

Anni Harjula

MIKSI SURFFATA SOHVILLA - MOTIVAATIO COUCHSURFING-  
MATKAILUN TAKANA

Matkailualan koulutusohjelma  
2014

# MIKSI SURFFATA SOHVILLA – MOTIVAATIO COUCHSURFING-MATKAILUN TAKANA

Harjula, Anni  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Matkailualan koulutusohjelma  
Joulukuu 2014  
Ohjaaja: García, Tiina  
Sivumäärä: 65  
Liitteitä: 3

Asiasanat: matkailu, sohasurffaus, motivaatio, ilmiöt, sosiaalinen media

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli esitellä couchsurfing eli sohasurffaus, yksi matkailun uusi muoto ja ilmiö. Työhön liitetystä tutkimuksessa etsittiin ja tutkittiin tekijöitä, jotka motivoivat couchsurfing-palvelun jäseniä osallistumaan palveluun, etenkin kun toimintaan ei liity olennaisia palkitsemismetodeja kuten rahallista palkkiota.

Online-kyselyn avulla kerätyt tutkimustulokset analysoitiin sekä kvalitatiivisin että kvantitatiivisin metodein 1) yksilön, 2) palkitsemisen, 3) sosiaaliselta, 4) kulttuuriselta, 5) ekonomiselta, 6) muulta kannalta.

Opinnäytetyön yhtenä tärkeänä tavoitteena oli luoda couchsurfing-palvelusta suomenkielistä aineistoa. Aihe on suhteellisen uusi, mutta englannin kielellä löytyy jo paljon materiaalia. Kuitenkin suomen kielellä ei ole olemassa merkittävää aineistoa, joten tämä opinnäytetyö pyrki tarjoamaan mahdollisimman selkeää, mutta monipuolista materiaalia aiheesta. Työn voisi kuvaila olevan jonkinlainen ensimmäinen sohasurffausopas.

Opinnäytetyössä teoreettisena pohjana käytettiin pääosin couchsurfing-palvelun www-sivuja, johon nojattiin voimakkaasti toimintaa esitellessä. Couchsurfing-palvelun ohessa esiteltiin lyhyesti myös muita sosiaalisia matkailuverkostoja ja yhteisöitä. Motivaatio esiteltiin niin terminä kuin teoriana, jonka jälkeen analysoitiin kyselyn tulokset eri motivaatiotekijöiden näkökulmasta. Couchsurfing-toiminnasta tehtiin myös SWOT-analyysi.

Työssä esiteltiin ymmärrettävästi motivaatioita ja toiveita, joita yksilöllä on couchsurfing-toimintaan osallistumisen takana. Työn tarkoituksena oli osoittaa, että sohasurffauksessa on itse asiassa kyse paljon laajemmasta kuvasta, kuin vain taloudellisesta edukkuudesta matkustaessa. Kyseessä on todellakin sosiaalinen verkosto, joka luo vahvaa yhteisöä matkailijoiden kesken ja antaa matkaajille mahdollisuuden päästä todella sisälle toiseen kulttuuriin ja oppia heidän elämästä.

Couchsurfing-palvelussa ei siis ole kyse vain ilmaisesta majoittumisesta, vaan kulttuurien vaihdosta. Tätä pyrittiin tuomaan opinnäytetyössä esille.

## WHY SURF ON COUCHES – MOTIVATION BEHIND COUCHSURFING

Harjula, Anni

Satakunta University of Applied Sciences

Degree Program in Tourism

December 2014

Supervisor: García, Tiina

Number of pages: 65

Appendices: 3

Keywords: tourism, couchsurfing, motivation, phenomena, social media

---

The purpose of this thesis was to introduce couchsurfing, one of the latest phenomenon in the tourism field to Finnish readership. A survey was attached to this thesis, the aim of which was to research and find the factors that motivate couchsurfing members to participate this hospitality network, in which one will not receive any obvious rewards such as monetary compensation.

An online survey was made and the results received were analyzed utilizing both qualitative and quantitative method as follows: motivation factors from 1) personal, 2) rewarding, 3) social, 4) cultural, 5) economic, 6) other point of view.

One of the most important goals for this thesis was to create material about couchsurfing in Finnish. The topic is relatively new, however there is already quite a lot of research done in English. Nevertheless there is not much material to be found in Finnish; hence the purpose of this thesis was to offer clear but versatile material about couchsurfing. One might describe this thesis as a guide about couchsurfing.

Couchsurfing web page was mainly used as a source for this thesis; the theoretical part is mainly based on it. In addition, other somewhat similar hospitality networks were also briefly introduced in the text. Motivation as a concept and motivation in different theories were explained in their own chapter, following the analysis of the survey about motivation. A SWOT analysis about couchsurfing was also attached to this thesis.

Motivations to participate couchsurfing were explained clearly in this Bachelor's thesis. The purpose was to demonstrate how couchsurfing is actually about a much wider view than just the obvious economic benefit. It is about a social network, which creates a strong community of travelers and gives a prime opportunity to get involved with another culture and learn about their lives.

As a conclusion, couchsurfing is not about just finding a place to stay, it is about cultural exchange. The aim was to make this clear in this thesis.

## SISÄLLYS

1	ENSIMMÄINEN ASKEL.....	5
2	TUTKIMUKSEN POLKU.....	7
2.1	Tutkimuksen tavoite.....	7
2.2	Tutkimuksen aiheen valinta ja merkitys .....	8
3	COUCHSURFING - MATKAILUN UUDET TUULET .....	9
3.1	Mitä sohasurffaus on? .....	11
3.2	Matkustajan määritelmä.....	15
3.3	Kuinka se toimii? .....	18
3.4	Matkan päällä.....	19
3.5	Kirjoittamattomat säännöt.....	20
3.6	Maineen luominen CS-yhteisössä.....	21
3.7	Maalaisjärki ja turvallisuus .....	27
3.8	Muut matkailuverkostot ja -yhteisöt .....	30
4	MOTIVAATIOTEKIJÄT .....	32
4.1	Määritelmä .....	32
4.2	Teoriat .....	33
4.3	Motivaatio couchsurfing-toimintaan ja matkustukseen.....	35
4.4	Motivaatio online verkostojen käytössä.....	37
5	TUTKIMUSMENETELMÄ .....	39
5.1	Tutkimustyyppin valinta .....	39
5.2	Kyselyn julkaisu.....	41
6	TUTKIMUSTULOKSET & ANALYSOINTI .....	43
6.1	Henkilöprofiili.....	43
6.2	Yksilökohtaiset motivaatiotekijät .....	44
6.3	Palkitsemisen motivaatiotekijät .....	45
6.4	Sosiaaliset motivaatiotekijät .....	48
6.5	Kulttuuriset motivaatiotekijät .....	50
6.6	Ekonomiset motivaatiotekijät .....	50
6.7	Muut motivaatiotekijät.....	51
7	SWOT-ANALYYSI.....	52
8	LOPPUANALYYSI.....	57
9	AJATUSTYÖ .....	60
	LÄHTEET .....	63

## 1 ENSIMMÄINEN ASKEL

Miltä kuulostaisi, jos sinulle annettaisiin mahdollisuus matkustaa ympäri maailmaa niin, ettei majoituksesta tarvitse maksaa penniäkään? Tai että sinulle annettaisiin ensiluokkainen näkemys ja kosketus paikallisen kulttuurin arkeen ilman suurta vaivanäköä ja saisit kaupan päälle kasan uusia, monikulttuurisia ystäviä?

Vastaus näihin kryptisiin mietteisiin on *couchsurfing - sohvasurffaus*.

Couchsurfing on yksi uusimmista matkailutrendeistä, joka on ollut jo pitkään suuressa nousujohteessa. Käytännössä couchsurfing on internetpohjainen matkailualan portaali, jonne kirjautuessaan reissaajat voivat etsiä majoitusta tai vastaavasti tarjota omaa sohvipaikkaansa matkaajille aivan ilmaiseksi. Ilmiön taustalta löytyvän internetverkon ansiosta passiivisista kuluttajista on voinut muodostua aktiivisia toimijoita (Satuli 2014, 24). Couchsurfing on ”palvelu, joka yhdistää jäsenet maailmanlaajuisesti matkaajien yhteisöksi” (Couchsurfing www-sivut 2014). Palvelussa on myös monia lisäetuja: samalla saa uusia ystäviä, pääsee tutustumaan kulttuureihin sekä kokemaan asioita paikallisen silmin. On myös mahdollista vaikkapa käydä vain kahvilla matkaajien kanssa, kysellä paikallisilta vinkkejä, osallistua yhteisiin tapahtumiin tai etsiä ja löytää mitä tahansa palvelun erilaisilta foorumeilta.

Joka päivä palveluun liittyy uusia jäseniä ja kokonaismäärä on kohonnut jo yli yhdeksään miljoonaan (Couchsurfing www-sivut 2014). Palvelu tarkoittaakin sananmukaisesti juuri sitä, miltä kuulostaa - liittymällä sivustolle voit joko tarjota omaa sohvipaikkaasi, ilmapatjaasi tai melkeinpä mitä tahansa majoitusmuotoa vieraille ja/tai etsiä itsellesi yöpaikkaa omille reissuillesi maksutta. Palvelussa ei kuitenkaan ole kyse pelkästään vain majoittumisesta, vaan uusien kulttuurien oppimisesta sekä uusien ystävien saamisesta. Kuten couchsurfing-sivustolla täsmennetään; ”sinulla on ystäviä ympäri maailmaa, et vain ole tavannut heitä vielä” (Couchsurfing www-sivut 2014).

Opinnäytetyön aihevalintaan on voimakkaasti vaikuttanut omat kokemukseni palvelun parissa - muutaman vuoden jäsenyys, pienimuotoinen sohvasurffauskiertue Iso-

Britanniassa ja Irlannissa sekä erinäiset retket Saksassa ja Ranskassa vaikuttivat paljon päätökseen. Minua henkilökohtaisesti kiinnosti mikä palvelussa toimii motivaattorina. Jokaisella yksilöllähän on omat lähteensä motivaatiolle. Kuten Niittamo (2002, 40) toteaa, ”ulkoisten palkintojen tavoittelemisen lisäksi ihmisillä on paljon omia, sisäisiä tai tunneperäisiä haluja ja pyrkimyksiä, jotka eivät välttämättä liity lainkaan ympäristön tarjoamiin tai asettamiin tavoitteisiin, mutta joita tavoitellaan kahta suuremmalla innokkuudella”. Näin ollen siis tämänkaltaista ”arkiviisautta” mukailten lähdetään selvittämään minkälaisia, hieman helpommin todettavia ihmisen toimintaa ulkoa ohjaavia ulkoisia motiiveja (esimerkiksi yösjän saaminen, käytännön syyt, varallisuus) sekä sisäisiä, vaikeammin erotettavissa olevia motivaatiotekijöitä (esimerkiksi sosiaalisen kanssakäymisen hakeminen, tuttavuus, palkitseminen tai läheisyys) yksilöllä on koskien sohasurffausta (Niittamo 2002, 40).

Aiheen valintaan vaikutti myös tarve tutkia jotakin uutta, tuoretta ja ajankohtaista matkailun trendiä. Matkailualalla nämä vaihtunevat nopeasti, eikä couchsurfing-toiminnasta ole vielä olemassa kovin paljon kirjoitettua suomenkielistä aineistoa. Tämä oli yksi vahva tekijä aiheen valinnassa; luoda jonkinlaista uutta materiaalipohjaa ja kuvailla palvelun kulkua ja käyttämistä niille, jotka eivät vielä tiedä palvelusta mitään. Tarkoituksena ei suinkaan ole aivopestä tai puolueellisesti houkutella mukaan, vaan tuoda esiin palvelusta niin hyvät kuin huonot puolet. Tutkimuksessa etsitään sekä kvantitatiivisin että kvalitatiivisin menetelmin palvelun käyttöön vaikuttavia syitä ja motivaatiotekijöitä eri aspektien kannalta - yksilökohtainen, kulttuurinen, sosiaalinen, ekologinen sekä ekonominen.

Toki couchsurfing-toiminnasta löytyy jo muutamia kirjoitelmia ja opinnäytetöitä, mutta mielestäni palvelusta ei ole tähän mennessä tehty kokonaisvaltaisen selkeää, lähes oppaankaltaista suomenkielistä teosta. Internetistä löytyy paljon erilaisia aiheeseen liittyviä blogeja, artikkeleita, uutisia ja jopa suomalainen TV-sarja Sohvasurffaajat, jossa kaksi suomalaisnaista matkasi sohvilla pitkin Mustanmeren rannikkoa (Katsele sohvia sohvaltasi... 2011).

Tässä opinnäytetyössä kuitenkin ei kuvailla vain couchsurfing-palvelua ja sen toimintaa käytännössä, vaan tutkimuksen avulla lähdetään selvittämään ihmisten motivaatioita ja palvelun käyttötottumuksia, eli päästään CS-toiminnan ns. julkisivun

taakse: miksi surffata ja miksi majoittaa surffaajia. On mielenkiintoista tietää miksi joku haluaa majoittaa tuntemattomia kotiinsa, sillä esimerkiksi itse kuulun 54 %:n valtaosaan surffaajista, jotka eivät ole aikaisemmin majoittaneet ketään luokseen (Couchsurfing www-sivut 2014). Motivaatiotutkimuksen ohella selvitetään kuinka itse internetsivuston toiminta käytännössä koetaan. Kysely suoritetaan internet-pohjaisen lomakkeen avulla strukturoitujen ja avoimien vastausvaihtoehtojen yhdistelmänä, jotta saataisiin mahdollisimman kattavaa ja arvokasta tietoa. Näiden pohjalta hyödynnän sekä laadullista että määrällistä analysointimetodia.

Lisäksi opinnäytetyössä esitellään lyhyesti muita matkailuverkostoja kuten *HomeExchange*, *RentAFriend* ja *BlaBlaCar*. Näistä lisää kappaleessa 3.9 Muut matkailuverkostot ja -yhteisöt.

Tervetuloa ilmaiselle matkalle maailman ympäri.

## 2 TUTKIMUKSEN POLKU

Tässä opinnäytetyön kappaleessa esitellään opinnäytetyöhön liitetty tutkimus. Tutkimuksen ydintarkoituksena oli tutkia couchsurfing-ilmiötä ja käyttötottumuksia. Toisin sanoen siis tutkimuksessa selvitettiin syitä miksi jäsen palvelua käyttää ja miten.

### 2.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on saada selville seuraavat seikat:

- mikä couchsurfing-palvelun jäseniä motivoi osallistumaan toimintaan, niin majoittumaan kuin majoittamaan
- tutkia couchsurfing-toimintaa matkailun ilmiönä.

Kysely toteutettiin internet-pohjaisen kyselylomakkeen avulla ja vastausaikaa annettiin kymmenen päivää. Kysely toteutettiin syyskuussa 2014. Kysely luotiin noudatta-

en molempien, kvantitatiivisen eli määrällisen sekä kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen menetelmää. Yleisimpinä tutkimusmetodeina laadullisissa tutkimuksissa usein käytetään haastattelua, kyselyä, havainnointia sekä erilaisiin dokumentteihin perustuvaa tietoa. Näitä eri aineistonkeruumetodeja voidaan käyttää vaihtoehtoisina, rinnakkain tai jollain muulla tavalla yhdisteltynä tutkittavaan ongelman tai tutkimusresurssien mukaan (Tuomi & Sarajärvi 2002, 73). Lisäksi laadullisessa tutkimuksessa lomaketutkimus mielletään usein klassiseksi tutkimusmetodiksi, joten tämän tutkimusmuodon valinta oli selkeä (Alasuutari 2007, 31). ”Ominaista kvalitatiiviselle aineistolle on sen ilmaisullinen rikkaus, monitasoisuus ja kompleksisuus”, valaisee Alasuutari (2007, 84). Pyrkiäkseen täsmäämään Alasuutarin määritelmää hyvästä aineistosta, tutkimus tehtiin hyödyntäen internet-pohjaista kyselylomaketta, jossa oli strukturoitujen kysymysten lisäksi myös avokysymyksiä.

Kyselyllä pyrittiin siis selittämään yksilön omakohtaista motivaatiota suhteessa couchsurfingiin ja ymmärtämään niitä. Lisäksi kysely toimi muun tekstin tukena täsmentämässä ja elävöittämässä sitä sekä antamassa kattavampaa kuvaa palveluun liittyvistä eri osa-alueista. Näin ollen kysely oli toisaalta myös ymmärtävä tutkimus, joka on yksi lähtökohdista, johon laadullisen tutkimuksen lähteissä on viitattu. Laadullista tutkimusta voidaankin von Wrightin (1970b) näkökulmasta tulkita ymmärtäväksi tutkimukseksi, koska ”perinteiden erottelu perustuu tietämisen tapaan: ilmiötä voi joko ymmärtää tai selittää” (Tuomi & Sarajärvi 2002, 27). Kyselyssä pyrittiin pääsemään yksilön henkilökohtaisten syiden lähteelle ja niiden avulla ymmärtää, mitä couchsurfing-toiminnan takana on. ”Ymmärtäminen ihmistä tutkivien tieteiden metodina on eräänlaista eläytymistä tutkimuskohteisiin liittyvään henkiseen ilmapii-riin, ajatuksiin, tunteisiin ja motiiveihin.” (Tuomi & Sarajärvi 2002, 27.)

## 2.2 Tutkimuksen aiheen valinta ja merkitys

Kuten jo aiemmin mainittu, opinnäytetyön aiheen valintaan on voimakkaasti vaikuttanut omat kokemukseni couchsurfing-toiminnan parissa. Minua motivoivana tekijänä on saada selville mikä muita kanssamatkustajia palvelussa motivoi, kuinka he sen kokevat ja miksi. Aihe on myös minulle henkilökohtaisesti tärkeä. Vaikka kokemusta ei sadoittain ole, yksittäiset muistot ovat piirtyneet tarkasti muistiin. Syy, miksi halu-



sin valita aiheekseni couchsurfingin, on melko yksiselitteinen; kun on matkustanut kaksi viikkoa sohvalta sohvalle, sitä oppii matkan päällä, mutta myös jälkeenpäin, kokemaan asiat erilaisella tavalla. On unohtumaton kokemus makoilla viikko lattianrajassa makuupussi kainalossa ilman patjaa ja samalla lasketella tuhtia, irlantilaisen majapaikkani isännän äidin valmistamaa illallista. Tai se, että kaikkien möykkyisten patjojen jälkeen päätyy Skotlannissa ikiomaan huikeaan huoneeseen tai Etelä-Ranskaan torkkumaan kissojen keskelle kuunnellen Välimeren solinaa.

Työn pyrkiessä perehdyttämään lukijaa palvelun käytön saloihin, sillä on yhtäaikaista mahdollisuus avittaa lukijaa laajentamaan omaa näkökantaa ja avaamaan mieltään, mikäli hänellä on palvelusta vain hämärät mielikuvat. Tämä on yksi avaintekijöistä, sillä couchsurfing-yhteisö toiminnallaan ja ajatusmallillaan perustuu avoimielisyyteen sekä ennakkoluulottomuuteen. Opinnäytetyön päätarkoituksena on auttaa lukijaa ymmärtämään minkä vuoksi joku lähtee mukaan couchsurfing-toimintaan – kuka haluaisi majoittua lomallaan tuntemattomien sohville, kun voisi mennä hieppoon hotelliinkin? Miksi itse ottaisin matkajaan maailman ääristä kotiini nukkumaan ilmaiseksi ja vielä viitsisin esitellä paikkoja hänelle, kun on olemassa edullisia hostelleja, karttoja ja menovinkkeihin kohdistuneita internetsovelluksia? Tästä opinnäytetyöstä löytyy ratkaisuja ja perusteluja näihin pohdintoihin, jonka jälkeen lukija voi tehdä omat johtopäätöksensä aiheesta tai kehittää omia, tämänhetkisiä pohdiskelujaan tai mielikuvia. Näin ollen siis opinnäytetyöstä voi olla hyötyä henkilölle, joka suunnittelee sohasurffausta majoittumismuotona, mutta haluaa vielä varmistusta ja lisää tietoa tai esimerkiksi henkilölle, jota palvelu kiinnostaa, mutta omaa kokemusta ei vielä ole.

### 3 COUCHSURFING - MATKAILUN UUDET TUULET

Tässä kappaleessa käy ilmi mitä couchsurfing eli sohasurffaus käytännössä on, kuinka se toimii, ketä sitä käyttävät ja mitä palvelua käyttäessä tulee ottaa huomioon. Tässä opinnäytetyössä couchsurfing-toimintaan viitataan joko käyttäen koko termiä ”couchsurfing”, lyhennettä ”CS” tai suomenkielistä käännöstä sohasurffaus.

”Me unelmoimme maailmasta, jossa jokainen voi tutkailla ja luoda merkityksellisiä suhteita kohtaamiensa ihmisten ja paikkojen kanssa. Merkityksellisten suhteiden rakentaminen kulttuurien rajojen ylitse auttaa meitä vastaamaan moninaisuuden uteliaisuudella, arvostuksella ja kunnioituksella. Monimuotoisuuden arvostaminen levittää suvaitsevaisuutta ja luo maailmanlaajuisen yhteisön.” (Couchsurfing www-sivut 2014.) Couchsurfing-palvelussa tärkein yhdistävä tekijä onkin siis yhteisöllisyys.

Couchsurfing on levittänyt siipensä laajasti melko lailla koko internetin verkon ylle. Couchsurfing, ollen sosiaalinen matkailuyhteisön verkosto, toimii aktiivisesti myös muussa sosiaalisessa mediassa. Toimintaa voi seurata maailman tunnetuimmassa verkkopalvelussa Facebookissa nimellä Couchsurfing, tekstipohjaisessa viestijakopalvelu Twitterissä nimellä Couchsurfing. Palvelulla on oma kanava myös internetin suosituimmassa suoratoistovideopalvelu Youtubessa nimellä thisiscouchsurfing ja kuvia, linkkejä, videoita, kirjoituksia sekä musiikkia jakavassa Tumblr-blogipalvelussa nimellä Couch stories. Palvelua voi kuka tahansa seurata myös suhteellisen uudessa kuvien jakopalvelu Instagramissa nimellä couchsurfing sekä ilmoitustaulutyypissä linkkien ja kuvien jakopalvelu Pinterestissä (Couchsurfing www-sivut 2014). Couchsurfing kehottaa jäseniään ja seuraajiaan jakamaan kuvia ja ajatuksia heidän kanssaan, esimerkiksi Instagram-käyttäjien toivotaan jakavan tarinoitaan käyttämällä aihetunnistetta #couchstories. Palvelun Instagram-tilillä on 16629 seuraajaa ja ”sohvarinoita” on jaettu jo 1170 (Instagram 2014). Sosiaalinen media muodostaa helposti suuren yhteisön ja lisää yhteenkuuluvuutta, joka toimii hyvänä tukena yhteisöllisyyttä edistävälle couchsurfing-toiminnalle. ”Sosiaalinen media kutsuu osallistumaan. Nappia klikkaamalla se muuttaa yleisön luojiksi ja muukalaiset ystäviksi.” Kuten couchsurfing-toiminnassa, myös sosiaalisessa mediassa on kyse yhteisöllisyydestä. Sosiaalisen median työkalut mahdollistavat sen, että samankaltaiset ihmiset löytävät toisensa. (Barefoot & Szabo 2010, 3,7.)

Lisäksi vuonna 2014 kesäkuun 12. päivä juhlittiin Kansainvälistä Couchsurfing-päivää. Tapahtuma oli kunnianosoitus 15-vuotiaalle couchsurfing-toiminnalle, jolloin San Franciscon päämajalle kokoontui yli 200 jäsentä, mukaan lukien myös perustajat Casey Fenton ja Daniel Hoffer. Tapahtumasta on tarkoitus saada jokavuotinen perinne (Couchsurfing www-sivut 2014).

