ve anlaşmazlık şeklinde tespit edilmiştir. Üyelerin seyahat motivasyonları ise itici; kültürel motivasyon, kendini gerçekleştirme çekici; farklı deneyim arayışı, insanlara ve kültüre duyulan merak, farklı yaşam tarzına ilgi olarak tespit edilmiştir. Ayrıca misafir seçimine etki eden faktör benzerlik olarak ortaya çıkmıştır. CS üyeleri bu araştırmada kendilerini turist olarak değil bir gezgin olarak tanımlamıştır. Bu çalışmada CS yapısından hareketle yazar(lar) samimi turizm kavramından bahsetmiş ve karşılıklı oluşabilecek bir güven duygusuna işaret etmiştir.

Hellwig vd. (2014), araştırmalarını neden CS üyelerinin yabancılara evlerini sunduğu soru üzerine kurgulamıştır. Söz konusu araştırma üç yıllık dönem için etnografik desenle kurgulanmış, veri yapılandırılmış görüşme, gözlem, alan notları, ilgili makaleler, karşılaştırmalı analiz ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucu, deneyim paylaşımı, deneyimsel sermaye ve karşılıklılık olarak üç düzeyde açıklanmıştır.

Luo ve Zhang (2016) çalışmalarında, kişilerarası ilişkiler teorisine dayanarak, hem çevrimiçi hem de çevrimdışı etkileşimleri içeren CS üzerinde kişilerarası güven oluşturma sürecini keşfetmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, ev sahibi ve misafir arasındaki kişilerarası güvenin, erken, orta ve geç olarak üç aşamayı kapsayan dinamik bir süreç olduğunu göstermektedir. İlk güven, çevrimiçi olarak yüksek bir seviyede oluşturulur ve daha sonra çevrimiçi dünyadan çevrimdışı dünyaya başarıyla aktarılır. Bu arada, kişilerarası güvenin çağrışımları, iki taraf arasındaki etkileşimlerin gelişmesiyle, nezaketten araçsallığa ve daha sonra duygusal aşamaya kadar sürekli olarak gelişmektedir. Her aşamada farklı faktörler tarafından şekillenen güven, muhtemel beklentiden sıradan rutin güvene ve daha sonra ideolojik güvene doğru evrilir. Bu süreci açıklayan, kişilerarası güven inşa etme sürecini ve güven çağrışımlarının evrimini etkileyen faktörler önerilmiştir.

Liu vd. (2016), araştırmalarında CS'nin sürdürülebilir gelişimini sağlamak için kritik başarı faktörlerini keşfetme üzerine odaklanmıştır. Ayrıca bu makalede, CS üyelerinin tercihlerini ve

ilişki özelliklerini analiz ederek, nasıl hissettikleri, davrandıkları ve tepki verdikleri de dahil olmak üzere başarısını keşfetmeye çalışılmaktadır. Bu nedenle, CS topluluğunun hızlı ve sürdürülebilir gelişimini desteklemek için önemli faktörleri bulabilmek ve benzer sanal turizm topluluklarının sağlıklı gelişimi için bazı teori katkısı ve uygulama deneyimi sağlamak amaçlanmıştır. Anketler ve çevrimiçi istatistikler temelinde, CS'nin demografisi, tercihleri ve ilişkileri istatistiksel, doğrusal regresyon ve metin modeli yöntemleri kullanılarak tartışılmıştır. Sonuçlar, CS üyelerinin güçlü homojen özelliklere sahip bir grup insan olduğunu, etkili değerlendirme sisteminin karşılıklı güven oluşturduğunu ve konukseverliğin noktadan noktaya değil, dairesel bir şekilde aktarıldığını göstermektedir. Sonuç olarak, CS üyelerinin, güven değerlendirme sistemi ve geliştirilmiş karşılıklılık ilkesi, CS'nin gelişimine katkıda bulunduğunu kanıtlamaktadır.

Avcıkurt vd. (2017), CS'nin üye davranışlarını yavaş turizm bağlamında incelemiştir. CS ile yavaş turizm arasında, gezginlerin yerel halk ile gerçek deneyimler, arkadaşlık kurma gibi sosyal etkileşimleri düşünülerek bağlantı kurulmuştur. Bu kapsamda yavaş turizm değişkenleri olarak, etkileşim, sürdürülebilirlik, otantiklik/orijinallik, yavaşlık ve duygusal tarafı araştırmaya dahil edilmiştir.

