

PAYLAŞIM EKONOMİSİ KAPSAMINDA YAPILAN KONAKLAMA DENEYİMLERİNİN ÖZ BELİRLEME TEORİSİ PERSPEKTİFİ İLE İNCELENMESİ: COUCHSURFING ÖRNEĞİ

*Examination of Hospitality Experiences within the Sharing Economy with the Perspective of
Self-Determination Theory: The Case of Couchsurfing*

Selda Karahan*
Selda Uca**
Emrah Özkul***

Geliş Tarihi (Received): 02.04.2022 Kabul Tarihi (Accepted): 31.05.2022 Yayın Tarihi (Published): 30.06.2022

ÖZ

Son yıllarda, turistlerin seyahatlerinde farklı ve yerel deneyimler yaşamaya eğilim gösterdikleri ve paylaşım ekonomisi kapsamında yapılan turizm faaliyetlerine yönelik talebin giderek arttığı görülmektedir. Bu araştırmada, paylaşım ekonomisi faaliyetlerinden biri olan Couchsurfing deneyimlerinin aktif kullanıcılar tarafından nasıl anlamlandırıldığı, motivasyonların altında yatan sebepleri ve deneyimlerini incelemek amacıyla nitel bir çalışma yapılmıştır. Durum çalışması deseni ile tasarlanan araştırma kapsamında, 7 aktif üye ile sosyal medya üzerinden yapılan e-görüşmeler ve 150 üyenin hesaplarındaki bilgiler ana verileri oluşturmaktadır. Veriler, öz belirleme teorisinin çerçevesinde betimsel içerik analizi ile yorumlanmıştır. Araştırma sonuçları, Couchsurfing deneyimleri sayesinde turistlerin öz belirleme teorisinin ortaya koyduğu bireysel ihtiyaçların çoğunu karşıladığını göstermektedir. Bu doğrultuda, turizm sektöründe deneyim odaklı ürün sunulmasının önemine değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Couchsurfing, Paylaşım Ekonomisi, P2P, Öz Belirleme Teorisi

ABSTRACT

In recent years, it has been observed that tourists tend to experience different and local experiences during their travels and the demand for tourism activities within the scope of the sharing economy is increasing. In this research, a qualitative study was conducted to explore how Couchsurfing experiences, which is one of the non-profit accommodation activities, are interpreted by active users, the reasons underlying the motivations and their experiences. Within the scope of the research, which was designed with a case study pattern, written interviews with 7 active members over social media and information on the accounts of 150 members constitute the main data. The data were themed with the perspective of self-determination theory and interpreted with descriptive content analysis. The research results show that tourists meet most of the individual needs revealed by the self-determination theory, thanks to their Couchsurfing experience. In this direction, the importance of presenting experience-oriented products in the tourism sector has been mentioned.

Keywords: Couchsurfing, Sharing Economy, P2P, Self-Determination Theory

* Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, seldakarahan82@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7589-5732

** Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, seldauca@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9308-9184

*** Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, emrahozkul@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7938-6916

GİRİŞ

Günümüzde tüketiciler; sürdürülebilirlik, farklı deneyimler yaşama isteği, ekonomik faktörler, sosyal faktörler gibi çeşitli motivasyonlar ve gerekçelerle sahip olunan kaynakların paylaşılması yönünde bir eğilim göstermektedir. Özellikle son 10 yılda bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle paylaşım ekonomisi kapsamında yapılan faaliyetlere yönelik talebin giderek artması, konunun birçok alanda incelenmesini önemli kılmaktadır. Turizm açısından bakıldığında ise, ekonomik ve sosyal faktörler ile birlikte; farklı deneyimler yaşamak, yerel kültürleri tanımak, sosyal etkileşimler ve bireysellik gibi amaçların turistlerin seyahat tercihlerinde son yıllarda daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda turizm faaliyetlerinin yelpazesi genişlemekte ve gelişen teknolojiyle P2P (Peer to peer) olarak adlandırılan işbirlikçi paylaşım modeline yönelik faaliyetler dikkat çekmektedir. P2P konaklama faaliyetlerinde Airbnb platformunun hızlı yükselişi dikkat çekse de, 2004 yılında kurulan kar amacı gütmeyen Couchsurfing platformu aracılığıyla oluşan topluluğun sayısı giderek artmaktadır. Couchsurfing; coğrafi ölçek, üye sayısı ve sunduğu etkinlikler açısından en büyük misafirperverlik ağı olarak bilinmektedir. Topluluk yansıttıkları yaşam tarzı ve sahip oldukları vizyonla küresel bir turizm fenomeni olarak görülmektedir (Liu vd., 2016).

Literatürde paylaşım ekonomisi ile ilgili çalışmalara bakıldığında Airbnb'ye göre Couchsurfing platformunun daha az araştırıldığı görülmektedir. Önceki çalışmalar, Couchsurfing hakkında çeşitli bilgiler elde etmiş olsa da kâr amacı gütmeyen P2P faaliyetlerinde katılımcıların davranışlarını anlamlandırmak için yeterli kaynak bulunmamaktadır. Yapılan çalışmalarda genellikle güven ve motivasyon üzerine odaklanılmış ve genellikle konu, sosyal mübadele teorisinin perspektifinden değerlendirilmiştir (Khuzady, 2018; Aydın ve Duyan, 2019; Ekmekçi, 2020). Bu çalışmada konunun daha derinine inerek, Couchsurfing katılımcılarının sosyal mübadele içerisinde iken; özerklik, yeterlilik ve ilişkililik boyutlarındaki ihtiyaçlarının ne ölçüde karşılandığı ve bu doğrultuda örnek olay olarak belirlenmiş Couchsurfing deneyimlerine yükledikleri anlamı keşfetmek amaçlanmaktadır. Turistlerin bu deneyimleri sayesinde ortaya çıkan sosyal etkileşimler ve birlikte değer yaratma gibi faktörlerin gelecekteki konaklama sektörünü etkileyebileceği düşünüldüğünde; katılımcıların davranışsal niyetlerinin altında yatan psikolojik sebeplerin belirlenmesi, sektörün gelecek stratejilerinde bakış açılarına yön verebilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda, konuyu öz belirleme teorisine dayandırarak incelemenin farklı bir bakış açısı getirebileceği düşünülmektedir. Durum çalışması yaklaşımıyla tasarlanan araştırmanın yönteminde; veri çeşitlemesi yapılarak toplanan veriler betimsel içerik analizi ile değerlendirilmiştir.

1.KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

1.1.Paylaşım Ekonomisi Platformlarında Eşler Arası İlişkiler ve Couchsurfing

Günümüzde turizm faaliyetlerinde iş odaklı değer yaratımından ziyade tüketicilerle paylaşım ve işbirliği için değer yaratmaya yönelik eğilim giderek artmaktadır (Ayazlar, 2018). Özellikle son yıllarda P2P adı verilen iki ya da daha fazla istemci arasında veri paylaşmayı sağlayan işbirlikçi paylaşım ekonomisi modelleri sayesinde turist olgusunun küreselleşmesi, bu alanda büyük bir dönüşüme yol açmaktadır (Guttentag, 2013; Lutz and Newlands, 2018). "İşbirliğine dayalı tüketim" veya "eşler arası ekonomi" terimleriyle de bilinen bu model mal ve hizmetlerin paylaşımına dayanırken, sahiplik yerine erişilebilirliğe öncelik vermektedir (Schor ve Fitzmaurice, 2015). Turizm araştırmalarında P2P modeli ile yapılan işbirlikçi faaliyetler, "turist ile diğer aktörleri birbirine bağlayan sosyal etkileşim ve faaliyetlerin oluşturduğu süreç" olarak ifade edilmektedir (Campos vd., 2018). Bu doğrultuda, bir sosyal aktörün diğerleriyle etkileşimler ve aktif katılımı yoluyla oluşturulan ilişkiler özgün bir deneyim inşa etmeyi sağlamaktadır (Sevisari ve Reichenberger, 2020).

