

Sosyal Medya Kullanıcılarının Deneyim Turizmi Serüveni

Öğr. Gör. Figen SEVİNÇ

Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu

fsevinc@bartin.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-5391-1818>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdtad.853220>

Makale Türü: Konferans Bildirisi

Makale Gönderim Tarihi: 04.01.2021

Makale Kabul Tarihi: 16.03.2021

Özet

Sosyal medya paylaşımlarının küresel etkileşimdeki başarısı ve birçok kesime ulaşması, bireylerin destinasyon seçimlerini etkilemektedir. Buradan hareketle çalışmada, Gezgin Çift adlı sosyal medya kullanıcılarının bireysel seyahatlerinin deneyim turizmine dönüşümü ele alınmaktadır. Ayrıca çalışmada, Gezgin Çift'in Filipinler seyahatine dâhil olan bireylerin, seyahatleri öncesi ve süresince yaşanan volkan patlaması, Corona virüsü, Ursula tayfunu, ülkedeki politik, ekonomik ve sosyal durumlarda neler hissettikleri, bireylerin yaşamlarını nasıl etkilediği araştırılmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda 24 Ocak- 5 Şubat 2020 tarihlerinde gerçekleştirilen Filipinler seyahatinde Gezgin Çift ve bu seyahate dâhil olan 9 katılımcıyla yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Ayrıca örnek olay incelemesi yapılmıştır ve katılımcı gözlem yönteminden faydalanılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler deşifre edilerek betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bulgulara göre, Gezgin Çift'in hayatlarında önemli bir yere sahip olan seyahatlerini paylaşarak daha fazla bireyin farklı kültürleri tanımalarına, uzak rotalara seyahat etmelerini teşvik ederek deneyim kazanmalarına katkı sağladıkları tespit edilmiştir. Gezgin Çift'in ve katılımcıların deneyim turizmine dâhil olmalarıyla yaşam doyumları arasında olumlu yönde bir ilişkinin olduğu, güven duygusunun seyahate çıkmalarında büyük bir öneme sahip olduğu gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Deneyim turizmi, Deneyim paylaşımı, Sosyal medya, Filipinler, Gezgin Çift.

Experience Tourism Adventure of Social Media Users

Abstract

Today, many individuals can reach a lot of people of different backgrounds and affect their destination choices through posts on social media. This shows the success of social media posts in global interactions. That said, this study addresses the transformation of individual trips of social media users called Gezgin Çift into experience tourism. It probes into the feelings of those who traveled to the Philippines with Gezgin Cift, and how Volcanic eruption, Coronavirus, Typhoon Ursula, political, economic and social situations in the country affected their life before and during their travel. To that end, semi-structured in-depth interviews are conducted with Gezgin Cift and 9 participants who together traveled to the Philippines between January 24th – February 5th, 2020. Also, the study uses the case study method and observations made by the researcher. The data obtained from the interviews were transcribed and evaluated with descriptive analysis method. The findings demonstrate that traveling is of paramount importance in Gezgin Cift's life and that they encourage more people to know different cultures and to travel distant routes by sharing their desire to discover, and thus enable them to have

different experiences. The study also points to a positive relationship between the participation of Gezgin Cift and other participants in this experience tourism and their life satisfactions, and concludes that a sense of trust has crucial importance in their decision to travel.

Keywords: Experience tourism, Experience sharing, Social media, Philippines, Gezgin Cift.

* Bu çalışma, Conference on Managing Tourism across Continents Congress, 02-04 September 2020, bildiri olarak sunulmuştur.

Giriş

Bilgi araştırmasında ilk tercih edilen araç haline dönüşen internet, günümüzde kullanımın artmasıyla seyahatseverlerin turistik bilgi araştırmasında başvurduğu birincil kaynak haline gelmiştir. Özellikle son yıllarda, internet kullanıcılarının en kısa sürede minimum çaba ile en güncel bilgiye ulaşmak istemeleri, birçok paylaşımın sosyal medya üzerinden yapılmasına vesile olmaktadır. Web tabanlı bilgi paylaşımında reklam, bilgi kirliliği, güncellenmeyen bilgi gibi sebepler bireyleri, günlük takip edebilecekleri paylaşım sayfalarına, abone olabildikleri Youtube kanallarına, bloglara ve anlık paylaşımın görülebildiği Instagram, Twitter hesaplarına yönlendirmektedir. Küresel Dijital Raporu'nun 2020 verilerinde yer alan internet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistikleri incelendiğinde, dünya nüfusunun %59'unu oluşturan 4.54 milyar internet kullanıcısının, 3.80 milyar sosyal medya kullanıcısının, 5.19 milyar mobil kullanıcısının olduğu görülmektedir. Türkiye'de ise 54 milyon aktif sosyal medya kullanıcısının olduğu, Youtube ve Instagram'ın ise en aktif sosyal medya platformları arasında ilk sıralarda yer aldıkları belirtilmektedir (Kemp, 2020). Özellikle Instagram uygulaması aracılığıyla anlık paylaşımın yapılması ve istenildiği an konum hikâyelerinden destinasyonların gözlenmesi, bireylerin destinasyonlar hakkında birçok açıdan haberdar olmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya kullanıcılarının seyahat deneyimlerini anlık paylaşımları o destinasyona ilgi uyandırmakta, sosyal medya hesaplarından detaylı paylaşım yapmaları ve internet sayfalarında deneyimlerine yer vermeleri, hesapları takip eden bireyleri seyahate teşvik etmektedir. Bu paylaşımlar aynı zamanda turizm işletmelerine hizmet üretimlerinde, güzergâh belirlemelerinde ve daha fazla hedef kitleye ulaşmalarında olmak üzere pek çok açıdan yardımcı olmaktadır. Böylelikle seyahatler kişiselleştirilmekte, turistlerin güven ve memnuniyet düzeyleri artırılmaktadır.

İnternete bağlanmanın birçok destinasyonda mümkün olması ve sosyal medyanın günlük hayatın bir parçası haline gelmesi, bireyleri buldukları yerlerde paylaşım yapmaya, deneyimlerini aktarmaya yönlendirmektedir. Aynı kültüre sahip kişilerin deneyimlerini paylaşması ve yeni yerleri keşfetme arzusu, gezgin hesaplarını çevrim içi turistik bilgi araştırmasında daha da aktif hale getirmektedir. Instagram, günlük yaşam alanlarından geçici süreli uzaklaşarak takip ettikleri kişilerden ya da destinasyonlardan haberdar olmak için başvurulan bir kaynağa dönüşmektedir. Bu sebeple yerel yönetimler, ulusal ve uluslararası kurumlar, turizm işletmeleri, Instagram paylaşımlarına önem vermekte, bu paylaşımlar ise turizm alanına yenilik katmaktadır. Türkiye'de bu konuda bir ilke imza atan ve başarı elde eden gezi ve seyahat rehberi içerikli paylaşımlarını, Instagram, Facebook ve web sitelerinde paylaşım yapan Gezgin Çift adlı sosyal medya kullanıcıları bu çalışmanın çıkış noktasıdır (Gezgin Çift, 2020). Kendi deneyimlerini paylaşarak ve katılmak isteyenleri seyahatlerine dâhil ederek bireylerin deneyim turizminden faydalanmalarını sağlamaktadırlar. Bu bağlamda, araştırmada, sosyal medyada deneyimlerini paylaşan gezginlerle, onları takip eden ve onlarla seyahate çıkan bireylerin, bu deneyim serüveninden nasıl etkilendiklerinin araştırılmasıyla alana yenilik kazandırılarak, farklı bir bakış açısı sunulmaktadır. Dolayısıyla bireysel seyahatin deneyim turizmine dönüşmesini ele alan bu çalışmada, sosyal medyada başlayan ve seyahate katılarak devam eden süreçte katılımcıların, deneyim turizmini nasıl gördüklerinin belirlenmesinde alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Alanyazın Taraması