Schuckert vd., (2017) CS'ler ve ev sahiplerinin motivasyonlarını ve davranışlarını anlamak, genel olarak seyahat deneyimini keşfetmek, ev sahibi-konuk ilişki algısını, seyahat davranışını anlamak amacıyla Avusturya'da yaşayan 14 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, CS'lerin genellikle sırt çantalı gezginler olarak seyahat ettiğini ve bu nedenle, çeşitli derecelerde bilgi sahibi olmalarını sağlayan yerlilerle çeşitli sosyal etkileşimler aradıklarını ortaya koymaktadır. Sonuçlar aynı zamanda, CS topluluğunda ev sahibi ve misafirin karşılaşmasında sadece misafirperverlik ürünlerinin tüketiminin ötesinde bir kültürel değişim ve konaklama deneyimi oluşturduğunun altını çizmektedir. Bu bağlamda, turizmde aranan otantiklik deneyimi CS aracılığıyla karşılanabileceği ifade edilmiştir.

Geiger ve Germelmann (2015) paylaşım, alma ve karşılıklılık gibi sosyal etkileşim bağlamındaki kavramları CS üzerinden araştırmışlardır. Sosyal mübadele teorisi ve ortak değer yaratma üzerine kurgulanan diğer bir çalışmada Geiger vd., (2018), ücretsiz konaklama paylaşımı için ya da bunlara karşı sosyal bağlam şekli tercihlerindeki yükümlülüklerin yanı sıra karşılıklılık ve beklentileri araştırmışlardır. Nitel araştırma deseni ile yapılan araştırmada veri, görüşmeler ile toplanmıştır. Görüşme soruları CS üyeliği hakkında genel sorular, topluluk aktiviteleri ve üyelerin bu aktivitelere karşı tutumu, topluluğun rolü ve fonksiyonu ve demografik sorular olmak üzere hazırlanmıştır. Araştırmanın sonucunda ortaya çıkan temalar; ekonomik (uygun bir bütçe ile seyahat etme, konaklama ve seyahatte esneklik), sosyal (otantik bilgiler elde etme, sosyal etkileşim), pratik (uygunluk, belirsizlik) şeklindedir. Araştırma sonucunda teorik önermeler ve serbest konaklama paylaşımı ve bağlamsal özelliklerin karşılıklı doğası arasındaki etkileşimin ku-ramsal çerçevesi önerilmiştir.

5. Yöntem

Bu araştırmada veri, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Görüşme formunda yer alan sorular ilgili yazından Panayeva (2016), Liu (2012), Luo ve Zhang (2016) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Görüşme formu oluşturulurken herhangi bir sıra gözetilmemiştir. Veri, yedi katılımcıdan toplanmıştır. Bu katılımcıların hepsi CS üzerinden belirlenmiş ve bire bir görüşme sağlanmıştır. Katılımcılara öncelikle CS uygulaması üzerinden araştırmanın amacını içeren bir metin gönderilmiştir. Daha sonra bu araştırmaya katılmak istendiği takdirde dönüş yapmaları için iletişim numarası ve elektronik posta adresi bırakılmıştır. Görüşmeler, katılımcı-

ların istedikleri yer ve zamanlarda yapılmış olup görüşme öncesi gerekçesinin açıklanması koşuluyla görüşme süresince ses kaydı yapılması konusunda gerekli izin kendilerinden sözlü olarak alınmıştır. Görüşmelerin hepsi farklı zaman ve mekanlarda gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, CS üzerinden araştırmacılar tarafından belirlenmiştir. Katılımcılar belirlenirken Eskişehir’de ikamet ediyor olması, Eskişehir’de misafir ağırlamış, mesajlara dönüş oranının yüksek olması, site üzerinde son günlerde aktif olması şartı aranmıştır. Bu şartlara uyan katılımcılara site üzerinden mesaj yollanmıştır. Bu mesaj “Sayın, Eskişehir’de Couchsurfing üzerine bir araştırma yapmaktayız. Araştırma kapsamında sizinle uygun olduğunuz bir zamanda dilediğiniz bir mekanda görüşmek isteriz. Eğer yanıtınız olumlu ise lütfen ... iletişim numarasından veya e-mail adresinden geri dönüş yapınız.” şeklinde olmuştur. Geri dönüş yapan ve araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyen yedi kişi ile görüşme sağlanmıştır. Nitel araştırmalar için katılımcı sayısını tam olarak belirlemeye yönelik bir kural olmamasına rağmen, genellikle katılımcılar, amaca uygun olarak küçük sayılarıyla ve hatta bazı araştırmalarda tek bir katılımcıyla yürütülmektedir (Patton, 2014; Creswell, 2017). Buna ek olarak, araştırma katılımcı sayısının yeterli olarak kabul edilmesinin bir diğer nedeni, nitel araştırmalarda verinin doygunluğa ulaşmış olmasıdır (Charmaz, 2006). Görüşmeler 2018 Mart ve Mayıs ayları arasında farklı tarihlerde yapılmıştır. Görüşmeler ses kayıt cihazına kaydedilmiş ve aynı gün içinde metne dökümü sağlanmıştır. Bu aşamadan sonra ise verinin kontrol edilmesi amacıyla ses kayıtlar rastgele açılmış ve diğer araştırmacı tarafından görüşme metinlerinin kontrolü sağlanmıştır. Görüşme metinleri herhangi bir bilgisayar programına bağlı kalınmadan elle analiz edilmiştir. Bunun nedeni verinin büyük miktarda olmamasıdır. Araştırma süresince görüşmeler bir araştırmacı tarafından analiz, değerlendirme ve yorumlama süreci ise iki araştırmacı tarafından yapılmıştır. Katılımcılara karşı araştırmacı, kimliğini, görevini ve görev yerini saklamamış ayrıca araştırmacının temel amacı ve çıkış noktasını ifade etmiştir. Bununla birlikte katılımcılara istenildiği takdirde araştırmacının bitirilmesi halinde kendilerine de sunulacağı belirtilmiştir. Görüşme öncesi araştırmacılara gönüllü katılımın esas olduğu ve istenildiği zaman araştırmayı terk edebileceği ifade edilmiştir. Bu kapsamda katılımcıların kendilerini rahat hissedebileceği ve özgürce ifade edebilecekleri bir ortam oluşturulmaya çalışılmıştır.

6. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde öncelikle araştırma katılımcılarının doğum yeri, cinsiyet, yaş gibi demografik özellikleri, CS bağlamında referans sayısı, üyelik süresi ve misafir edilen kişi sayısı sunulmuştur. Daha sonra araştırma amacına yönelik elde edilen diğer bulgular ve bu bulguların yorumlanması yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı	Görüşme		Doğum yeri	Cinsiyet	Yaş	Meslek	CS Deneyimi (Hosted)	Referans Sayısı	Üyelik Süresi
	Süresi (dk.)								
ÖD	30:40		Aydın	Kadın	23	Öğrenci	6 kişi	6	1 yıl
OG	25:41		Nevşehir	Erkek	23	Öğrenci	30 kişi	43	2 yıl
AU	26:32		Kocaeli	Erkek	20	Öğrenci	12 kişi	12	2 yıl
FO	34:15		Ankara	Erkek	22	Öğrenci	15 kişi	18	1 yıl
MA	21:05		İzmir	Kadın	23	Öğrenci	2 kişi	3	2 yıl
GE	28:41		İzmir	Kadın	21	Öğrenci	7 kişi	42	6 yıl
SAS	30:01		Kayseri	Erkek	26	Öğrenci	6 kişi	10	4 yıl

Katılımcıların CS aracılığıyla başka insanlar ile etkileşim ve değişim halinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda öncelikle kullanım amaçlarının incelenmesi gerekmektedir. Sosyal mübadele teorisi kapsamında insanların karşısındaki insanlara hangi beklenti ile yaklaştığını anlamak ve keşfetmek bu araştırmada CS'yi kullanma amacını anlamak ile ilişkilidir.

Katılımcıların CS'yi kullanma amaçları birincil ve ikincil olarak ya da misafir olma ve misafir ağırlama amacı olarak sınıflandırılabilir. Katılımcıların birincil ve tamamen kendilerini etkileyen amaçları “keşfetmek, merak, yeni insan ve kültür tanımak, yabancı misafir ağırlamak” şeklinde belirlenmiştir. Diğer amaçlara bakıldığında bir etkileşim ve karşılıklılıktan söz edilebilir. Bu kullanım amaçları ise “sosyalleşmek, yabancı dil konuşabilmek, ücretsiz gezmek ve konaklamak, özellikle yurt dışında kalacak birilerini bulabilmek, referans ve güvenilir bir profil için birilerini ağırlamak, üyeler arası toplantılara katılmak” şeklindedir.

Katılımcıların misafir seçerken nelere dikkat ettiği ve misafirden ne bekledikleri, diğer taraftan da misafirlerin katılımcılardan ne beklediği karşılaştırmalı bir bakış açısı sağlaması açısından sorgulanmıştır. Misafir seçerken, “*ortak ilgi alanı, gittiği ülkeler, profil sayfası, attığı mesaj, olumlu referansları, geçmiş deneyimi*” önemli olarak görülmüştür. Misafirden beklenenler ise öncelikle “*konaklamak istediği kişinin profilini okuması, ev sahibi ile zaman geçirme isteğinin olması, saygılı, kurallara uyan ve sözünde duran biri*” olmasıdır. Bununla birlikte misafir ağırlama süreci içinde misafirperver olunması gerektiğini ve yabancı misafirlerin ağırlanmasında özellikle ülke imajına katkı sağlandığı düşüncesi hakim olmuştur. Misafirin beklentisi ise öncelikle “*konaklamak, kültürel ve sosyal etkileşim, gezmek, muhabbet ortamının sağlanması, yerel kültürü, yemeği ve insanı tanımak*” şeklinde ifade edilmiştir. Bu bulgudan hareketle ev sahibinin ve misafirin amaç ve beklentilerinin ortak bir payda da buluşabildiği gözlemlenmektedir. Ortak amaçların varlığı kişiler ve kültürler değişse de CS deneyiminde çatı bir kavram olarak öne çıkmaktadır.