Yapılan çalışmalarda, karşılıklılık temelli parasal kazanç sağlanan P2P faaliyetlere katılımında bulunmanın ana motivasyonunun ekonomi olduğu, fakat sosyal etkileşimler ve sürdürülebilirlik gibi faktörlerin de önemli motivasyon nedenleri olduğu bilinmektedir (Tussyadiah, 2015; Piscicelli vd., 2015). Cohen

(2015), turizmde paylaşım ekonomisi faaliyetlerinin yükseliş göstermesini turistlerin artan özgünlük arzusuyla ilişkilendirmektedir. Kâr amacı gütmeyen P2P turizm faaliyetlerinin ise alternatif turizm türlerinin yükselişiyle ortaya çıktığı ve daha çok ekonominin ahlaki yönüyle geliştiği belirtilmektedir. Bu doğrultuda katılımcılar; kitle turizminin sorunlarından uzaklaşarak, derin ve samimi sosyal etkileşimler kurmak ve kişiselleştirilmiş deneyimler kazanmak gibi motivasyonlarla turizm hareketlerine katılmaktadır (Molz, 2013). Kar amacı gütmeyen platformlardan biri olan Couchsurfing, yerel halkla tanışmayı ve destinasyonları onların yardımıyla keşfetmeyi seven gezginler için iletişim kurmayı ve bununla birlikte ücretsiz konaklamayı sağlayan bir misafirperverlik ağıdır. Couchsurfing, insanlarla bağlantı kurarak anlamlı seyahat deneyimlerine daha fazla erişim sağlamayı amaçlayan dünyayı değiştirmeye kararlı küçük bir grup seyahat ve kültür alışverişi meraklısı tarafından 2004 yılında kurulmuştur. Couchsurfing (kanepa sörfü) küresel bir topluluktur ve 14 milyonu aşkın üyeye sahiptir. Couchsurfers (Kanepa sörfçüleri) olarak bilinen üyeler 200.000 şehirde yaşamları, imkânları, deneyimleri ve yolculukları paylaşarak seyahatlerini derin, anlamlı sosyal bir deneyim haline getirmeyi amaçlamaktadır (www.couchsurfing.com).

Konaklamaların ve hizmetlerin para karşılığında verildiği diğer P2P turizm faaliyetlerinde ev sahibi ve turist arasındaki roller belirlenmiştir. Couchsurfing ise amaca yönelik bir deneyim vaat etse bile ev sahibi ve misafir rolleri belirgin değildir. Schuckert vd. (2018) çalışmasında, Couchsurfing platformunun kurumsal olmayan konaklama biçimi sağladığı için güvenin en büyük engel oluşturduğunu belirtmiştir. Çünkü çoğunlukla Couchsurfing kullanıcıları birbirlerini tanımamaktadır. Bu nedenle güven kavramı kilit bir faktör olarak görülmektedir. Üyeler, P2P faaliyetlerine uygun olarak karşılıklılık koşullarını duruma göre belirlemektedir. Burada bahsedilen karşılıklılık; duygusal, ekonomik, sosyal yükümlülükler açısından karmaşık roller içerebilmektedir. Beekman vd. (2021), özellikle gençler tarafından evsizlik gibi durumlarla karşı karşıya kalındığında güvenli bir seçenek olarak sıklıkla Couchsurfing yapılabildiğini belirtmektedir. Petry vd. (2022) çalışmasında, evsizlik durumu ile Couchsurfing risk faktörlerinin ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Lynch vd. (2007) ise, misafire sunulan imkânlar ve misafirin ev içindeki hareketliliğinin, ev sakinlerinin günlük rutinleri arasında karmaşık bir iletişim yaratabileceğini belirtmektedir. Bu durumda karşılaşmaların; tuhaf, rahatsız edici ve dağınık ilişkilere yol açma ihtimali bulunmaktadır (Molz, 2013). Couchsurfing yapılırken yaşanabilecek olumsuz durumlar; esnek olmama, ev sahibi ile uyumsuzluk, güvenlikten emin olamama sorunu, misafirin evi bir otel gibi kullanması, taciz, gerçek üyeleri bulmanın zorluğu ve beklentilerin karşılanamaması olarak açıklanmaktadır (Ekmekçi, 2020). Liu vd., (2016) ise çalışmalarında üyelerin güçlü homojen özelliklere sahip bir grup insandan oluştuğunu, etkili değerlendirme sisteminin karşılıklı güven sağladığını ve konukseverliğin döngüsel bir şekilde aktarıldığını ortaya koymaktadır. Ayrıca aktif üyelerin homojenliği, güven değerlendirme sistemi ve genelleştirilmiş karşılıklılık ilkesinin Couchsurfing'in gelişmesine en çok katkı sağlayan unsurlar olduğu ortaya koyulmaktadır (Liu vd., 2016). Platformda güven oluşturmak için verilen referanslar, üye profilleri ve değerlendirmeler büyük önem taşımaktadır. Genel olarak bakıldığında, platform aracılığıyla yapılan referanslara dayalı konaklamaların duygusal, samimi ve yoğun ilişkiler içerisinde gerçekleştiği görülmektedir (Molz, 2013). Ev sahipleri ve misafirler arası ilişkilerde maddi faydadan çok duygusal ve sosyal amaçlara önem verilmesi beklenmektedir. Karmann (2013)'e göre Couchsurfing kar amacı gütmeyen bir platform olmasına rağmen bazı kullanıcılar tarafından sadece ücretsiz konaklama sağlamak için kullanılmaktadır. Sadece ücretsiz konaklama için platformu kullandığı farkedilen üyeler diğer üyeler tarafından hoş karşılanmamakta ve olumsuz referans verilerek başka ev sahipleri tarafından tekrar misafir edilmesi engellenmektedir. Sörfçüler, kültürlerarası alışverişe ve yerel ev sahipleriyle iletişime öncelik vermelidir (Jung vd., 2016). Aydın ve Duyan (2019), ev sahiplerinin motivasyonlarına dair yaptıkları çalışmalarıyla, yerel kültürleri tanıma, sosyal etkileşim, yabancı dil geliştirme ve kendi Couchsurfing deneyimleri için profillerini iyileştirme gibi çeşitli motivasyonlar olduğunu belirlemiştir. Steylaerts ve Dubhghaill (2012), pek çok insanı Couchsurfers olarak seyahat etmeye motive eden şeyin kesinlikle anlamlı deneyimler ile sosyal bağlantılara duyulan istek olduğunu savunmaktadır. Ayrıca bu isteğin küreselleşmenin homojenleştirici etkisine bir tepki olduğunu belirtmektedir. Zgollı ve Zaiem (2018) çalışmalarında Couchsurfing kullanma motivasyonlarını; ekonomik, kültürel deneyim, sosyal etkileşimler, duygusal, eğlence ve sosyal sorumluluk olarak

belirlemiştir (Kuhzady vd., 2020). Decrop vd. (2018) ise, motivasyonları sosyal etkileşimler, ekonomik kazanç ve haz olarak sınıflandırmıştır. Aynı zamanda aidiyet duygusu ve deneyimlerini tasarlamaya aktif olarak katılma, Couchsurfing kullanımının itici gücü olarak gösterilmektedir (Aruan ve Felicia, 2019).