### 3.1 Mitä sohvasurffaus on?

Ajatuksena sohvalle majoittuminen ei ole varsinaisesti mikään uusi keksintö. Vuosisatojen ajan ihmiset ovat majoittaneet yösijaa kaipaavia vieraita koteihinsa – aikaisemmin se on kulkenut lähinnä nimikkeellä vieraanvaraisuus. Alkukantaisissa yhteiskunnissa vieraanvaraisuus nähtiin pääsääntöisesti orgaanisena, näiden yhteiskuntien elintärkeänä ja olennaisena osana, joka paljasti paljon heidän kulttuurisista arvoista sekä uskomuksista (O’Gorman 2010, 1). Vieraanvaraisuus on aikojen alusta ollut kytköksissä vanhaan sananlaskuun ”ystävä hädässä tunnetaan” – oli sitten kyseessä majapaikkaa vailla oleva tuttava tai tien poskessa liftaava matkalainen.

Kuitenkin vasta tällä vuosituhanella ajatusta ystävän avusta majoituksessa vietiin reippaasti eteenpäin ja siitä kehkeytyi varsinainen matkailijoiden vyyhti, jolle on luotu ideaalit olosuhteet internetiin. 2000-luvun alkupuolesta alkaen tietokonekeskeinen kommunikointi sekä virtuaaliset matkailuverkostot ovat mullistaneet monta tuttua ja totuttua matkailun eri muotoa ja järjestäneet vieraanvaraisuusverkostoja. Sen sijaan, että reissaaja enää menisi matkatoimistoon varaamaan pakettimatkoja tai majoitusta, monet ovat alkaneet itse etsimään ja ottamaan suoraan yhteyttä mahdollisiin majoituspaikkoihin, matkakumppaneihin tai paikallisiin oppaisiin (Picard & Buchberger 2013, 12). Kotimajoitus on antanut monille nuorille mahdollisuuden ulkomaanmatkoihin sekä myöhemmin tehnyt heistä aktiivisia hotellipalvelujen käyttäjiä (Satuli 2014, 24).

Couchsurfing-portaalista saamme kiittää idean isää Casey Fentonia. Mullistava käänne tapahtui, kun amerikkalainen Fenton suunnitteli matkaamista yksin vuosituhanen vaihteessa Islantiin, mutta kalliin hotellitilanteen vuoksi päätyikin sen sijaan lähettämään yli 1500 sähköpostia 1500:lle entuudestaan tuntemattomalle islantilaisopiskelijalle Reykjavikissa. Fentonin tavoitteena oli saada ilmainen majapaikka jonkun sohvalta. Vietettyään loppujen lopuksi upean ja elämysriikkaan viikonlopun Islannissa, Yhdysvaltoihin palattuaan Fenton ystävineen päätti perustaa internetiin portaalin nimeltä Couchsurfing. (Leivonniemi & Isola 2010, 89.) Idean vieminen ajatustasolta käytännön nettisivustoksi vei kuitenkin muutaman vuoden – vaikka Fenton koki elämänsä mullistavan seikkailun jo vuonna 1999, [www.couchsurfing.org](http://www.couchsurfing.org)-internetportaali tuli julki vasta vuonna 2004. Portaalin takana on kulttuureista ja mat-

kustamisesta kiinnostunut ryhmä amerikkalaisia: Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuan sekä Leonardo Bassani da Silveira. He jakoivat kaikki saman idealistiikan; he halusivat muuttaa maailmaa tarjoamalla parempia mahdollisuuksia ja pääsyä erilaisille merkityksellisille matkoille, jotka ovat riippuvaisia ihmisten kanssa verkostoitumisesta – siitä syntyi tämä portaali, joka tuo miljoonille iloa päivittäin. (Couchsurfing www-sivut 2014.) Couchsurfing.org sai hyvän ja innostuneen vastaanoton ja nykyään sivustolle on kirjautunut miljoonia jäseniä – Suomessakin on jo yli 10 000 jäsentä joka ikäluokasta. Vanhin suomalaissurffaaja on yli 70-vuotias (Leivonniemi & Isola 2010, 89). Toiminnan logo muuttuu aika-ajoin, mutta sen idea ja grafiikka on säilynyt läpi toiminnan pääosin samana. Alla oleva kuva havainnollistaa vuonna 2014 käytettyä logoa.



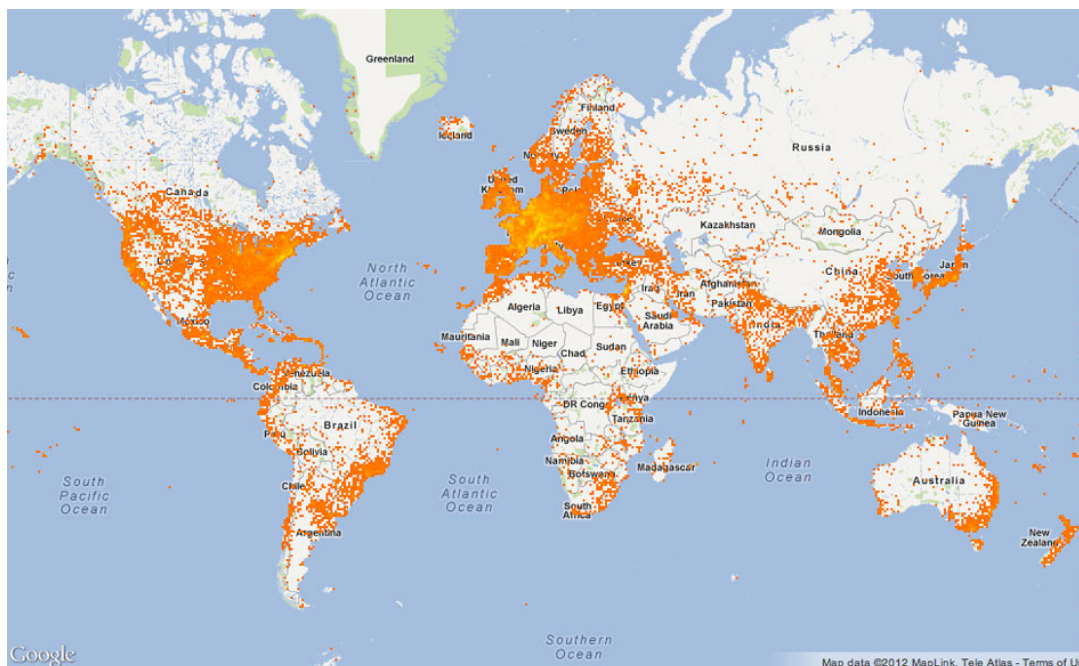
Kuva 1. Couchsurfing-sivuston logo (Couchsurfing www-sivut 2014)

Toiminnan pääideana on siis päästä tutustumaan vieraisiin kulttuureihin ja ihmisiin joko majoittamalla heitä tai majoittumalla itse heidän luokseen maksutta. Kuten Leivonniemi ja Isola (2010, 89) tiivistävät, ”yhteisön peruseriaatteena on tuoda yhteen paikalliset ihmiset ja vierailevat turistit ja näin edistää kulttuurien välistä ymmärrystä ja luoda ystävyysuhteita yli rajojen”. Couchsurfing on internetpohjainen portaali, jonne voi kirjautua kuka tahansa omalla nimellään. Kirjautuminen on helppoa; perustietojen lisäksi on erittäin suositeltavaa kirjoittaa itsestään myös mahdollisimman tarkka kuvaus sekä lisätä itsestään selkeä valokuva.

Couchsurfing-toiminta on vuosien saatossa lähtenyt räjähdysmäiseen nousuun – palveluun on nykyään kirjautunut 9 miljoonaa jäsentä kaikista maailman 207 maasta. CS on maailman johtava matkailualan sosiaalinen foorumi (Couchsurfing www-sivut 2014). Alla oleva maailmankartta osoittaa, millainen surffaajien keskimääräinen maantieteellinen tilanne oli vuonna 2012. On selkeästi huomattavissa, kuinka surffaajat ovat muodostaneet tiiviitä maantieteellisiä ryhmittymiä tietyn alueen ja/tai metropolien läheisyyteen. Eniten jäseniä maittain oli Yhdysvalloissa, Saksassa, Ranskassa, Kanadassa, Englannissa, Espanjassa, Italiassa, Brasiliassa, Australiassa

sekä Kiinassa (Couchsurfing www-sivut 2014). Kuitenkin couchsurfing-toiminta ja surffaajat ovat levinneet laajalti myös näiden suosittujen turistikohteiden ulkopuolelle. Tämä tuo yhteen myös puolalais-kanadalaisen sosiologi Paula Bialskin (2007, 12) ajatuksen siitä, kuinka couchsurfing on mullistanut käsityksen matkailusta tehden siitä vähemmän kaupallista turismia ja luoden sille uuden keskipisteen: kyse ei ole enää kohteesta, vaan ihmisestä. Bialski teki sekä maisterin että tohtoritason opinnäytetyönsä tutkien pitkälti couchsurfing-palvelua. Näitä molempia teoksia olen hyödyntänyt tässä opinnäytetyössä.

Kuitenkin kartta vuodelta 2012 on jo vanhentunut – siitä puuttuu mm. Antarktiksien CS-yhteisö, josta couchsurfing-sivustolle on listautunut jopa 84 mahdollista majoittajaa. (Couchsurfing www-sivut 2014.) Luku on kaksinkertaistunut sitten vuoden 2012, jolloin Antarktilla oli CS-jäseniä 44 (Couchsurfing www-sivut 2014). Koska väkiluku, surffaajat ja ihmisten maantieteellinen sijainti varioi nopeaa tahtia, vanhentuvat myös havainnollistavat kartat melko lailla heti julkaisun jälkeen. Vuoden 2012 kartta antaa kuitenkin mielenkiintoista perspektiiviä siitä, kuinka paljon surffaajia ympäri maailmaa oikeasti on. Vaikka jo vuonna 2012 surffaajia löytyi jokaisesta maasta, kahdessa vuodessa jäsenmäärä on noussut melkein neljällä miljoonalla jäsenellä – vuonna 2012 palveluun oli kirjautunut 5.5 miljoonaa jäsentä ja nykyään heitä löytyy 9 miljoonaa (Couchsurfing www-sivut 2014). Näin ollen siis alla oleva kartta on enää vain suuntaa-antava havainnollistamiskeino.



Kuva 2. Sohvasurffaajien maantieteellistä sijaintia havainnollistava kartta (Couchsurfing www-sivut 2014)

CS-palvelussa on ajan kuluessa tapahtunut myös virallisen puolen rakenteellisia muutoksia. Toiminta lähti alun perin liikkeelle vuonna 2004 voittoatavoittelemattomana organisaationa, mutta luopui tittelistä vuonna 2011. Elokuussa 2011 organisaatiosta tuli Certified B-Corporation -yritys. (TriplePundit, Wohler, M. 2011.) B Corp on voittoatavoittelemattoman B Lab:n sertifioima, tiukat vaatimukset koskien sosiaalisia ja ympäristöystävällisiä näkökohtia, vastuullisuutta sekä avoimuutta täyttävä yritys. Sertifikaatti on B Corp:n mukaan ”yritykselle se, mitä Reilun Kaupan sertifikaatti on kahville”. B Corp on johtava globaali liike, jonka tavoitteena on luoda yhteisö hyvää tekevistä yrityksistä, jotka kuluttaja voi helposti tunnistaa. (Certified B Corporation www-sivut 2014.) Muuttuessaan yritykseksi couchsurfing sai B Corp -sertifikaatin ja toiminnan nimeksi tuli Couchsurfing International. Ennen B Corp -muutosta Couchsurfing ei voinut voittoatavoittelemattomana organisaationa vastaanottaa sijoituksia, vaan sen ainoat tulot tulivat verification eli vahvennusprosessista, josta lisää kappaleessa 3.5 Maineen luominen CS-yhteisössä. Uuden statuksen alaisena yhtiö voi perustajajäsenen, Daniel Hofferin, sanojen mukaisesti ”vastaanottaa sijoituksia sekä olla ketterä ja joustava, mutta yhtä kaikki pitää kiinni meidän sosiaalisesta tavoitteestamme”. Couchsurfing on kerännyt miljoonia dollareita puhtaasti rahoituksin. (Perlroth 2001.)

Muutos voittoa tavoittelemattomasta organisaatiosta B Corp:n myötä voittoa tavoittelevaksi yritykseksi herätti paljon keskustelua. Couchsurfing International antoi lausunnon, jonka mukaan ”meistä tuli B Corp -yritys, sillä me uskomme bisneksen voimaan sosiaalisen hyvän vuoksi”. Tämä puoltaa myös B Corp:n kokonaisvaltaista ajatusmaailmaa; B Corp -yritykset hyödyntävät bisneksen valtaa ratkaistakseen sosiaalisia ja ekonomisia ongelmia. (Certified B Corporation www-sivut 2014.) Lisäksi Couchsurfing-päämaja ilmoitti blogin puolella syyskuussa 2011, kaksi viikkoa yhtiömuutoksen julkistamisen jälkeen, syitä ko. muutokselle. ”Me emme sivuuta sitä tosiasiaa, että emme voi enää vastaanottaa lahjoituksia, meidän tulee löytää vaihtoehtoinen ratkaisu tehdä rahaa, jotta Couchsurfing pysyisi toiminnassa. Joka tapauksessa sijoitukset mahdollistavat sen, että voimme ottaa aikaa löytääksemme parhaimman keinon toteuttaa tämän. Kaikkein tärkein fokuksemme on parantaa sitä, mitä jo nyt teemme.” (Couchsurfing 2011.)

### 3.2 Matkustajan määritelmä

Yleisesti puhuttaessa vierailijasta tai turistista, tarkoitetaan matkaajaa, jonka matka ulottuu hänen tavanomaisen ympäristönsä ulkopuolelle ja on alle vuoden mittainen ajanjakso. Vierailijan päätarkoituksena kohteessa ei ole työsuhde, vaan esimerkiksi työ- tai vapaa-ajanmatka tai muu henkilökohtainen syy, joka on minimissään yhden yön. Matkaaja puolestaan on matkustaja, joka matkaa eri maantieteellisiin paikkoihin syystä tai ajanjakson kestosta riippumatta. (UNWTO 2014.) Matkustajalle on myös kolmas määritelmä – retkimatkailija. Retkimatkailija tilapäisesti vierailee ja oleskelee kohteessa alle 24 tuntia. Matkan tarkoituksena on joko huvi tai liikematka, mutta matkan tarkoitus ei ole kauttakulku. Retkimatkailija on siis päivävierailija. (Personal, Social and Humanities... 2013, 31.)

Cohen (1972) on kehittänyt turistin luokittelun, joka jaottelee turistin roolin neljään eri kategoriaan. Luokittelu perustuu teoriaan, jonka mukaan turismi yhdistää keskenään kaksi ajatusta: uteliaisuuden löytää uusia kokemuksia sekä tarpeen turvallisuuteen, joka tulee kodin tutuista muistoista. Useat turistit tutkivat kohteita mieluummin tutulla pohjalla. (Personal, Social and Humanities... 2013, 34–35.) Tämä tuttuuden

aspekti onkin Cohenin teorian pohjatekijä, joka määrittelee seuraavat neljä turistin roolia:

#### 1) Organisoitu massaturisti

Tämä turistiryhmä on vähiten seikkailuhenkinen ja heille on mieluista pysytellä omalla tutulla mukavuusalueella. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että turisti ympäröi itsensä niillä tekijöillä, jotka ovat hänelle entuudestaan tuttuja ja näin ollen turvallisia. Ilmiötä kutsutaan myös ympäristölliseksi kuplaksi. Tyypillisenä esimerkkinä tälle turistityypille ovat opastetut, mukavat kiertoajelut sekä ennalta tarkkaan suunnitellut ohjelmat, joka mahdollistaa sen, että matkan aikana ei tarvitse tehdä juuri mitään päätöksiä. (Personal, Social and Humanities... 2013, 34–35.)

#### 2) Yksittäinen massaturisti

Tämä turistin rooli mukailee pitkälti edellistä, mutta sisältää hieman enemmän puuttuvia palasia. Turisti ei ole täysin riippuvainen muusta ryhmästä, mutta matka sisältää paljon ennalta määriteltyjä ohjelmia. Myös yksittäinen massaturisti löytyy saman ”ympäristöllisen kuplan” sisältä. (Personal, Social and Humanities... 2013, 34–35.)

#### 3) Seikkailija

Kolmannen turistiroolin omaava suunnittelee matkansa täysin itse. Seikkailija haluaa mennä kohteeseen, joka on jollakin tapaa epätavanomainen, mutta haluaa kuitenkin säilyttää oman elintasonsa valitsemalla esimerkiksi mukavat majoitusolosuhteet ja luotettavat matkantekovälineet. Seikkailija pyrkii kanssakäymiseen paikallisten kanssa ja kommunikoi heidän kielellään. Seikkailijat uskaltavat poistua mukavuusalueeltaan, mutta ovat silti varovaisia matkallaan. (Personal, Social and Humanities... 2013, 34–35.)

#### 4) Ajelehtija

Ajelehtija on turistin rooleista se, joka haluaa päästä niin lähelle paikallista kulttuuria, kuin mahdollista. Ajelehtija pysyttelee mahdollisimman kaukana ns. tavanomaisen turistin paikoista ja keinoista, kuten ohjatuista kierroksista ja hotelleista. Ajelehtijoilla ei ole lukkoon lyötyjä matkasuunnitelmia tai aikatauluja, vaan he haluavat elää kuin paikalliset ja suunnitella menonsa hetken koittaessa. (Personal, Social and Humanities... 2013, 34–35.)



Turisteille on myös jokseenkin laajempi määritelmä, jonka on luonut Stanley Plog vuonna 1974. Teoria yhdistää kohteen suosion turistin luonteenomaisiin piirteisiin. Plog jakoi turistin käsitteen kahteen turistin ääripäähän: allosentrikoihin ja psykosentrikoihin. Näiden kahden ääripään väliin jäävät midsentrikot. Allosentrikko on turisti, joka aktiivisesti etsii uusia kokemuksia ja elämyksiä. Hän on avoin ja ulospäin suuntautunut sekä itsevarma. Allosentrikko nauttii kanssakäymisestä vieraiden ihmisten kanssa, ja usein valitsee kohteensa sen perusteella, minne monet eivät ole vielä löytäneet. (Personal, Social and Humanities... 2013, 35.)

Psykosentrikot puolestaan ovat konservatiivisempia, eivätkä ole yhtä seikkailunhaluisia kuin edellinen turistityyppi. Heidän matkatottumuksensa kohdistuvat tuttuihin ja turvallisiin kohteisiin, jotka ovat tyypillisiä turistikohteita. Siinä missä allosentrikot suosivat matkantekokulkuvälineenä lentokonetta, psykosentrikot suosivat mieluummin autoa. Tälle turistiroolille tyypillistä on tarkkaan suunnitellut pakettimatkat, jotta he tietävät tarkalleen, mitä odottaa. (Personal, Social and Humanities... 2013, 35.)

Väliin jäävä ryhmä, midsentrikot, kattaa suuren osan turisteista. Tämän kaltaiset turistit eivät ole aivan allosentrikon kaltaisia seikkailijoita, mutta allosentrikon tavoin he ovat jokseenkin avoimia uusille kokemuksille. (Personal, Social and Humanities... 2013, 35.)

Nämä kaksi teoriaa kuvastavat siis turistin henkilökohtaisia lähtökohtia ja selittävät tämän käyttäytymistä ja auttavat ymmärtämään tämän motivaatiota matkalla. Teoriat antavat osviittaa siitä, mitä turistin imagon takana on ja ne auttavat kokonaisvaltaisesti ymmärtämään turistin toimia paremmin.

Puhuttaessa sohvasurffauksesta, tilastollisesti keskimääräinen surffaaja on 27-vuotias, jolla on hyvä koulutustaso ja taitoja surffailla netissä. 70 % surffaajista on joko eurooppalaisia tai kotoisin Pohjois-Amerikasta (Bialski 2012, 12–13). Jos sovelletaan keskimääräistä sohvasurffaajaa edellä mainittuihin teorioihin, niiden mukaisesti karkeasti arvioiden keskimääräinen sohvasurffaaja on Plogin teoriaa noudattaen allosentrikko tai Cohenin päätelmien mukaisesti ajelehtija. Vieraiden sohvalle ma-

joittuminen ei kuulu ns. klassisen turistin kuvaan, sillä toiminta sisältää tietyn asteisia riskejä ja askeleen ulos mukavuusalueelta ja Cohenin teorian ”ympäristöllisestä kuplasta”. Sohvasurffaajat eivät kuitenkaan ole homogeeninen ihmisjoukko, vaan palveluun on kirjautunut paljon erilaisia ihmisiä eri demografisista ryhmistä. Bialskin (2012, 12–13) arvio keskiverrosta sohvasurffaajasta on keskimääräinen, mutta todellisuudessa surffaajien yhteisöön lukeutuu kirjava joukko matkaajia; ”he voivat olla perheitä, poikamiesbokseissa asuvia sinkkuja poikamiehiä, nuoria äitejä, asuntoloissa asuvia opiskelijoita tai viljelijöitä. [...] vieraat voivat nukkua teltoissa, lattialla, puhallettavilla patjoilla, lasten sängyissä (jolloin lapset tietenkin nukkuvat vanhempiansa kanssa), ladoissa tai joskus jakavat sängyn majoittajansa kanssa”. Majoittumismuoto on ennen matkalle lähtöä surffaajalla tiedossa, joten hän osaa ainakin aavistaa, mitä odottaa. Sohvasurffaaja etsii matkallaan kosketusta aitoon ympäristöön tutustumalla paikallisiin ja todellakin eläen, kuten paikalliset elävät. He haluavat olla vuorovaikutuksessa uusien ihmisten kanssa ja astua ulos omasta ympäristöstään hypäämällä vieraan ihmisen saappaisiin tämän omassa kodissa, ei siis kuten eläisi kotomaassaan tai hotellissa. Tämä antaa hyvää osviittaa klassisen surffaajan profiilista, jolloin hänet on helpompi kategorisoida turistirooliteorioiden mukaisesti.

Lisäksi matkakohteella on merkitystä. Siinä missä organisoitu massaturisti valitsee kohteekseen tunnetun turistisen kohteen, turvallisuus tai edes kohde ylipäänsä ei aina ole päämotiivina sohvasurffaajalle. Surffaajalla tulee myös olla paljon luottoa kansasurffaajaansa kohtaan. Organisoidun tai yksittäisen massaturistin majoittuessa hotelleihin, sohvasurffaaja valitsee mieluummin toisinaan hieman riskaabelin majoittumismuodon: paikallisen kodin. Näiden kahden, surffaajan ja majoittajan, välillä tuleeekin siis vallita syvä luottamus, joka vaatii molempien henkilöprofiileista tiettyjä ominaisuuksia ja luonteenpiirteitä. Kuten Bialski (2012, 13) toteaa, ”et voi olla sohvasurffaaja, ellet luota toiseen sen vertaa, että päästäisit hänet omaan kotiisi, omalle yksityiselle alueellesi”.

### 3.3 Kuinka se toimii?

[www.couchsurfing.org](http://www.couchsurfing.org) -portaali toimii niin, että surffaaja alkaa etsiä matkansa kohdekaupungin perusteella mahdollista hostia eli majoittajaa, joille hän lähettää palve-

lun kautta ”sohvapyynnön”. Vastavuoroisesti hän saattaa vastaanottaa pyyntöjä vapaasta sohvapaikasta surffaajilta – riippuu mitä jäsen on profiiliinsa kirjannut eli onko hänellä sohvapaikkaa tarjottavana. Pyyntöjä saattaa tulla, vaikka sohvapaikkaa ei olisikaan tarjolla: reissaajat saattavat pyytää esimerkiksi kahville tai vaikkapa kaupunkikierrokselle.