Bireyler, sadece kendi arkadaşları ile etkileşim halinde olmanın dışında artık internet aracılığıyla başkalarıyla da bilgi ve deneyimlerini paylaşma imkânı bulmakta, ihtiyaç duydukları bilginin kaynağına kolayca ulaşabilmektedirler. Öyleki turistik ürünün soyut olması, bu ürünü deneyimleyen bireylerin paylaşımları, potansiyel turistler için önem arz etmektedir (Çiftçi ve Yetgin, 2016; Fotis, Buhalis ve Rossides, 2012). Bu bağlamda, alanyazında, sosyal medya kullanımına ve destinasyon tercihlerine yönelik araştırmaların yer aldığı görülmektedir (Ayeh, Leung, Au ve Law, 2012; Cox, Burgess, Sellitto ve Buultjens, 2009; Gretzel ve Yoo, 2008; O'Connor, 2008). Bireylerin, tatil kararları öncesinde sosyal medyayı inceledikleri, gidecekleri destinasyonları ve konaklama işletmelerini belirlemeden önce bilgi topladıkları, elde ettikleri bilgilere göre tercihlerini değiştirdikleri gözlenmektedir (Eşitti ve Işık, 2015). Seyahat planları arasında yer alan destinasyonlar hakkında bilgi paylaşımında bulunan ve deneyimlerini açıkça belirten bireyler bu noktada öneme sahiptirler. Küresel değişimler ve turizmin yeniden yapılanmasıyla Urry'nin (2009) belirttiği şekilde, kitlesel tüketimin hâkim olduğu kolektif turist bakışı değişime uğramakta, her yeri bireysel haz çevresine ekleyen romantik bakışa geçilmektedir (Yazgan, 2020). Mevcut, herkes tarafından bilinen ve yıllar geçse de değişmeyen, esnek olmayan paket tur içeriklerinden uzaklaşan, eğitilmiş gezgin olmaya meyilli, esnek ve müdahalenin az olduğu, postmodern deneyim önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, turistlerin gereksinimleri, standartlaştırılmış kitlesel ürünlerle karşılanamamakta, kişiselleştirilmiş seyahatler ve deneyimler öne plana çıkmaktadır. Nitekim geçmişten günümüze bağımsız seyahatlere çıkan ve deneyimlerini paylaşan gezginlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Gezgin sayısındaki artışın sebepleri arasında destinasyonlar hakkında bilgiye kolay erişim, yaşam tarzı ve seyahatlerde esneklik arayışı yer almaktadır (Gountas ve Gountas, 2010; Hyde ve Lawson 2003). Bağımsız seyahat eden gezginlerin seyahat programlarının esnek olması, aracı kullanmadan kendi seyahatlerini planlamaları ve bir yere bağlı kalmayıp çok sayıda destinasyonu gezmeleri onları farklı ve özgür kılmaktadır (Hyde ve Lawson, 2003). Bağımsız seyahatlerde önemli olan gerçek bir seyahat deneyimi yaşamaktır. Bu nedenle seyahatin başlangıcından sonuna kadar, seyahate ilişkin tüm planlamalar gezgin tarafından yapılmakta ve seyahat bütçesine yönelik tüm kararlar yine gezgin tarafından belirlenmektedir (Tsaur, Yen ve Chen 2010). Dolayısıyla, postmodern turist deneyimlerini geleneksel tipolojiler kapsamında ele almanın güç olduğu ifade edilse de (Ay ve Özel, 2019), turist tipolojilerinin (Cohen, 1972; Plog, 1974) günümüz şartlarına göre birbiriyle bütünleştiği, bağımsız ve araştırmacı turist özelliklerini taşıyan dışa dönük gezgin tipolojisinin lüks tercihlere de sahip olabildiği görülebilmektedir. Bunun bir örneği olarak "Gezgin Çift" adlı sosyal medya kullanıcıları gösterilebilir.

Turizm alanı, kitle turizminden uzaklaşması ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması sebebiyle önemli bir değişim içindedir. Seyahat motivasyonlarının keşfetme, yenilik arayışı, doğal güzellikleri görmek, farklı kültürleri yakından tanımak ve kişisel gelişim olmak üzere çeşitlenmesi deneyim turizmini gün yüzüne çıkarmaktadır. Turistlerin gittikleri destinasyonlarda sadece ön plana çıkan yerleri ya da tur operatörlerinin ve acentaların belirledikleri güzergâhları ziyaret etmeleri değil, farklı deneyimler elde edebildikleri, destinasyonla bağ kurabildikleri faaliyetler ön plana çıkmaktadır. Deneyim turizmi ile gidilen destinasyonda yerel halkla bir arada bulunmak, sokak yemeklerinin tadına bakmanın dışında o yemeklerin yapılışını gözlemlemek ve yapılışına eşlik etmek, geleneksel el sanatlarının işlenmesine dâhil olmak, toplu taşıma araçlarıyla ulaşım sağlamak, yerel halkın yaşam koşullarını deneyimlemek mümkün olmaktadır. Böylelikle, destinasyon gerçek yapısıyla deneyimlenmekte bolca anı biriktirilmektedir. Gezginlerin deneyimlerini çevrim içi birçok platformda paylaşmaları, deneyim turizmine yönelik ilginin artmasını ve deneyim turizminin alanyazında yer almasını sağlamıştır. Alanyazında "Tailor-made", "bespoke holiday", "creative tourism" ve "experience tourism" kavramlarıyla ifade edildiği ve kişiye özgü deneyim turizmi turlarının düzenlendiği, yaratıcı turizm faaliyetlerinin ön plana çıktığı görülmektedir (Bornovalı, 2019; de Bruin ve Jelinčić, 2016; Richards ve Wilson, 2006; Salazar, 2010). Destinasyon hakkında bilgi

almak, bizzat yerinde deneyimlemek ilgi çekici gelmeye başlamıştır. Paylaşımların her geçen gün artmasıyla turizm hareketinin yeni keşfedilen ya da henüz keşfedilmemiş destinasyonlara, saatler alan uzak rotalara, çevrilmesini sağlanmıştır. Dolayısıyla deneyim turizmi, gezgin ile destinasyon arasında gerçek bir bağın kurulduğu bir turizm çeşidi olarak tanımlanabilmektedir. Özellikle destinasyonlara yönelik seyahat deneyimlerinin sonraki destinasyon ve seyahat tercihlerine doğrudan etki ettiği (Ünal ve Bayar, 2020) düşünüldüğünde deneyimin önemi bir kez daha vurgulanmaktadır. Alanında uzman bireylerle benzer tipolojiye sahip seyahatseverlerin bir araya gelebildiği ve deneyim turizmine yönelik katılımların her geçen gün arttığı gözlenmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada, Gezgin Çift adlı sosyal medya kullanıcılarının bireysel seyahatlerinin deneyim turizmine dönüşümü ele alınmaktadır. Gezgin Çift'in Filipinler seyahatine dâhil olan bireylerin, bu süreçte neler hissettikleri, Gezgin Çift'in deneyim paylaşımlarının bireylerin yaşamlarını nasıl etkilediği araştırılmaktadır. Vaka incelemesi adı da verilen örnek olay çalışması yapılarak sosyal medyada aktif faaliyet gösteren ve bireysel seyahatleriyle ünlenen gezgin bir çift analiz edilmektedir. Böylelikle, başarı süreci derinlemesine araştırılarak neden-sonuç ilişkisinin nasıl gerçekleştiğinin daha sağlıklı görülebilmesi hedeflenmektedir (Kozak, 2015). Araştırmada, mümkün olduğunca fazla unsur hakkında bilgi edinme amaçlandığından gözlem, arşiv-doküman incelemesi gibi veri toplama yöntemlerinden de faydalanılmıştır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda, bilimsel araştırmalarda yaygın olarak tercih edilen, bireylerin iç dünyasına girerek belirli bir düşüncenin, davranışın nedenlerini, deneyim ve zihinsel algılarını anlamada yardımcı olan nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır (Patton, 1987; Yıldırım ve Şimşek, 2011; Yolal, 2006). Gezgin Çift ve seyahate dâhil olan katılımcılara yönelik sorular tüm boyutlarıyla ele alınmış, sohbet tarzı bir görüşme benimsenerek zaman esnekliği sağlanmıştır. Görüşme soruları alanyazındaki kaynaklardan faydalanılarak oluşturulmuştur (Beard ve Ragheb 1980; Diener, Emmons, Larsen ve Griffin, 1985; Gountas ve Gountas, 2010; Kay, 2009; Sevinç ve Özel, 2018). Yapılan görüşmelerde sorular genelden özele doğru sorulmuş, yanıtlara göre daha derin ve ayrıntılı hale dönüşmüştür. Bu bağlamda, araştırma probleminin çözümüne yönelik olarak geliştirilmiş olan araştırma soruları da dikkate alınarak demografik özelliklere yönelik sorular dâhil 7 temel soru belirlenmiş, alan veya olayla ilgili derinlemesine bilgilere ulaşılması amacıyla ek sorulara yer verilerek soru sayısı artırılmıştır. Deneyim paylaşımında bulunan ve bu paylaşımları yapan gezginlerin dâhil olduğu seyahati ve gezginlere etkisini konu alan bir çalışmaya rastlanmamış olması nedeniyle çalışma, keşifsel niteliktedir. Bu bağlamda, nitel bir tasarım planlanarak aşağıda yer alan sorular katılımcılara yönelendirilmiştir:

- Cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek, aylık gelir, bu seyahat için yaklaşık harcama giderlerine yönelik sorular
- Yurtdışı turlarına hangi sıklıkla, kimlerle katılıyorsunuz?/En son nereye seyahat ettiniz?
- Gezgin Çift ile Filipinler seyahatine ilk nasıl karar verdiniz?/Seyahat deneyimleriniz beklentilerinizi karşıladı mı?
- Gezgin Çift'in deneyimlerini paylaşması sizi nasıl etkiliyor?/ Paylaşımları diğer gezi planlarınıza yardımcı oluyor mu?
- Gezgin Çift ile seyahate çıkmak hayatınıza ne gibi bir anlam katıyor?/Filipinler'de yerel halkla bir arada olmak, yaşamlarını deneyimlemek size neler hissettirdi?
- Tur öncesi gündemdeki haberlere istinaden (volkan patlaması, Corona virüsü, Ursula Tayfunu, ülkedeki politik, ekonomik ve sosyal durum) şimdiki durumunuzu kıyasladığınızda nasıl hissediyorsunuz?
- Hayatınızdan memnun musunuz?/ Eğer hayata yeniden başlasaydınız kendinizde veya yaşamınızda değiştirmek istedikleriniz olur muydu?/ Hayatınız ideallerinize yakın mı? Genel olarak düşündüğünüzde beklentilerinize erişebildiniz mi?"

Bireysel seyahatten deneyim turizmine dönüşümün ele alındığı ve Gezgin Çift'in paylaşımlarının etkisiyle 9 katılımcının seyahatlerine eşlik ettiği görülen bu araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğe sahip olması, çalışmanın bilimselliği hususunda büyük önem taşımaktadır. Yıldırım ve Şimşek (2011), nitel araştırmalarda geçerliği artırmak için çeşitleme, katılımcı teyidi, meslektaş teyidi olmak üzere bazı ek stratejilerden faydalanılmasını vurgulamaktadır. Bu araştırmada, geçerliğin sağlanması için çeşitleme ve katılımcı teyidi yöntemlerine başvurulmasının yanı sıra, nitel araştırmalarda inandırıcılığı sağlamak için katılımcı gözlem türünden de faydalanılmıştır (Kozak, 2015). Nitel araştırmaların güvenilirliği ile ilgili önerilen stratejilerden birisi ise toplanan verilerin betimsel bir yaklaşımla doğrudan sunulmasına yöneliktir (Le Compte ve Goetz, 1982). Bu bağlamda, araştırma verileri ve görüşme bulguları betimsel bir yaklaşımla yorum eklenmeden sunulmaktadır. Araştırmada örnek olay incelemesi ile ayrıntılı olarak ele alınan Gezgin Çift'in elde ettiği başarı ile seyahatlerinin, deneyim paylaşımlarının ve Türk gezginlerinin uzak destinasyonlardaki mevcut durumuna ulaşmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın amacı kapsamında araştırmanın problemini "Sosyal medya kullanıcılarının seyahat deneyimlerini paylaşması ve deneyim turizmine öncülük etmeleri, bireylerin gezi planlarını ne yönde etkiliyor?" şeklinde belirlemek mümkündür. Araştırmanın problemi, araştırmanın ana seyrini oluşturmaktadır. Araştırma problemine dayalı olarak ortaya çıkmış olan araştırma soruları ile araştırma alanına yönelik daha ayrıntılı ve derinlemesine bilgilerin sağlanması hedeflenmiştir.

Verilerin Toplanması

Gezgin Çift ile 24 Ocak ve 5 Şubat 2020 tarihlerinde Filipinler seyahatine çıkılmıştır. Araştırmada Filipinler ülkesinin seçilmesi, bir adalar topluluğu ülkesi olarak uzak rotada yer alması, seyahat tarihlerinde yaz mevsimin yaşanması, Türk turist başta olmak üzere diğer Asya ülkelerine oranla yıl içinde az sayıda turist ağırlamasıdır. Bunun yanı sıra Filipinlerin, gelişmemiş ülke statüsünde olup doğal güzellikleri ve yaşam alanlarının bâkir olması ve 7641 adasıyla ilgi uyandırmasıdır (NAMRIA, 2020). Ayrıca sosyal medyada yapılan paylaşımlarla ilgi çeken ve yeni adaları keşfedilen Filipinler'de volkan patlamasının ve Ursula tayfununun hemen seyahat öncesi yaşanmasına, Corona virüsünün Asya ülkelerinde ortaya çıkmasına ve bu ülkelerde aktarma ile yolculuk süresinin uzun olmasına rağmen seyahate çıkılmasıdır. Etik değerlere bağlı kalınması adına görüşme öncesinde katılımcılara bilgi verilmiş, Gezgin Çift adıyla tanınan sosyal medya kullanıcısı X ile 26 Ocak ve Y ile 4 Şubat 2020 tarihlerinde her bir görüşmenin yaklaşık 1'er saat sürdüğü yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amaçları doğrultusunda, seyahate dâhil olan 9 katılımcı ile 2 Şubat ve 4 Şubat 2020 tarihlerinde Filipinler Boracay'da yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, 22 ila 45 dakika arasında sürmüştür. Ayrıca, 2020 Ocak ayında araştırmacı kimliğini gizleyerek katılımcı gözlem ile fiilen seyahat sırasında ve katılımcılar ile aynı ortamda etkileşimde bulunarak gerek gözlem gerekse katılımcı gözlem yöntemiyle beden diline ve ortamın özelliklerine odaklanılmaya çalışılmıştır. Gözlem sırasında araştırmacı tarafından bizzat Gezgin Çift ve Filipinler seyahati, seyahatlerine katılan bireyler (gezinler) ve destinasyondaki yerel halk, seyahatin doğal akışında gözlenmiştir.