Couchsurfing, platform üyelerinin tanımadıkları insanlarla evlerini, yaşantılarını paylaşımlarını sağlayan, ve daha güzel bir dünya yaratmayı hedefleyen bir topluluktur. Bu platformun aracılığı sayesinde, bireyler arasında oluşan sosyal etkileşimler diğer turizm türlerine göre daha yoğun olmaktadır. Sektör açısından bakıldığında; kâr amacı güden ya da gütmeyen paylaşım ekonomisinde konaklama faaliyetlerinin giderek yükseliş göstermesi, bu durumun incelenmesine yönelik çalışmaların önemini ortaya koymaktadır. Bu sebeple, özellikle Couchsurfing gibi platformlarda aktif olan kullanıcıları anlamak, motivasyonlarının özünü keşfetmek; değişen dünyada insanların hem turizmden hem de hayattan beklentilerini anlama yönünde faydalı olacak sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilecektir.

1.2.Öz Belirleme Teorisi

Öz belirleme teorisi, insan motivasyonuna ve kişiliğine yönelik bir yaklaşım olarak bilinmektedir (Ryan ve Deci, 2000: 68). Bireyler; dışsal ve içsel olmak üzere iki motivasyon türüne sahiptir. Bireylerin içsel motivasyon kaynaklarına; iyi oluş, eğlence, haz ve genel yaşam tatmini; dışsal güdü kaynakları ise övülme, ceza ve ödül örnek olarak verilebilmektedir (Przybylski, 2013). Teoriye göre, bireylerin motivasyonları, aslında motivasyonların altında yatan bir dizi temel psikolojik ihtiyaçlarla oluşmaktadır (Rigby vd., 1992; Deci vd., 1996). Teori, bireylerin doğuştan gelen psikolojik ihtiyaçlarının yanı sıra öz motivasyon ve kişilik bileşenlerinin oluşma sürecine katkı sağlayan psikolojik ihtiyaçlarını besleyen koşulların araştırılmasını ifade etmektedir. İçsel motivasyonlar hem insanların ilgi duyduğu hem de öz gelişimi sağlayan eylemlerle ilişkilidir (Ryan vd., 2000). Bu ilişki bireylerin psikolojik öz ihtiyaçların karşılanmasını gerektirir. İnsanlar bu ihtiyaçlarının tatmin edildiği ölçüde bu eylemlere ilgi duyar hale gelmektedir (Ryan, 1995).

Öz belirleme teorisinde ifade edilen “temel psikolojik ihtiyaçlar” üç başlık altında toplanmaktadır: Bunlar; özerklik, yeterlilik ve ilişkili olma ihtiyaçlarıdır (Ryan ve Deci, 2000). Özerklik, bireyin kendi davranışlarına karar vermesi, onaylaması ve seçim yaparak eylemlerini yönlendirmesi olarak ele alınmaktadır (Andersen, 2000; Ryan ve Deci, 2000; Sørensen vd., 2009). Yeterlilik ihtiyacı, kişilerin sosyal ilişkilerinde çevresini etkileme arzusu ve buna yönelik yeterli değeri hissetme ihtiyacını ifade etmektedir (Kowal ve Fortier, 1999; Sørensen vd., 2009). Bu ihtiyaç, çevreyle baş ederken kendinden tatmin olma ve yeterli hissetmeyi ifade etmektedir (Ingledeu vd, 2004; Cihangir Çankaya, 2016). İlişkili olma ihtiyacı ise bireyin sosyal etkileşimlerinde aidiyet yaşama ve başkaları ile ilişkili olma arzusuna yönelik ihtiyacdır. İlişkili olma, karşılıklı gerektiren saygı, özen, samimiyet, duyarlılık ve güven gibi ihtiyaçları ifade etmektedir (Connell, 1986; Andersen, 2000). Teoriye göre, bu üç temel motivasyonel ihtiyaç, kişiden kişiye değişebilmekte ve farklı kültürlerde farklı şekilde tezahür edebilmektedir. Ancak her durumda bireylerin memnuniyeti, sağlıklı gelişimi ve kendini gerçekleştirildiği iyi oluş hali sağlanması için bu ihtiyaçların karşılanması gerekmektedir (Deci ve Ryan, 2000).

Bireylerin bir davranışsal niyetlerinde ya da eylemlerinde içsel ve dışsal motivasyonlarına yönelik seçimler yaptığı görülmektedir. Özellikle içsel motivasyonlara yönelik ihtiyaçların karşılanması bireylerin gerçek mutluluğa ulaşması, kendini gerçekleştirme ve tam iyi oluş sağlanması için gereklidir. Bu sebeple teoride bahsedilen motivasyonel sebeplerin altında yatan ihtiyaçları anlamaya yönelik yapılacak çalışmalar, araştırılan durumu anlamak için önem taşımaktadır. İnsanların davranışlarını değerlendiren çalışmaların, sosyal bilimlerin bir çok alanında olduğu gibi turizm alanında da özellikle sürekli değişim gösteren turistlerin beklentilerini, deneyimlerini ve yeni turist profilini anlamaya yönelik yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

2.YÖNTEM

2.1.Araştırma Amacı ve Deseni

Bu çalışmada örnek durum olarak belirlenmiş Couchsurfing örneğinden yola çıkarak; kâr amacı gütmeyen P2P konaklama deneyimleri yaşayan katılımcıların deneyimlerini keşfetmek,

motivasyonlarının özünü ve ihtiyaçlarını anlamak amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmacının problemi “Bireyler kâr amacı gütmeyen P2P turizm faaliyetlerine neden katılmaktadır?” olarak belirlenmiştir. Araştırmada cevap aranan sorular aşağıdaki gibidir:

- Katılımcılar tarafından Couchsurfing nasıl anlamlandırılmaktadır?
- Couchsurfing kullanıcılarının deneyimleri ile öz ihtiyaçlarının ilişkisi nasıldır?

Çalışmada araştırma deseni olarak durum çalışması yaklaşımından yararlanılmıştır. Durum çalışmasında araştırma yapılırken araştırmacı konuyu incelemek için farklı araştırma yerlerinden çoklu bilgi kaynakları toplayarak durum ile ilgili bir betimleme yapmakta ya da durum temaları ortaya koymaktadır (Creswell, 2021). Bu araştırmadaki durum çalışması kapsamında veriler e-görüşme ve netnografik araştırma yoluyla toplanarak durum ile ilgili derinlemesine araştırma yapılmıştır.

2.2. Anakütle ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Couchsurfing deneyimleri yaşamış, platforma üye olan bireyler oluşturmaktadır. Couchsurfing üyelerinin sayısının 14 milyonu aşkın olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte, aktif kullanıcıların sayısı belirlenemediği için evrenin tamsayısı ile ilgili bilgiye ulaşılamamıştır. Örneklem tekniği olarak nitel araştırmalarda sıklıkla tercih edilen amaçlı örneklem kullanılmıştır. Örneklerin seçilmesinde platformu aktif kullanan ve hem ev sahibi hem de Couchsurfers olarak referansları olan Couchsurfing kullanıcılarına ulaşmak gibi ölçütler doğrultusunda örneklem belirlenmiştir.

Nitel yaklaşımla hazırlanan bir çalışmada belirli bir örneklem sayısı olmadığı, araştırmacının örnekleme belirlerken teorik doygunluğa ulaşma temelinde karar vermesi gerektiğini tavsiye edilmektedir. Bu görüş doğrultusunda, verilerin artık yeni bilgiler sunmadığı ve bilgilerin tekrarladığı fark edildiğinde teorik doygunluğa ulaşılabileceği varsayılmaktadır (Walls vd., 2017). Ayrıca, inandırıcılığı artırmak için çeşitleme yönteminden yararlanılmaktadır. Çeşitleme, nitel araştırmalarda birçok veri kaynağı, veri toplama ya da analiz yönteminin birarada kullanılması ile iç geçerliliği yükseltme yöntemi olarak bilinmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2012). Bu çalışmada, 150 aktif Couchsurfing profilinin inceleme, 7 üye ile sosyal medya üzerinden yarı yapılandırılmış soru formu ile e-görüşmeler yapılması ile ana veriler toplanmıştır. Bununla birlikte, Couchsurfing deneyimini içeren videoların izlenmesi, çeşitli blogların incelenmesi gibi çeşitli dokümanlar incelenerek verilerin tekrar etmesi sebebiyle örnek büyüklüğünün yeterli olduğu kabul edilmiştir.