Palvelun ydinideana on päästä tutustumaan uuteen kulttuuriin aivan uudesta näkökulmasta: aitoudesta. Kun majoittuu paikallisen luo tai majoittaa matkajan, pääsee ensiluokkaisesti tutustumaan toiseen kulttuuriin. Mahdollisuuksia tämänkaltaisille tilaisuuksille palvelu tarjoaa runsain mitoin: palveluun on tänä päivänä kirjautunut jäseniä yli 120 000 kaupungista (Couchsurfing www-sivut 2014). Onkin siis suotavaa, että majoittaja ja surffaaja tutustuvat toisiinsa: turvallisuuden kannalta ennen sekä kulttuurivaihdon kannalta matkan aikana.

Matkalle voi lähteä millä tahansa seurueella: yksin, kaverin kanssa tai jopa koko perheen voimin. On olemassa kokonaisia perheitä, jotka majoittavat matkajia taloonsa tai esimerkiksi aviopuolisoita, jotka haluavat saada uudenlaista perspektiiviä matkoiltaan. CS ei siis määrittele kuka saa lähteä matkaamaan, mutta on kuitenkin erittäin suositeltavaa pitää turvallisuusseikat tiukasti mielessä (lisää kappaleessa 3.7 Maalaisjärki ja turvallisuus).

### 3.4 Matkan päällä

Kun sivuston jäsen haluaa majoittaa matkajan, tulee ottaa muutamia asioita huomioon. Ensinnäkin on tärkeää muistaa, että pyynnöistä huolimatta ketään ei missään nimessä ole pakko majoittaa. Asuinpaikasta riippuen sohvapyyntöjä voi tulla hyvin paljon, joten kannattaa olla tarkkana siinä, kenet kotiinsa huolii – näin ollen siis taustatyön merkitys (esim. profiilien tutkiminen) jälleen kasvaa.

Ennen kuin majoittaa, tulee myös muistaa varmistaa mahdollisilta kämppäkavereilta/perheenjäseniltä, että se sopii. Muita käytännön seikkoja on myös hyvä tietää: kuinka kauan surffaaja on luonasi, milloin hän tarkalleen ottaen saapuu ja mihin aikaan. Puhelinnumeroiden vaihdossa on syytä olla tarkkana (voitko luottaa tulevaan

surffaajaan ja minkäläisen kuvan hän on antanut itsestään), mutta usein se on suotavaa, jotta yhteydenotto helpottuisi. Kun surffaaja saapuu majoittajan luo, on suotavaa esitellä paikkoja ja mahdollisesti myös kaupunkia surffaajalle. Tärkeää onkin siis kommunikoida surffaajan kanssa mitä hän saa ja mitä hän ei saa käyttää/tehdä vierailun aikana. On tehtävä selväksi, kuinka hän pääsee talosta ulos ja takaisin sisälle, sekä näyttää missä hän nukkuu yönsä. Suositeltavaa on myös keskustella aikatauluista ja muista menoista; mikäli majoittajalla on omia menoja, hän voisi esim. mahdollisuuksien mukaan pyytää surffaajaa mukaan. Vierailun aikainen toiminta riippuu siis mm. siitä, kuinka paljon majoittajalla on aikaa tai mielenkiintoa viettää surffaajan kanssa. Hän voi esim. esitellä kaupunkinsa helmiä, kertoa jotakin alueesta ynnä muuta, mutta yleisesti ottaen on ystävällistä jakaa omaa aika surffaajan kanssa. Kuitenkin mikäli majoittaja ei ole tyytyväinen surffaajan toimintaan, siitä tulee ehdottomasti mainita. Jälkikäteen surffaajan lähtiessä on tärkeää muistaa jättää hänestä palaute hänen profiilinsa – näin ollen muutkin jäsenet saavat hänestä paremman ja totuudenmukaisemman kuvan. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

Itse surffatessa tulee yhtäläillä ottaa asioita huomioon, myös reippaasti etukäteen. Myös surffaajan on tehtävä kotiläksynsä ja ottaa niin kohteesta kuin majoittajasta etukäteen selvää. Tärkeää on muistaa tarkistaa ainakin seuraavat, ennen kuin lähettää sohvapyyntö: onko majoittajan profiili luotettavan oloinen? Onko hän kirjannut itsestään paljon tietoja, esiintyy oikealla nimellä tai laittanut itsestään selkeän valokuvan? Palvelun jäsenperustaja Daniel Hoffer selittää, että profiilien kysymykset ovat suunniteltu tuomaan esiin ihmisen olemuksen. ”Ja kun ihmisten ydin olemus on esillä, se edistää luottamuksen syntymistä.” (Bialski 2007, 7.) Hostia valitessa kannattaakin siis luottaa omiin vaistoihinsa. Käytännön kannalta couchsurfing suosittelie, että matkaaja lähettää noin viisi ”sohvapyyntöä” – ei siis tuudittaudu vain yhden vaihtoehdon varaan. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

### 3.5 Kirjoittamattomat säännöt

Sekä majoittamiseen että matkustamiseen liittyy tiettyjä ehtoja ja sääntöjä. On olemassa myös niin sanottuja kirjoittamattomia sääntöjä, joita on vaihtelevasti yhtä paljon, kuin on CS-jäseniä. Yhdysvaltalaisen matkailuaiheisen ”WanderLearn with

Francis Tapon” -blogin kirjoittajan Taponin mukaan ”pahin mahdollinen sohvasurffaaja on erittäin itsekäs” (Tapon 2014). Tapon kertoo mielenkiintoisesta kokemuksestaan, kuinka hän oli sohvasurffaamassa Yhdysvaltain Atlantassa kahden muun surffaajan kanssa. Heidän majoittajansa oli ystävällinen amerikkalainen mies, joka tarjosi heille jokaiselle ikioman huoneen, teki lukuisia palveluksia ja tarjosi useita autokyytejä. Eräänä iltana ollessaan yhdessä ruokaostoksilla Tapon ehdotti majoittajan huomaamatta kahdelle muulle surffaajalle, saksalaiselle ja texasilaiselle nuorukaiselle, että he jakaisivat 46 dollarin kauppalaskun. Jo tässä tuli ongelmia, sillä yksi surffaaja oli jo mielestään tehnyt osuutensa kiittäessään. Sama toistui illallisen jälkeen – majoittaja teki heille kaikille suuret pitsat, vain Tapon oli auttamassa siivouksessa ja ruoanlaitossa. Tarinan ja Taponin opetuksena siis on, että ”kiitokset ja hymyt eivät maksa laskuja. Jotkut majoittajat saavat useita CS-surffaajia (monta viikoittain) ... Majoittajat ovat usein yhtä varattomia kuin surffaajat ja yrittävät säästää rahaa myös omissa matkoissaan. Auta heitä, kuin auttaisit itseäsi.” Tärkeää on myös muistaa, että sohvasurffaaminen ei ole siis kuin vierailisi vanhan ystävän tai sukulaisen luona. (Tapon 2014).

Kyselyyn vastannut anonyymi valaisi myös, kuinka vieraan ja majoittajan välinen suhde tulisi alun perin muodostaa. ”Sopeudu majoittajaan mieluummin kuin päinvas-  
taisesti.” (LIITE 3.) Kyselystä selkeästi tärkeimmiksi kirjoittamattomiksi säännöiksi annetuista vaihtoehdoista nousivat myös seuraavat tekijät, sulkeissa vastausprosentti:

- tarjoutua siivoamaan ja kokkaamaan, ainakin edes omat juttuni (69 %)
- heitä (majoittajia) ei tule kohdella kuin hotellia/hostellia (56 %)
- toiseen tutustuminen (52 %)
- tarpeeksi ajoissa kysyminen ja se, ettei peruuta viimehetkellä (37 %)

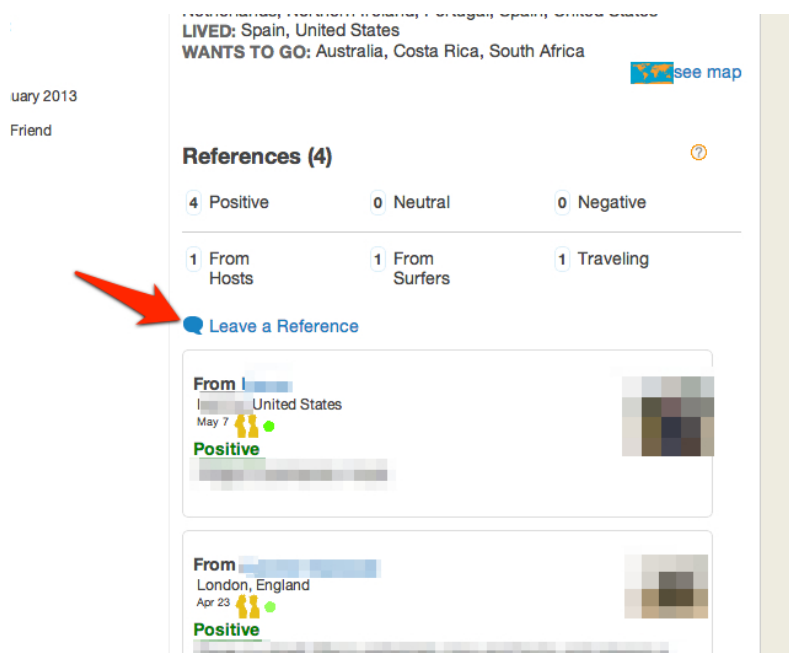
### 3.6 Maineen luominen CS-yhteisössä

Tässä kappaleessa esitellään keinoja, joilla jäsen voi välittää itsestään tietoa muille jäsenille. Couchsurfing on kehittänyt erilaisia väyliä, joiden avulla jäsenet voivat helpommin saada paremman käsityksen toisista. Kyse ei ole pelkästään hyvän maineen saamisesta, vaan myös turvallisuuden edistämisestä.

### References/Suosituksset

Suositusjärjestelmä on couchsurfing-sivuston toiminto, jonka avulla jäsenet jättävät kommentteja toisistaan heidän profiileihinsa kaikkien nähtäville. Toiminnon avulla jäsenet pystyvät siis jakamaan tietoa kohtaamisistaan muiden kanssakulkijoiden kanssa sekä mielipiteitään heistä. Samalla se auttaa muita jäseniä tekemään paremmin jäseneltyjä päätöksiä uusista henkilöistä lukemalla ns. arvosteluja heidän profiileistaan – tämä on tärkeä tekijä, sillä puhumme nyt toisilleen usein täysin tuntemattomista ihmisistä. CS-toiminnalla on kolme kivijalkaa: luottaminen, rehellisyys sekä kunnioitus, ja suosituksien tulee aina olla näiden ohjeiden mukaisia. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

Jättääkseen suosituksen, jäsen avaa henkilön profiilin, kenelle haluaa jättää kommentin. Vaihtoehtoja on kolme: jäsen voi jättää joko positiivisen, neutraalin tai negatiivisen kommentin. Vaihtoehto määräytyy luonnollisesti jäsenten välisten kanssakäymisten kokemusten laadusta: positiivinen kommentti jätetään, kun surffauskokemus on ollut hyvä. Negatiivinen kommentti jätetään silloin, kun matkan aikana kaikki ei ole sujunut odotetusti tai henkilöiden välinen kemia ei toiminut lainkaan. Neutraalin mielipiteen voi jättää silloin, kun matkalla ilmeni paljon sekä hyviä että huonoja asioita. Kommentit ovat kaikkien näkyvillä, eikä jäsen voi itse muuttaa tai poistaa saatuja kommentteja. Alla oleva kuva havainnollistaa ensimmäistä askelta henkilökommentin jättämisessä siitä, mistä linkki kommentin jättämiseen henkilön profiilista löytyy.



Kuva 3. Henkilökomentin jättäminen profiiliin, ensimmäinen askel (Couchsurfing www-sivut 2014)

Komenttia jättäessä palvelu kysyy vielä tarkennettuja kysymyksiä kanssakäymisestä kyseisen henkilön kanssa: oletko tavannut hänet henkilökohtaisesti? Minkälainen CS-kokemuksesi oli juuri hänen kanssaan; surffasitko, majoititko vai matkasitko hänen kanssaan? Voit myös jättää kokonaisvaltaisen arvion sekä kirjoittaa pienen kommentin hänestä muiden luettavaksi. Seuraava kuva esittää kommentoinnin toista vaihetta paljastamalla minkälaisia kysymyksiä järjestelmä kommentoijalta kysyy.

Met in Person yet?  Yes  No  
Have you met this person face to face? or

**Couchsurfing Experience:** Have you hosted, surfed with or traveled with this person? If so, for how many days total for each?  
 I Hosted:  days     I Surfed:  days     I Traveled:  days

Overall Experience

**My Experience/Reference**

1000 characters left

Type in your comments/experience/reference about this person. If you do not have something substantial to say, click [here](#) for more information.  
\* No html tags allowed.

[Save Connection Information](#)

[Cancel](#)

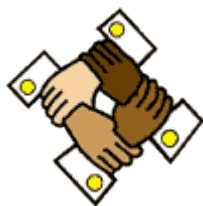
Kuva 4. Henkilökomentin jättäminen profiiliin, toinen askel (Couchsurfing www-sivut 2014)

Tulee kuitenkin muistaa, että kommentin toisesta käyttäjästä voi jättää vain siinä tapauksessa, että on ollut tekemisissä hänen kanssaan joko CS-toiminnan välityksellä tai muuten tosielämässä. CS myös ohjastaa jättämään kommentin vasta, kun fyysinen kontakti/vierailu puolin tai toisin jäsenen kanssa on päättynyt – näin ollen mahdollisista negatiivisista kommentteista ei koidu hankaluuksia tai muita ongelmallisia tilanteita vierailun aikana. Hyvä kommentti koostuu mm. seuraavista tekijöistä: ovatko tiedot henkilön profiilissa paikkansapitäviä? Jos hän toimi majoittajana, oliko ympäristö turvallinen? Voiko häntä suositella muille surffaajille? Kannattaa myös kokonaisvaltaisesti kuvailla surffauskokemusta juuri tämän jäsenen kanssa. (Couchsurfing 2013.)

#### Vouched member/Taattu jäsen

Jäsenen takaaminen on couchsurfing-sivuston turvallisuuskeino. Käytännössä takaamissysteemi toimii niin, että jäsenen kolme oikeassa elämässä tuntemaa ystävää menevät hänestä ikään kuin takuuseen ja näin ollen edistävät tämän luotettavaa asemaa. Kolmen suosittelu on ainoa keino tulla taatuksi jäseneksi. On vastoin couchsurfing-periaatteiden käytäntöä, että toisiaan tuntemattomat henkilöt menevät toisistaan takuuseen. Sääntöjen rikkominen johtaa sivustolta poistamiseen. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

“Takaamistoiminnon merkityksen kunnioittaminen on olennainen osa verkon eheyttä”, kuvaillaan couchsurfingin sivustolla. Toisin sanoen siis menemällä toisesta jäsenestä takuuseen jäsenet edistävät ja ajavat turvallisen verkoston asemaa. Surffatessa on aina elintärkeää olla varovainen, joten takaamissysteemi on luotu juuri tätä varten: edistämään ja tukemaan turvallista verkostoa. (Couchsurfing www-sivut 2014.) Prosessin jälkeen jäsen saa omaan couchsurfing-profiiliinsa seuraavassa kuvassa esitetyn merkin, joka ilmoittaa muille surffaajille sen, että kyseessä on taattu jäsen.





Kuva 5. Taatun jäsenen symboli, jonka jäsen saa prosessin jälkeen esille omaan profiiliinsa (Couchsurfing www-sivut 2014)

### Verification/Vahvennus

Vahvistaminen tarkoittaa sitä, että CS-jäsen vahvistaa henkilöllisyytensä, sijaintinsa sekä asumisjärjestelynsä internetin välityksellä. Vahvistusprosessi tapahtuu CS-palvelun kautta, kun jäsen kirjautuu sisään joko omilla tunnuksillaan tai Facebook-tilillään. Vahvennus on maksullinen prosessi ja maksu suoritetaan sivustolla luotto- tai pankkikortilla tai PayPal-tilillä. Maksu määräytyy jäsenen asuinpaikan perusteella. Muutaman viikon sisällä maksusta jäsen vastaanottaa postin välityksellä postikortin, jossa on koodi, joka syötetään palveluun ja toimenpide on valmis. CS-palvelussa on jo lähes miljoona vahvistettua jäsentä. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

Toimenpiteen tarkoituksena on siis tuoda jäsenelle lisää luotettavuutta ja vakuuttaa muille, että tämä on kuka todella väittää olevansa sekä asuu siellä, missä väittää asuvansa. ”Mikäli päätät, että majoittaessani haluaisin surffaajilla olevan parempi mielenrauha siitä, että asun oikeasti missä väitän asuvani, mutta minulla ei ole vielä palvelussa ystäviä tai palautteita, tällöin vahvennus on keino, joka auttaa saamaan enemmän uskottavuutta”, opastaa CS henkilökuntaan kuuluva Malia. (Couchsurfing 2013.) Vahvistuksen myötä jäsenet löytävät majoittajia helpommin sekä saavat usein nopeammin vastauksia muilta jäseniltä, jotka jakavat luotetun yhteyden kanssasi. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

Vahvistuksen jälkeen jäsen saa profiiliinsa alla olevaan kuvaan havainnollistetun vihreän merkin, joka ilmoittaa muille ko. jäsenen olevan vahvistettu jäsen. ”Se on kuin saisi kultaisen tarran koulussa”, Malia vinkkaa tutorvideollaan. (Couchsurfing 2013.)



Kuva 6. Couchsurfing-profiilissa kaikille näkyvä vahvistetun jäsenen vihreä merkki (Couchsurfing www-sivut 2014)

CS on tehnyt vahvistuksesta maksullisen prosessin kerätäkseen varoja, jotta sivusto pysyisi yhtä toimivana ja aktiivisena, mutta myös siksi, että jäsenet osoittaisivat ottavansa palvelun tosissaan. (Couchsurfing 2013.)

#### Ambassador Program/Suurlähettiläsohjelma

Couchsurfing-toiminta on laajentunut myös suurlähettiläsohjelmaan. Toiminta aloitettiin syksyllä 2013 korostaakseen ja kunnioittaakseen couchsurfing-toiminnan uskollisimpia ja aktiivisimpia jäseniä. Nykyään CS:n suurlähettiläitä on ympäri maailmaa; tarkalleen ottaen 683 kaupungissa ja he puhuvat yli 163 eri kieltä. He antavat inspiraatiota muille, niin kotoa kuin matkan päältä. (Couchsurfing 2013.)

Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yksittäiset surffaajat voivat joko olla itse ehdolla tai heidän ystävänsä voivat ehdottaa heitä CS-suurlähettiläiksi. Couchsurfing-henkilökunta ottaa ehdokkaisiin yhteyttä sähköpostitse, mikäli he ovat kelpoja ehdokkaita ohjemaan. Tämän myötä heidät kutsutaan suurlähettiläiksi. (Couchsurfing 2013.)

Nämä suurlähettiläät ovat siis erittäin aktiivisia jäseniä, jotka ovat toimivat esimerkeinä couchsurfing-toiminnan ydinarvoista ja tuovat niitä ilmi osoittamalla kuinka he itse elävät ja jakavat elämäänsä. Suurlähettilästoiminnan ideana on myös juhlistaa heidän panostustaan sohvasurffaussyhteisöä kohtaan. (Couchsurfing 2013.) Alla olevaan kuvaan on tiivistetty suurlähettiläiden perusidea:

*couchsurfing ambassadors  
live & breathe couchsurfing*

Kuva 7. Suurlähettiläiden kuvaus: elää ja hengittää couchsurfing-toiminnan lävitse (Couchsurfing 2013)

Suurlähettiläät mm. järjestävät spontaaneja rantajuhlia, aloittavat koulutusprojekteja tai keräävät vaatteita paikallisen yhteisön hyväksi. ”He ovat sen kaltaisia ihmisiä, jotka hemmottelisivat vieraitaan (kyllä, vieraita!) kukkakimpulla. Puhtaasta ystävälli-

syydestä”. (Couchsurfing 2013.) Suurlähettiläät tekevät myös muuta yhteisöllistä työtä, kuten esimerkiksi keräävät vaatteita työttömille. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

CS-toiminnassa on aikaisemminkin ollut vastaavankaltaista hyvätahdontoimintaa. Kuitenkin vuonna 2011 yhtiömuodon muuttuessa voittoa tavoittelemattomasta yhtiöstä voittoa tavoittelevaksi B Corp -yritykseksi, oli myös tämän toimintamuodon muututtava. (TriplePundit, Wohler, M. 2011.) ”Vanhat” lähettiläät toimivat nimittäin vapaaehtoistyöntekijöinä, joka oli laillista vain voittoatavoittelemattomalle yhtiölle. Nykyään lähettiläät kuuluvat ohjelmaan, joka kunnioittaa ja julkisesti arvostaa heidän aktiivisuuttaan palvelua kohtaan; siis toisin sanoen suurlähettilästoiminnan kuvaillaan olevan tätä nykyä arvostusohjelma kaikkein sitoutuneimmille jäsenille. Lähettiläät saavat erityislaatuista informaatioviestejä couchsurfingin San Franciscon päätoimistosta, joiden perusteella he voivat suunnitella tapahtumia paremmin ja päästä osallistumaan aktiivisen dialogin avulla toiminnan mahdollisiin muutoksiin. (Couchsurfing 2013.)

### 3.7 Maalaisjärki ja turvallisuus

Kuten matkustaessa aina, turvallisuus on oma kysymyksensä. Etenkin couchsurfing-toiminnan parissa turvallisuus herättää toisissa enemmänkin kysymyksiä.

Yksi toiminnan painopisteistä on, että jäsenet käyttävät omaa maalaisjärkeään ja luottavat omiin vaistoihinsa. Tällä sektorilla ei siis kannata pelätä antavansa itsestään tylyn tai töykeän kuvan – muiden kanssa kommunikointi ja itsestään huolen pitämien on tärkeää. (Couchsurfing www-sivut 2014.) Uusiin, tuntemattomiin henkilöihin tutustuessa on ehdottoman tärkeää, että kuuntelee omia tuntemuksiaan – jos jostakin henkilöstä tulee huonoja tuntemuksia, niille on luultavasti jokin syy. Oma turvallisuus on tärkeintä.

34-vuotias helsinkiläinen majapaikkaa tarjoava Heidi Kähkönen kertoo Leivonniemen ja Isolan haastattelussa (2010, 89), kuinka hän kokee CS-toiminnan tällä asian saralla. Kähkösen mukaan ”suurin osa ihmisistä on luotettavia, mutta jos tilanne tun-

tuu vähänkään epämukavalta, kannattaa vain yksinkertaisesti lähteä pois. Maalaisjärjellä selviää pitkälle”.

Suomalainen näyttelijätär Lotta Kaihua teki ystävänsä Pia Asiakaisen kanssa tv-dokumentin, jossa he kiersivät ympäri Mustanmeren maita surffaten sohvilla vuonna 2011. Naiset tekivät myös toisen kiertueen vuonna 2012 Välimeren molemmin puolin. Kaihua kertoi, kuinka he pyrkivät valitsemaan majoittajat mahdollisimman laajalla skaalalla. ”Tavoitteena oli tavata kaiken ikäisiä ihmisiä, miehiä ja naisia, maaseudulla ja kaupungeissa asuvia, eri ammattikunnissa toimivia tyyppisiä, yöpyä sekä perheissä että yksinasujien nurkissa ja mahdollisimman mielenkiintoisissa lokaatioissa (kuten luolassa tai pakolaisleirillä).” (LIITE 2.) Otin yhteyttä Kaihuun kesällä 2014 koskien näitä heidän epätavanomaisia retkiään. Turvallisuus on tärkeä tekijä etenkin, kuten jo edellä mainitusti, matkustaa yksin tai vain naisseurassa. Kaikesta huolimatta Kaihua kertoi, että häntä ei koskaan pelottanut – ei edes vaikka molemmilla reissuilla he matkustivat kahdestaan. Kaihuan mukaan paikallinen kontakti luo hämmästyttävän paljon turvallisuuden tunnetta. ”Ja noin muutenkin veikkaan Helsingin keskustan olevan viikonloppuöisin kuumottavampi paikka kuin Lähi-idän aavikko.” (LIITE 2.)