Bulgular

Demografik Bulgular

Çalışmada elde edilen bulgular ışığında, Gezgin Çift'in lisans mezunu, 35-44 yaş aralığında oldukları, tam süreli seyahatlerinden önce, X'in avukat, Y'nin tıbbi mümessil oldukları belirtilmiştir. Gezgin Çift ile seyahate katılan bireylerin demografik özellikleri incelendiğinde ise 5'ini kadın, 4'ünü erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında görüşlerine başvuru katılımcıların yaş aralığının 18-46 arasında değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların 5'i evlidir. Öğrenim durumlarına bakıldığında, lisans ve lisansüstü derecelerine

sahip 4'er katılımcının olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar, fotoğrafçı, dijital gezgin, mühendis, kaptan, öğretim üyesi, mimar ve yönetici olmak üzere farklı meslek gruplarından oluşmaktadır. Filipinler seyahatine dâhil olan toplam dokuz katılımcının görüşme sonucunda ulaşılan demografik özelliklerine yönelik bilgiler Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Gezgin Çift ile seyahate katılan bireylerin demografik bilgileri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Öğrenim Durumu	Meslek
K1	Kadın	34	Bekâr	Lisansüstü	Fotoğrafçı/Prodüktör
K2	Erkek	40	Evli	Lisansüstü	Dr. Öğretim üyesi
K3	Erkek	46	Evli	Lisans	Mühendis
K4	Erkek	34	Evli	Lisansüstü	Kaptan
K5	Erkek	40	Bekâr	Lisans	Yönetici
K6	Kadın	38	Evli	Lisansüstü	Öğretim üyesi
K7	Kadın	18	Bekâr	Lise	Öğrenci
K8	Kadın	28	Evli	Lisans	Mimar
K9	Kadın	31	Bekâr	Lisans	Fotoğrafçı/Dijital gezgin

Bir katılımcı dışında diğer tüm katılımcıların aylık gelirleri ise 5001 TL ve üzeri olarak belirlenmiştir. Katılımcıların hepsi yılda en az bir kez yurtdışına (İtalya, Estonya, Ukrayna, Sri Lanka, Tayland, Japonya, Endonezya) yalnız veya arkadaşları ve aileleriyle seyahat ettiklerini ifade etmişlerdir. Tüm faaliyetlerin dâhil edildiği Filipinler seyahatlerindeki harcamalarına bakıldığında katılımcıların %70'inin seyahat masrafının 2000 \$ ve üzerinde olduğu, özellikle eşiyile ve çocuklarıyla seyahat eden bir katılımcının masrafının ise seyahat giderleri dâhil 3000 \$'ı aştığı tespit edilmiştir.

Seyahat Kararlarına ve Beklentilerine Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin deneyim turizmi algısının nasıl şekillendiğini ortaya koyabilmek adına, Gezgin Çift ile Filipinler seyahatlerine nasıl karar verdikleri ve seyahat deneyimleri hakkında ne düşündüklerine yönelik sorular yöneltilmiş, seyahat sıklıklarına ve katılım durumlarına ilişkin sorular sorulmuştur. Çalışmada elde edilen bulgular ışığında, katılımcıların bir kısmı, yakın çevresinin önerisiyle seyahate yöneldiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılar, Gezgin Çift'i sosyal medya aracılığıyla tanıdıklarını, seyahatlerinden edindikleri deneyimleri paylaşmalarının ilgi çekici olduğunu ve güçlü bir merak uyandırdığını, o destinasyona gitme isteğinin sürekli hale geldiğini belirtmiştir. Bir süredir Gezgin Çift'i takip eden katılımcılar, seyahatlerine dâhil olmaları ve seyahatten beklentilerini şöyle belirtmektedir:

“Senede 1 ya da 2 kez yakın arkadaşlarımla seyahate çıkıyorum, en son İtalya'daydım. Arkadaşımın tavsiyesi ve daveti ile keşfettim. Gezgin Çift ile Filipinler seyahatimden beklentimin fazlasını aldım.”

Katılımcı 1

“Mümkün olduğunca seyahat etmeyi planlarım, ailemle en son seyahatim Milano'ya oldu. Filipinler görmek istediğim bir destinasyondur, araştırmalarım sonucu fiyat ve gidilecek lokalizasyonlar yönünden bunun en iyisi olduğuna karara verdim. Filipinler seyahatim beklentilerimi karşılandı, çok keyifli vakit geçirdim.”

Katılımcı 2

“Uzun zamandır Filipinler'e gitmek isteyen kızım, Gezgin Çift'i sosyal medyadan takip ediyordu. Filipinlere sömestr tatilinde gideceklerini öğrenince bana söyledi ve birlikte gitmeye karar verdik. Çok memnunuz, ilk baştaki tedirginliğimizin yerini iyi ki söylemlerimiz aldı.”

Katılımcı 3

“Eşimin önerisi ile Gezgin Çift'in Filipinler seyahatine dâhil olmaya karar verdim. Genelde bireysel gezerim. Böylesi bir seyahate de ilk defa katılıyorum. Burada yaşadıklarım beklentilerimi karşıladı, hem de fazlasıyla...”

Katılımcı 4

“Seyahat sıklığım değişiyor yılda en az bir kez arkadaşlarımla ya da yalnız yurtdışına giderim, en son Estonya'ya gitmiştim. Yine yurtdışına seyahat etmek için internette araştırma yaparken Gezgin Çift'in web sitesini gördüm. Instagram paylaşımlarını inceledikten sonra iletişim kurmaya karar verdim. İlk anda tedirgindim ancak konuştuğça onlara güvenim ve seyahate çıkma isteğim arttı.”

Katılımcı 5

“Arkadaşlarımın tavsiyesi üzerine bu seyahate katıldım. Yıl içinde 2 ya da 3 kez yurtdışına seyahat ederim, bu seyahatten önce İtalya'da bulundum. Gezgin Çift'in paylaşımları ilgi çekiciydi ve böylesi bir seyahate katılmak beklentilerimin de üzerinde bir deneyim oldu.”

Katılımcı 6

“Filipinler yıllardır gitmek istediğim ve keşfetmek istediğim bir ülkeydi, turun rotasını beğenince katılma kararı aldım. En son Ukrayna'ya gitmiştim. Yılda birkaç kez, ailemle ya da 1-2 kez tek başıma ya da arkadaşlarımla kampa gidiyorum. Filipinler seyahatim beklentilerimi karşıladı, tanıştığım herkes, gördüğüm her şey unutulmazdı, çok keyifli vakit geçirdim.”

Katılımcı 7

“Eşimle Filipinler seyahatine daha erken bir tarihte başlayıp daha geç bitirme kararı almıştık. Duyduk ki Gezgin Çift burada rotalarını izlemek, onlara katılmak, onlarla birlikte olmak istedik. Gezgin Çift'i bir süredir tanıdığım ve takip ettiğim için güvenle seyahatlerine dâhil olduk. Beklentilerimizi fazlasıyla karşıladı, her şey çok güzeldi.”

Katılımcı 8

“Sosyal medya paylaşımlarından samimiyetlerini anlayıp, fotoğrafların çok etkilemesi ile karar verdim. Oldukça sık seyahat ediyorum. Arkadaşlarım veya erkek arkadaşım ile seyahat ediyorum. Filipinler öncesi Sri Lanka ve Atina seyahatlerim oldu. Düşününce, Filipinler seyahatim beklentilerimi son derece karşıladı.”

Katılımcı 9

Deneyim Turizmine Yönelik Bulgular

Sosyal medyada başlayan ve deneyim turizmine uzanan seyahatlerin, katılımcıların gelecekteki seyahat planlarına etkisini belirleyebilmek adına Gezgin Çift'in deneyimlerini paylaşması, seyahat boyunca katılımcılarla vakit geçirmeleri hakkında ne düşündüklerine ve bundan sonraki seyahat planlarını ne yönde etkilediklerine yönelik sorular sorulmuştur. Gerek görüşme sorularına verilen yanıtlara gerekse katılımcı gözlem ile elde edilen bulgulara göre, katılımcıların benzer duygu ve düşünce yapısına sahip olmaları sebebiyle Gezgin Çift ile hareket etmelerinin destinasyonla sıkı bir bağ kurmalarını sağladığı, gönül rahatlığıyla seyahat ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların seyahatleri süresince yerel halk ile iletişim halinde oldukları, yerel ev ziyaretlerine giderek, geleneksel yaşam tarzlarına dâhil oldukları

gözlenmiştir. Seyahatleri öncesi, süresince ve sonrasında Gezgin Çift'in destinasyon hakkındaki deneyimlerini doğrudan paylaşması ve katılımcıların birebir deneyimlemesi üzerine deneyim turizminin gelecek seyahat planlarına etkisi şöyle belirtilmektedir:

“Harika enerjileri var. Arkadaşlık ilişkisi içinde olmaları ile her şey çok daha keyifli oluyor. Bir sonraki seyahatlerini takip etmeye ve onlara katılmaya devam.”