2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Verilerin Analizi

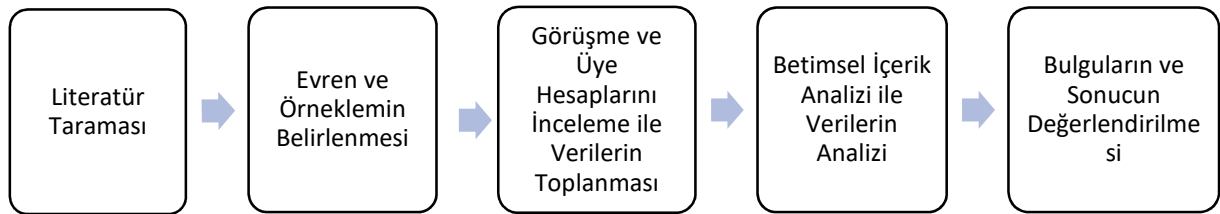
Veriler e-görüşme ve doküman incelemesi yöntemi ile toplanmıştır. Görüşme; bireylerin inançlarını, duygularını ve düşüncelerini anlamak ve yorumlamak için kullanılan bir tekniktir (Karataş, 2017). E-görüşme ise, yüz yüze yapılan görüşmelerdeki araştırmacının rolünü kısıtlayarak katılımcıların görüşme formundaki soruları daha rahat yanıtlamalarına ve üzerinde düşünmelerine imkân sağlayabilmektedir (Linabary ve Hamel, 2017; Yıkılmış, 2020). Bu çalışmada e-görüşmenin amacı; Couchsurfing üyelerini yönlendirmeden tarafsız bir şekilde, platform aracılığıyla gerçekleştirdikleri deneyimlerine yönelik algılarını öğrenmek ve deneyimlerinin amacını ve motivasyonlarının temelindeki ihtiyaçlarını anlamaktır. Bu nedenle, deneyim beklentilerini değil, üye olarak deneyimlerine yükledikleri anlam ve deneyimlerinde motivasyonlarını etkileyen faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaca ulaşmak için, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile açık uçlu sorular hazırlanmıştır. Soruların hazırlanmasında öz belirleme teorisi ile birlikte Creswell (2021)'in çalışmasında yer alan nitel araştırmalarda yapılan görüşmelerdeki veri toplama ile ilgili bilgilerden yararlanılmıştır.

Hazırlanan sorularla ilgili uygulama öncesi uzman görüşü alınmış ve gerekli görülen düzeltmeler yapılmıştır. Görüşme formunda yer alan sorular aşağıda belirtilmektedir:

- Couchsurfing platformu aracılığıyla seyahat etmeye nasıl karar verdiniz?
- Couchsurfing deneyimlerinizin sürecindeki ve sonrasındaki hislerinizi nasıl tanımlarsınız?

- Couchsurfing deneyimlerinizin benliğinize sağladığı olumlu ve olumsuz katkıları nasıl değerlendirirsiniz?
- Bu deneyimi tavsiye eder misiniz?

Görüşmeler yapılırken araştırmacı ile katılımcılar arasında iletişim çeşitli sosyal medya platformları (Couchsurfing platformu, Instagram) üzerinden sağlanmıştır. Uygulamalar üzerinden araştırmanın amacını ve önemini açıklayan bir yazılı metin Couchsurfing üyeleriyle paylaşılmış ve geri dönüş sağlayan katılımcılara soru formu gönderilmiştir. Veriler betimsel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Betimsel analizde amaç, elde edilen verileri tarafsız bir şekilde okuyucuya aktarmaktır. Bu sebeple analiz sırasında sıklıkla doğrudan alıntılar yapılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2012). Veri analizinin başlangıcında katılımcıların aktardıklarına ilişkin notlar alınmış ve öz belirleme teorisi doğrultusunda değerlendirilmiştir. Öz belirleme teorisine yönelik tematik çerçeve oluşturmada amaç, bireylerin bu deneyim sayesinde öz ihtiyaçlarını nasıl karşıladıklarına yönelik bir çıkarımda bulunmaktır. Bu teori, yeni bir davranış oluşturma ve bunu sürdürmenin hangi ihtiyaçlara yönelik motivasyonlarla sağlandığını ve bu motivasyonların altında yatan güdülerin neler olduğunu ortaya koymaktadır (Rigby vd., 1992). Bu sebeple Couchsurfing deneyimini anlamak için bu teoriden yararlanma kararı alınmıştır. Her katılımcı için gerçekleştirilen süreç sonucunda ise, katılımcılar arası karşılaştırma ve eşleştirme yoluna gidilerek, tekrar eden durumlar ortaya koyulmuştur (Tindall, 2009). Daha sonra teorik perspektif ile tüm katılımcıların görüşmelerinden elde edilen verilerle ortak temalar belirlenmiş ve durum ile bütünleştirilerek doğrudan alıntılar ile tarafsız bir şekilde yorumlanmıştır (Walls vd., 2017). Çalışmanın ikinci aşamasında, Couchsurfing platformunda hem ev sahibi hem de misafir olarak referansları olan aktif üyelere ait 150 kullanıcı profili aynı şekilde betimsel içerik analizi yöntemiyle öz belirleme teorisi perspektifi ile oluşturulan tematik çerçeve kapsamında incelenmiştir. Araştırmanın geçerliliğini artırmak için, doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Ayrıca, yazılı görüşme ve doküman inceleme verileri uzman incelemesine sunulmuş ve karşılaştırmalar yapılmıştır. Çalışma kapsamında gerçekleşen araştırmanın süreci Şekil.1'de belirtilmektedir:



Şekil 1. Araştırma Yöntemi Süreci

3. BULGULAR

Çalışmada sosyal medya aracılığı ile yazılı e-görüşmelerin yapıldığı yedi kişi; K1,K2,K3,...K7 şeklinde kodlanmıştır. Yazılı görüşme yapılan yedi kişiden üçü kadın, dördü erkektir. Yaş aralığı ise 24-60 arasında değişmektedir. Katılımcılara ait diğer bilgiler Tablo 1'de belirtilmektedir.

Tablo 1. Görüşülen Kişilere İlişkin Demografik Bilgiler

Görüşülen Kişi	Cinsiyet	Yaş	Ülke	Meslek
K1	Kadın	39	Meksika	Mühendis
K2	Erkek	35	Özbekistan	Couchsurfing Elçisi
K3	Erkek	34	Türkiye	Turist Rehberi
K4	Kadın	26	Fransa	İçerik Üretici
K5	Erkek	60	Türkiye	Doktor
K6	Kadın	42	ABD	Yaşam Koçu
K7	Erkek	24	İngiltere	Öğrenci

Çalışmada Couchsurfing platformundaki hesapları incelenen 150 aktif üyenin hesaplarında yapılan doğrudan alıntılarda ise kişilerin cinsiyetleri, yaşları ve yaşadıkları ülkeler belirtilmiştir.