Katılımcılara CS'yi kullanım amaçlarının siteye ilk üye olmadan önce ve aktif olarak kullandıktan sonra ne olduğu sorulmuştur. Bununla birlikte amaç ve beklentide bir değişim olup olmadığı keşfedilmek istenmiştir. Bu bağlamda genel olarak katılımcıların öncelikli amaçlarının hiç değişmediğini fakat CS hakkında beklediklerinden her zaman daha iyi ve olumlu sonuçlar aldıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda katılımcıların CS'yi kullanma süreleri boyunca elde ettiği kazanımlar sorgulanmıştır. Elde edilen kazanımların sorgulanması katılımcıların baştaki amaç ve hedeflerin ne kadar gerçekleştiği ve bu konudaki tutarlılığı ortaya konmuştur. Katılımcıların CS kullanımı sonucu elde ettikleri kazanımlar yapılan analiz sonucu “*iletişim kazanımları ve kişisel gelişim çıktıları*” olmak üzere sınıflandırılabilir.

İletişim kazanımları, genellikle misafir ağırlamaya yönelik olarak “*farklı arkadaş ve çevrenin edinilmesi, farklı yerlerden misafir ağırlama sonucu farklı ülkelerde tanıdık edinme, farklı ve iyi insanlarla tanışma, iletişim ağının genişleme ve gelişmesi*” olarak açıklanabilir.

Kişisel gelişim çıktıları ise “*farklı insan ve kültür tanıma, daha fazla merak etme, karşılaştırmalı bakış açısı, küçük hediyeler ve manevi doyum, sosyal etkileşim, yabancı dil gelişimi, iyilik görmek ve yapmak, ön yargıları kırabilme, insanları doğru yargılama yeteneğinin gelişmesi, gezme ve görme motivasyonu artışı*” şeklinde sıralanabilir.

Katılımcıların misafirler ile yoğun bir sosyal etkileşiminden bahsedilebilir. Bunun sonucunda elde edilen kişisel gelişim çıktıları ise görüldüğü üzere birbiri ile bağlantılıdır. Örneğin, misafir ağırladıkça her geçen gün insanlar hakkında daha doğru yargılama yeteneğinin gelişimi ve genel olarak ön yargılı yaklaşımın misafir ağırladıkça yavaş yavaş ortadan kalkmasından bahsedilebilir. Sosyal etkileşim sonucu, farklı insan ve kültürün tanınması, yabancı dilin gelişimi ve

daha fazla merak duygusunun oluşumu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların ağırladıkları misafirlerden olumlu etkilendiği bu kazanımlarla doğrulanmıştır. Buna örnek olarak ise farklı kültürlerle karşılaştırmalı bakış açısı, onlardan iyilik görmek, gezme ve görme motivasyonunun artışı ifade edilebilir.

Katılımcıların en başta amaç ve beklentileri göz önünde bulundurulduğunda kazanımlar hem maddi hem manevi olarak beklenen seviyenin üstüne çıkmıştır.

CS'de her üyenin kendine ait bir profil sayfası bulunmaktadır. Bu sayfa insanların birbirlerini tanımaya çalıştığı ve ilk etkileşimin gerçekleştiği yerler olarak kabul edilmektedir. Profil sayfası, hem seyahat eden hem de evini açan insanlar için önemlidir. Bunun nedeni, seyahat edenlerin kendi ihtiyacına göre birileri ile iletişime geçmesi ve evini açan insanların ise beklentilerine göre misafirlerini seçmesine imkan tanınmasıdır. Katılımcı ifadelerine göre profil oluştururken “*doğru ve dürüst olmak, kişilik özelliklerini yansıtmak, tutarlı olmak, açık ve net olmak, ayrıntılı olarak kendini anlatmak*” önemli olarak kabul edilmiştir. Profil sayfasında olması gerekenler ise başlıca; “*önceki deneyimlerin aktarılması, kişisel ilgi alanı, hayata bakış açısı, kullanma amacı, seyahat edilen destinasyonlar, fotoğraflar, genel olarak profilin dolu olması*” şeklinde sıralanmaktadır.

Profil oluşturma katılımcıların kendi profil sayfalarını nasıl oluşturduğunu ve bununla birlikte kendilerine gelen konaklama talebi sonucu misafirin profilinin nasıl olması gerektiğini yansıtmaktadır. Bu bulgulardan hareketle, öncelikle katılımcılar profillerini oluştururken doğru, dürüst, açık ve net olunması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu durum aslında karşılarındaki insanlarında böyle olması ve hatta olduğunu varsaydıkları şeklinde yorumlanabilir. Hal böyle olunca katılımcılar kendi değerlendirme süreçlerinden geçirdikleri misafirleri kabul ettiklerinde kötü bir deneyim ile karşılaşmamaktadır. Katılımcıların CS hakkında genel düşünceleri de analiz edildiğinde bu bulgular ile tutarlılık göstermektedir.