Kuuluisaa maalaisjärkeä tulee käyttää niin mikroympäristössä (tässä yhteydessä esim. majoittajan) kuin koko makroympäristössä (esim. koko kulttuuri, muut ihmiset). Uuteen maahan matkustaessa tulee tutustua etukäteen paikalliseen kulttuuriin, sillä erot saattavat olla toisinaan erittäin suuret. Maalaisjärkeen lukeutuu periaatteessa myös tilannetaju – mistä kannattaa ja mistä ei kannata keskustella. Matkustaessa millä tahansa tavalla on aina suositeltavaa olla varovainen omien mielipiteiden voimakkaassa ilmaisussa, ja etenkin sohvaurffaajien piireissä tämä on erittäin suositeltavaa. Matkaajalla kuitenkin on yleensä aina jonkinlainen aavistus ja/tai maalaisjärki koskien tätä asian sarjaa, mutta toisinaan se unohtuu. Surffatessa tulee kuitenkin ottaa huomioon se, että majoituessa toisen kotiin, surffaaja todella on hänen luonaan ja on vuorovaikutuksessa tämän kanssa koko ajan. Näin ollen on siis suositeltavaa miettiä minkälaisia keskustelunaiheita tämän kanssa ottaa esille. Kaihua kertoi myös negatiivisesta kokemuksestaan surffatessaan Romaniassa, jolloin hänen ja majoittajansa välinen maailmankatsomuksellinen keskustelu eteni liian pitkälle paljastaen heidän ideologiset eronsa. ”Suosittelenkin kaikkia sohvaurffaajia ja matkustajia ylipäättänsä välttämään ainakin aluksi keskustelua uskonnosta tai politiikasta. Vasta kun koet tun-

tevasi henkilön kunnolla, ovat nämä pulssia nostattavat aiheet turvallista maaperää” (LIITE 2).

Sivuston ohjeissa ei ole määritelty, kuka ja missä seurassa matkaan voi lähteä. On suhteellisen tavanomaista, että surffaamaan lähdetään ihan omassa seurassa ja toisi-naan yksinmatkustavat kohtaavat ennakkoluuloja ja epäilyksiä. ”On olemassa mieli-piteitä koskien yksinmatkustusta. On olemassa vielä voimakkaampia mielipiteitä koskien naisia, jotka matkustavat yksin”, kuvaa kuukausia yksin matkustanut ame-rikkalainen Hailey Etheredge (Couchsurfing 2014). Vuonna 2014 Etheredge matkus-teli yksin neljän kuukauden ajan Intiassa, Kreikassa, Islannissa sekä Cambodiassa. Etheredge osaa siis myös kokemuksesta kertoa, kuinka parhaiten välttyy haastavilta tilanteilta; ”Yksinkertaisesti ole tietoinen. Etenkin tilanteissa, joissa nainen matkus-taa yksin, on ehdottoman tärkeää olla tietoinen omista toimista sekä ympäröivän kulttuurin tavoista, joita et ehkä välttämättä tunne. On myös yhtäläillä tärkeää, ettei ole pelokas. Pelolla on paljon voimaa muokata kokemuksia, joten on tärkeää olla tie-toinen siitä, mutta sen ei sovi antaa negatiivisesti vaikuttaa reissuihisi ja kokemuksi-i. Käytä maalaisjärkeä, ota riskejä ja pidä aina mielessä, että kaikki kuitenkin lopulta järjestyy”. (Couchsurfing 2014.) Myös itse palvelun turvallisuussivustolla annetaan ohjeita yksinmatkustaville naisille: harkitse majoittuvasi joko toisten naisten tai per-heiden luo, tee omat henkilökohtaiset rajasi muille selviksi äläkä ujostele ilmoittaa niistä. Perehdy myös kulttuurin ja uskonnon eroihin paikoissa, joissa vieraillet. Suku-puoliroolit ja odotukset vaihtelevat laajalti. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

Internetissä liikkuu paljon uutisia ja spekulatioita sohvasurffauksen turvallisuudesta. Tähän mennessä julkisuuteen on noussut muutamia seksuaali- ja henkilorikoksia CS-piirien keskuudessa, esimerkiksi vuonna 2009 sattunut paljon mediahuomiota herät-tänyt tapaus. Tapaus sattui Englannin Leedsissä, jossa marokkolaissyntyinen mies raiskasi ja uhkasi tappaa hänen luokseen majoittuneen 29-vuotiaan Hong Kongista kotoisin olevan naisen. Räikeä tapaus herätti paljon keskustelua ja spekulatiota siitä, hyödynnetäänkö majoitus- ja kulttuurinvaihtotarkoituksiin perustettua Couchsurfing-palvelua vain seuranhakutarkoituksiin ja minkä motiivien turvin ihmiset sitä käyttä-vät. Tapauksen mies sai rikoksesta kymmenen vuoden vankeustuomion, mutta luon-nollisesti loi samalla couchsurfing-imagoon ja sen turvallisuuskäsitykseen särön. (Yorkshire Evening Post 2009.) Kuitenkin myös tällä turvallisuuden saralla on paras

luottaa omiin vaistoihinsa – yleensä toisen profiilia lukiessa ja/tai viestejä vastaanottaessa saa melko hyvän kuvan siitä, minkälaiset aiheet tällä mahdollisesti on.

### 3.8 Muut matkailuverkostot ja -yhteisöt

”Ihmisten tapa matkustaa muuttuu alati. Yhä useammin matkustajat etsivät autenttisia kokemuksia, jotka tuovat sinut lähemmäs kohteesi kulttuuria ja kauemmas kaikista tavanomaisista turistiloukuista”, kuvaillaan matkailun muuttuvaa kenttää Go Overseas -sivustolla (Boyer 2012). Juuri tämänkaltaisen muuttuva ympäristö on omiaan luomaan uusia väyliä erilaiselle matkustamiselle, josta onkin siis syntynyt monia uusia matkailun muotoja.

Vuosien saatossa internetiin on kertynyt paljon erilaisia matkailuun liittyviä yhteisöitä keskittyen eri palvelunosiin. On eri portaaleja niin majoitusta, matkustamista kuin viihdykkeitä varten, niin maksullisia kuin maksuttomia. Tässä opinnäytetyössä on keskitytty couchsurfing-toimintaan, joka on yksi suurimmista matkailualan yhteisöistä. Kuitenkin tuodakseen esiin kattavaa ja kokonaisvaltaista tietoa, johon lukija voi myös itsenäisesti verrata sohvasurffauspalvelua, tässä kappaleessa esitellään muita tärkeitä matkailutoimintaan liittyviä verkostoja sekä yhteisöitä, jotka saattavat tavalla tai toisella liittyä sohvasurffaukseen tai CS-toimintaa harjoittaviin matkajiin. 44 % kyselyyn vastanneista kuitenkin kertoi, ettei ole käyttänyt aikaisemmin muita matkailuverkostoja. (LIITE 3.)

#### Airbnb

Airbnb on elokuussa 2008 kolmen amerikkalaisen miehen perustama yhteisöllinen markkinapaikka, jonka välityksellä ihmiset voivat ilmoittaa ja/tai vuokrata majapaikkoja loman ajaksi. Palvelun tukikohtana toimii Kalifornian San Francisco, ja varsinainen sivusto löytyy osoitteesta <https://www.airbnb.com/>. Palvelu toimii niin internetin kuin matkapuhelimen välityksellä. Kohteita palvelulle on kertynyt tähän asti jopa yli 800 000 ympäri maailmaa 190 valtioon ja palvelulla on yli 17 miljoonaa vierasta yli 34 000 kaupungissa. Palvelusta voi vuokrata joko asuntoja tai taloja, mutta kohteet voivat olla paljon muutakin, kuin vain ”tavallisia” asuntoja: sivustolle on lisätty vuokrattavaksi jopa yli 600 linnaa. Kuten Airbnb:n sivustolla todetaan, ”olipa

kyseessä huoneisto yhdeksi yöksi, linna viikoksi tai huvila kuukaudeksi, Airbnb yhdistää ihmiset ja ainutlaatuiset matkakokemukset kaikissa hintaluokissa”. (Airbnb www-sivut 2014.)

Airbnb oli kyselyyn vastanneista CS-käyttäjistä keskimääräisesti suosituin muu matkailuverkosto tai -yhteisö. N. 32 % kertoi käyttäneensä Airbnb-palvelua aikaisemmin. (LIITE 3.)

### HomeExchange

Tämä portaali puolestaan perustuu kodinvaihtoideaan. Toiminta on perustettu jo vuonna 1992, jolloin se oli alun perin paperisena postiluettelona ja on siitä lähtien kasvanut suureksi sosiaaliseksi verkostoksi ja ”se on yksi ensimmäisistä ’jakamistalouteen’ pohjautuvista yrityksistä”, kuten HomeExchange -sivuilla opastetaan. Sivustolle voi siis kirjaututtuaan kuka tahansa ilmoittaa oman kiinteistönsä kohteeksi ja etsiä puolestaan itse omalle matkalleen sopivaa kohdetta. Palvelulla on kohteita yli 55 000 kappaletta yli 150 maassa, eikä kodin vaihtaminen maksa mitään. (HomeExchange www-sivut 2014.) Kodinvaihtotoiminta on kasvavassa suosiossa. Toiminnalle on ovelasti saatu myös ns. piilomarkkinointia esimerkiksi elokuvamaailmasta; monet suosittuun romanttiseen The Holiday -elokuvan nähneet osaavat kertoa mistä toiminnassa tarkalleen ottaen on kyse, vaikka ei itse koskaan olisikaan osallistunut toimintaan.

### BlaBlaCar

Tämä verkosto eroaa muista sillä, että BlaBlaCar keskittyy nimensä veroisesti matkan tekemiseen, ei kohteessa toimimiseen. BlaBlaCar on Euroopan johtava autokyydinjakamisen internetportaali – ”me yhdistämme kuljettajia, joilla on tyhjä penkki matkustajiin, jotka ovat vailla kyytiä”. Palvelulla on yli 10 miljoonaa jäsentä ympäri Eurooppaa ja Iso-Britanniaa ja kuukausittain palvelun välityksellä yli miljoona jäsentä jakavat autokyydin. Palvelun taustalla on ideologia ympäristöystävällisestä matkustamisesta, ruuhkien vähentämisestä sekä rahan säästämisestä. (BlaBlaCar www-sivut 2014.)

### Muut yhteisöt

Internetissä on näiden esimerkkien lisäksi monia muita matkailuyhteisöitä. Verkostoja on perustettu niin majoitus- kuin muuhun matkustustoimintaan. Esimerkiksi RentAFriend-palvelun avulla sivustolta voi ”vuokrata” kaverin esimerkiksi elokuva- tai ravintolakaveriksi, uusiin harrastuksiin tai esittelemään uutta ja tuntematonta kaupunkia. (RentAFriend www-sivut 2014.)

Kuten myös Bialski (2007, 22) toteaa, tämänkaltaiset matkailualan yhteisöt ovat nyt muodostamassa vallan uutta kategoriaa matkailukenttään. Keskustelu matkailualan ympärillä on omaksunut yhä monipuolisempia ja moniulotteisempia laatuja. ”Internetiin perustetut päiväkirjat, matkailusivustot ja seikkailuyhteisöt – kaikki globalisointimekanismeja – antavat meille mahdollisuuden nähdä, kuulla ja olla vuorovai-  
kutuksessa ulkomaalaisten paikkojen kanssa ennen, kuin edes liikumme tietokone-  
ruutujemme hohteesta.” (Bialski 2007, 22.)

## 4 MOTIVAATIOOTEKIJÄT

### 4.1 Määritelmä

Motivaatio terminä piirtyy latinankielisestä sanasta movere – liikkuminen. Myöhemmin termi on saanut laajempia käsitteitä viitaten tekijöihin, jotka vaikuttavat käyttäytymiseemme. Yleensä motiiveista puhuttaessa viitataan tarpeisiin, haluihin, vietteihin, sisäisiin yllykkeisiin sekä palkkioihin ja rangaistuksiin. (Ruohotie 1998, 36.)

Motivaation kantasana on motiivi. Ne ohjaavat yksilön toimintoja kohti jotakin tiettyä päämäärää ja samalla sitovat tietyn osan yksilön energiasta näiden tavoitteiden saavuttamiseksi. Motivaatio on siis tiettyyn tilanteeseen liittyvä psyykinen tila, joka määrää sen, millä vireys- ja aktiivisuustasolla sekä ahkeruudella yksilö toimii ja minne hänen mielenkiintonsa suuntautuu. (Ruohotie & Honka 2002, 13.)



Kehitystä motivaatiopsykologiassa oli havaittavissa jo 1950- ja 1960-luvuilla, jolloin kehiteltiin ajatuksia, joista myöhemmin muodostuivat varsinaiset teoriat. Kehityksen alla oli esimerkiksi ajatus motivaatiokäsityksen laajentamisesta fysiologisten käsitteiden ulkopuolelle. Teorioista mainittakoon esimerkiksi Harlow'n apinakokeet, joiden myötä kävi ilmi, että sosiaaliset ärsykkeet motivoivat monessa tapauksessa voimakkaammin, kuin fysiologisten tarpeiden tyydyttäminen. Maslow puolestaan korosti vielä ylemmän tason tarpeita, esimerkiksi itsensä toteuttamista. Psykkisen energian kiinnittymistä joihinkin ulkomaailman sosiaalisiin kohteisiin (ts. muihin ihmisiin) pohdittiin psykoanalyysissä. (Nurmi & Salmela-Aro, 2002, 12.)

Ajan myötä teoriat motivaatiosta ovat laajentuneet sisäisistä, psykologisista tekijöistä ulkoisiin tekijöihin. Motivaation tutkiminen vilkastui selvästi 1980-luvun loppupuolella ja aiheesta kehiteltiin monta erilaista teoriaa ja tutkimustapoja. Eurooppalaisten tutkijoiden tutkimuksille on tyypillistä kiinnostus motivaation kehitykseen, erityisesti yksilön koko elämänkaareen, kun taas amerikkalainen motivaatiotutkimus keskittyi pitkälti tavoitteiden ja niiden arvioinnin sekä hyvinvoinnin kuvastamiseen. (Nurmi & Salmela-Aro, 2002, 20.)

## 4.2 Teoriat

Motivaatiopsykologian tavoitteena on selittää syitä, miksi ihmiset toimivat tai ajattelevat tietyllä tavalla eivätkä jollakin toisella. Klassisten motivaatioteorioiden pääpiirteisiin kuuluvat fysiologinen näkökulma (nälkä, jano, seksuaalisuus), psykoanalyysi, persoonallisuusteoria sekä behaviorismi. (Nurmi & Salmela-Aro, 2002, 10–11.) Tässä kappaleessa esitellään tärkeimpiä motivaatioon liittyviä teorioita, jotka vaikuttavat yksilön käyttäytymiseen.

Usein kuulee ihmisten puhuvan loman tarpeesta. Ilmaisevatko he kuitenkin tarvetta, vai todellisuudessa halua? Tarve viittaa siihen, että kysymämme tuotteet ovat elintärkeitä päivittäisessä elämässä, mutta näiden tuotteiden kohdalla asia harvoin kuitenkin on niin. Lähinnä haluamme enemmän tuotteita ja palveluita, joka on oikeastaan oire kuluttajalähtöisestä yhteiskunnastamme. Kuitenkin toisinaan lomasta tai tauosta voi muodostua todellinen tarve, etenkin yksilön eläessä voimakkaan stressin alaisuudes-

sa, jolloin voi jopa hermoromahdus uhata, ellei stressinlähde poistu. (Holloway & Taylor 2006, 65.) Näin siis ulkoisesta tahdosta voi muodosta sisäinen *tarve*.

Teoria ihmisten tarpeista julkaistiin vuonna 1954. Tunnetussa teoriassaan amerikkalainen psykologi Abraham Maslow havainnollisti ihmisen viittä perustarvetta luoden tarvehierarkia-teorian. Teoriaa usein havainnollistetaan pyramidin muotoisella kaaviolla, joka löytyy alapuolelta. Maslow'n teoriassa esitetyt halut ja tarpeet ovat pääasiassa positiivisia ja haluttavia. Pyramidin alin kerros sisältää ihmisen perustarpeet, jotka ovat elämisen kannalta elintärkeitä (kuten ruoka, vesi, uni). Seuraava taso koostuu turvallisuuden tarpeesta: turvallisesta ja ennalta arvattavasta ympäristöstä, joka on suhteellisen vapaa psyykkisistä ja fyysisistä levottomuuksista. Kolmas taso koostuu yhteenkuuluvuudesta ja rakkauden tarpeista, jotka ovat itsestään selviä. Neljäs taso sisältää itsensä ja muiden kunnioittamisen. Viides eli huipputaso kuvastaa itsensä toteuttamisen tarvetta. (Eysenck 1998, 436–437.) Matkailualalla Maslow'n teoriaa hyödynnetään mm. turistin kulutustottumuksia määriteltäessä. Tarvehierarkia onkin kenties tunnetuin motivaatioteoria; sillä on yksinkertaista sekä intuitiivista vetovoimaa. (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, Wanhill 2008, 45.)



Kuva 8. Maslow'n tarvehierarkia (Tiimiakatemia 2013)

Psykoanalyysi keksittiin 1900-luvun alkupuolella, jolloin maailman kenties tunnetuin psykologi Sigmund Freud rakensi teorian ihmismielestä. Freudin persoonallisuusteorian takana on käsitys, että ihmismieli on jakautunut kolmeen osaan: id, ego ja super-ego. Id on mielen lähes täysin tiedostamaton osa, joka pyrkii mielihyvään ja tarpeiden välitöntä tyydyttämistä kohti. Mielen toinen kerros, ego, puolestaan pyrkii tyy-

dyttämään idiä tasapainoillen todellisuuden tilanteiden mukaisesti. Superego yhdistelee minään ympäröivän maailman normeja. Superegon tehtävänä on rajoittaa idin impulsiivisuutta ja se opastaa egoa kohti korkeita moraalisia arvoja. (Eysenck 1998, 430–431.) Psykoanalyysissä keskeinen idea on se, että seikat, jotka motivoivat yksilön toimintaa, ovat tietoisien ajattelun saavuttamattomissa (Nurmi & Salmela-Aro 2002, 11).

Motivaatioteorioihin liittyy myös kolmas klassinen teoria: behaviorismi. Vaikka teoriassa ei varsinaisesti puhuta motivaatiosta, se kuitenkin kuvaa motivationaalisia ilmiöitä. Teorian perusajatus on, että mikäli yksilö palkitaan jostakin toiminnasta, on todennäköistä, että tämä tulee jatkamaan juuri tätä toimintaa, joka puolestaan luonnollisesti tarkoittaa motivaation lisääntymistä. (Nurmi & Salmela-Aro 2002, 11.)

#### 4.3 Motivaatio couchsurfing-toimintaan ja matkustukseen

Avain ymmärtääkseen turistin käyttäytymistä on ymmärtää motivaatiota ja osata vastata siihen kysymykseen, että miksi ihmiset matkustavat (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, Wanhill 2008, 45).

Matkustamiseen ja siihen yhteydessä oleviin tekijöihin on viime vuosikymmenien aikana tullut paljon muutoksia – sekä ihmiskirjo että palvelutarjonta muuttuvat alati. Holloway ja Taylor (2006, 614) valaisivat, kuinka ”sukupolvi takaperin paljon matkanneet turistit olivat lähinnä vain matkakohteiden keräilijöitä; tänään olisi todennäköisempää sanoa, että monet etsivät autenttisia ja yksilöllisiä kokemuksia, kiinnostuvat hostien kulttuureista ja elämäntyyleistä, toivovat tapaavansa paikallisia muutenkin kuin vain juttelemalla baarimikkojen, kaupanpitäjien sekä ryhmäoppaiden kanssa ja etsivät paikallisia ruokia ja viihdykkeitä”. Enää ei siis välttämättä lähdetä lomalle etsimään vain rentoutusta rantaloman hiekkalinnoista, vaan vaihtoehdoksi on tullut lähteä vaikkapa elämysreissulle halki Aasian tai interrailaamaan Eurooppaan. Syitä matkustamiselle on lukuisia ja niihin on kytköksissä monta eri tekijää. Kuitenkin usein tärkeimpänä yhdistävänä tekijänä on kulttuuri: paikalliseen elämään tutustuminen ja erilaisten elämyksien saaminen.

Kuinka tämä sitten liittyy couchsurfing-toimintaan, yhteys on selkeä. Kyselystä selvisi, että suuri osa vastanneista surffaajista, tarkalleen ottaen 56 %, hakee palvelusta elämyksiä ja kosketusta paikalliseen kulttuuriin, johon ei pääse käsiksi muuten, kuin tutustumalla paikallisiin. Aina ei kulttuurinnälässä kuitenkaan tarvitse edes lähteä kotoa minnekään – palveluhan mahdollistaa myös reissaajien majoittamisen omaan kotiin. Kulttuurien vaihtotoiminta helpottuu siis äärimmäisyyksiin asti; voi käytännössä kotisohvallaan tuntea olevansa ulkomailla.

Pääsy couchsurfing-jäsenyyteen ei kuitenkaan aina löydy rahapolitiikasta, vaikka niin toisaalta voisikin kuvitella. Toki palvelu on ilmainen ja se houkuttaa, mutta raha ei ole kaikille kaikki kaikessa: koska couchsurfingin tapauksessa raha ei ole pääsy niin sen menettämisen kuin saamisenkaan merkityksessä, motivaatio löytyy usein muista tekijöistä. Monet matkaajat etsivät puhtaasti kulttuurisia kokemuksia sekä elämäntarinoiden vaihtamista. Kuten teki myös TV:stä tuttu sohasurffaaja Kaihua, joka kertoi: ”mikäli rahat ovat vähissä, oiva tapa matkustaa on kutsua maailma kylään” (LIITE 2).

Rahalla saattaa kuitenkin olla pieni osuus toiminnassa: couchsurfing-toiminnan voi esimerkiksi myös kytkeä omaan yritystoimintaan ja samalla levittää CS-toiminnan positiivista mielikuvaa. Esimerkiksi On the Way -hostelli Italian Palermossa tarjoaa alennuksen Couchsurfing-jäsenille. Tiedusteltuani hostellilta, joka lienee ainoa moista alennusta tarjoava, syitä, omistaja Massimo Monteverde otti minuun henkilökohtaisesti yhteyttä. ”Olen ollut couchsurfing-jäsen vuodesta 2011 lähtien ja minulla on paljon hyviä kokemuksia niin hostina kuin surffaajana Euroopan reissullani, (tapasin myös tyttöystäväni) ja luulen, että se motivoi minua auttamaan CS-jäseniä Palermossa (jossa viimehetken sohaspyynnöt eivät toimi hyvin) tarjoamalla heille 15 % alennuksen.” Vaikka kuten Monteverde itsekin tiedostaa, alennuksen antaminen ole liiketoiminnan kannalta välttämättä viisainta. Hän haluaa silti tarjota sitä yhdestä syystä: puhtaasta auttamisen halusta. Toisin sanoen siis juuri siitä tekijästä, joka yhdistää miljoonia sohasurffaajia. (LIITE 1.) Couchsurfing-toiminta ei välttämättä siis ole aina oman edun parhaaksi, vaan yksilöt toimivat yhdessä ja luovat maailmasta yhteinäistä verkostoa, jossa toista autetaan. Toisaalta kuitenkin tämänkaltaisen alennuksen antaminen taas juuri puoltaa liiketoimintaa ja houkuttaa tämänhenkisiä asiakkaita. Tämä kikka auttaa myös alueen sohasurffaajayhteisöä; kuten Monteverde itsekin

totesi, Palermossa on toisinaan hienoisia hankaluuksia majoittajien löytämisessä. Monteverde on siis kehittänyt oivan markkinointikikan, jolla vetää asiakkaita puoleensa. Hän on kenties kehittänyt idean, jota todennäköisesti tulevaisuudessa kopioidaan muissakin majoituspalveluissa.