3.1. Couchsurfing Deneyimine Yönelik Öz Belirleme Teorisi Çerçevesinde Oluşturulan Temalar

Çalışmada katılımcılar Couchsurfing deneyimi ile ilgili benzer görüşler ortaya koymuşlardır. Katılımcılarla yapılan e-görüşmeler ve couchsurfing platformunda yapılan incelemeler sonucunda Öz Belirleme Teorisi çerçevesinde Couchsurfing deneyim motivasyonlarının altında yatan sebepleri anlamaya yönelik temalar oluşturulmuştur. İlk tema “Kişisel gelişim ve kendini gerçekleştirme”, ikinci tema “Yerel Deneyim Yaşamak” üçüncü tema “Sosyal Etkileşim” ve dördüncü tema “Kazanç Sağlamak” olarak belirlenmiştir. Belirlenen temalar ve alt kategoriler Tablo 2’de belirtilmektedir:

Tablo 2. Özbelirleme Teorisi Perspektifi İle Oluşturulan Temalar ve Alt Kategoriler

Kişisel Gelişim	Yerel Deneyim Yaşamak	Sosyal Etkileşim	Kazanç Sağlamak
Keşfetme	Destinasyonu Tanımak	Arkadaşlık Kurmak	Daha Az Para Harcamak
Yaşam Tatmini	Kültürü Anlamak	Paylaşımında Bulunmak	Çeşitli İmkânlar Sağlamak
Kendi Kararlarını Verebilme	Yerel Hayatı Öğrenmek	Yardımlaşmak	İhtiyaçları Karşılama
Kendini Gerçekleştirme			

Kişisel Gelişim ve Kendini Gerçekleştirme

Bireyler Couchsurfing ile özgün bir deneyim yaşamaya karar vermekte ve kendi özüne bir yolculuk yapmak, kendini geliştirmek, yaşamın anlamını keşfetmek, dünyayı güzelleştirmek, kendini keşfetmek gibi çeşitli amaçlarla hareket etmektedirler. Öz belirleme teorisinde içsel güdü kaynaklarından özerklik ihtiyacı; kişilerin kendi davranışlarını belirlemesi, kendini onaylaması ve kararları doğrultusunda eylemlerini yönlendirmesi olarak ifade edilmektedir (Andersen, 2000; Sørensen vd., 2009; Ryan ve Deci, 2000). Bireyler bu deneyim sayesinde özerklik ihtiyacını karşılayacak özgün deneyimi sağlayabilmektedir. Bu temada en belirgin ifadeler; hayat amacı, dünyayı güzelleştirme, topluluk amacı, keşfetme olarak görülmektedir. Katılımcıların görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda belirtilmektedir.

“Couchsurfing topluluğunu çok seviyorum çünkü buradaki çoğu insan; açık fikirli, saygılı ve farklı konular hakkında bilgili. Özel insanlarla tanışmak için en iyi yol. Bilgilerimi paylaşmayı ve öğrenmeyi seviyorum. Hayatım bunun üzerine kurulu (K6)”.

“Hayatımdaki en iyi deneyimlerimden biri! Beni daha iyi bir insan yaptı. Başkalarına karşı açık olun. Başka yiyeceklerin, kültürlerin, insanların, yerlerin sürekli öğrencisi olmak çok güzel (K1)”.

“Dünyanın hala yaşamak için iyi bir yer olduğuna inanmak istiyorum. Bu yüzden Couchsurfing yapıyorum (Kadın, 27, İngiltere)”.

“Gezginler birbirlerini tanıdıkça savaşların ve nefretin azalacağına inanıyoruz. Seyahat ettiğinizde sorunların nasıl çözüleceğini, kültür paylaşımını ve saygı duymayı, iletişim kurmayı ve dilinizi nasıl geliştireceğinizi öğrenebilirsiniz (K2)”.

“Deneyimlerim sayesinde ilginç insanlarla dolu bu dünyayı keşfettim ve onlar benim dostlarım oldu ve hala da öyleler. Bu nedenle Couchsurfing'deki amacım, beni yeni bakış açlarına ve deneyimlere açan yeni ilgi alanlarına sahip insanları keşfetmek (K5)”.

“Bu süreçte çok farklı kültürlerden çok farklı insanlar tanıma fırsatım oldu ve hayata, olaylara karşı bakış açım çok değişti. Ufkumu açtı diyebilirim (K3)”.

Yerel Deneyim Yaşamak

Bireyler Couchsurfing sayesinde yerlilerle çeşitli deneyimler yaşayarak hem içsel hem dışsal ihtiyaçlarına yönelik tatmin sağlayabilmektedir. Sahip oldukları deneyim sayesinde teoride yer alan içsel güdülere yönelik ihtiyaçlardan hem ilişkili olma ihtiyacı (sosyalleşme, iletişim, arkadaşlık), yeterlik ihtiyacı (değer verme, değer görme, yardımlaşma, yeterli hissetme) karşılanmakta hem de dış faydalar ve imkanlar (yabancı dil öğrenme, destinasyon ile ilgili derin bilgi kazanma) ile dışsal motivasyonlara yönelik tatmin sağlanmaktadır. Bu tema altında en çok öne çıkan kodlar; paylaşmak, öğrenmek, destinasyonu tanımak, kültürü anlamak olarak belirtilmektedir. Katılımcıların tema ile ilgili görüşlerinden bazı alıntılara aşağıda yer verilmektedir.

“Turist rehberliği ve İngilizce Öğretmenliği yaptığım dönemde birçok yabancıyla iç içe olduğum için Couchsurfing’i keşfettiğimde çok sevdim. Gidilen yerin kültürünü öğrenmek için en mantıklı yolun yerel halkla vakit geçirmek olduğunu zaten biliyorum o yüzden kullanma kararı vermişim (K3)”.

“Yerlilerle tanışmadan bir ülkeyi tanımaya çalışmanın anlamsız olduğunu düşünüyorum. Bu sebeple Couchsurfing dünyanın dört bir yanındaki insanlarla yerel kültürleri, tarihi ve mutluluğu paylaşmak ve öğrenmek ayrıca bir yeri yerel gözüyle deneyimlemek için en iyi platformdur. Bu topluluğun bir parçası olmaya karar verdiğim için gerçekten çok mutluyum (K7)”.

“Couchsurfing sadece uyuyacak bir yer bulma yeri değil. Bu karşılıklı öğrenme, eğlence ve dostluk alışverişi. Kanepa sörfü size günlük hayatın, ülkelerin ve insanların gerçek deneyimlerini gösterir ve ömür boyu unutulmaz anılar yaratır (Erkek, 40, Rusya)”.

“Couchsurfing ile seyahat etmeyi seviyorum çünkü tamamen farklı bir seyahat deneyimi yaratıyor. Yerlilerle tanışmak, en sevdikleri yerleri öğrenmek bir yeri gerçekten deneyimlemenin en iyi yoludur (K3)”.

Sosyal Etkileşim

Bireyler bu deneyim sayesinde yaşadıkları sosyal etkileşim ile karşılıklı saygı, sevgi, özen ve güven gerektiren ilişkili olma ihtiyacını tatmin etmektedir. Aynı zamanda gönüllülük esasına dayalı gerçekleşen sosyal mübadele ile karşılıklı değer alışverişi yapmaktadır. Bu sayede teoride yer alan yeterlik ve ilişkili olma ihtiyacını karşılamada yaşanan sosyalleşme, paylaşımlar ve sosyal mübadele Couchsurfing ile yapılan seyahatlerin tercih edilmesinde önemli ölçüde etkili olmaktadır. Bu temada en çok öne çıkan kodların; arkadaşlık, yardımlaşma, paylaşım olduğu görülmektedir. Tema ile ilgili doğrudan alıntılara aşağıda yer verilmiştir:

“Couchsurfing ile bir seyahatimde cüzdanımın çalınması sebebiyle tanıştım. Deneyimlerim sayesinde yolculuklarım sırasında öyle güzel ve ilginç insanlarla karşılaştım ki asla unutmayacağım bu deneyimleri. Kendi ülkemde ve evimde karşı tarafa da bu hoş karşılanma hissini vermek için ev sahipliği yapıyorum. Couchsurfing hayatımın bir parçası ve hep öyle olacağını biliyorum (K2)”.