CS aracılığıyla misafir ağırlama deneyimine sosyal mübadele teorisi kapsamında yaklaşan bu araştırmada, katılımcıların misafir ağırlamadan önce karşı tarafa nasıl güvendikleri sorgulanmıştır. Teknik olarak bakıldığında iki yabancı insanın bir ev ortamında bir araya gönüllü olarak gelmesi ve karşılığında herhangi bir maddi bedel ödenmemesi durumu güven kavramının sorgulanmasını zorunlu hale getirmektedir. Diğer bir ifadeyle insanlar evinde hiç tanımadığı birilerini ağırlarken onlara güvenip güvenmediği ve eğer güveniyorsa bunun nedeni keşfedilmek istenmiştir.

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda CS üzerinde karşılıklı güven; “*referans, üyelik geçmişi, atılan mesaj, fotoğraflar, sosyal medya hesaplarına erişimin sağlanması, ücretli üyelik*” ile sağlanmaktadır. Bunun dışında ise katılımcıların hayata bakış açısı güven oluşmasına temel oluşturan temel faktör olarak tespit edilmiştir. Bu durum, “*iyimser bakış açısı, genelde herkesin dürüst ve doğru olduğunu düşünmek, karşındakini kendi gibi hissetme, herkese en başında tamamen güvenme*” kodlarıyla açıklanmıştır.

Güven kapsamında referans en fazla öneme sahip kavram olmuştur. Referans konusunda katılımcıların dikkat ettiği bu referansların arkadaşlar arasında yazılması veya diğer bir deyişle sahte referans olup olmadığı, bunun dışında genellikle fazla sayıda ve olumlu olması gerekliliğidir. Üyelik geçmişi ise konaklamak isteyen misafirin üyeliğinin ayrıntılı olarak kendini açıklamış olması, mesaj attığı gün ve üye olduğu gün arasında farkın olması şeklinde açıklanmıştır. Bu doğrultuda atılan mesajın da önemi bütün katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Bir üye tarafından atılan mesajın içeriği, kişiye özel olması, kopyala yapıştır olmaması, ayrıntılı olarak kendini, neden o kişiyi seçtiğini ve neden o şehre gelmek istediğini açıklamış olması gerekli olarak kabul

edilmiştir. Bunun yanında bir diğer önemli konu ise fotoğraflar olmuştur. Katılımcılar misafir olarak kabul edecekleri üyelerle ilk karşılaşmaları site üzerinden onların fotoğraflarıyla olmaktadır. Bu durumdan dolayı karşı tarafın fotoğrafları önem kazanmaktadır. Öncelikle profil fotoğrafı ve sonrasında hesabındaki fotoğraflar incelenmektedir. Katılımcıların ifadeleri fotoğrafın misafir hakkında bir algının oluşması (olumlu ya da olumsuz) ve hatta misafir seçiminde önemli bir etken olduğunu göstermektedir. Son olarak güven kapsamında üyenin profilinde diğer sosyal medya hesaplarına erişim bağlantısının verilmiş olması ve ücretli üyelik satın almış olmaları ifade edilmiştir.

Katılımcıların misafir ağırlama sürecinde misafire sundukları farklı etkinlikler bulunmaktadır. Bu etkinlikler şehrin imkânları göz önünde bulundurulduğunda sınırlı sayıda kalmıştır. Bunlara örnek olarak “*şehri gezmek, bisiklet kiralamak, dışarıda yemek, fotoğraf çekimi, bara gitmek*” sıralanabilir. Bununla birlikte diğer etkinlikler ise katılımcıların tamamen kendi imkanlarıyla sunduğu etkinlikler kapsamında değerlendirilebilir. Bu etkinlikler ise “*yemek hazırlama, arkadaş ortamı sunma, sosyal ve kültürel bilgi alışverişi, karşılıklı sohbet etme*” şeklinde öne çıkmıştır. Katılımcıların misafirlerine sunduğu etkinlikler süresince misafirle ilgilendikleri ve onunla zaman geçirmeye özen gösterdikleri tespit edilmiştir. Etkinliklerin içeriği ve süresi ifade edildiği üzere hem şehrin imkanları hem de misafirin konaklama süresine bağlı olduğu kabul edilebilir. Bununla birlikte katılımcıların öğrenci olması sonucu çıkarılabilir. Farklı demografik gruplar araştırmaya dahil edildiğinde farklı sonuçlar çıkabileceği göz ardı edilmemelidir.