McIntosh, Goeldner ja Ritchie (1995) kehittivät matkailua koskevan motivaatioteorian, jossa he käyttivät neljää eri motivaatiokategoriaa:

<b>Fyysiset motivaatiotekijät:</b>	Kehon ja mielen rentoutus, terveyssyyt, urheilu ja mielihyvä. Tekijät yhteydessä jännitystä poistaviin aktiviteetteihin.
<b>Kulttuuriset motivaatiotekijät:</b>	Halu nähdä ja ymmärtää toista kulttuuria paremmin, oppia enemmän maan asukkaista, heidän elämäntyylistään, musiikista, taiteesta, tanssista jne.
<b>Ihmisten väliset motivaatiotekijät:</b>	Halu tavata uusia ihmisiä, tavata ystäviä tai sukulaisia sekä etsiä uusia ja erilaisia kokemuksia. Matkailu on pako arkisista ystävyys-suhteista ja omasta ympäristöstä. Uskonnolliset syyt.
<b>Status- ja arvovaltaan liittyvät motivaatiotekijät:</b>	Halu jatkaa koulutusta (esim. henkilökohtainen kehitys, egon lisäys, aistilliset tyydytykset, harrastukset, muu koulutus). Halu saada arvostusta ja tunnustusta muilta saadakseen vahvistusta omalle egolle.

Taulukko 1. Vapaamuotoinen suomennos McIntoshin, Goeldnerin ja Ritchien motivaatioteoriasta ”Categories of motivation” (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, Wanhill 2008, 47)

#### 4.4 Motivaatio online verkostojen käytössä

Ensimmäiset uutiset julkaistiin verkossa jo vuonna 1979. Siitä lähtien verkkoyhteisöt ovat kehittyneet huimaa tahtia koko tietokoneverkoston kasvaessa ja nyt, vuosikym-

meniä myöhemmin, ihmiset jakavat uutisia, tietoa, musiikkia, vitsejä, keskusteluja, kuvia sekä sosiaalista tukea verkossa – sadoissa tuhansissa erilaisissa sosiaalisissa yhteisöissä. Ihmiset hyötyvät siis olemalla itse läsnä, mutta myös muiden aktiivisuudesta sosiaalisissa verkostoissa; tähän kuuluu kaikki tiedot, joita he jakavat ja kaikki keskustelut, joihin he osallistuvat. (Beenen ym. 2004.)

Sivustolle löytämisen jälkeen vastaan tulee seuraava pulma: sitoutuminen. Ihmisten sitoutuminen tämänkaltaisiin online-verkostoihin on hankalampaa saavuttaa, kuin mitä pienimuotoinen, epäjatkuva ihmisvirtaus. Silti useimmille verkkoyhteisöille sitoutuminen on ehdottoman tärkeää. (Ren, Kraut, Kiesler & Resnick 2010, 2.) Esimerkiksi matkailualan sivustot ovat juuri tällaisia; etenkin couchsurfingin tapauksessa on tärkeää, että jäsenet ovat sitoutuneita toimintaan. ”Enemmän vuorovaikutusta profiileissa, sellaisten henkilöiden profiilien siivousta, jotka eivät koskaan käy palvelimessa tai muutenkaan ole vuorovaikutuksessa muiden kanssa”, kertoi parannusehdotukseksi eräs kyselyyn vastannut anonyymi. Epäaktiivisuus koituu haasteelliseksi esimerkiksi silloin, kun surffaaja etsii itselleen majapaikkaa; ”etsiessäni sohvipaikkaa minusta tuntuu, että nykyään on vielä haastavampaa löytää sellaisia, jotka ovat aktiivisia CS-jäseniä, sivustolla on paljon tekaistuja profiileita tai epäaktiivisia jäseniä!”. (LIITE 3.)

Dholakia, Bagozzi ja Pearo (2004, 241–263) kehittivät viisijakoisen teorian yksilön motiiveista osallistua virtuaalisiin yhteisöihin. ”Molemmat, yksilötasoiset että ryhmätasoiset muuttajat ovat tärkeitä tekijöitä virtuaaliseen osallistumiseen, ainakin jokin yksilötason muuttajat ovat edeltäjiä ryhmätason muuttajille, mikä puolestaan vaikuttaa osallistumiseen” (Dholakia, Bagozzi, Pearo 2004, 241–263). Teorian arvot ovat jaoteltu seuraavasti:

- 1) *Määrätietoinen arvo* – viittaa ennalta määrättyihin instrumentaalisiin päämääriin, kuten esimerkiksi tiedon antamiseen ja saamiseen.
- 2) *Itsetutkiskelu* – yksilö ymmärtää ja syventää tämän keskeisiä piirteitään sosiaalisen kanssakäymisen avulla.

- 3) *Ihmissuhteiden ylläpito* – viittaa niihin etuihin, jotka ovat peräisin sosiaalisten suhteiden luomisesta, mutta myös ylläpitääkseen suhteitaan muihin kuten esimerkiksi sosiaalinen tuki, ystävyys sekä läheisyys.
- 4) *Sosiaalinen parannus* – tarkoittaa arvoa, joka juontuu muiden ryhmän jäseniltä saadun huomion tuomasta arvosta sekä yksilön oman statuksensa parantamisesta yhteisössä, huomioiden yksilön oman panostuksensa siihen. Sosiaalinen parannus on kytköksissä siis arvoon, joka muodostuu statuksesta, joka yksilöllä yhteisössä jo on.
- 5) *Viihdykkeellinen arvo* – arvo, joka periytyy hauskuuden ja rentoutumisen tekijöistä, esimerkiksi pelien ja muiden jäsenten vuorovaikutusten myötä.

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tämä opinnäytetyön kappale kuvailee, kuinka työhön kytketty sekä kvantitatiivinen että kvalitatiivinen kysely on suoritettu. Kappale 5.1 Tutkimustyyppin valinta aloittaa pohdinnan tutkimustyyppivalinnasta; miksi se on valittu juuri tähän opinnäytetyöhön ja mitä hyötyä siitä on ollut. Kappale 5.2 Kyselyn julkaisu syventää lukijan tietoa siitä, kuinka, milloin ja minne kysely on julkaistu tavoittaakseen potentiaaliset vastaajat. Näiden pohjatietojen perusteella lopulta pääsemme kappaleeseen 6, jossa käsitellään ja analysoidaan tarkemmin kyselystä saadut tutkimustulokset tarkastellen vastauksia eri näkökulmista.

### 5.1 Tutkimustyyppin valinta

”Kun haluamme tietää, mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii niin kuin toimii, on järkevää kysyä asiaa häneltä” (Tuomi & Sarajärvi 2002, 74). Nk. kyselyanalyysin malli ymmärretään usein klassisen tieteellisen kokeen simulaationa tai soveltamisena (Alasuutari 1995, 6), joten couchsurfing-ilmion tutkimiseksi valitsin internetpohjaisen kyselylomakkeen. Valinta oli helppo myös siksi, että tavoiteltavan vastaajajou-

kon tuli olla mahdollisimman monikansallinen ja laajalti levittäytynyt. Paperittoman kyselyn tekeminen oli myös käytännöllisistä syistä ehdottomasti viisain ratkaisu.

Tässä tutkimuksessa ja tulosten analysoinnissa on siis käytetty sekä laadullista että määrällistä tutkimusta. Alasuutarin mukaan molempia muotoja voi hyvin hyödyntää samassa tutkimuksessa ja saman datan analysoinnissa, vaikka ne voikin kuitenkin helposti erottaa toisistaan. Nämä kaksi tutkimusta voidaan nähdä ennemmin jatkumoina, kuin päinvastaisina tai yksikseen erityisinä analyysimalleina. (Alasuutari 1995, 6-7.)

Kvalitatiivinen metodi sopi tähän opinnäytetyöhön hyvin, sillä tutkimuksen kohteena on suhteellisen vähän tutkittu aihe. Laadullisessa tutkimuksessa usein pyritään ymmärtävään selittämiseen sekä viitataan muuhun tutkimukseen ja teoreettiseen viitekehykseen – eli siis lähdetään ratkaisemaan arvoitusta. Näin tutkija usein pyrkiikin tarkastelemaan aihettaan yksittäistapausta yleisemmällä tasolla. Laadullinen tutkimus sisältää myös havaintojen pelkistämisen ja raakahavaintojen yhdistämisen vaiheen; toisin sanoen siis havaintojen tuottamisen vaiheen. Nämä kaksi vaihetta ovat osa laadullista tutkimusta (Alasuutari 2007, 50–51). Näin ollen ilmestyi ajatus avoimista vastausvaihtoehdoista, joiden vastauksia opinnäytetyössä analysoitiin kvalitatiivisin metodein.

Pääosin tutkimuksen tuloksia analysoitiin kuitenkin kvantitatiivisin eli määrällisin keinoin. Määrällinen analysointi perustuu numeroihin ja niiden systemaattisiin, tilastollisiin suhteisiin. Havaintoyksiköille on annettu arvot tietyissä variaabeleissa, joiden ei tule aina välttämättä olla numeroita. Määrällisessä tutkimuksessa analyysin ideana on löytää tilastollisia yhteneväisyyksiä näiden arvojen välillä. Kvantitatiivisen tutkimuksen havaintoyksiköt voivat olla joko yksilöitä tai suuri joukko ihmisiä esim. eri alueilta tai maista, eri aikaväliltä tai kulttuurisista tuotoksista. Pääperiaate pysyy kuitenkin samana; löytää tilastollisia säännönmukaisuuksia siitä, miten eri muuttujat liittyvät toisiinsa. (Alasuutari 1995, 8–11.) Tässä tutkimuksessa kyselyssä annettiin kysymyksestä riippuen eri variaabeleita niin numeraalisesti kuin sanallisesti ja niiden perusteella lähdettiin pohtimaan syvällisempää merkitystä.



Online-kyselyn ollessa niin tekemisen kuin suorittamisen kannalta suhteellisen vähän vaativaa ja aikaa vievää työtä, toimi se myös eräänä päätökseen vaikuttavana tekijänä. Aikaa siis säästyy ja riskit inhimillisille erehdyksille tutkimustuloksia analysoidessa pienenevät, sillä internetpohjainen kyselylomake antaa kyselyn päättyessä valmiin analyysin tuloksista tekijän haluamassa muodossa. Tässä opinnäytetyössä käytettiin Kwiksurveys-nimistä, ilmaisten internetkyselyiden luomiseen kehitettyä sivustoa. Luomani kyselylomake vastauksineen on nähtävillä liitteessä 3.

## 5.2 Kyselyn julkaisu

Internetpohjaisen kyselyn julkaisuun ja jakamiseen käytettiin monia eri kanavia. Hyödynsin monia eri sosiaalisen median väyliä, jotka ovat tavanomaisia myös palvelun käyttäjien keskuudessa. Couchsurfing sosiaalisessa mediassa on kuvailtu tarkemmin kappaleessa 3 Couchsurfing – Matkailun uudet tuulet.

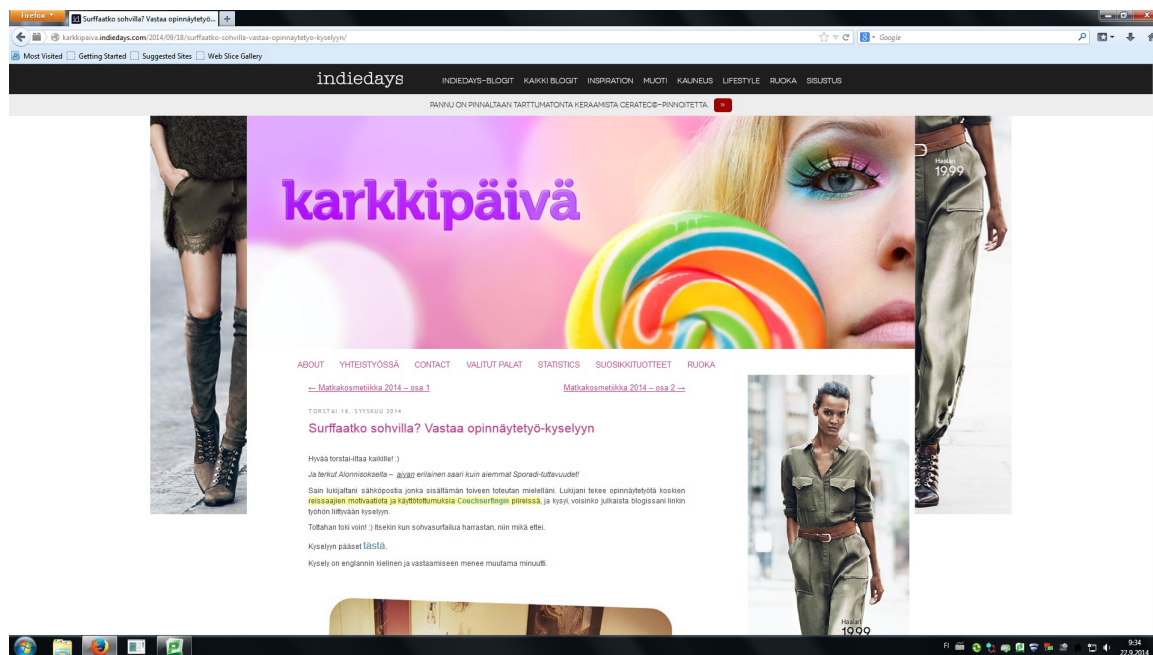
Kyselyyn annettiin vastausaikaa yksitoista päivää. Linkki kyselyyn julkaistiin ensin omassa Facebook-profiilissani, josta sitä jaettiin kuusi kertaa eri maihin ja mantereille. Facebook on demografisesti laajan vastaajajoukon tavoittamisessa oiva jakamisen portaali, sillä minulla on laaja skaala Facebook-tuttavia ympäri maailmaa. Linkki oli esillä myös LinkedIn- ja couchsurfing-profiileissani.

Opinnäytetyökyselyn julkistamisessa on käytetty myös blogiyhteistyötä. Henkilökohtaiset ja/tai tiettyyn aihepiiriin keskittyvät blogit vetävät puoleensa ihmisiä, jotka jakavat saman kiinnostuksenkohteen, alan tai maantieteellisen sijainnin. ”Blogin tehtävä on tuoda yhteen yhteisö ajankohtaisista ja oikein ajoitetuista raporteista, joissa on sopivissa määrin persoonallisuutta erottaakseen sen perinteisestä mediasta”, kertoo ammattibloggaaja Arieanna Schweber (Holloway & Taylor 2010, 48–49).

Kysely on julkaistu Karkkipäivä-nimisessä suositussa kauneus- ja lifestyle-blogissa, jonka pääaiheina ovat kauneus, terveellisyys ja matkailu. Blogin kirjoittaja on tunnettu myötämielisestä asenteestaan couchsurfing-toimintaa kohtaan, matkustaa usein tiukalla budjetilla ja hyödyntää tilaisuuden tullen CS-palvelua myös itse. Linkki ky-

selyyn julkaistiin Karkkipäivä-blogissa 18.9.2014. Blogilla on myös lukijoita ulkomailla. (Karkkipäivä 2014.)

Alla oleva kuva havainnollistaa Karkkipäivä-blogin ulkomuotoa sekä blogikirjoitusta, jossa jaettiin linkki kyselyyni.



Kuva 9. Karkkipäivä-blogin postaus, jossa on linkki tekemääni online-kyselyyn

Linkki kyselyyn on julkaistu myös couchsurfing-portaalin verkkosivuilla, jonne loin uuden ryhmäkeskustelun, josta linkki löytyi. Tavoitteena oli tavoittaa vastaajat mahdollisimman hyvin, joten linkki on jaettu käyttäjämäärältään suurimpien kaupunkien ja maiden sivustolle. Linkit löytyvät Antarktikan, Etelä-Afrikan, New Yorkin, Brysselin, Rio de Janeiron, Kiinan sekä Australian ryhmäsivustoilta. Perusteina valinnoille oli tavoiteltavan maantieteellisen väestön CS-verkosto sekä matkajien kohdepreferenssit – esimerkiksi Kiina on Aasian suurin sohvasurffaajien suosima maa, joten ryhmäkeskustelu luotiin sinne. (Couchsurfing www-sivut 2014.) Ryhmiin ilmestyi lukuisia viestejä, joissa moni kyselyyn vastannut tiedusteli tutkimuksen lopullisia tuloksia. Pienimuotoinen analyysi kyselyn tuloksista on siis julkaistu myös couchsurfing-sivuston ryhmäkeskusteluihin marraskuussa 2014.

## 6 TUTKIMUSTULOKSET & ANALYSOINTI

Kyselyyn annettiin vastaustaikaa 11 päivää. Kaiken kaikkiaan kyselyyn vastasi 191 henkilöä.

Tässä opinnäytetyön kappaleessa esitellään tutkimustulokset. Ne käsitellään jaotellusti jokainen eri näkökulmasta; demografiset tulokset, yksilökohtaiset motivaatioteijät, palkitsemis-, sosiaaliset, kulttuuriset, ekonomiset sekä muut tekijät. Vastaukset on analysoitu sekä kvalitatiivisin että kvantitatiivisin perustein.

Kvalitatiivisessa analyysissä ei ole tarvittavaa tai edes mahdollista olla valtavasti havaintoyksikköjä ja tilastollista pohdintaa (Alasuutari 1995, 12). Avoimet vastaustilat kerryttivät kuitenkin hyvin vastauksia, jotka toivat syventävää ja arvokasta tietoa suoraan yksilöltä opinnäytetyöhöni. Kvantitatiivisessa analyysissä puolestaan vertailtiin eri variaabeleita ja etsittiin niistä yhteneväisyyksiä. Kyselyanalyysi tilastollisena soveltamisena ei kuitenkaan missään vaiheessa pakota tutkijaa luomaan suhteita variaabeleiden välille syy-seuraussuhteiden omaisesti. Voidaan siis nähdä, että tutkittavilla suhteilla on muunkaltaisia keskinäisiä suhteita ilman, että edes oletetaan niillä olevan ensisijaisia syy-seuraussuhteita löydettävissä. (Alasuutari 1995, 10.)

### 6.1 Henkilöprofiili

Ensiksi kyselyssä selvitettiin vastanneiden henkilöiden demografista jakaumaa ja taustatietoja. Peruskysymykset iästä, maantieteellisestä sijainnista sekä sukupuolesta antoivat lähtökohtatiedot vastanneista. Niiden perusteilla todettiin, että suurin osa vastanneista, noin 77 %, olivat naisia. Ikien jaottelu kyselyyn perustui couchsurfingin vuonna 2012 julkaiseman tilaston ikäjakaumaan. Vuoden 2014 kyselyyn vastanneiden ikäjakauma oli melko laaja-alainen: 39 % olivat 18–24-vuotiaita ja toiseksi suurin ikäluokka oli 30–39-vuotiaita, joiden vastausprosentti oli 25.

Suurin osa kyselyyn vastanneista oli eurooppalaisia – heitä oli noin kaiken kaikkiaan 79 %. Kuten Bialski (2012, 13) totesi, 70 % kaikista surffaajista on joko eurooppalai-

sia tai pohjoisamerikkalaisia. Toiseksi suurin vastausryhmä oli Etelä-Amerikasta. Keskimääräisesti eniten vastanneet ovat olleet palvelun jäseniä 3-5 vuoden ajan.

47 % vastanneista kertoi matkustavansa yksin. Toiseksi yleisin matkaseura oli ystävät, n. 27 % ilmoitti matkustavansa ystävän kanssa. 17 % matkusti tyttö- tai poikaystävänsä kanssa.

Kyselyyn vastanneet jakautuivat melko selkeästi kahtia aktiiviin ja epäaktiivisiin jäseniin; 52 % prosenttia kertoi olevansa aktiivinen jäsen. Kaikista vastanneista 22 % oli taattu jäsen, ks. lisää kappaleesta 3.6 Maineen luominen CS-yhteisössä. Valtaosa ei ollut taattu jäsen – lisäksi 30 % kertoi, ettei tiedä mitä se tarkoittaa. Suosituin CS-toimintaan osallistumismuoto oli melko tasaisesti molemmat surffaaminen ja majoittaminen. Kuitenkin 16 % ilmoitti, ettei ole aktiivinen millään tavalla. Toiset 16 % vastanneista kertoi surffaavansa, majoittavansa sekä osallistuvan tapahtumiin. Eräs vastannut kertoi käyttävänsä sivustoa tiedonhakuun; ”etsiäkseen tietoa eri maista osallistumalla ryhmäkeskusteluihin”. (LIITE 3.)

## 6.2 Yksilökohtaiset motivaatiotekijät

Yksilön henkilökohtaiset tavoitteet ovat persoonallisuuteen nähden keskeinen tekijä ja osa yksilön hyvinvointia. Monien tutkimuksien perusteella on myös todettu, että motivaation ja hyvinvoinnin välillä on kumulatiivisia eli yhteisesti vaikuttavia tai kasaantuvia kehiä; toisin sanoen siis yksilön psyykkinen hyvinvointi vaikuttaa motivaatioon. Useat tutkimukset ovat myös havainnollistaneet sen, että interpersoonalliset eli sosiaaliset tavoitteet ovat usein yhteydessä hyvinvointiin. (Salmela-Aro & Nurmi 2002, 168–169.)

Kyselyssä tutkittiin jäsenien henkilökohtaisia motivaation lähteitä palvelua kohtaan. Koska Couchsurfing-palvelussa ei ole vain kyse yöpymisestä tai toisen majoittamisesta, tarkastelun kohteena oli myös jäsenten välinen kulttuurivaihto sekä kuinka palvelu koetaan henkilön itsensä kannalta. 41 % kyselyyn vastanneista ilmoittivat henkilökohtaisen kehityksen tärkeäksi motivaatiotekijäksi: avarakatseisemmaksi oppiminen sekä itsensä paremmin tunteminen koettiin tärkeänä tekijänä. 37 % puoles-

taan lukivat sen erittäin tärkeäksi tekijäksi. ”On ollut hienoa olla osallisena Couchsurfing-yhteisöä. Olen tavannut upeita ihmisiä todella erilaisista taustoista ja he ovat opettaneet minulle niin paljon”, kuvaili eräs kyselyyn vastannut anonyymi. (LIITE 3.)

40 % vastaajista oli samaa mieltä, että kielten oppiminen ja harjoittaminen ovat tärkeä motivaatiotekijä. Couchsurfing-yhteisöstä löytyy yhteensä 366 eri kieltä (Couchsurfing www-sivut 2014). Vain yksi prosentti vastanneista oli vahvasti eri mieltä, että uusien kielten oppiminen on tärkeä motivaatiotekijä. Englannin oppiminen ja parantaminen vaikutti olevan tärkeä motivaatiotekijä, kuten esimerkiksi brasilialaiselle historiaa opiskelevalle Esteväolle: ”Sohvasurffaus on mahtava keino matkustaa halvalla, mutta myös vahva keino tutustua erilaisiin ihmisiin ja kulttuureihin. Minun tapauksessani Couchsurfing on enemmänkin hyödyllinen keino harjoittaa ja parantaa englannin kieltäni”. (LIITE 3.) Couchsurfing tarjoaa englannin kielen harjoitukselle paljon tilaisuuksia, sillä lähes kolme miljoonaa jäsentä puhuvat englantia ja se on kielellisesti suurin yhteisö. Seuraavaksi suurimmat kielikunnat ovat ranskan ja espanjan kielet (Couchsurfing www-sivut 2014). Uusien kielten oppiminen ja/tai parantaminen toimi myös motivaationa alun perin liittyä sivustolle. (LIITE 3.)