Katılımcı 1

“Güven ve keyif dolu bir seyahat oldu, yeniden birlikte bir seyahat planladık bile.”

Katılımcı 2

“ Güveni hissediyorsunuz, seyahat ederken en önemli hislerden biri bu, bilgi sahibi olmaları, detaylarıyla bizlere aktarmaları çok güzel, sonraki gezilerimin de artık benzer olmasını isterim”

Katılımcı 3

“Gezgin Çift ile seyahat etmek keyifli ve zaman kazandırıcı oldu. Merak ettiğimiz birçok yeri gördük, yerel halkı, kültürlerini tanıdık. İletişimleri gayet hoş, iş olarak yaptıklarını yansıtmıyorlar. Bir daha böyle bir gezi amaçlasam yine onlarla gitmeyi isterim.”

Katılımcı 4

“Gezgin Çift ile iletişim halinde olmak çok faydalı ve keyifli oluyor. Yaşadıklarını, deneyimlerini birebir paylaşıyorlar, öğrenmek ve tecrübe etmek çok güzel. Seyahat planım yeni rotalarına dâhil olmak. Büyük Göç Afrika örneğin.”

Katılımcı 5

“Gezgin Çift ile böylesi bir geziye tekrar gitmek isterim. Böyle bir seyahat anım bir daha olsun.”

Katılımcı 6

“Çok güven veren bir yapıları var. Gezgin Çift'i takip ederek çekinmeden ara yollardan geçtik yerel halkın evine misafir olduk, sokak yemeği hazırlıyorlardı satmak için yardım ettik. Unutulmaz, heyecan verici. Bundan sonraki gezilerimde de hep aynı standardı ararım artık. Gezgin Çift, formal bir rehberlik formatı benimsemiş olsaydı gezgin psikolojisinden anlayan arkadaş gibiler, bu nedenle seyahatimiz esnek ve spontane gelişmelere açık, bunlar da seyahatimize renk katıyor. Doğrudan onlarla iletişimde olmak ciddi yararlı oluyor ve keyif veriyor. Gezgin Çift'in deneyimlerini birinci ağızdan öğrenip tecrübe edebiliyoruz. Diğer turlarıyla da ilgileniyorum.”

Katılımcı 7

“Her bir anı çok keyifliydi, seyahat ekibiyle, yerel halkla vakit geçirmek unutulmazdı, yerel lezzetleri yerinde deneyimlemek, yaşam alanlarını görmek bambaşka anılar biriktirmemizi sağladı. Gezgin Çift ile seyahat planımızı benzer şekilde gerçekleştirmek isteriz.”

Katılımcı 8

“Harika bir seyahattir, Tur rehberi gibi değil arkadaşım ile seyahate çıkmış gibi hissettim. Hemen bir sonraki tur kararımı verdim.”

Katılımcı 9

Deneyim Turizminin Katılımcıların Yaşamlarına Etkisine Yönelik Bulgular

Filipinler seyahatine çıkmadan önce sosyal medya paylaşımlarını referans alan katılımcıların seyahate dâhil olmalarıyla deneyim turizminin yaşamlarına etkisinin olup olmadığına yönelik sorular yöneltilmiş ve gözlenmişlerdir. Gezgin Çift ile seyahate çıkmanın hayatlarına ne gibi bir anlam kattığı, seyahat öncesi ve süresince gündemdeki haberlerle (volkan patlaması, Corona virüsü, Ursula tayfunu, ülkedeki politik, ekonomik ve sosyal durum) seyahat durumlarını kıyasladıklarında nasıl hissettiklerini, hayatlarında değişiklik yapmayı düşünüp düşünmediklerini belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar aşağıda yer almaktadır:

“Bir turdan çok keşif niteliğindedi, çok farklıydı. Klasik bilgiler ve rotalar yoktu bu sebeple her şey çok daha keyifliydi. Haberler hiç etkilemedi açıkçası, güvenimiz sonsuz! Bitmesin istedim. Hayatımda değiştirmek istediğim bir şey yok, bol seyahat, kahkaha ve yeni insanlar tanımak, farklı kültürleri deneyimlemek istiyorum.”

Katılımcı 1

“Çok önceden karar verdiğim bir organizasyondur, yaşananlar düşündürdü ancak güven duygusunu hissettirdiler, seyahat planımı değiştirmek ya da iptal etmek istemedim. İmkânım olsa hayatımda değişiklik yapma isteğim pek olmazdı diye düşünüyorum. Sadece gezmeye daha erken yaşta başladım. Böylesi seyahatler hayata anlam ve farkındalık katıyor, daha çok dâhil olurdum.”

Katılımcı 2

“Çok ciddi hazırlık yaptıklarını, gidilen destinasyona, program detaylarına, yerel kültürlerle çok hâkim olduklarını bizzat gördüm. Beni en çok bu memnun etti. Gezgin Çift'in web sitelerindeki yazım dili oldukça güven veriyor, detaylı, kısa ve nokta vuruşu. Hayatımda bir değişikliğe gitmem, mutluyum. Haberler üzücü ama korkutucu değil, empati önemli, seyahatim süresince çok derinden hissettim buradaki yaşamı, zorlukları, güzellikleri...”

Katılımcı 3

“Heyecanlı ve keyifliydi, bolca eğlenip keşfettik, bu seyahat mutluluk vericiydi, pek çok ülkeye gidiyorum her biri farklı bir his bırakıyor, bu sefer ki gerçek bir his ve deneyim bıraktı. Seyahat öncesi yaşananları duyunca empatiyle yaklaştım, haberler buradaki gördüğümüz yaşam üzücüydü, insanların durumlarıyla dalga geçmem, aksine yardımcı olmaktan mutluluk duyarım. O yüzden anlamlıydı bu seyahat benim için. Hükümet tarafından seyahat izinlerinin iptal edilme durumu olmadığı sürece seyahat planına uyarım. Yine olsa gelmek isterdim, o yüzden hayatımda değiştirmek istediklerim pek olmazdı. Seyahat etmeye erken yaşta başlamak isterdim. Hayatımın çoğu zamanını su üzerinde geçiren biri olarak şuanda keyifli bir yaşamım olduğunu söyleyebilirim.”

Katılımcı 4

“Gündemdeki olayların seyahat planlarımı değiştirmesine izin vermemeyi tercih ediyorum. Seyahate dayalı her türlü aktiviteyi deneyimlemek isterim. Hayatımdan memnunum ve hiçbir şeyi değiştirmek istemezdim.”

Katılımcı 5

“Amacım dinlenmek ve andan keyif almaktı. Tüm olumsuz durumlara rağmen onlarla bunu başardık. Hayatımda değişiklik yapmak istediklerim tabiki olurdu ancak hayatım şuanda daha iyi”

Katılımcı 6

“Bu seyahatimde gördüklerim, benim için çok önemli. Tatil önceliklerimde böylesi seyahatler, deneyimler başta geliyor. Seyahatten önce belirtilen durumlardan kaygılanmamıştım, hala kaygılanmıyorum. Seyahat etmek, denize yakın olmak benim için çok önemli ve özgürlüğü temsil ediyor. Hayata yeniden başlasaydım kendimde yapacağım değişiklik daha az stresli bir bünyeye sahip olmak olurdu.”

Katılımcı 7

“Çok eğlendik ve çok mutlu olduk, o yüzden yaşananlar çok tedirgin etmedi, güvenli bir tatil süreci oldu bizler için. Hayatımdan memnunum, hayatımda değişiklik yapmak istemem olması gereken neyse onu yaşadığımızı inanıyorum.”

Katılımcı 8

“Şuan aşırı mutlu hissediyorum. Şuanda olduğum benden ve hayallerimden, hayallerime ulaşmaktan mutluyum. Samimiyetlerine o kadar çok inandım ve güvendim ki haberlere hiç kulak asmadım, onlarla çok eğleneceğime inandım.”