Katılımcıların şimdiye kadar yaşadıkları CS deneyimi (hem misafir olma hem de misafir ağırlama) göz önünde bulundurulduğunda genel olarak bu oluşumun kendileri için ne ifade ettiği ve bu deneyimlerin ileride nasıl devam edeceği sorgulanmıştır. CS, katılımcılar için tarafsız değerlendirmenin olduğu güvenilir, gezginlik ve keşfetme temelinde bir uygulama olarak ifade edilmiştir. Katılımcılara göre, teknoloji ve misafirperverliğin bir arada yaşandığı ortak amaçlar için tarafları bir araya getiren bir uygulama olarak düşünülen CS, gezmek, görmek, başkalarıyla konuşmak ve etkileşime geçilebilen bütüncül bir uygulamadır. Üye olmadan önce CS'ye karşı ön yargı, tedirgin ve korku duyulacak şekilde yaklaşıırken gelinen noktada bu algı ortadan kalkmıştır. Olumsuz algının ortadan kalkmasını doğrulayan bir şekilde katılımcıların CS aracılığıyla herhangi bir kötü deneyim yaşamamış olması fakat yaşansa dahi yine de olumsuz bir düşünceye sahip olunmayacağı ifade edilmiştir. Bunun aksi bir durumda iki katılımcı kötü bir deneyim yaşamış olmasına rağmen gelecekte yine de misafir ağırlamaya devam edeceklerini belirtmişlerdir. Sonuç olarak, CS'ye bakış açısının geçmiş ve gelecekteki deneyimlerin içeriği ne olursa olsun katılımcıların bu uygulamayı kullanmaya devam edeceği tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak diğer bir bulgu ise CS'nin sosyal mübadele teorisi ile uyumlu olmakla birlikte farklı bir bakış kazandırmasıdır. Katılımcıların CS'yi borç ödemek olarak görmesi, fakat bu borcu aynı kişiye karşı değil CS üzerinden ağırladıkları başka bir misafire ödediği bir durum söz konusudur.

7. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada en genel anlamıyla insanların CS deneyimi sorgulanmıştır. Bu kapsamda CS, sosyal mübadele teorisi kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırmanın temel anlamdaki sorusu ise neden insanların CS üzerinden hiç tanımadığı insanlara evini açtığı şeklinde olmuştur. Yine bu doğrultuda Eskişehir'de CS üyesi olan katılımcılar ile bire bir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında CS'nin yapısıyla sosyal mübadele teorisinin çıkış noktasının örtüştüğü kabul edilmiştir. Karşılıklı ilişki, güven, sosyal ve kültürel değişim gibi kavramlar hem CS'de hem de ilgili teoride yer alan kavramlardır.

Araştırmanın sonucunda CS'nin, sadece misafir ağırlama veya misafir olma olarak düşünülmez bütüncül bir deneyime imkân veren bir uygulama olduğu söylenebilir. Katılımcıların ifadelerine bakıldığında bu durum, kullanım amacının, CS'ye bakış açısının zamanla değiştiğini göstermiştir. CS, sosyal mübadele teorisi kapsamında değerlendirilse de bu teoriye farklı bir bakış açısı kazandırabilmesi bakımından önemli bir araştırma alanıdır. Bunun nedeni sosyal mübadele teorisinin karşılıklı ilişkiye dayalı olması fakat CS'nin karşılıklı ilişkiye dayalı olmasından daha çok herhangi iki insanın karşılıklı ilişkisi temelinde olmasıdır. Teknoloji ve bilişime dayalı bu tip uygulamaların geçmişte yapılmış olan ve sosyal ilişkilere dayalı teorilere yeniden uyarlanması gerekliliğinden söz etmek yanlış olmayacaktır. Temel anlamda yabancı birinin bir başkasının evinde kalması üzerine kurulu CS uygulamasında karşılıklı güven oluşumu büyük ölçüde daha önce deneyim sahibi insanların yazmış olduğu referanslar üzerine kuruludur. Bununla birlikte ev sahibi ve misafir gerçek anlamda bir karşılaşmadan önce internet üzerinden birbirlerine güvenmekte ya da güvenmemektedir. Karşılıklı güven anlamında bu araştırmada, sosyal mübadele teorisini destekler nitelikte bir sonuca ulaşılmıştır. Sosyal mübadele teorisinin temelinde yatan karşılıklılık unsuruna CS'nin doğası ve katılımcı ifadelerinden yola çıkarak kısmi karşılıklılık kavramı önerilebilir. Bunun nedeni ise evinden misafir ağırlayan birinin daha sonra o kişi ile hiç görüşmemesi veya evinde kaldığı kişi ile bir daha görüşme olasılığıdır. Bu karşılaşma genellikle tek seferlik olarak gerçekleşmektedir. Sosyal mübadele teorisinde birebir karşılıklı bir ilişki söz konusu olmakla birlikte sosyal etkileşim ve birtakım manevi duyguların değişiminden bahsedilmektedir. CS'de ise söz konusu değişim aynı insanlar olmadan da gerçekleşmektedir. Bu durumdan hareketle CS sosyal mübadele teorisi için çatı bir kavram olarak değerlendirilebilir. Bu araştırma sonucunda sosyal mübadele teorisi kapsamında CS deneyimi Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Couchsurfing deneyimi süreci