### 6.3 Palkitseminen motivaatiotekijät

Erilaiset kannusteet ja palkkiot toimivat suorituksen tehostajina ja niillä voidaan vaikuttaa siihen, miten innokkaasti tavoitteisiin pyritään. Kannuste toimii ihmistä toimintaan yllyttävänä tekijänä, kun taas palkkio tyydyttää tarpeen – kannuste virittää toimintaan ja palkkio vahvistaa sitä. Monissa motivaatiotutkimuksissa kannusteiden palkkiovaikutukset ovat usein jaoteltu sisäisiin ja ulkoisiin palkkioihin. Yksilön sisäiset palkkiot ovat usein tehokkaampia kuin ulkoiset, sillä ne ovat kestoaltaan pitempiaikaisia ja niistä voi helpommin tulla pysyvän motivaation lähde. Ulkoiset palkkiot ovat kestoaltaan lyhytaikaisempia, jolloin tarvetta niiden toistamiselle voi esiintyä hyvinkin usein. (Ruohotie & Honka 2002, 45–46.)

Monista tutkimuksista on huomattu, että sisäinen motivaatio lisääntyy suoritukseen liittyvän ulkoisen palkkion seurauksena. Esimerkiksi sosiaaliset palkkiot (tunnustuk-

set yms.) lisäävät sisäistä motivaatiota, jos ne selvästi liittyvät itse suoritukseen. Yhtäläisesti positiivisen palautteen saaminen näyttää vahvistavan sisäistä motivaatiota ja päinvastaisesti negatiivinen näyttää heikentävän sitä. Palkkion luonteeseen (onko palkkio sisäinen vai ulkoinen) vaikuttaa pitkälti kannustetyyppi. Ruohotie ja Honka (2002, 48) ovat tehneet luettelon eri kannustetyyppien palkitsevuudesta:

- 1) *Taloudelliset ja fyysisen ympäristön kannusteet*: palkitsevat lähinnä ulkoisesti. Ei kuitenkaan ole ennenkuulumatonta, että raha palkitsee toisia myös sisäisesti (rahan ansaitsemisesta iloitaan, mutta kuluttamisesta ei), jolloin se voi vaikuttaa myös sisäisesti.
- 2) *Vuorovaikutuskannusteet*: joko sisäisesti, ulkoisesti tai molemmin palkitsevia. Ihmisten ollessa seuranhakuisia, mahdollisuuksia sosiaaliseen kanssakäymiseen etsitään, jolloin seurallisuus ja hyväksytyksi tuleminen palkitsevat sisäisesti. Toiset yksilöt kuitenkin voivat olla ystävällisiä vai saavuttaakseen omaa etua ja saadakseen mitä haluavat.
- 3) *Tehtäväkannusteet*: palkitsevat pääsääntöisesti sisäisesti. Työn ollessa mielenkiintoista ja haasteellista, yksilö motivoituu työskentelemään lujemmin kuin mitä tavoitteiden saavuttamiseksi edellytettäisiin. Tällöin hän voi turvautua ylimääräisiin ponnisteluihin saadessaan tehdä arvokasta tai kykyjään vastaavaa työtä.

Nk. sosiaalinen palkitseminen koettiin pääosin neutraalina tekijänä couchsurfing-palvelussa, eli sillä ei ole järin voimakasta vaikutusvoimaa, mutta sillä on kuitenkin oma osuutensa. N. 32 % prosenttien mukaan ystävien ja suositusten saaminen ei kovin tärkeä tekijä. 15 % mukaan se ei missään nimessä ole tärkeä tekijä, vastaavasti 6 % mukaan se ehdottomasti oli tärkeä tekijä. (LIITE 3.) Vastanneiden kesken kuitenkin pääpaino taitui negatiiviseen puoleen; ystävien ja suositusten saaminen ei ole suuresti motivoiva tekijä. Koska omaan couchsurfing-profiiliin voi uusiin ihmisiin tutustuessa ”lisätä” ystäviä, niiden määrä luonnollisesti vaikuttaa siihen, miten esimerkiksi surffaaja arvioi juuri tämän jäsenen luotettavuutta. Usein couchsurfing-ystävien määrä on yhteydessä esimerkiksi turvallisuuskysymykseen (esim. oletus, että jos hänellä on paljon kavereita palvelussa, hän on varmaan luotettava ihminen). Kyselystä voi kuitenkin päätellä, että suositusten ja sivustolla kavereiden saaminen ei ole voimakkaasti motivoiva tekijä.

Klassinen palkitsemisen väline raha ei kuitenkaan ole couchsurfing-toiminnassa päämotivaatiotekijä. Sohvipaikasta rahastaminen tai rahan tarjoaminen on kiellettyä, sillä toiminta perustuu hyväntahtoiseen vastavuoroisuuteen, ei rahalliseen hyötyyn. Useat majoittuvat matkaajat tuovat mukanaan jotakin pientä, esimerkiksi pienen tuliaisen kotimaastaan. 32 % vastanneiden mukaan pienen tuliaisen tuominen kuuluu couchsurfingin ns. kirjoittamattomiin sääntöihin, ja toimii Ruohotien ja Hongan (2002, 48) teorian mukaisesti vuorovaikutuskannusteena; osatekijänä lienee myös hyväksytyksi tuleminen havittelu. Ylipäänsä vuorovaikutuskannusteet koettiin tärkeinä motiivitekijöinä, joten voi siis sanoa, että couchsurfing-toiminta koettiin sisäisesti palkitsevana. Kuitenkin lähes 37 % vastanneiden mielestä näiden lahjojen saaminen ei missään nimessä ole tärkeä motiivitekijä. Melkein 30 %:lla vastaajista oli asiasta neutraali mielipide, eli taustalta monella kuitenkin löytyy saamisen motivaatiota. (LIITE 3.)

Toiminnassa myös on mukana valitettavan monta yksilöä, jotka naamioituvat ystävällisiksi vain saavuttaakseen omaa etua. Ruohotien ja Hongan (2002, 48) mukaan työmaailmassa tästä esimerkkinä toimisi alainen, joka yrittää päästä työnantajan suosioon työsuoritusta arvioidessa. Couchsurfing-maailmassa vastaava yksilö on sellainen, joka ajaa vain omaa etuaan – eli esimerkiksi henkilö, joka havittelee ainoastaan ilmaista majapaikkaa. Eräs kyselyyn vastannut anonyymi kertoi, kuinka ”ihmiset tuppaaavat valehtelemaan vain saadakseen sohvasijan... Hauska huomata, kuinka pitkälle toiset ovat valmiita menemään”. Toisen anonyymin mukaan sohvasurffauksesta on tullut tukikohta ihmisille, jotka ”etsivät halpaa majoitusta, eivätkä huomioi lainkaan CS:n alkuperäistä eetosta” – eli siis kulttuurien vaihtoa, paikallisuuden tunteista ja uusien ystävien luomista. (LIITE 3.)

Antamisen ilo toimii palvelussa myös aineettomana motivaatiotekijänä. Couchsurfing-jäsen voi listata omaan profiiliinsa, mitä hän voi palvelulle antaa. ”Opeta. Opi. Jaa. Tämä on alkua tulevalle Couchsurfingin Yliopistolle, koululle, jossa kaikki ovat oppilaita ja kaikki opettajia. Surffauksessa ei ole kyse vain nukkumapaikasta. Kyse on vaihdosta. Sisäpiirin tiedoista käytännön taitoihin, sinulla on kykyjä, joiden oppimisesta muut hyötyvät.” (Couchsurfing [www-sivut](http://www.sivut) 2014.) Kyse on kulttuurin- ja taitojen vaihdosta - muita voi opettaa esim. asioita omasta elämästä omassa kulttuuris-

sa, opettaa kieliä, ideologioita tai vaikkapa ruoanlaittoa. Surffaajia kehoitetaan tämänkaltaiseen vastavuoroisuuteen, sillä se auttaa vahvistamaan yhteisön laatua. Sohvilla ssurffatessa pääsee siis lähelle majoittajan tavanomaista arkea. Australialainen Brian kertoo motiiveistaan couchsurfing-palveluun osallistumisessa jättämällä kyselyyn avoimen vastauksen. ”Rakkauteni on matkustaminen, ihmisten tapaaminen ja se, että voin auttaa heitä näkemään ja kokemaan minun elämäntyyliäni” (LIITE 3). Aineeton antaminen palkitsee ja myös se toimii yhtenä sisäisenä tekijänä. ”Sisäiset palkkiot vetoavat inhimillisen tarvehierarkian ylimpiin tarpeisiin, ts. pätemisen, itsensä toteuttamisen ja kehittämisen tarpeisiin, jotka ovat perustana omaehtoiselle osallistumiselle ja kehittymiselle”, kuten Ruohotie ja Honka (2002, 49–50) opastivat ja kytkevät ideaan Maslow’n tarvehierarkian, jota esitellään tarkemmin kappaleessa 4.3 Teoriat.

#### 6.4 Sosiaaliset motivaatiotekijät

Sosiaalisia motivaatiotekijöitä koskevat kysymykset saivat varsin yksimielisen kannanoton kyselyyn vastanneilta. Vastajat olivat pääasiassa joko samaa tai erittäin samaa mieltä, että palvelua motivoi käyttämään uusien ystävien saaminen sekä samankaltaisten ihmisten löytäminen. Pääpaino oli selkeästi sillä kannalla, että uusien ystävien löytäminen ja samanhenkisten tuttavien löytäminen motivoi jäseniä osallistumaan.

Palvelusta moni lähtee hakemaan seuraa. Nyt ei ole kyse ”seuranhakupalvelusta” perinteisessä merkityksessä, vaan puhtaasti uusiin ystäviin tutustumisesta. Keinona siihen couchsurfing on ideaalinen – kuitenkin kannattaa olla tarkkana siinä, ettei nämä kaksi tarkoitusta mene muilla jäsenillä sekaisin. N. 51 % vastanneista luokitteli seuran saamisen tärkeäksi tekijäksi, 20 %:n mielestä se oli erittäin tärkeä tekijä sekä toiset 20 % vastanneista antoi aiheesta neutraalin mielipiteen. Majoittuessa paikallisen luo ei ainoastaan saa etupenkin paikan toisenlaisen elämän näkemiseen, mutta myös saa matkoilleen seuraa, sillä monet vastanneista (n. 47 % tarkalleen ottaen) matkustavat tavanomaisesti yksin. Yksin matkustaessa toisinaan voi jäädä ns. hotellin lounkuun ja matkaseuran uupuessa matkan aktiviteetit voivat olla erilaisia, mitä ehkä itse toivoisi. Sohvilla surffaamisen tuoma sosiaalinen etu motivoi matkustamaan siis



myös yksin; vaikka matkustat yksin, et silti ole yksin. Kuten kyselyyn vastannut anonyymi puki ajatuksen sanoiksi; ”nykyään minun ei enää tarvitse olla yksinäinen hotelleissa” (LIITE 3).

Toki couchsurfing-palvelua käyttävät jäsenet myös ”perinteisessä” seuranhakutarkoituksessa. Kyselyyn vastanneista n. 38 % olivat sitä mieltä, että romanssin haku ei ole lainkaan tärkeä motivaatiotekijä CS-palvelussa. Kokonaisvaltaisesti vastaukset jakautuivat melko tasaisesti – 20 % mukaan se ei ole tärkeä tekijä, n. 26 % oli neutraali mielipide ja lähes 11 % mukaan romanssin haku on tärkeä osallistumisen motivaatiotekijä. Avoin kysymys keräsi kuitenkin paljon mielipiteitä siitä, että nykyään palvelua käytetään liikaa romanttiset odotukset mielessä. ”CS on nykyään täynnä ihmisiä, jotka ajattelevat sen olevan deittisivusto”, kertoo anonyymi kyselyyn vastannut surffaaja. Toisinaan osa majoittajista tarkoituksen omaisesti majoittavat esimerkiksi vain naisia, kuten eräs kyselyyn vastannut. Tämä kapkaupunkilainen mies kertoo, kuinka hän ei ”koskaan yritä mitään majoittamani surffaajatytön kanssa jos hän ei ole kiinnostunut, mutta myönnän, että majoitan vain viehättäviä tyttöjä”. Yhtä tiettyä syytä ilmiölle on hankala alleviivata, mutta kolmas surffaaja antoi mielenkiintoisen näkökulman asiaan: ”se johtuu siitä, että yleensä sinkkuja on enemmän ja he ovat yleensä avoinmielisempiä tai jakavat saman maailmankatsomuksen” (LIITE 3). Kuitenkin Couchsurfing ei ole tarkoitettu tämänkaltaiseen seuranhakemiseen eikä surffaajia kehoiteta toimimaan tämän aatteen mukaisesti.

Siitä huolimatta couchsurfing-palvelussa motivoi yhteisöllisyyden ja yhteenkuuluvuuden tunne. N. 70 % vastaajista oli joko samaa mieltä (n. 36 %) tai heillä oli neutraali mielipide (35 %) siitä, että tärkeä motivaatiotekijä CS-toimintaan osallistumisessa on surffaajien yhteisön luominen ja sen edesauttaminen, joka on toiminnan ydinajatus. Lähes 12 % vastanneista koki yhteisön luomisen erittäin tärkeäksi. Eräs vastanneista myös kertoi, ”vaikka olen uusi couchsurfing-piireissä, minusta tuntuu, että olen löytänyt sen yhteisön, jonne minä kuulun. Minä rakastan toisten, ympäri maailmaa tulevien avoinmielisten ihmisten tapaamista” (LIITE 3). Kyselyn perusteella voi todeta, että me-henki ja me-ajattelu toimivat vahvasti vetävänä voimana ja kannustavat osallistumaan toimintaan.

## 6.5 Kulttuuriset motivaatiotekijät

Kulttuurivaihto oli kaikista 12 annetusta motivaatiotekijöistä se, joka keräsi eniten yhteneviä mielipiteitä. Tämä nousi kaikista tekijöistä selkeimmin esille. Lähes 57 % mukaan kulttuurien vaihto, eli oman kulttuurin esittely sekä uuden oppiminen, koettiin erittäin tärkeäksi motiivitekijäksi. Lähes 38 % mukaan kulttuurien vaihto oli tärkeä tekijä. Vain 1 %:n mukaan se ei ole lainkaan tärkeä motivaatiotekijä. Kyselyn tulokset mukailevat pitkälti couchsurfingin filosofiaa ja ajatusta siitä, että kyseessä on kulttuurinen piiri, jonka yhteisön tarkoituksena on jakaa kulttuureita ja oppia niistä uusia asioita. (LIITE 3.)

Kyselystä myös selvisi, että kokonaisvaltaisesti vastaajat kokivat kulttuurien vaihdon tärkeämpänä motivaatiotekijänä, kuin esimerkiksi edullisten matkamahdollisuuksien motiivitekijän. Näin ollen siis kulttuuriset arvot nousivat rahan arvon yläpuolelle: CS-palvelusta siis tavoitellaan enemmän kulttuurista kanssakäymistä, kuin rahallista hyötyä. 40 % vastaajista ilmoitti edullisten mahdollisuuksien olevan erittäin tärkeä motiivitekijä. N. 39 % oli sitä mieltä, että se on tärkeä tekijä. Pääpaino oli kuitenkin selkeästi kulttuurivaihdon kannalla, kun tutkitaan kaikkien vastanneiden mielipiteitä ja kuinka ne ovat vastausvaihtoehtojen kesken jakautuneet. (LIITE 3.)

## 6.6 Ekonomiset motivaatiotekijät

Budjettimatkaamiseen usein kuuluu mahdollisimman halvalla majoittumisen lisäksi myös halpa matkustaminen. Viimeisen kuuden vuoden aikana halpalentoyhtiöiden kysyntä Euroopassa on kasvanut nopeasti – niiden osuus lentoliikenteestä vuonna 2006 oli noin 29 %. Yhdysvalloissa vastaava määrä oli 30 %, Etelä-Amerikassa 18 % ja Aasiassa 6 % (IATA 2006, 16). Vaikka halpalentoyhtiöitä kritisoidaan niiden korkeista päästöistä, he tuovat myös ekonomista hyötyä. Koska halpalentoyhtiöt hyödyntävät pieniä lentokenttiä ja tekevät yhteistyötä asiantuntevien matkatoimistojen kanssa, he ovat tuoneet vaurautta monille alueille, jonne turisteilla on ollut aikaisemmin vain rajallinen pääsy. (Holloway & Taylor 2006, 160.) Se, että nykyään on saatavilla enemmän kulkuneuvoja näille alueille, on luonnollisesti myös paikallisen talouden kannalta positiivista. Couchsurfing-palvelun myötä myös näillä pienemmil-

lähin alueilla on valinnan varaa majoituksen suhteen – toisinaan myös koko kohde valitaan sen perusteella, minkälaiset kulkuyhteydet sinne on eli siis halpalentoyhtiöillä on suuri merkitys käytännön osalta myös tässä.

Kyselyyn vastanneista n. 42 % ilmoitti, että edulliset mahdollisuudet ovat erittäin suuri motivaatiotekijä. Lähes 39 % ilmoitti sen tärkeäksi tekijäksi ja vain 2 % mielestä se ei todellakaan ole tärkeä tekijä. Edullisuudella couchsurfingissä viitataan usein pääasiassa ilmaiseen majoitukseen, mutta toki ilmainen majoitus tuo mukanaan muita taloudellisia puolia. Kannattaa kuitenkin pitää mielessä, että majoittajat ovat usein yhtä varattomia kuten surffaajat - matkalla siis pyritään pysymään budjetissa ja menemään sieltä, mistä aita on halvin. Yksi palvelun eduista on se, että myös tiukalla budjetilla pystyy nauttimaan ja tutkimaan uusia kulttuureita ilman suurta rahamenoa. Koska kyseessä on kotimajoitus, esimerkiksi ruoanlaitto tulee loppujen lopuksi edullisemmaksi; käytössä on usein oma keittiö, eikä näin ollen joka kerta tarvitse käydä ravintoloissa.

## 6.7 Muut motivaatiotekijät

Muista motivaatiotekijöistä puhuttaessa yhdeksi osaksi voi nostaa monien nykypäivän huolen – ympäristön. Turismi on kasvava ala, joka leviää nopeasti ympäri maailmaa. Ympäristöasioista puhuttaessa on selkeää, että turismin vaikutus ympäristöön kohdistuu eniten niille alueille, joissa matkailu on suosittua. Kuitenkin tulevaisuudessa tulee olla tietoinen myös siitä, että globaalin turismin nousulla on ympäristöllisiä vaikutuksia, jotka ulottuvat myös pitkälle suosittujen kohteiden ulkopuolelle. Ei ole siis liioittelua, että turismin vaikutukset, etenkin kuljetuspäästöt, ovat pilaamassa ympäristöä. Turismialan kasvaessa uudet kohteet joutuvat riskin kohteeksi, sillä nykypäivän ihmiset etsivät entistä kaukaisempia kohteita. (Holloway & Taylor 2006, 137.)

Kyselystä ilmeni, että n. 36 % mukaan ympäristöystävällisyydellä ei ole kovin merkityksellinen tai merkityksetön osa CS-toiminnan motivaatiota. Mielenpitoet ekologisuuksikysymyksen tärkeydestä oli jakautunut tasaisesti, sillä n. 27 % olivat samaa mieltä ja n. 14 % erittäin samaa mieltä, kun taas n. 18 % olivat eri mieltä ja n. 5 %

täysin eri mieltä. Couchsurfing-toimintaa ei välttämättä heti osaa yhdistää ympäristöystävälliseksi matkailumuodoksi. Toiminnan yhdistäminen ympäristöystävällisyyteen näkyy mm. silloin, kun sitä verrataan vaikkapa hotellitoimintaan. Hotellivierailulla ei aina tule kiinnitettyä huomiota esimerkiksi omaan vedenkulutukseen. Matkustajat hotelleissa kuluttavat yleensä reippaasti enemmän vettä kuin normaaleissa kotiolosuhteissa. Esimerkiksi Välimeren alueilla määrä on arviolta 440 ylimääräistä litraa per henkilö per päivä (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, Wanhill 2008, 163).

## 7 SWOT-ANALYYSI

Couchsurfing-palveluun kytkeytyy yhtäläisesti niin hyviä, kuin huonoja puolia. Nämä piirteet ovat kattavasti havainnollistettu alla olevaan SWOT-kaavioon (taulukko 2). Sana SWOT tulee englannin kielen sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) sekä threats (uhat).

Palvelun monikansallisuus ja tarjonnan laajuus tuovat kuvaan hankalia puolia ja/tai riskitekijöitä, mutta samalla ihmisten laaja kirjo on myös etutekijä. Kaavioon on lisätty tärkeimpiä tekijöitä – niin positiivisesta kuin negatiivisesta näkökulmasta sekä ulkoisesta ja sisäisestä tekijästä johtuen. Tässä kappaleessa myös selitetään tarkemmin, mitä kaavioon havainnollistetut tekijät käytännössä tarkoittavat.

Alla olevassa SWOT-kaaviossa on hyödynnetty couchsurfing.org-sivustoa sekä aiheeseen liittyvää muuta kirjallisuutta, omia kokemuksia sekä päätelmiä.

<p>– VAHVUUDET (sisäinen ympäristö)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; itsensä kehittäminen &amp; oppiminen</li> <li>&gt; verkostoituminen ympäri maailmaa</li> <li>&gt; edullisuus</li> <li>&gt; tuoreus ja trendikkyys</li> <li>&gt; ekologisuus</li> <li>&gt; kulttuurien tunteminen &amp; edistäminen → ns. sisäpiirin vinkit</li> </ul>	<p>– HEIKKOUEDET (sisäinen ympäristö)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; ei takuita 100 % turvallisesta ja mukavasta kokemuksesta</li> <li>&gt; ei voi välttämättä olla täysin varma/luottaa tuntemattoman profiiliin</li> <li>&gt; profiilin kuvaukset/palautteet saattavat olla vääristynyttä tietoa tai jopa valhetta</li> <li>&gt; palvelu toimii vain verkkoyhteyden kautta, matkustaessa välillä epäkäytännöllinen</li> </ul>
<p>– UHAT (ulkoinen ympäristö)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; tuntemattomuus (vieraiden ihmisten luona majailu)</li> <li>&gt; ihmisten hyväksikäyttö (niin henkisesti kuin fyysisesti)</li> <li>&gt; ryöstö/muut henkilövahingot</li> <li>&gt; trendin ohimeneminen/kiinnostuksen loppaaminen</li> <li>&gt; mahdollinen riski, että palvelua käytetään vain seuranhakupalveluna</li> <li>&gt; sivuston ylikuormittuminen → liikaa ruuhkaa, virukset, sivun kaatuminen, profiilin hakerointi, haitallinen etenkin matkustaessa</li> <li>&gt; maalaisjärki (tai sen puuttuminen)</li> </ul>	<p>– MAHDOLLISUUDET (ulkoinen ympäristö)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; palvelun kehittäminen (toiminta ei vain majoitusta → muita hyötyjä)</li> <li>&gt; joka päivä enemmän mahdollisuuksia ja kohteita</li> <li>&gt; matkaajien verkostoituminen ja siitä hyötyminen</li> <li>&gt; budjettimatkustus (halpalentoyhtiöt, ilmainen majoitus jne.)</li> <li>&gt; paljon eri-ikäisiä ja erilaisia ihmisiä → erilaisia mahdollisuuksia</li> <li>&gt; teknologian kehittyminen</li> </ul>

Taulukko 2. SWOT-analyysi Couchsurfing-toiminnasta

### Vahvuudet

Couchsurfing-nettiverkosta käyttävät yli 9 miljoonaa jäsentä kaikissa 207 maassa, 120 000 eri kaupungissa. (Couchsurfing www-sivut 2014.) Jo se, että tarjontaa löytyy näin paljon ja lukuisista eri kohteista ympäri maailmaa, ovat couchsurfing ehdottomia vahvuuksia; positiivinen virtaus myös turistikohdeiden ulkopuolelle levittää tietoisuutta ja paikallista kulttuuria.