Katılımcı 9

Bireysel seyahatten deneyim turizmüne uzanan ve deneyimlerini çevrim içi platformlarda büyük kitlelere ulaştırabilen Gezgin Çift'in seyahatlerine ara vermeden devam ettikleri görülmektedir. Katılımcıların Gezgin Çift'in deneyimlerinden faydalanarak ilk kez gittikleri destinasyonlarda rahatlıkla seyahat edebildikleri, Gezgin Çift'in seyahatleri süresince onlara eşlik etmelerinden memnun kaldıkları tespit edilmiştir. Gidilen destinasyonun gelenek ve görenekleri, yerel lezzetleri, ulaşım ağları, yaşam tarzlarını yerinde paylaşımları, doğal, içten anlatımlarıyla sosyal medya üzerinden oluşturdukları güven duygusunu daha da kuvvetlendirdikleri elde edilen bulgular arasında yer almaktadır. 24 Ocak-05 Şubat 2020 tarihleri arasında Singapur aktarmalı İstanbul-Filipinler-İstanbul rotasında, Coron, El Nido ve Boracay adalarını içeren seyahatin çevrim içi paylaşımlar aracılığıyla geniş kitlelere ulaştığı, turistik destinasyonların aynı zamanda yerel yaşam tarzını gizlemeden sunulabileceği, uygun fiyatlarla lüks seyahatlerin gerçekleştirilebildiği tespit edilmiştir. Turizm hareketleri ise bireysel seyahatlerin yönelimlerini göstermektedir. Seyahatleri hakkında bilgiler veren Gezgin Çift, “2009 yılında Tayland ve Hong Hong'a seyahat ettik, Uzak Doğu hakkında yeterince bilgi bulunmuyordu, gittiğimiz yerleri yazar ve deneyimlerimizi anlık paylaşırsak birçok kişiye faydalı olabiliriz diye düşündük ve 2011 yılında Gezgin Çift web sitesini açtık” diyerek açıklamalarda bulunmuşlardır. 13. Altın Örumcek Seyahat ve Blog kategorisinde, halkın favorisi ödülleri alan Gezgin Çift Türkiye’de bir ilke imza atmış, havayolları, oteller, turizm ofisleri olmak üzere firmaların sponsorluğunda keşif seyahatlerine çıktıklarını belirtmişlerdir.

Destinasyonlardaki deneyimlerini çevrim içi paylaşarak birçok seyahatseveri uzak rotalara seyahat etmeleri için teşvik etmektedirler. Gezgin Çift X bu durumu şöyle açıklamaktadır;

“Bir ülkeye defalarca kez gidiyoruz, en iyi görülmesi gereken, kime nereler daha uygun olur, ziyaret etmekten mutlu olur onu belirliyoruz. Filipinler örneğin, yanlış bilinen gerçekler var, destinasyonların yapısı, yaşam alanları değişebiliyor bunları içinde olarak bilebiliyoruz. Hangi destinasyon görülmeye değer, hangi işletme sürdürülebilir ve çevreci, turizm dostu, nerede rahatça eğlenilebilir, lezzetli, sağlıklı yemek nerede yenir, yerel lezzetlerin damak tadımıza uygunluğu, yerel ulaşım imkânları, hangi sokaklardan yürünürse yerel halk ile doğrudan iletişime geçilebilir vb. tespitlerde bulunuyoruz. Destinasyonları birçok açıdan ele alıyoruz. Yaşadığımız tüm deneyimleri paylaşıyoruz. Yakında yeni yerler için keşif turlarımıza tekrar çıkacağız, örneğin yeni adalar keşfedildi ilk görenler biz olabiliriz, yorucu olsa da seyahat etmeyi ve paylaşmayı çok seviyoruz.”

Gezgin Çift Y'nin açıklamaları ise;

“2016 Eylül ayında Afrika büyük göç turuyla 26 kişilik bir seyahate öncülük ettik. Seyahatlerimize dâhil olmak isteyenler bizler gibi dinamik, gezmeyi, keşfetmeyi sevenler oluyor, belirli bir yaş grubu var diyemem 70 yaşını aşan bir hanımefendi de gelmek istiyor, küçük kardeşlerimiz de, ekip halinde hareket edebilmek için grup profiline göre belirliyoruz destinasyonlarımızı, bir nevi kişiselleştiriyoruz. Bu seyahatler detaylı, olabilecek en uygun bütçeyle gerçekleşiyor. Böyle olunca da belli bir ekonomik güce sahip katılımcılarımız oluyor. Bir ülkenin en turistik çekiciliği hangi zamanda uygunsa o zaman gidiyoruz. Kuzey ışıklarını hiç kaçırmadık, Büyük Göç Afrika ziyaret edilebilecek an aktif dönemde oradayız. Tecrübeli olduğumuz için tehlikenin ne boyutta olduğunu bilebiliyoruz, hazırlıklyız o yüzden. Bizlerle gelenlere göre şekillendiriyoruz, farklı aktivitelere yönlendiriyoruz, bir destinasyondan elde edebilecekleri en güzel deneyimleri onlara aktarıyor ve deneyim edinmelerine katkı sağlıyoruz. Böylelikle bizlerle seyahat edenler uyum halinde görülebilecek pek çok yeri keşfetmiş oluyorlar.”

Buradan hareketle, on yılı aşkın süredir seyahat halinde olan çiftin Hindistan ile başlayan seyahatlerine İzlanda, Filipinler, Endonezya, Afrika, Meksika, Vietnam olmak üzere destinasyonların en özel günlerinde bulunup, deneyimlerini paylaşmaları onları farklı kılmakta, seyahatlerini ulusal basına dâhi yansıtmaktadır. Gezgin Çift, “Gidilmeyene Gitmek, Görülmeyeni Görmek” mottosuyla seyahatlerine devam ettiklerini, güzel insanlarla tanıştıklarını, dünyanın dört bir yanında dostlar biriktirdiklerini, bolca anı biriktirerek kendi hayat hikâyelerini yazdıklarını ifade etmektedirler. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, yaşam doyumu çalışmalarında ön plana çıkan kuramlar açısından değerlendirildiğinde, araştırma bulguları ile yaşam doyumu kuramları da paralellik göstermektedir. Gezgin Çift'in yeni yerler keşfedecek olmaları ve katılımcıların Gezgin Çift ile seyahate çıkacak olmaları seyahat öncesinde bireylere olumlu yönde heyecan oluşturduğu belirlenmiştir. Elde ettikleri deneyimlerin beklentilerini karşıladıklarını ifade etmektedirler. Buradan hareketle deneyim turizmine katılım ile mutluluğa ulaşıldığı, keşfetme heyecanının yaşam doyumlarını artırdığı tespit edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde sosyal medya etkili bir pazarlama iletişim aracı olmuş, tüketici ve markalar arasında güçlü bir köprü haline gelmiştir. Bilhassa dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla, bireyler, anlık güncel bilgi araştırmalarında internete yönelmekte, en kısa sürede minimum çaba ile birçok paylaşımın sosyal medya üzerinden yapılmasına vesile olmaktadır. İçerik kaynağına

dönüşen sosyal medya, sürekli aktif olan ve çok fazla seçenek sunan bir hedef kitle platformuna dönüşmektedir. İçeriğin, tüketicilere sağladığı faydayla birlikte, beğenilmesi ve takip edilmesi iyi bir içerik oluşturabilen hesapların internet aramalarında üst sıralarda yer almalarını mümkün kılmaktadır. Özellikle bu noktada, sosyal medya paylaşımları ve konum aramaları, turizmin gelişimini önemli oranda etkilemektedir. Dolayısıyla, turizm, toplumsal koşullara göre değişen, dönüşen ve gelişen dinamik bir olgu olarak kendini göstermektedir. Bununla birlikte turizm, turistlerin seyahat motivasyonları ve destinasyon seçimi ölçülebilen ya da ölçülemeyen pek çok faktörden etkilenmekte, turistlerin davranışlarını anlamaya yardımcı olmaktadır (Akşit Aşık, 2020). Bu bağlamda alanyazında, sosyal medyanın etkisine yönelik araştırmalar artmakta, sosyal medya paylaşımlarının tüketicilerin turizm taleplerine yansımaları ve satın alma kararlarındaki rolünü inceleyen, bulguları birbirini destekleyen araştırmalar ön plana çıkmaktadır (Gürkan ve Ulema, 2020; Law, Leung ve Wong, 2004). Bu çalışmada ise, Gezgin Çift'in bireysel seyahatlerinin deneyim turizmine dönüşmesi ele alınmakta, sosyal medyada başlayan ve seyahate katılarak devam eden süreçte katılımcıların, deneyim turizmini nasıl gördüklerinin belirlenmesi araştırılmaktadır. Dolayısıyla, sosyal medyada deneyimlerini paylaşan gezginlerle, onları takip eden ve onlarla seyahate çıkan bireylerin, bu deneyim serüveninden nasıl etkilediğinin belirlenmesi hedeflenmektedir.