CS'de ilk karşılaşma site üzerinden kişilerin birbirlerine attığı mesajlarla gerçekleşmektedir. Bu aşamada, misafir olmak isteyen kendini ifade eden bir mesaj ve profiliyle ev sahibine ulaşmaktadır. Bu iletişim kanalında misafirin ve ev sahibinin farklı motivasyonları bulunmaktadır. Bu aşama, sosyal mübadele teorisi kapsamında iki tarafında "kendi gibi birini aramak" motivasyonu ile açıklanabilir. Bu aşama olumlu sonuçlanabileceği gibi olumsuz da sonuçlanabilir. CS üzerinden başlayan ilişki devam ettiği takdirde taraflar arası kısmen güven oluşur ve ikinci karşılaşmaya geçilir. İkinci karşılaşma, misafir ağırlama sürecini kapsamaktadır. Bu karşılaşmada, misafir ev sahibinin yaşadığı şehirde ağırlanmakta ve birlikte zaman geçirilmektedir. Paylaşım, iki taraflı sosyal ve kültürel değişim, birlikte zaman geçirme bu karşılaşma aşamasında gerçekleşmektedir. Üçüncü karşılaşma aşaması ise üç farklı yoldan açıklanabilir. Birincisi, taraflar arası

iletişimin sadece CS üzerinden devam etmesi, ikincisi ev sahibinin ağırladığı kişinin evinde misafir olması ve üçüncüsü ise hiç iletişimin devam etmemesidir.

İlgili yazına bakıldığında bu araştırmanın çarpıcı bir şekilde benzer sonuçlarından bahsetmek mümkündür. Öncelikle Rosen vd., (2011), CS üyelerinin iletişim sürecinde grup veya toplu atılan e-postalar yerine kişisel e-postaların tercih edildiğini ifade etmiştir. Bu araştırmanın katılımcıları misafir ağırlama sürecinde ilk mesajın kişiye özel ve mümkünse ayrıntılı olması gerekliliğinden bahsetmiştir. Bu araştırma ile tutarlı sonuç gösteren diğer araştırmalar ise CS üyelerinin motivasyonlarını açıklamıştır (Ayers-Greenidge, 2012; Schuckert vd., 2017; Avcıkurt vd., 2017). Katılımcıların benzer motivasyonları, sosyal etkileşim, kültürel deneyimler, insan ve kültüre duyulan merak, farklı yaşam tarzlarına olan ilgi şeklinde belirlenmiştir. Liu vd. (2016), CS üyelerinin homojen özellikler sergilediğini ifade etmiş olup, bu araştırma katılımcıları da beklenti, amaç, deneyim ve ifade edildiği üzere motivasyon bağlamında benzer özellikler gösteren bir grup olarak tespit edilmiştir. Bir diğer konu olan ve önceki araştırmalarda öne çıkan güven kavramı, ilk karşılaşmada yoğun olarak yaşanan, çevrimiçi yüksek güven ile bağlantılı bir eğilim sergilemiştir (Luo ve Zhang, 2016).

Bu araştırmada CS aracılığıyla katılımcıların misafir etme deneyimleri üzerine odaklanılmıştır. Bundan sonraki araştırmalarda misafir olma deneyimleri sorgulanabilir. Araştırmanın sonucu ve ilgili yazında üzerinde durulan bir konu olan referanslar derinlemesine analiz edilebilir. Referanslara bağlı olarak güven kavramı araştırmalara temel değişken olarak dahil edilebilir. CS'nin misafir olma ve ağırlamanın dışında gerçekleşen etkinlik, grup ve hangout (sohbet) özelliği sorgulanabilir. Yine böyle bir araştırma, daha büyük miktarda veri ile yapılabilir. Veri toplama tekniği olarak aynı şehirdeki katılımcılar ile odak grup görüşmesi yapılabilir. Bununla birlikte katılımcılarla birden fazla görüşme zaman ve emek maliyeti de göz önünde bulundurularak tekrarlanabilir. CS, profil sayfaları incelenerek netnografik araştırma desenleri kurgulanabilir. Görüşme verileri, gözlem ve alan notlarıyla desteklenebilir. Bu CS, üzerinden insanların evlerinde konaklamak ya da onları ağırlamak ile mümkün olabilir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almamışlardır.