Sohvasurffaus tarjoaa paljon etuja myös individuaalisesta näkökulmasta. Yksilökohtainen ulottuvuus ja kehitys ovat erittäin suuria vahvuuksia CS-palvelussa. Jokaisesta reissusta voi räätälöidä juuri sellaisen kuin itse huvittaa hakeutumalla tietynkaltaisten ihmisten lähetyville. Palvelua hyödyntämällä pääsee tutustumaan uuteen kulttuuriin kuin olisi itse paikallinen. Arjen rytmi, paikallinen kieli, asuntojen varustukset, kunnan tasot ja tilat, ruoka-ajat sekä -tavat avautuvat todellisena elämänä, ei vain pikakelauksella turistinäkökulmasta.

Erittäin keskeinen tekijä on myös tasapuolisuus - koska palvelu on maksuton ja sohvapaikasta veloittaminen tai siitä rahan tarjoaminen on ehdottomasti kiellettyä, se mahdollistaa palvelun käytön kaikille ihmisille mistään ulkoisista tekijöistä riippumatta. (Couchsurfing www-sivut 2014). Tällä keinolla CS pysyy jokaisen ihmisen tavoiteltavissa ja käytettävissä, sillä missään vaiheessa ei veloiteta maksua, edes jäseneksi rekisteröityessä. Maksuttomuus on myös oiva keino hajauttaa jäsenien demografista jäsenkantaa.

### Mahdollisuudet

Joka päivä, kun palveluun rekisteröityy lukemattomia uusia ja toiveikkaita matkustajia, mahdollisuuksien ja vaihtoehtojen määrä kasvaa korrelaatioissa palvelun jäsenlukumäärään. Tämän voi nähdä suurena mahdollisuutena, sillä eri kohteisiin, kaupunkeihin ja seutuihin tulee lisää jäseniä, joiden luokse majoittua. Lisäksi olemalla aktiivinen, voi oppia uusia asioita myös omasta kotiseudusta ja/tai kaupungista – monissa kaupungeissa toimii toisinaan yllättävänkin laaja couchsurfing-verkosto. (Couchsurfing www-sivusto 2014.) Laajemmin ajateltuna siis couchsurfingin voi nähdä myös matkailua edistävänä tekijänä - lisäpotkuna matkustaa syrjäseuduille, joista löytyy mitä upeimpia kohteita ja maan aarteita. Paikalliset, jotka avaavat tuntemattomille ovensa, voivat toimia yllättävänäkin vetovoimana.

Nykypäivän maailmassa verkostoituminen on erittäin keskeisessä asemassa. Mikäpä olisi parempi keino tutustua ihmisiin ja kulttuureihin ympäri maailman, kuin mennä heidän luokseen ja tutustua heihin oma-aloitteisesti? Samankaltaisuus yhdistää, usein CS-käyttäjää on paljon yhteisiä tekijöitä ja jokaisesta luodusta kontaktista voi olla yllättäväkin hyötyä tulevaisuudessa. Kyselyyn vastanneista 47 % pysyi yhteydessä CS-palvelun kautta luomiin ystäviin myös matkan jälkeen (LIITE 3). Couchsurfing-

piireistä on mahdollisuus löytää niin uusia puolia itsestään, mutta myös elinikäisiä ystäviä rinnalleen. ”Jotkut parhaista ystäväistäni on CS-toiminnassa ja löysimme toisemme sitä kautta, se on upeaa!”, kuten eräs kyselyyn vastannut anonyymi kuvaili (LIITE 3).

### Heikkoudet

Luonnollisesti käyttäjämäärän lisääntyessä kasvavat myös riskit ja niiden todennäköisyydet. Luvun kasvaessa monipuolistuu myös erilaisten ihmisten kirjo; onko kaikilla puhtaat paperit tai ilmoittamansa aikomukset? Kuinka moneen ja kuinka helposti kasvavaan tuntemattomien joukkoon voi luottaa? Miten valita majoittaja suurkaupungista, jossa on satoja, ellei jopa tuhansia sohvipaikkoja vapaana?

Käytännölliseltä kannalta suuri kävijämäärä voi aiheuttaa sivuston ongelmia: kaatumisia, ruuhkautumisia tai jopa viruksia, joka puolestaan voi johtaa mm. kommunikaatio-ongelmiin surffaajan ja majoittajan välillä. Toinen epäkäytännöllinen ja sangen konkreettinen heikkous on se, että sivusto toimii vain verkkoyhteyden avulla. Vaikka yhä useammassa julkisissa paikoissa, kuten hotelleissa, kahviloissa ja lentokentillä on tarjolla ilmainen Wi-Fi, se ei aina takaa kelvollisen verkkoyhteyden saamista, jotta voisi olla majoittajaan/surffaajaan yhteydessä. Näin ollen siis matkan päällä kommunikointi on hankalaa, ellei toiseen ole osannut luottaa sen verran, että olisi vaihtanut puhelinnumeroita. Couchsurfing kuitenkin opastaa, että puhelinnumeroiden vaihtaminen ei ole viisasta, ennen kuin on virallisesti tavattu (Couchsurfing www-sivut 2014).

Luottamiskysymys on osittain palvelun heikko puoli, ellei yksilö omaa luontaisesti hienojakoista ihmistuntemusta. Kuinka siis voi luottaa tuntemattoman ihmisen saan? Koskaan ei voi olla 100 % varma mukavasta tai edes turvallisesta kokemuksesta. ”Ongelmalliseksi muodostuu se, että käyttäessä matkailuverkoston kaltaista teknologiaa, ei ole olemassa ’käyttöopasta’ syntyviin vuorovaikutuksiin” (Bialski 2012, 51). Tehokkaana keinona kuitenkin ikävyyksiä välttääkseen on olla majoittajaan/surffaajaan yhteydessä palvelun kautta mahdollisimman kauan ja tutustua häneen etukäteen. Matkaajan tulee myös luottaa omiin vaistoihinsa ja intuitioon. Jokaisen on ennen matkaa ehdottomasti luettava huolellisesti toisen profiili läpi ja tarkis-

tettava, että sieltä löytyy koko nimi, selkeitä kuvia sekä tarkat yksityiskohdat itsestä ja majoitusmuodosta (Couchsurfing www-sivut 2014).

### Uhat

Varmasti ensimmäisenä mieleen tulee vieraiden ihmisten luona majoittumisen riskit. Kun yksityinen ihminen majoittaa yksityistä ihmistä, ei ole minkäänlaisia lakisääteisiä matkustussääntöjä tai lakeja, kuin yksilön henkilösuoja laki ja matkavakuutukset. Hotelleissa ja vastaavissa majoituskohteissa on toimivat ja selkeät peruutusehdot ja korvaukset, mutta tässä tapauksessa, kun raha ei ole lainkaan mukana kuvioissa, lähtökohta on hieman erilainen. Vaikka jäsenestä voikin jättää negatiivisen kommentin tämän profiiliin, kuitenkin menetettyä aikaa, vaivaa ja harmia ei korvaa juuri mikään.

Ääritapauksissa uhkaksi voi muodostua myös joutuminen rikoksen, ryöstön tai muiden henkilövahinkojen kohteeksi. Tietenkin näissä tapauksissa apuna on paikallinen poliisi ja muu apu. Kuitenkin, kun kyseessä ei ole oma koti tai muuten tuttu ympäristö, henkiset vahingot voivat olla pahemmat, mitä matkustustilanteiden ”normaaliolosuhteissa”. Yleisenä ohjeena onkin poistaa itsensä tilanteesta välittömästi ja hakeutua viranomaisten suojaan. Päinvastaisissa tilanteissa, mikäli surffaaja käyttäytyy uhkaavasti, häntä tulee pyytää poistumaan. Uhatuksi tulleiden tulee muistaa myös ottaa yhteyttä CS -palvelun Trust and Safety Team:iin sekä sen jälkeen kirjoittaa uhkaavasta henkilöstä kommentti hänen profiiliin, jotta muut surffaajat saisivat välittömästi tiedon ja varoituksen.

Muiksi riskeiksi voi lukea myös sen, että jotkut yksilöt näkevät palvelun lähinnä vain seuranhakupalveluna. Couchsurfing-palvelusta liikkuu netissä paljon epämääräistä tietoa ja uutisia, kuinka jotkut palvelua käyttävät ja miksi. Lisäksi riskinä on, että matkustaja käyttää palvelua vain siksi, että se on ilmaista. ”CS on nykyään täynnä ihmisiä, jotka kuvittelevat sitä deittipalveluksi. Ihmiset myös käyttävät sitä vain saadaakseen ilmaisen yösjän eivätkä kunnioita hostia lainkaan. Suurissa kaupungeissa, kuten Lontoossa, näiden syiden vuoksi on todella vaikeaa löytää hostia, sillä he saavat paljon sohvapyyntöjä, usein ihmisiltä, jotka eivät ymmärrä CS:ä lainkaan” (LIITE 3). Tällainen ihmisten hyväksikäyttö on ikävää, eikä kuulu couchsurfingin imagoon. Toki aiheeseen liittyy myös maalaisjärjen käyttö, tai sen kokonaan puuttu-



minen. Vastaavanlaisten uuden maailman matkailun trendien kannattaminen vaatii tiettyä luonteenpiirrettä ihmiseltä, eikä se välttämättä sovellu kaikille. Täytyy osata myös luottaa omiin vaistoihin, mikäli esimerkiksi kanssamatkaaja vaikuttaa epäilyttävältä tai itselle tulee hänestä tai tilanteesta omituinen tunne.

Lisäksi uhkana voi kokea myös kulttuurien toisinaan voimakkaat erot. Mikäli surffaaja ei ole aikaisemmin perehtynyt vastaanottavaan kulttuuriin, erot voivat olla suuret ja ne voidaan kokea erittäin voimakkaina. Tämä kuitenkin pätee kaikkeen matkustamiseen ylipäänsä, mutta käyttäessä couchsurfing-palvelua, tulee olla erityisen tarkka – ”perinteisesti” matkustaessa pääsee aina oman hotellihuoneen suojaan turvaan, mutta mikäli majoitut toisen sohvalle, olet vieraan kulttuurin ympäröimänä kellon ympäri (olettaen, että majoittaja on paikallinen). Myös CS-sivuston turvaohjeissa opastetaan tekemään kotiläksyt etukäteen; kannattaa tutustua paikalliseen kulttuuriin ja sen herkkyyksiin, tapoihin ja muihin yleisiin turvallisuussuosituksiin ennen varsinaista matkaa. CS tähdentää turvallisuusohjeita etenkin (yksinmatkaaville) naismatkustajille: tee selvää rajoistasi äläkä ujostele niistä ilmoittaessa. Myös tästä syystä tulee tutustua paikalliseen kulttuuriin, sillä kulttuuriset ja uskonnolliset tekijät, sukupuolen asema sekä odotukset vaihtelevat paljon matkustuspaikasta riippuen. (Couchsurfing www-sivut 2014.)

## 8 LOPPUANALYYSI

Tässä opinnäytetyössä oli tarkoituksena avata couchsurfing-ilmiötä lukijalle ja tutustuttaa tämä tähän tuoreeseen ja trendikkäeseen matkailun muotoon. Tarkastelun alla oli palvelun takana piilevä yksilön motivaatio tai motivaatiot. Opinnäytetyöhön liitettiin kysely, joka suunnattiin ainoastaan palvelua käyttäneille ihmisille, jotta saataisiin selville motivaatiotekijöitä couchsurfingin valitsemiseen matkustaessa. Kyselyn avulla lähdettiin selvittämään opinnäytetyön tutkimusongelmaa: mikä motivoi käyttämään couchsurfing-majoituspalvelua, etenkin kun toiminnalla ei ole mahdollisuus rikastua tai muuten juurikaan saada maallisia etuuksia.

Ensitöiksi opinnäytetyön teoreettisina tavoitteina oli selvittää lukijalle couchsurfing-palvelun kokonaisuus sekä perusteet siitä, kuinka palvelu toimii. Tarkoituksena oli valaista palvelusta niin hyvät kuin huonot puolet sekä antaa kattavaa kuvaa palvelun turvallisuudesta ja ns. käyttöehdoista. Opinnäytetyössä pyrittiin kuvaamaan monipuolisesti palveluun liittyviä maineenluomiskeinoja ja ohjenuoria, joiden avulla yksilö kykenee palvelua käyttämään.

Opinnäytetyön tutkimusosuudessa selvitettiin motivaatiotekijöitä palveluun osallistumiselle. 191 vastausta keränneen kyselyn myötä ilmeni, että kaiken kaikkiaan suurin motivoiva tekijä on kulttuurien välinen vaihto. Palvelusta haetaan monikansallista kommunikaatiota, ystäviä sekä kokemusten, elämäntarinoiden ja ajatusten vaihtamista. Jäsenille pääasiassa tärkeintä on uuteen kulttuuriin tutustuminen ensiluokkaisesta asemasta – paikallisen sohvalta – sekä vieraasta kulttuurista kotoisin oleville oman kulttuurin esittely. Kyselyssä annettiin 12 eri motivaatiotekijää ja näistä kaikista kulttuurinvaihto nousi selkeimmin esille.

Kyselykysymysten päättäminen oli mielestäni lähtökohtaisesti helppo tehtävä. Kuitenkin myöhemmin asiaa pohtiessani tulin siihen tulokseen, että sorruin kvalitatiivisen tutkimuksen ongelmaan; lähdin tutkimusongelman ohella selvittämään asioita, jotka minua kiinnostivat, enkä pääasiassa vain niitä tekijöitä, jotka ovat suoraan liitoksissa tutkimusongelmaan. Kuitenkin pyrin kytkemään saadut tulokset jollain tavalla opinnäytetyöhön, ja osittain yllätyksekseni se onnistui jokseenkin aukottomasti. Tämä kuitenkin toi hienoista tietovajetta työhön mielestäni etenkin motivaatiokysymyksen parissa. Joka tapauksessa havaitsin, että teoreettisen osuuden kirjoittaminen ennen varsinaisen tutkimuksen aloittamista oli erittäin viisas teko. Teoriaa kirjoittaessani opin käytännönläheisesti paljon siitä, kuinka esim. tutkimus tulee parhaiten rakentaa ja kuinka asettaa tutkimukselle selkeämmät tavoitteet. Osasin myös motivaatioteorioita tutkittuani asettaa kysymykset täsmällisemmin. Kuitenkin huomasin vasta kyselyn suorittamisen jälkeen joistakin motivaatioteorioista puutteita, joten jälkikäteen analysoiden olisin tehnyt toisenlaisia, hiotumpia kysymysratkaisuita. Esim. haastatellessani Lotta Kaihuaa, olisin kysynyt häneltä vielä tarkempia kysymyksiä koskien hänen henkilökohtaisia ajatuksiaan koskien couchsurfing-palvelua sekä hänen kokemuksiaan matkan varrelta.

Valmista työtä lukiessani mielestäni tekstistä saa monipuolisen kuvan couchsurfing-palvelusta: kuinka se toimii, kuka sitä käyttää, mistä jäseniä löytää ja miten sivusto toimii. Toteutus oli mielestäni onnistunut, se ei keskity liian paljon vain couchsurfing-palvelua positiivisesti tukeviin tekijöihin tai faktoihin. Pyrin tuomaan tasapuolisesti kaikki palveluun liittyvät tekijät esille ja säilyttämään aihetta tutkivana kirjoittajana työssä objektiivisuuden. Se, että olen itse ollut jäsen jo jonkin aikaa, toi kuitenkin toisinaan kiusauksia asettua toiminnan positiiviselle puolelle, mutta voimakas pyrkimykseni monipuoliseen ja kokonaisvaltaiseen materiaaliin piti mielestäni työnsäni tasapainon kohtuullisen hyvin yllä. Työn edetessä mielestäni opin kriittisen analysoinnin taitoa – olen nyt harjaantuneempi tulkitsemaan mikä on luotettava tai edes paikkaansa pitävä lähde sekä työntämään omat ennakkokäsitykset sivuun ja aloittamaan puhtaalta arkilta.

Tutkimuksella on mielestäni hyvä luotettavuus. Koska internetpohjainen kyselyportaali antoi suoraan kyselyn vastaukset, se vähensi kohdalleni mahdollisesti sattuvaa inhimillisen erheen todennäköisyyttä. Kuitenkin kyselyni yhdenmukaisuus kärsi hieman aiemmin mainitsemastani ongelmasta kysymysten asettelussa; taisin toisinaan kysyä tekijöistä, jotka kiinnostivat minua, eivätkä olleet niinkään yhteydessä tutkittavaan asiaan.

Haastetta työlle toi myös vieraskielisten termien suomentaminen. Koska halusin tehdä työni täysin suomeksi, löysin puutteita monista englanninkielisten termien kuten ”hospitality” tai ”vouching” suomennoksista. Mielestäni kuitenkin oli erittäin tärkeää, että näille löytyisi jonkinlainen looginen vastine, joten pyrin kehittämään niitä parhaani mukaan itse. Näin sain samalla tavallaan kehitettyä matkailualaa myös kielellisessä merkityksessä – etenkin näissä uuden maailman matkailumuodoissa ei ole vielä suomenkielisiä vastineita ehtinyt vakiintua.

## 9 AJATUSTYÖ

Tämän opinnäytetyön alkuperäisenä ideana oli kahden kyselyn teettäminen. Aluksi pohdin, että kohdistan yhden kyselyn couchsurfing-palvelua käyttäville ja toisen kyselyn heille, jotka eivät tiedä palvelusta mitään. Lopuksi suunnittelin vertailevani näiden kahden kyselyn tuloksia keskenään. Kuitenkin keskusteltuani opinnäytetyöohjaajani kanssa, tulimme siihen lopputulokseen, että kahden kyselyn tuottaminen tulee liian työlääksi ja monimutkaisesti ja lopputuloksesta tulee liian epäselkeä. Siitä syntyi idea motivaatiosta; oli selkeästi parempi idea kohdistaa tutkimuksen ongelma vain yhteen tekijään ja tutkimusjoukkoon tekemällä vain yksi kysely. Yhden kyselyn myötä työstä on enemmän hyötyä sen ollessa tarkempi ja paremmin kohdennettu, jonka myötä myös tutkimuksen laatu parani ja tulosten analysointi oli huomattavasti tarkempaa ja syvällisempää.

Mielestäni työ kokonaisuudessaan on onnistunut. Oma tavoitteenani oli motivaatiotutkimuksen lisäksi tehdä työstä selkeä, lähes oppaankaltainen teos, jonka avulla lukija pääsee sisälle couchsurfingin monipuoliseen maailmaan. Pyrin kattavaan, hauskaan mutta kuitenkin asialliseen sisältöön, joka vastaisi palveluntarjontaa mahdollisimman hyvin. Tarkoitukseni oli soveltaa työhön aiheeseen sopivaa kieliasua; mielestäni työn ja aiheen luontoon sopi rento kielityyli, mutta kuitenkin pyrin säilyttämään opinnäytetyöhön sopivan asiatyylin. Myös saamani palautteen mukaan käyttämäni kielityyli ja sanavalinnat sopivat juuri tähän opinnäytetyöhön – aihe on moderni ja uusi sekä palvelun kohdeyleisö on nuorekasta, usein ainakin mieleltään. Ongelmakseni kuitenkin nousi asiatyylin jatkuva ylläpitäminen koko tekstin läpi; toisinaan kieliasu yltyikin mielestäni liian rennoksi ja koin paljon kiusauksia vapaamuotoisten kielikuvien käyttämiseen.

Olen sitä mieltä, että työlle tuli hieman liikaa pituutta. Tosin palvelun ollessa näinkin monisyinen ja laaja, liialti supistaminen olisi tuonut myös omat ongelmansa. Aiheen teoriaosuus oli loppujenlopuksi laaja, mutta toi toivon mukaan esille paljon tärkeää informaatiota. Jälkeenpäin ajatellen olisin voinut hieman tiivistää työtä tai kertoa asiat ytimekkäämmin, ettei opinnäytetyön pituus olisi lähtenyt käsistä.

Mielestäni oli erittäin kiinnostavaa sukeltaa sohvasurffauksen maailmaan ns. ammat-  
timaisesta näkökulmasta. Itse olen sohvasurffannut jo muutaman vuoden ajan, joten  
suuri palo työtä kohtaan syttyi kirjoitusvaiheessa lähes välittömästi ja koin suurta  
henkilökohtaista motivaatiota työtä kohtaan koko prosessin ajan. Olen mielestäni  
etuoikeutettu, että sain opinnäytetyökseni aiheen, jolla on minulle itselleni merkitys-  
tä. Opinnäytetyön edetessä opin paljon couchsurfing-toiminnasta, vaikka koin aikai-  
semmin jo ymmärtäväni palvelun hyvin. Työ johdatti minut palvelun synnyn lähteille  
ja koen, että olen kirjoitusprosessin aikana kehittynyt niin kirjoittajana, tutkijana kuin  
surffaajana. Tulevaisuudessa haluan ehdottomasti majoittaa maailman surffaajia – en  
ole koskaan aikaisemmin tarjonnut majapaikkaa kenellekään. Opinnäytetyön myötä  
opin luottamaan enemmän vieraisiin, mutta olemaan myös harjaantuneemmin kriitti-  
nen. Etenkin kappaleen 3.7 Maalaisjärki ja turvallisuus kirjoitettuani ymmärsin, mi-  
ten voin turvallisuuteen vaikuttaa myös itse. Motivaatio lähteä surffaamaan yksin  
kiehtoo yhä enemmän, sillä perehdyttyäni paremmin palvelun turvallisuustekijöihin  
opin, ettei sohvamatkaaminen yksin välttämättä ole niin pelottavaa tai turvatonta  
kuin mitä ennen saatoin hieman kuvitella.

Koen, että työn aikana kehityin myös matkailualan tulevana ammattilaisena. Työ in-  
spiroi minua tulevaisuutta kohti ja antoi paljon toivottua tilaa luovalle ajattelulle.  
Tämä opinnäytetyö antoi minulle tilaisuuden ensimmäistä kertaa elämässäni todella  
näyttää, mihin olen kykeneväinen. Toisaalta yllätin myös itseni, mutta todellisuudes-  
sa koen olevani paljon viisaampi ja kokeneempi. Vaikka koenkin työn onnistuneen,  
näen silti kehityskohteita. Alussa minulla oli hankaluuksia aiheen rajauksessa ja on-  
gelma kulki mielestäni tiiviisti mukana työn edetessä. Pysin kuitenkin mahdollisim-  
man ytimekkääseen ilmaisuasuun, toisinaan se onnistui ja toisinaan ei.

Pyysin kyselyyn vastanneita myös antamaan kokonaisvaltaisen arvosanan couchsur-  
fing-palvelusta. Keskiarvo 1-5-tähtiasteikolla oli kaikkien 191 vastanneiden kesken  
neljä tähteä. Kysymys ei sinänsä liittynyt motivaatioon palvelun takana, mutta halu-  
sin saada jonkinlaisen selkeän indikaattorin ikään kuin loppukaneetiksi työlleni. Ky-  
symyksen perusteella voin todeta kuuluvani tähän valtaväestöön – antaisin palvelulle  
itsekin täydet neljä tähteä.