Sosyal medya paylaşımlarıyla başlayan ve deneyim serüvenine dönüşen bu seyahatin önemli özellikleri incelendiğinde, bilgi paylaşımının, etkin katılımın, deneyimleyerek öğrenmenin, bilgi ve becerilerin geliştirilmesinin ve keşfedilmesinin, yerel halk ile yakın ilişkiler kurulmasının, turistik ürünün ve sunulan hizmetlerin kişiselleştirilmesinin, destinasyonla duygusal bir bağ oluşturulmasının mümkün olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, araştırma bulguları, son yıllarda turizm çeşidi olarak atfedilen yaratıcı turizm çerçevesinde deneyim odaklı araştırmalarla da örtüşmekte, katılımcı deneyim turizminin ulaştığı noktayı vurgulamaktadır (de Bruin ve Jelinčić, 2016; Lindroth, Ritalahti ve Soisalon-Soininen, 2007; Richards ve Wilson, 2006). Araştırma sonuçlarına göre, deneyim turizminin haz, mutluluk sağladığı, seyahat anlayışına farklılık getirerek yenilik kazandırdığı anlaşılmaktadır. Gezgin Çift'in uzun süredir gittikleri destinasyonlar hakkında bilgi vermelerinin ve deneyimlerini paylaşmalarının çevrim içi bilgi araştırmasında bireylere katkı sağladığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte tutarlı ve samimi içerik üretmeleriyle seyahate çıkılmasında güven duygusu oluşturdukları, destinasyonların erişilebilirliğine yönelik bilgiler paylaşarak seyahat kolaylığı sağladıkları belirlenmiştir. Sosyal medya kullanıcılarını seyahate teşvik ederek kullanıcılara yardımcı oldukları, deneyim paylaşımlarıyla katılımcıların mutlu olmalarına ve seyahatlerinden keyif almalarına aracılık ettikleri görülmektedir. Ayrıca katılımcıların tekrar tercih etme eğiliminde oldukları, deneyim paylaşımlarının bilgi edinme ve öğretici yanının ön plana çıktığı, deneyimlerin hayata kattığı anlam, aktif katılım ile yerel kültürü yakından tanımak ve yaşam alanlarını deneyimlemek gibi birçok farklı bileşeni bir araya getirdiği kanıtlanmaktadır. Buradan hareketle araştırma, Kim, Ritchie ve McCormick (2012) tarafından geliştirilen deneyimlerini unutulmaz olarak algılayan bireylerin deneyimsel bileşenler aracılığıyla daha sık hatırladıklarını tespit eden çalışmalarını desteklemektedir. Ek olarak araştırma bulgularında, unutulmaz bir deneyim yaşadıklarını, bundan sonraki seyahatlerinde benzer standartları aradıklarını ve planladıklarını belirten ve gözlemlenen katılımcıların seyahat beklentilerinin karşılanmasıyla deneyimlerinden memnun oldukları anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların beklentilerinin karşılanması ve seyahatlerinin sorunsuz gerçekleşmesi, Gezgin Çift ile deneyim turizminin memnun edici

düzeyde olmasını sağlamaktadır. Bu sonuçlar, alanyazında yer alan unutulmaz turizm deneyiminin turistlerin memnuniyetlerini olumlu yönde etkilediği bulgusunu destekler niteliktedir (Zhong, Busser ve Baloglu, 2017). Bireylerin yaşamlarından duydukları memnuniyet, bireylerin yaşam doyumunu da kapsayabilmektedir. Bu bağlamda, sosyal etkileşimin kuvvetli olduğu deneyim turizmine yönelik araştırmaların yapılması, bireylerin tercihleri doğrultusunda elde ettikleri deneyimlerin yaşam doyumlarıyla ilişkisini ve etki düzeyini gösterebilmektedir. Bu çerçevede katılımcıların deneyim turizmine dâhil olmalarıyla yaşam doyumları arasında olumlu yönde bir ilişkinin olduğunu gösteren araştırma sonuçları alanyazınla (Diener, Emmons, Larsen ve Griffin, 1985; Sevinç ve Özel, 2018) örtüşmektedir.

Araştırmada, seyahat öncesi ve süresince gündemdeki haberlerin risk algısı oluşturmaya rağmen, deneyim paylaşımlarının ve katılımcıların güven duygusunun etkisiyle seyahat planlarını değiştirmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların, volkan patlaması, Corona virüsü, Ursula tayfunu, ülkedeki politik, ekonomik ve sosyal durumların oluşturabileceği hayati risklerin farkında olmalarına rağmen gönüllü olarak risk aldıkları görülmektedir. Oysaki lüks bir tüketim olarak görülen turizmde, beklenmedik durumlarla karşılaşıldığında, güvenlik endişelerinin bulunmaması beklenir ya da turistik faaliyetler ilk vazgeçilen tüketim kalemi olarak değerlendirilmektedir (Kabadayı ve Kardeş, 2020). Ayrıca araştırmalarda, gezginlerin yüksek risk algısı durumunda seyahat planlarını değiştirmelerinin muhtemel olduğu belirtilmektedir (Ay ve Özel, 2019; Kozak, Crofts ve Law, 2007). Bu bağlamda araştırmanın sonuçları, alana farklı bir bakış açısı sunmakta ve yenilik kazandırmaktadır.

Tüm bu bilgiler ışığında araştırmanın teorik, sosyal ve pratik çıktılarının alana geniş çerçevede katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu araştırmada, tutarlı ve samimi içeriklerin ürettiği sosyal medya hesaplarının etkisi, deneyim paylaşımlarının turizmde karar alma süreçlerinde oynadığı rol, deneyim turizminin hayata kattığı anlam ve bunların sağladığı memnuniyet ve güven duygusu ele alınmaktadır. Bu bağlamda araştırma sonuçları, deneyimsel turistlerle diğer bir ifadeyle gezginlerle iletişim kurmak için bir araç olarak tercih edilen sosyal medya ve kullanıcılarına yönelik araştırmalara ve deneyim turizmine ilişkin alanyazına katkıda bulunmaktadır. Bu araştırma, sadece gezginlerin deneyim turizmi serüvenine ya da deneyim paylaşımlarının yaşamlarına etkisine ışık tutmakla kalmamakta, dünya çapında büyüyen seyahat eğilimlerini, turist tipolojisindeki değişiklikleri de vurgulamaktadır.

Araştırmacı turist tipolojisi özelliklerine sahip olan Gezgin Çift'in seyahatlerinde yeni ve doğru bilgiye ulaşmayı hedefledikleri, edindikleri bilgileri ve deneyimleri birleştirerek ve yorumlayarak çevrim içi hesaplarında paylaştıkları tespit edilmiştir. Bu durum ise dijital gezgin profilinin gelişimini yansıtmakta, turizm alanında yeniliklerin aralanmasına ve destinasyonların tanıtımına katkı sağlamaktadırlar. Bu bağlamda, turizm sektöründe değişimlerin yaşanmasına da olanak sağlanmaktadır. Çünkü gezginlerin, gezginleri takip eden bireylerle iş birliği halinde olmaları ve bilgilerin kişiselleştirilerek paylaşılması, bireylerin turistik bilgi araştırmasında net sonuçlar elde etmesini ve gerçek bilgiye ulaşmasını sağlamaktadır. Paylaşılan bilgilerin katılımcılara faydalı olması ise hem Gezgin Çift'e hem seyahat süresine dâhil olan tüm organizasyonlara, işletmelere hem de destinasyona güven duyulmasını sağlamaktadır.