Kaynaklar

- Adamic, L. A., Lauterbach, D., Teng, C. Y., & Ackerman, M. (2011, July). Rating friends without making enemies. In Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Barcelona, Spain. Erişim adresi: <https://aaai.org/Conferences/ICWSM/icwsm11.php>
- Avcı Kurt, C., Özdemir, S. S., Ergen, F. D., & Güzel, S. Ö. (2017). Assessment of the touristic activities conducted by Couchsurfing participants in terms of their relevance to slow tourism criteria. *assessment*, 7(2).
- Ayers-Greenidge, E. (2012). *Free associations : An exploration of guests ' experiences in the couchsurfing exchange*. Wright Institute.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36, 715–734.
- Bialski, P. (2012). Technologies of hospitality: How planned encounters develop between strangers. *Hospitality & Society*, 1, 245–260.
- Bialski, P. (2006). Emotional tourism. An interpretive study of online hospitality exchange systems as a new form of tourism. *HospitalityGuide. Net*.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Blau, P. M. (1960). A theory of social integration. *American Journal of Sociology*, 65(6), 545–556.
- Bock, G. W., & Kim, Y. G. (2002). Breaking the myths of rewards: An exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 15(2), 14–21.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative research*. Sage Publications Ltd, London.
- Chen, D. J. (2017). Gendered Couchsurfing: Women from Western Europe and East-Asia contesting de-sexualised cosmopolitanism. *Gender, Place & Culture*, 24(8), 1090–1106.
- Chung, J., & Buhalis, D. (2009). Virtual travel community: Bridging travellers and locals. Tourism Informatics: Visual travel recommender systems, social communities, and user interface design. *Hershey: Information Science Reference*, 130–144.
- Creswell, J. W. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications Ltd, London.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900.
- Çetin, A. ve Şentürk, M. (2016). Bilgi paylaşma davranışının planlı davranış teorisi ve sosyal mübadele teorisi bağlamında incelenmesi: Dermatologlar üzerine ampirik bir araştırma. *Ege Academic Review*, 16(2).
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335–362.
- Emerson, R. M. (1962). Power-dependence relations. *American Sociological Review*, 31–41.
- Geiger, A., & Germelmann, C. C. (2015). “Thank me for hosting:” the role of reciprocity in sharing. *ACR North American Advances*.
- Geiger, A., Horbel, C., & Germelmann, C. C. (2018). “Give and take”: How notions of sharing and context determine free peer-to-peer accommodation decisions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 5–15.
- Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 161–178.
- Hellwing, K., Morhart, F., Kocher, B., & Zisiadis, G. (2014). Share your life and get more of yourself. Experience sharing in Couchsurfing. *ACR North American Advances*.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63, 597–606.
- Lambe, C. J., Wittmann, C. M., & Spekman, R. E. (2001). Social exchange theory and research on business-to-business relational exchange. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 8(3), 1–36.
- Liu, Y., Nie, L., & Li, L. (2016). Homogeneity, trust, and reciprocity: Three keys to the sustainable hospitality exchange of couchsurfing. *Tourism Analysis*, 21(2–3), 145–157.
- Luo, Q., & Zhang, H. (2016). Building interpersonal trust in a travel-related virtual community: A case study on a Guangzhou Couchsurfing community. *Tourism Management*, 54, 107–121.
- Molz, J. G. (2012). Couchsurfing and network hospitality: ‘It’s not just about the furniture’. *Hospitality & Society*, 1(3), 215–225.
- Molz, J. (2007). Cosmopolitans on the couch. Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world, 78–99.

- Nunkoo, R., Smith, S. L., & Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5–25.
- Panayeva, S. (2016). Understanding tourist motivation of members of the Couchsurfing hospitality exchange club. International Student Conference in Tourism Research, 23rd-24th of May 2016.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (M. Bütün ve S. Beşir Demir, Çev.). Ankara: Pegem Akademi.
- Rosen, D., Lafontaine, P. R., & Hendrickson, B. (2011). CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network. *New Media & Society*, 13(6), 981–998.
- Schuckert, M., Peters, M., & Pilz, G. (2017). The co-creation of host–guest relationships via couchsurfing: A qualitative study. *Tourism Recreation Research*, 1–15.
- Searle, M. S. (1991). Propositions for testing social exchange theory in the context of ceasing leisure participation. *Leisure Sciences*, 13(4), 279–294.
- Swift, M. L., & Virick, M. (2013). Perceived support, knowledge tacitness, and provider knowledge sharing. *Group & Organization Management*, 38(6), 717–742.
- Takahashi, N. (2000). The emergence of generalized exchange. *American Journal of Sociology*, 105, 1105–1134.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Okumuş A. ve Öztürk, E. (2014). *Pazarlama teorileri*. (Ed.). İstanbul: MediaCat Yayıncılık.
- Erişim adresi: <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/> (Erişim tarihi: 20.09.2018)