“Couchsurfing gittiğim her ülkede arkadaş edinmemi sağlıyor. Ayrıca evimi paylaşım yardımcı olmayı seviyorum. Bu, çok fazla ayrımcılığın olmadığı, herkesin arkadaşça, açık ve yardımsever olabileceği bir dünyaya insan olarak katkıda bulunmak istediğim yollardan biri. Onlar değil sadece “biz” (Kadın, 38, Hollanda)”.

“Couchsurfing beni çok daha kendinden emin ve yalnız seyahat etmeye istekli yaptı. Bunu başka türlü yapamazdım. Ayrıca, birçoğu ile hala iletişim halindeyim (K6)”.

“Yerel halkla tanıştığınızda gittiğiniz yerler ayrı bir değer kazanıyor. Aniden seyahatleriniz güzel anılarla doluyor. Birbirlerini hiç tanımayan farklı kültürden insanların birkaç gün birlikte geçirecek birbirlerinden bu kadar çok şey öğrenebilmelerinin harika olduğunu düşünüyorum. Seyahat ederken yaptığım en iyi deneyimler yerlilerle olanlardı (K1)”

“İnsanları ağırlamayı ve onlara etrafı gezdirmeyi, dünyanın her yerinden pek çok farklı kültürü öğrenmeyi seviyorum. Tanıştığım her insan yeni bir deneyim, anlatacak yeni bir hikâye. Gezgincilere yardım etmek harika (Erkek, 31, Yunanistan)”

Kazanç Sağlamak

Öz belirleme teorisine göre, insanların sahip oldukları “içsel ve dışsal” güdüler olduğu ve davranışlarına bu güdüler aracılığıyla yön verdikleri belirtilmektedir. İçsel güdüler, bireyin kendi içsel tatminine bağlı motivasyonları ifade etmekte, dışsal güdüler ise bireyin dış kaynaklar aracılığı ile kendisi için ödül olarak anlamlandırıldığı motivasyonlarını ifade etmektedir (Ingledew vd., 2004). Bireylerin bu deneyim sayesinde misafir olarak ekonomik fayda elde etme ve ev sahibi olarak ise ekonomik fayda elde edilmesine yardımcı olma imkânı sağlamaktadır. Aynı zamanda bireyler dil öğrenme, birçok konuda bilgi kazanma gibi çeşitli dışsal motivasyonlarına yönelik tatmin sağlayabilmektedir. Bu temada en çok ortaya konulan kodlar; az para harcamak, çeşitli imkânlar sağlamak, ihtiyaçları karşılamak olmuştur. Katılımcıların görüşlerinden yapılan bazı alıntılara aşağıda yer verilmektedir:

“Couchsurfing inanılmaz açık fikirli gezginlerden oluşan büyük bir topluluk ve ben bu insanların hikâyelerini ve deneyimlerini paylaşmayı çok seviyorum. Daha az harcayarak seyahat ediyorum ve fırsat buldukça ev sahipliği yapmaya çalışıyorum. Topluluğa üye olan gezginlerin çok fazla para harcamadan harika zaman geçirebilmelerine vesile olmak istiyorum (Erkek, 31, İsviçre)”

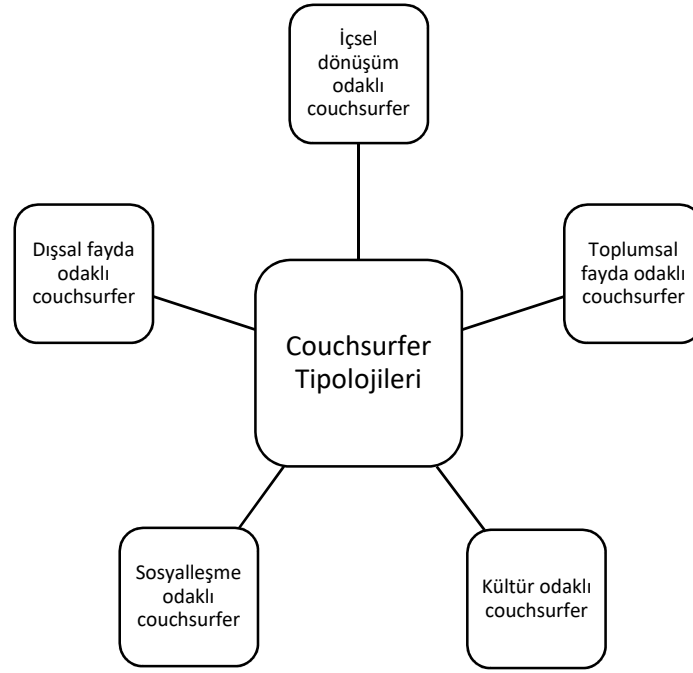
“Seyahat etme imkânım olmadığı zamanlarda seyahat ruhunu içimde tutmanın en iyi yolu Couchsurfing. Gelecekte yapacağım uzun yolculuklar için beni cesaretlendiriyor. Seyahat ederken orada hayatın nasıl olduğunu görmeyi ve deneyimlemeyi seviyorum (Kadın, 29, Almanya)”

“Couchsurfing, dünyanın dört bir yanındaki, deneyimlerini, ipuçlarını paylaşan, diğer gezginlere ellerinden geldiğince yardım eden ve ücretsiz kanepeler vermek, şehirde rehberlik etmek, bilgi paylaşmak gibi imkânlar sağlayan bir topluluk. Deneyimlerim hep güzel anılarla dolu (K4)”

“Couchsurfing çok yararlı bir proje. Bende Tanrı'nın bize sunduğu yerlerin güzelliğini görmek ve tadını çıkarmak için ucuz seyahat olanaklarını yaymak istiyorum (Erkek, 32, Endonezya)”

“Couchsurfing seyahat etmeyi daha ucuz bir hale getirir. Böylelikle paranız çabuk tükenmez ve daha uzun süre seyahat ederek birçok farklı imkândan faydalanabilirsiniz (K7)”

Çalışmadan elde edilen veriler Couchsurfing deneyimini yaşayan aktif üyelerin, öz belirleme teorisinde yer alan ihtiyaçlarının çoğunluğunu karşıladığını fakat bununla birlikte, içsel ya da dışsal motivasyonel ihtiyaçlarından bazılarının daha fazla etkisinde kaldıklarını göstermektedir. Bu doğrultuda, Couchsurfing deneyimi yaşayan turistler için Şekil 1'de belirtildiği gibi 5 farklı turist tipolojisinden söz etmek mümkündür.



Şekil 1. Couchsurfer Tipolojileri

Kaynak: Yazarlar tarafından yapılan analiz doğrultusunda oluşturulmuştur.

İçsel dönüşüm odaklı couchsurferlerin seyahatlerinde keşfetme ve kendilerini geliştirme odaklı oldukları görülmektedir. Bu sebeple özerklik ihtiyacını karşılamaya eğilimli oldukları söylenebilir. Dışsal fayda odaklı couchsurfer; seyahatlerinde ya da ev sahipliğinde dışsal ihtiyaçlarını karşılamaya eğilimli oldukları görülmektedir. Toplumsal fayda odaklı couchsurfer tipolojisi, dünyayı daha iyi bir yer haline getirmeyi amaçlayan, yardımlaşmayı seven, sürdürülebilir çözümler üreten ve sorumlu turizm anlayışı ile hareket eden bireylerden oluşmaktadır. Kültür odaklı couchsurfer; seyahat edilen yer ve bu destinasyondaki insanlar ile ilgili derin bilgiye sahip olma motivasyonu ile hareket etmektedirler. Sosyalleşme odaklı couchsurferlar ise; çevrelerini genişletme, farklı ülkelerden bireylerle arkadaşlık kurma, destinasyonda boş zamanlarını değerlendirme ve hoş vakit geçirmek odaklı hareket etmektedir.