Bu araştırmanın kısıtı 24 Ocak – 5 Şubat 2020 tarihlerinde Gezgin Çift ile Filipinler seyahatine dâhil olan bireylerin gözlenmesidir. Gelecekte yapılacak çalışmalar için örneklem sayısı artırılabilir, daha geniş kapsamlı bir ölçek ele alınabilir, gelişmiş test/modellerle farklı gruplara

yönelik çalışmalar yapılabilir. Gezinlerin çevrim içi turistik bilgi araştırmasına ve bireylerin seyahat tercihlerine etkilerini değerlendiren çalışmaların azlığı dikkat çekicidir. Bu bakımdan araştırmanın alana katkısı, gezginlerin bakış açısıyla seyahat kolaylığı, erişilebilirlik, deneyim paylaşımlarının bireyleri hangi düzeyde etkileyip etkilemediğini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Bireylerin deneyim turizminden faydalanarak seyahate dâhil olmaları dolayısıyla paylaşımların birebir yapıldığı, seyahatlerinden keyif alınıp alınmadığı, elde edilen deneyimlerden algılanan faydanın ve hayatlarına etkisinin açıklanması açısından da önem teşkil etmektedir. Çalışmanın turizm alanındaki bu boşluğun doldurulmasına katkıda bulunacağı ve alanda yapılmak istenen çalışmalara ışık tutacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

- Akşit Aşık, N. (2020). Seyahat motivasyonları ve destinasyon seçimi: Y ve z kuşakları arasında bir karşılaştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 1746-1762.
- Ay, M. ve Özel, Ç. H. (2019). Postmodern turist deneyimi: Motosikletli kadın gezginler üzerine bir değerlendirme. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(2), 630-645.
- Ayeh, J. K., Leung, D., Au, N., ve Law, R. (2012). Perceptions and strategies of hospitality and tourism practitioners on social media: an exploratory study, *Information and Communication Technologies in Tourism*, 1-12.
- Beard, J. G., ve Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*. 12, 20-33.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Cox, C., Burgess, S., Sellitto, C., ve Buultjens, J. (2009). The role of user-generated content in tourists' travel planning behavior, *Journal of Hospitality Marketing ve Management*, 18(8), 743-764.
- de Bruin, A. ve Jelinčić, D.A. (2016). Toward extending creative tourism: participatory experience tourism. *Tourism Review*, 71(1), 57-66.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale, *Journal of Personality Assessment*, 49 (1), 71-75
- Eşitti, Ş. ve Işık, M. (2015). Sosyal medyanın yabancı turistlerin Türkiye'yi tatil destinasyonu olarak tercih etmelerine etkisi. *karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*,1(27),1-30.
- Fotis, J. N., Buhalis, D. ve Rossides, N., (2012). Social media use and impact during the holiday travel planning process. in *Information and communication technologies in tourism M. Fuchs, F. Ricci, ve L. Cantoni, (Eds),Springer-Verlag*, 13-24 Vienna, Austria.
- Gountas, J., ve Gountas. S. (2010). Motives of touring independent travellers. in *Australian and New Zealand Marketing Academy Conference (ANZMAC 2010), Nov 29, 2009*, Christchurch, New Zealand: Australian and New Zealand Marketing Academy.
- Gretzel, U., ve Yoo, K. H. (2008). Use and impact of online travel reviews. in *Information and communication technologies in tourism 2008: Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria O'Connor, P., Höpken, W. ve Gretzel, U. (Eds.)*, Springer, 35-46, Wien: Austria.
- Gürkan, A. S. ve Ulema, Ş. (2020). Turizm Talebinde Snobizm'in Etkisi: Nişantaşı'nda Yaşayan Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3249-3262.
- Hyde, K. F., ve Lawson, R. (2003). The nature of independent travel. *Journal of Travel Research*, 42(1), 13-23.
- Kabadayı, M. ve Kardeş, N. (2020). Kovid-19'un (Koronavirüsün) yerli turist davranışı ve seyahat eğilimlerine etkileri, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3703-3719.

- Kay, P. L. (2009). Cultural experience tourist motives dimensionality: A cross cultural study. *Journal of Hospitality Marketing ve Management*, 18(4), 329-371.
- Kemp, S. (2020). Digital, Social ve mobile in 2020 we are social's compendium of global digital statistics. <https://wearesocial.com/digital-2020> adresinden 23 Şubat 2021 tarihinde edinilmiştir.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B. ve McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay yayıncılık
- Kozak, M., Crotts, J. C. ve Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242.
- Law R., K. Leung, ve J. Wong (2004). The impact of the internet on travel agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 100-107.
- LeCompte, M. D. ve Goetz, J. P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of Educational Research*, 52(1), 31-60.
- Lindroth, K., Ritalahti, J., ve Soisalon-Soininen, T. (2007). Creative tourism in destination development. *Tourism Review*. 62(3/4), 53-58.
- O'Connor, P. (2008). User-generated content and travel: A case study on Tripadvisor.com, in *Information and communication technologies in tourism 2008: Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria* Springer, 47-58, Wien: Austria
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Newbury Park, CA: Sage
- Plog, S. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *The Cornell HRA Quarterly*, 55-58.
- Richards, G. ve Wilson J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*, 27(6): 1209-1223
- Salazar, N. B. (2010). Imagineering tailor-made pasts for nation-building and tourism: A comparative perspective. in *Staging the past: themed environments in transcultural perspectives*, Judith, S., Michiko, U.B., Carolyn, C., Wolfgang, H. (Eds.) Transcript Bielefeld, 93-109, Germany.
- Sevinç, F. ve Özel, Ç . (2018). Boş zaman aktivitesi olarak dalış ve yaşam doyumu ile ilişkisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 397-415.
- Tsaur, S. H., Yen, C. H., ve Chen, C. L. (2010). Independent tourist knowledge and skills. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1035-1054.
- Urry, J. (2009). *Turist bakışı*, (Çev.) E. Tataroğlu ve İ. Yıldız, Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Ünal, A., ve Bayar, S . (2020). Destinasyonlara ilişkin hatırlanabilir deneyimlerin turistlerin tekrar seyahat niyetlerine etkileri: Side örneği . *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-13 . DOI: 10.37847/tdtad.715848
- Yazgan, Ç. Ü. (2020). Turizm sosyolojisinde güncelliğini yitirmeyen klasik: "Turist bakışı", *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(1), 74-77.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yolal, M. (2016). *Turizm araştırmalarında örnekleme: Bibliyometrik bir araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zhong, Y. Y. S., Busser, J. ve Baloğlu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: the effects on satisfaction, affective commitment and storytelling. *Tourism Analysis*, 22(2), 201-217.

İnternet Kaynakçası

- Bornovalı, S. (2019). Uzman bir rehberle gezmenin farkı, Ö. K. Bayburs, Seyahat severler rotayı "deneyim turizmi" yapan acentelere çevirdi. <https://www.turizmgunlugu.com/2019/05/31/terzi-isi-bir-turizm/> (02.02.2020).

Çiftci, G. ve Yetgin, D. (2016). Teröre dayalı krizler ve sosyal medya: Türkiye örneği. O. Bahar (ed.) 17. Ulusal Turizm Kongresi, Akademi Sektör Buluşması, Bildiriler Kitabı içinde (1507-1517 ss.) Ankara:Detay Yayıncılık. <http://utk17.mu.edu.tr/Belgeler/28/28/OMUGLA-KONGRE-BASKI.pdf> (12.04.2020).

Gezgin Çift. (2020). Biz Kimiz. www.gezgincift.com (02.01.2020).

NAMRIA (2020). The national mapping and resource information, The Pilippine report, <http://www.namria.gov.ph/> (02.01.2020).