4. TARTIŞMA

Couchsurfing ile ilgili yapılan önceki çalışmalarda; motivasyon, güven, davranışsal niyetler gibi konular üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Jung vd., 2016; Liu vd., 2016; Khuzady, 2018; Zgolli ve Zaiem, 2018; Aydın ve Duyan, 2019; Ekmekçi, 2020). Bu çalışmada ise, konunun daha derinine inerek Couchsurfing deneyiminin temelinde yer alan öz ihtiyaçları teorik çerçevede anlamlandırmak üzere bir nitel çalışma yapılmıştır. Çalışmanın bulguları Couchsurfing deneyiminin; özgün, yerel ve bireysel deneyimlere imkân sunarak turistlerin öz belirleme teorisinde bahsedilen içsel ve dışsal motivasyonlarını etkileyecek ayrıca beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayacak fırsatlar sağlayabileceğini göstermektedir. Bu çalışmada belirlenen motivasyon unsurları önceki çalışmalarla benzerlik taşımaktadır. Kar amacı gütmeyen paylaşım ekonomisi faaliyetleri ile ilgili literatürde yapılan çalışmaların geneline bakıldığında; maddiyat, sosyal etkileşim, kültür, yabancı dil geliştirme, arkadaş edinme (Jung vd., 2016; Zgolli ve Zaiem, 2018; Aydın ve Duyan, 2019), karşılıklı alışveriş sağlama, profillerine atıfta bulunma ve profillerine yönelik prestij sağlama (Aydın ve Duyan, 2019), otantik bir deneyim kazanma (Steylaerts vd., 2012), yerel kültürleri öğrenme ve yerel halkın yardımıyla destinasyonları keşfetme (Liu vd., 2016), sosyal sorumluluk, duygusal eğlence (Zgolli ve Zaiem, 2018) gibi çeşitli motivasyon unsurları olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, Young vd. (2007), couchsurferlar ile tanıdıklarını ve arkadaşlarını ziyaret eden turistlerin benzer motivasyonlara sahip olduğunu belirtmektedir. Çalışma ile ilgili yapılan bu araştırmada ise, bireylerin Couchsurfing deneyimlerini

anlatırken; kişisel gelişim, dostluk, samimiyet, sorumluluk, kazanç sağlama, farklı deneyimler elde etme, kültürel alışveriş gibi konuların sıklıkla dile getirildiği ve bu motivasyon unsurlarının temelinde kendini gerçekleştirme, keşfetme, çevreyi etkileme, bireysel davranabilme, yeterlilik, aidiyet, aşinalık, çeşitli imkanlar sağlama, ilişkililik ihtiyacı ve önemli hissetme gibi öz ihtiyaçların olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, platformda yer alan referanslar ve değerlendirmeler kullanıcılara güvenlik açısından tatmin sağlasa da, ev sahibi ve Couchsurfers arasında öngörülemez deneyimler yaşanması riski ise, öz benlik ihtiyaçlarına yönelik olumsuz durumlar ortaya çıkarabilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmadan elde edilen veriler, Couchsurfing aracılığı ile yapılan konaklamalarda salt turizm deneyiminin ötesinde, otantik ve kültürel paylaşımların olduğu unutulmaz bir deneyim yaratıldığını göstermektedir. Bu deneyim doğrultusunda, hem ev sahibi hem de misafir olarak Couchsurfing deneyimi yaşayan aktif üyelerin iyi oluş hali için gerekli olan öz ihtiyaçlarının çoğunu karşıladıkları teorik bakış açısıyla ortaya koyulmaktadır. Durum çalışması kapsamında yapılan betimsel analizden yola çıkarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmaktadır;

- Bireyler Couchsurfing katılımları sayesinde normal bir seyahatte sahip olamayacakları farklı deneyimler yaşarken; kendini gerçekleştirme, öğrenme, eylemlerini yönlendirme ve gelişme gibi özerklik ihtiyaçlarını karşılayacak imkânları sağlayabilmektedir.
- Bireylerin Couchsurfing deneyimlerinde bilmedikleri yeni bir ortamla başa çıkabilecek ve kültürel çeşitliliği yönettiği bu deneyimi sayesinde yeterlilik ihtiyacını karşılayabilmektedir.
- Bireylerin temel öz benlik ihtiyaçlarından biri olduğu varsayılan ilişkili olma gereksinimi ise, kişinin Couchsurfing deneyimi sayesinde oluşturacağı, tatmin edici ve destekleyici sosyal ilişkileri ile sağlanabilmektedir.
- Beklenmedik karşılaşmaların olma ihtimali Couchsurfing deneyimlerinde özellikle yeterlilik ihtiyacında olumsuz yönde etkilere yol açabilecektir. Böyle bir durumda özerklik ve ilişkili olma ihtiyacında ise tatminsizlik ve eksiklik duygusu yaşanabilmektedir.
- Bireyler ücretsiz konaklama, yabancı dil öğrenme, bilgi kazanma gibi imkânlarla sahip olmaktadır. Böylelikle dışsal motivasyon kaynaklarına yönelik bazı ihtiyaçları karşılanabilmektedir.

Çalışmada örneklem grubu, hem ev sahibi hem de misafirlik yapmış olan aktif Couchsurfing kullanıcıları ile sınırlanmıştır. Amaçlı örneklem dâhilinde incelenen durum, olgu ve deneyim hakkında bilgi vermekte fakat pozitivist anlamda genelleme yapılamamaktadır. Çalışmanın nitel ve yorumlayıcı yaklaşımla tasarlanmış olması ise bir diğer sınırlılığıdır. Nitel çalışmalarda katılımcıların görüşleri tarafsız analiz edilmesine rağmen yorumlama aşamasında önyargılar etkili olabilir. Bununla birlikte, hermeneutik (yorumsama) yaklaşımda, nitel ve yorumlayıcı bir araştırmadan elde edilen sonuçların, birçok araştırmanın temelini oluşturacak anlayış ve bilgi sunmaya yardımcı olduğu bilinmektedir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- Turizmde yeni turist tipolojileri için yerel halkla sosyal etkileşimlerin ve deneyimlerin önemli olduğu bilinmektedir. Bu sebeple, Couchsurfing'in bir topluluk olarak sahip olduğu bakış açısını ve davranışlarını anlamaya yönelik yapılan çalışmaların sektörün stratejik kararlarında önemli olabileceği öngörülmektedir. Bu çalışmalardan elde edilen bilgiler, turistlerin beklentilerine uygun hizmet ve ürünlerin sunulmasında yol gösterici olabilecektir.
- Couchsurfing platformun gelecekte bilinirliğinin daha da artacağı düşünüldüğünde, platforma üye olmayan ve potansiyel sörfçü olabileceği düşünülen bireylerin platforma yönelik algılarının ölçüleceği bir çalışma yapılması önerilmektedir.
- Kanepe sörfçülerinin normal konaklama deneyimleri ile Couchsurfing deneyimlerinin karşılaştırmalarının yapıldığı bir çalışmanın yapılması iki konaklama deneyiminin farklı yönlerinin belirlenmesinde fayda sağlayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Andersen, S. (2000). Fundamental Human Needs: Making Social Cognition Relevant. *Psychological Inquiry*, 11(4): 269-276.

Aruan, D. T. H. ve Felicia, F. (2019). Factors Influencing Travelers' Behavioral Intentions To Use P2P Accommodation Based On Trading Activity: Airbnb vs Couchsurfing. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(4): 487-504.

Ayazlar, R. A. (2018). Paylaşım Ekonomisi ve Turizm Endüstrisine Yansımaları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(3): 1186-1202.

Aydin, S. ve Duyan, E. C. (2019). The Postmodern Unexpected Guest: The Couchsurfing Experience Process. *Journal of Economy Culture And Society*, 60: 227–243.

Beekman, R., Byrne, J. ve Vichta-Ohlsen, R. (2021). A Couch Is Not A Home: New Ways of Understanding and Assessing Risks with Young People Who Are Couchsurfing. *Parity*, 34(3): 11-13.

Cihangir-Çankaya, Z. (2009). Öğretmen Adaylarında Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu Ve İyi Olma. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(3): 691-711.

Campos, A.C., Mendes, J., Valle, P.O. ve Scott, N. (2018). Co-creation of Tourist Experiences: A Literature Review, *Current Issues in Tourism*, 21(4): 369-400.

Cohen, E. (2015). Tourism, Leisure and Authenticity. *Tourism Recreation Research*, 35(1): 67-73.

Connell, J. (1986). Emotion and Social Interaction In The Strange Situation: Consistencies and Asymetric Influences In The Second Year. *Child Development*, 57(3): 733-746.

Deci, E. L., Ryan, R. M. ve Williams, G. C. (1996). Need Satisfaction and the Self-Regulation of Learning. *Learning and Individual Differences*, 8(3): 165-183.

Deci, E. ve Ryan, R. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and The Self-Determination of Behaviour. *Psychological Inquiry*, 11(4): 227-269.

Decrop, A., Del Chiappa, G., Mallargé, J. ve Zidda, P. (2018). Couchsurfing Has Made Me A Better Person And The World A Better Place: The Transformative Power Of Collaborative Tourism Experiences. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 35(1): 57-72.

Ekmekçi, A. (2020). Turizmde değişen seyahat eğilimlerinin genç turistlerin konaklama tercihlerine etkisi: Couchsurfing örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı Yüksek Lisans Tezi*.

Guttentag, D. (2013). Airbnb: Disruptive Innovation and The Rise Of An Informal Tourism Accommodation Sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12): 1192-1217.

Ingledew, D.K., Markland, D. ve Sheppard, K.E. (2004). Personality and self-Determination of Exercise Behavior. *Personality and Individual Differences*, 36(8): 1921-1932.

Jung, J. J., ve Yoon, S. Y. (2016). Social or Financial Goals?: Comparative Analysis of User Behaviors in Couchsurfing and Airbnb. *CHI EA '16. Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts On Human Factors In Computing Systems*, 2857-2863.

Karataş, Z. (2017). Sosyal Bilim Araştırmalarında Paradigma Değişimi: Nitel Yaklaşımın Yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 1-19.

Karmann, M. (2013). *The Rise of Collaborative Consumption on The Example of Couchsurfing*, GRIN Verlag.

- Kuhzady, S., Çakici, C., Olya, H., Mohajer, B., ve Han, H. (2020). Couchsurfing Involvement In Non-Profit Peer-To-Peer Accommodations And Its Impact On Destination Image, Familiarity, And Behavioral Intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44: 131-142.
- Kowal, J. ve Fortier, M. (1999). Motivational Determinants of Flow: Contributions From Self Determination Theory. *Journal of Social Psychology*, 139 (3): 355-369.
- Linabary, R. J. ve Hamel, A. S. (2017). Feminist Online Interviewing: Ongoing Issues of Power, Resistance and Reflexivity In Practice. *Feminist Review*, 115: 97-113.
- Liu, Y., Nie, L., ve Li, L. (2016). Homogeneity, Trust, And Reciprocity: Three Keys To The Sustainable Hospitality Exchange of Couchsurfing. *Tourism Analysis*, 21(2): 145-157.
- Lutz, C. ve Newlands, G. (2018). Consumer Segmentation Within The Sharing Economy: The case of Airbnb. *Journal of Business Research*, 88: 187-196.
- Lynch, P., Germann Molz, J., McIntosh, A., Lugosi, P. ve Lashley, C. (2011). Theorizing Hospitality. *Hospitality ve Society*, 1(1): 3-24.
- Molz, J. G. (2013). Social Networking Technologies and The Moral Economy of Alternative Tourism: The Case of Couchsurfing.org. *Annals of Tourism Research*, 43: 210-230.
- Petry, L., Hill, C., Milburn, N. ve Rice, E. (2022). Who Is Couch-Surfing and Who Is on the Streets? Disparities Among Racial and Sexual Minority Youth in Experiences of Homelessness. *Journal of Adolescent Health*. [https://www.jahonline.org/article/S1054-139X\(21\)00576-0](https://www.jahonline.org/article/S1054-139X(21)00576-0) adresinden alınmıştır (Erişim Tarihi: 14.02.2022).
- Piscicelli, L., Cooper, T., ve Fisher, T. (2015). The Role of Values in Collaborative Consumption: Insights From A Product-Service System For Lending And Borrowing In The Uk. *Journal of Cleaner Production*, 97: 21-29.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., ve Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4): 1841-1848.
- Rigby, C. S., Deci, E. L., Patrick, B. C. ve Ryan, R. M. (1992). Beyond the Intrinsic-Extrinsic Dichotomy: Self-determination in Motivation and Learning. *Motivation and Emotion*, 16(3): 165-185.
- Ryan, R. (1995). Psychological Needs and The Facilitation Of Integrative Processes. *Journal Of Personality*, 63(3): 397-428.
- Ryan, R. ve Deci, E. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1): 68-78.
- Schor, J. B. ve Fitzmaurice, C.J. (2015). Collaborating and Connecting: The Emergence Of The Sharing Economy, in Reisch, L.A. and Thøgersen, J. (Eds), *Handbook of Research on Sustainable Consumption*, Edward Elgar: Cheltenham.
- Schuckert, M., Peters, M. ve Pilz, G. (2018). The Co-Creation Of Host-Guest Relationships Via Couchsurfing: A Qualitative Study. *Tourism Recreation Research*, 43(2): 220-234.
- Sevisari, U. ve Reichenberger, I. (2020). Value Co-Creation In Couchsurfing - The Indonesian Host Perspective. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, ahead-of-print(ahead-of-print).
- Steylaerts, V. ve Dubhghail, S. (2012). Couchsurfing and Authenticity: Notes Towards An Understanding Of An Emerging Phenomenon. *Hospitality ve Society*, 1(3): 261-278.

Sørenbø, Ø., Halvari, H., Gulli, V. F. ve Kristiansen, R. (2009). The Role of Self-Determination Theory In Explaining Teachers Motivation To Continue To Use E-Learning Technology. *Computers ve Education*, 53(4): 1177-1187.

Tindall, L. (2009). Review of Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method And Research (Review Of The Book Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method And Research, by J. A. Smith, P. Flower ve M. Larkin). *Qualitative Research in Psychology*, 6(4): 346-347.

Tussyadiah, I. (2015). An Exploratory on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption In Travel. In Tussyadiah, I. & Inversini, A. (Eds.), *Information & Communication Technologies in Tourism. Switzerland: Springer International Publishing.*

Walls, A., Okumus, F., Wang, Y. (Raymond), ve Kwun, D. J.-W. (2011). Understanding the Consumer Experience: An Exploratory Study of Luxury Hotels. *Journal of Hospitality Marketing ve Management*, 20(2): 166-197.

Yıkmiş, M. S. (2020). Nitel Araştırmalarda E-görüşme Tekniği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1): 183-197.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2012). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.

Zgolli, S., ve Zaiem, I. (2018). Couchsurfing: A New Form of Sustainable Tourism and An Exploratory Study of Its Motivations and Its Effect On Satisfaction With The Stay. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1): 130-142.