Toivon, että opinnäytetyö toi apua ja neuvoja niitä etsiville. Se, että ymmärtää mitä motivaatiotekijöitä palvelun etusivun takana lymyää, antaa toiminnasta selkeämmin ymmärrettävissä olevan kuvan ja niitä voi alkaa soveltamaan omaan elämään. Lukijan ”tehtävänä” oli päästä sohvamatkalle couchsurfing-maailmaan tätä opinnäytetyötä lukiessa. Mikäli lukija koki ymmärtävänsä palvelun idean ja syitä matkalle lähtöön, oletettavasti opinnäytetyöni oli siis onnistunut.

Tämä matka maailman ympäri päättyy tähän, seuraavan kappaleen lukija kirjoittaa-kin itse.

## LÄHTEET

- Alasuutari, P. 2007. Laadullinen tutkimus. 3. uudistettu painos. Vaajakoski: Vastapaino.
- Alasuutari, P. 1995. Researching culture Qualitative method and cultural studies. London: SAGE Publications Ltd.
- Airbnb www-sivut. 2014. Viitattu 30.7.2014. [www.airbnb.fi](http://www.airbnb.fi)
- Barefoot, D., Szabo, J. 2010. Friends With Benefits – A Social Media Marketing Handbook. San Francisco: No Starch Press, Inc.
- Beenen, G., Ling, K., Wang, X., Chang, K., Frankowski, D., Resnick, P., Kraut, R. 2004. Using Social Psychology to Motivate Contributors to Online Communities. Research Showcase. Carnegie Mellon University. Human-Computer Interaction Institute. Viitattu 24.9.2014.  
<http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1087&context=hcii>
- Bialski, P. 2012. Becoming Intimately Mobile. Frankfurt Am Main: Peter Lang. Viitattu 29.9.2014. <http://intimatetourism.files.wordpress.com/2012/07/paula-bialski-becomingintimatelymobile-ebook.pdf>
- Bialski, P. 2007. Intimate Tourism Friendship in state of mobility – The case of the online hospitality network. Master's thesis. University of Warsaw: Institute of Sociology, Department of Social Psychology. Viitattu 24.9.2014.  
<http://intimatetourism.files.wordpress.com/2007/07/paulabialski-thesisma-intimatetourism.pdf>
- BlaBlaCar www-sivut. 2014. Viitattu 21.10.2014. <http://www.blablacar.com/>
- Boyer, K. 'Travel on a Budget: Different Types of Hospitality Exchange'. 12.10.2012. Viitattu 19.9.2014. <http://www.gooverseas.com/articles/travel-budget-different-types-hospitality-exchange>
- Certified B Corporation. 'CouchSurfing International'. 2014. Viitattu 17.9.2014. [www.bcorporation.net/community/couchsurfing-international](http://www.bcorporation.net/community/couchsurfing-international)
- Certified B Corporation. 'What are B Corps?' 2014. Viitattu 26.09.2014. <http://www.bcorporation.net/what-are-b-corps>
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. 2008. Tourism: Principles and practices. Fourth edition. Essex, England: Pearson Education Limited.
- Couchsurfing. 'A Beginner's Guide to Verification'. Couchsurfing-blogi. 05.09.2013. Viitattu 14.07.2014. [blog.couchsurfing.com/a-beginners-guide-to-verification/](http://blog.couchsurfing.com/a-beginners-guide-to-verification/)

- Couchsurfing. 'Hailey's Journey – A Solo Woman Traveler Explores the World'. Couchsurfing-blogi. 8.4.2014. Viitattu 20.9.2014. <http://blog.couchsurfing.com/haileys-journey-a-solo-woman-traveler-explores-the-world/>
- Couchsurfing Instagram-sivu. 2014. Viitattu 17.9.2014. <http://instagram.com/couchsurfing>
- Couchsurfing. 'International Couchsurfing Day, June 12 2014!'. Couchsurfing-blogi. 19.6.2014. Viitattu 7.10.2014. <http://blog.couchsurfing.com/international-couchsurfing-day-june-12-2014/>
- Couchsurfing. 'Myths and Facts: Couchsurfing's conversion to a B Corp'. Couchsurfing-blogi. 14.9.2011. Viitattu 26.9.2014. <http://blog.couchsurfing.com/myths-and-facts-couchsurfings-conversion-to-a-b-corp/>
- Couchsurfing. 'Our CouchSurfing Ambassador Program'. Couchsurfing-blogi. 16.10.2013. Viitattu 30.7.2014. <http://blog.couchsurfing.com/our-couchsurfing-ambassador-program/>
- Couchsurfing www-sivut. 2014. Viitattu 21.10.2014. [www.couchsurfing.org/](http://www.couchsurfing.org/)
- Dholakia, U., Bagozzi, R., Pearo, L. 2004. A social influence model of consumer participation in network- and small-group-based virtual communities. International Journal of Research in Marketing. Viitattu 24.9.2014. <http://www-bcf.usc.edu/~douglast/620/bettina1.pdf>
- Eysenck, M. 1998. Personality. Teoksessa M. Eysenck (toim.) Psychology: An Integrated Approach. Harlow: Pearson Education Limited.
- Holloway, J, Taylor, N. 2006. The Business of Tourism. Seventh edition. Essex, England: Pearson Education Limited.
- HomeExchange www-sivut. 2014. Viitattu 30.7.2014. [www.homeexchange.com/fi](http://www.homeexchange.com/fi)
- IATA. Airline Cost Performance. 2006. Viitattu 28.9.2014. [www.iata.org/whatwedo/Documents/economics/airline\\_cost\\_performance.pdf](http://www.iata.org/whatwedo/Documents/economics/airline_cost_performance.pdf)
- Karkkipäivä. 'Surffaako sohvilla? Vastaa opinnäytetyö-kyselyyn.' Karkkipäivä-blogi. 18.9.2014. Viitattu 20.8.2014. <http://karkkipaiva.indiedays.com/2014/09/18/surffaako-sohvilla-vastaa-opinnaytetyo-kyselyyn/>
- 'Katsele sohvia sohvaltasi: Ylen uusi tv-sarja Sohvasurffarit alkaa'. Me Naiset 15.12.2011. Viitattu 26.9.2014. [www.menaiset.fi](http://www.menaiset.fi)
- Nurmi, J-E., Salmela-Aro, K. 2002. Mikä meitä liikuttaa. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Perlroth, N. 24.8.2011. 'Non-Profit CouchSurfing Raises Millions In Funding'. Forbes. Viitattu 26.9.2014. <http://www.forbes.com/sites/nicoleperlroth/2011/08/24/non-profit-couchsurfing-raises-millions-in-funding/>



- Personal, Social and Humanities Education Section Education Bureau. 2013. Tourism and Hospitality Studies, Introduction to Tourism. Fine-tuned version. Viitattu 27.9.2014. [http://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/nss-curriculum/tourism-and-hospitality-studies/Tourism\\_English\\_19\\_June.pdf](http://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/nss-curriculum/tourism-and-hospitality-studies/Tourism_English_19_June.pdf)
- Picard, D., Buchberger, S. 2013. Introduction: Couchsurfing in Lisbon, Tunis and Brisbane. Teoksessa D. Picard, S. Buchberger (toim.) Couchsurfing Cosmopolitanisms. Bielefeld: Transcript-Verlag.
- Ren, Y., Kraut, R., Kiesler, S., Resnick, P. 2010. Building Successful Online Communities: Evidence-Based Social Design. Teoksessa Kraut, R., Resnick, P. (toim.) Building Successful Online Communities: Evidence-Based Social Design. Cambridge: MIT Press.
- Ruohotie, P., Honka, J. 2002. Palkitseva ja kannustava johtaminen. 1.-2. painos. Helsinki: Edita.
- Ruohotie, P., 1998. Motivaatio, tahto ja oppiminen. Helsinki: Edita.
- Satuli, H. 2014. Verkko luo uutta kilpailua majoitusmarkkinoille. Vitriini 02/2012.
- Tapon, F. 'How to be a Good Couchsurfing Guest and Host'. WanderLearn with Francis Tapon. 2014. Viitattu 18.9.2014. <http://francistapon.com/Travels/Advice/How-to-be-a-Good-Couchsurfing-Guest-and-Host>
- Tiimiakatemia www-sivut. 2013. Onnistunut projekti. Viitattu 7.10.2014. <http://essee pankki.tiimiakatemia.fi/onnistunut-projekti-2/>
- Vehovar, V., Lee, R. Manfreda, K. 2008. The Internet Survey. Teoksessa N. Fielding, R.M. Lee, G. Blank (toim.) Online Research Methods. Lontoo: SAGE Publications Ltd.
- World Tourism Organization UNWTO. 2014. Understanding Tourism: Basic Glossary. Viitattu 26.9.2014. <http://media.unwto.org/content/understanding-tourism-basic-glossary>
- Yorkshire Evening Post. 29.10.2009. 'Leeds couchsurfing.com rapist jailed'. Viitattu 20.9.2014. <http://www.yorkshireeveningpost.co.uk/news/latest-news/top-stories/leeds-couchsurfing-com-rapist-jailed-1-2232403>

From: "Harjula Anni" anni.harjula@student.samk.fi  
To: "info@onthewayhostel.com" info@onthewayhostel.com  
Cc:  
Date: Tue, 12 Aug 2014 12:24:10 +0300  
Subject: Thesis request

Cia Massimo,

Thank you very much for your answer! This helps a lot and gives me a good impression, of you, of your hostel and of your city. I hope I will be able to visit Palermo one day, Italy is definitely on my travel list !

This does indeed help me with my thesis, mille grazie !

Saluti,

Anni

---

Lähetäjä: info [info@onthewayhostel.com]  
Lähetetty: 12. elokuuta 2014 0:09  
Vastaanottaja: Harjula Anni  
Aihe: Re:Thesis request

Ciao Anni

im a couchsurfer member since 2011 and i had many wonderfull experiences as host and guest during my europe trip, (i meet my girlfriend also) this is the motive i thinked to help couchsurfer members in palermo (where our last minute couch request dont work fine) offer they a discount of 15% (last year i offer the same but after i pay them the dinner or lunch) hope this can help a little bit the members who coming here in palermo (for palermitans people the guests are sacred)  
About business impact this kind of offer dont improve my guests/money and is not convenient but i maked it not for the money but only for will be helpful.  
Hope this informations will be good for your thesis and i wish the best for your academy career ;)

saluti

Massimo Monteverde - owner - On the way Hostel  
From: "Harjula Anni" anni.harjula@student.samk.fi  
To: "info@onthewayhostel.com" info@onthewayhostel.com  
Cc:  
Date: Mon, 11 Aug 2014 12:47:10 +0300  
Subject: Thesis request

> Good afternoon Sir, Madame,  
>

> Greetings from Brussels!

>

> My name is Anni and I'm a 21 year old student from Finland, currently located in Brussels. The reason why I'm contacting you is that I am currently doing my thesis about CouchSurfing and I noticed that you offer a -15% discount for CouchSurfing members, is this information still correct?

>

> I was wondering if you could give me a little hand with my project - if you possibly have some further information to give, for example why do you offer this kind of discount (that I have never heard of before!) or has it been useful or noticed by travellers? It's really nice to see that hostels have taken action towards CS. I'm interested of hearing has this promotion brought you new travellers (possibly via WoM) and/or had some other kind of effect, positive or negative? Do you engage in CS some other ways as well? Are you a member yourself, for instance? Has the offer/CS itself had a significant impact on your business?

>

> I truly hope you would be able to give me some facts/reasons towards your collaboration etc., it would be highly appreciated. In my thesis I would be mentioning your information and of course, giving full credit to you and your hostel. It would be really amazing to be able to include this kind of important and unique information as well !

>

> Wishing you a wonderful week and plenty of more sunny summer days,

>

> With kind regards,

> Anni Harjula

> Student of Satakunta University of Applied Sciences

> Pori, Finland

### Kysymykset Sohvasurffausta-kokemuksesta

Sähköpostin välityksellä suoritettu kysely, vastaanottaja Lotta Kaihua, lähettäjä Anni Harju-la. Kysely Couchsurfing-kokemuksista Sohvasurffarit-tv-sarjan perusteella. 2014.

#### 1. Mikä motivoi lähtemään sohvasurffaamaan / miksi valitsitte sohvasurffauksen?

Sohvasurffaamaan houkutti sen sisältämä sosiaalinen matkustustapa. Ihmisten kodeissa majoituessa on käytännössä mahdotonta olla tapaamatta paikallisia, joiden kautta kaupungit, kylät ja tilat niiden väliltä saavat aivan omanlaisensa sävyn. Jokin täysin näkymätön, turistioppaissa mainitsematon paikkakunta voi saada jopa maagisen hohteen, mikäli sattuu majoittumaan sellaisten ihmisten kotona, joiden kanssa klikkaa. Nautin itse valtavasti uusiin ihmisiin tutustumisesta, joten couchsurfing kuulosti lähtökohtaisesti kutkuttavalta keinolta sukeltaa niin uusiin kulttuureihin, kuin täysin ennalta tuntemattomien ihmisten arkeenkin.

#### 2. Miten valmistauduitte matkaan? (esim. tutustuitteko kohdemaihin etukäteen yms.)

Olemme Pia Asikaisen kanssa tehneet kaksi pidempää sohvasurffausta-reissua, vuonna 2011 Mustanmeren ympäri ja 2012 Välimeren molemmin puolin. Molemmilla reissuilla teimme ennakkotutkimusta kaikista maista, joissa tulisimme vierailemaan. Koska teimme matkastamme tv-sarjaa oli taustatutkimus tietysti luonteeltaan erilaista, kuin lomamatkaa suunniteltaessa. Tutustuimme maiden historiaan ja mielenkiintoisiin kulttuurisiin ilmiöihin ja pyrimme varaamaan lähes kaikki hostit etukäteen. Kävimme lyhyttä kirjeenvaihtoa ja suunnittelimme myös reittiämme pitkälti mielenkiintoisten sohvasurffausta-kontaktien kautta.

#### 3. Kuinka päädyitte valitsemaan hostinne / mikä vaikutti valintaan? (ikä, sukupuoli? jne.)

Valitsimme hostit mahdollisimman laajalla skaalalla. Tavoitteena oli tavata kaiken ikäisiä ihmisiä, miehiä ja naisia, maaseudulla ja kaupungeissa asuvia, eri ammattikunnissa toimivia tyyppisiä, yöpyä sekä perheissä että yksinasujien nurkissa ja mahdollisimman mielenkiintoisissa lokaatioissa (kuten luolassa tai pakolaisleirillä). Ensimmäisellä reissulla hyödynsimme lähes poikkeuksetta couchsurfing-sivustoa, mutta toisella reissullamme laajensimme mielenkiintoisten ihmisten haravointia myös facebookiin ja kavereiden kontakteihin. Toisella reissullamme halusimme myös jättää muutaman villin kortin ja kokeilla löytää petipaikan tien päältä, joka onnistui Albaniassa erittäin huonosti, mutta Jordaniassa täydellisesti; yksi reis-

sun kohokohdista oli beirutlaisissa pileissä saatu kontakti Jordanian maaseudulle pikkukylään, jonne emme couchsurfing-sivuston kautta olisi löytäneet.

4. Mikä oli matkan hienoin / parhaiten muistoihin jäänyt hetki?

Sohvasurffatessa ns. "parhaita hetkiä" on triljoonia, sillä lähes jatkuvasti tapahtuu jotain odottamatonta. Ikimuistoisimpiin hetkiin lukeutuu ainakin vahinkomajoittuminen Kairon Tahrir-aukiolle miljoonapäisen mielenosoittajalauman keskelle, juhannusyö Jordanian aavikolla luolassa, yöpyminen Shatilan palestiinalaispakolaisleirillä, Tbilisin kauneus Georgiassa ja täysin tuntemattomien ihmisten vieraanvaraisuus ja lämpö.

5. Mikä oli huonoin / negatiivisin kokemus?

Negatiivisena kokemuksena mainittakoon Romaniassa liian pitkälle mennyt maailmankatsomuksellinen keskustelu, joka paljasti meidän ja hostin väliset ideologiset erot. Suosittelinkin kaikkia sohvasurffaajia ja matkustajia ylipäättänsä välttämään ainakin aluksi keskustelua uskonnosta tai politiikasta. Vasta kun koet tuntevasi henkilön kunnolla, ovat nämä pulssia nostattavat aiheet turvallista maaperää.

6. Mitä ohjeita antaisit matkaan lähtevälle?

Sohvasurffaamaan kannattaa lähteä, mikäli on valmis olemaan sosiaalinen ja tinkimään omasta tilastaan ja hotellimukavuuksista. Kannattaa myös olla huolellinen hostia valitessaan, tsekata mahdolliset yhteiset kiinnostuksen kohteet ym. Oman kokemukseni mukaan sohvasurffaus on turvallista puuhaa, sillä jokaiselle hostille jätetään vierailun jälkeen profiiliin joko negatiivinen tai positiivinen suositus. Tietysti sivustolta löytyy selkeästi treffiseuraa etsiviä miehiä, mutta tällaisen haistaa kunkin profiilista nopeasti. Rento, avoin ja seikkailunhaluinen mieli on tässäkin matkustustavassa kaiken a ja o.

7. Pelottiko matkustaa "vain" naisseurassa?

Vaikka matkustimme Pian kanssa kummallakin reissulla kahdestaan, en muista pelänneeni juuri koskaan. Paikallinen kontakti luo turvallisuuden tunnetta hämmästyttävän paljon ja noin muutenkin veikkaan Helsingin keskustan olevan viikonloppuöisin kuumottavampi paikka kuin Lähi-Idän aavikko.

8. Oletteko itse ikinä majoittaneet reissaajia omiin koteihinne? Jos, ette – miksi?

Olen muutaman kerran matkustanut sohvasurffaajia ja kerran amerikkalaisen katusoittajayhtyeen. Mikäli rahat ovat vähissä, oiva tapa matkustaa on kutsua maailma kylään.

Hello travellers!

My name is Anni, I'm a 21 year old Finnish student from the tourism field, currently doing my thesis about CouchSurfing. I am researching the reasons and motivations why you are using this amazing portal and how do you generally feel about it. My subject in a nutshell is "What motivates you to take part?".

This in mind I have created a survey and I would truly appreciate if you would take the time to answer it! It takes about 5-10 minutes and the questions are in English and they are fairly simple. The survey will close on Saturday, 27/09/14.

You may find the survey here:

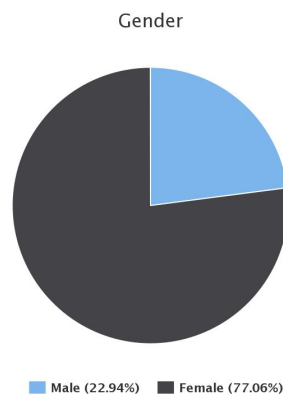
<http://kwiksurveys.com/s.asp?sid=vfywjn3b5l24p5r419692>

It would mean so much to me if you could kindly answer the questionnaire, it is very interesting to hear what motivates fellow travellers.

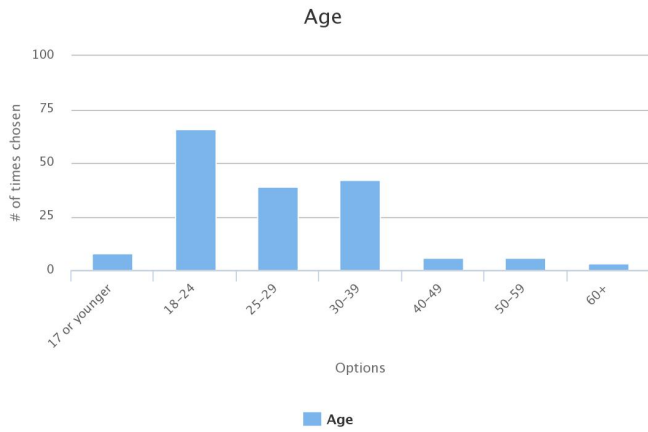
Thank you very much for your contribution!

With best regards,

Anni Harjula

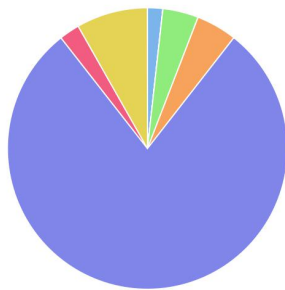


1)



2)

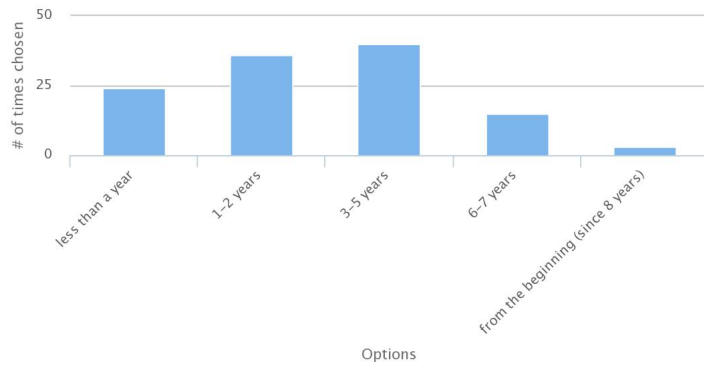
Where do you come from?



■ Africa (1.76%) ■ Antarctica (0%) ■ Asia (4.12%) ■ Australia (4.71%)  
 ■ Europe (78.82%) ■ North-America (2.35%) ■ South-America (8.24%)

3)

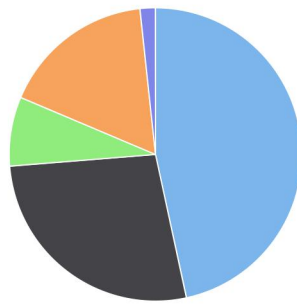
How long have you been a CouchSurfing member?



■ How long have you been a CouchSurfing member?

4)

Who do you usually travel with?



■ alone (46.61%) ■ with a friend (27.12%) ■ with my family (7.63%)  
■ with my boyfriend/girlfriend (16.95%) ■ Other (Please Specify) (1.69%)

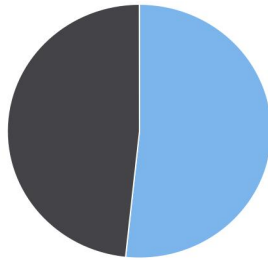
5)

Other text

Band, dj partner, girlfriend

I have never traveled

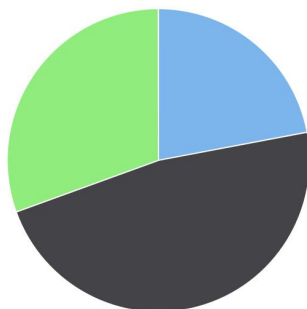
Are you an active member? (By active I mean hosting, surfing or otherwise participating in meetings, events etc. more than 2-5 times a year)



■ yes (51.69%) ■ nope, not really (48.31%)

6)

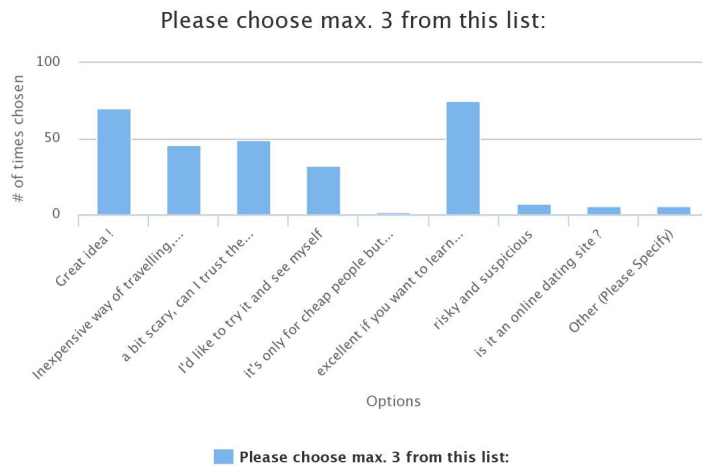
Are you a vouched member?



■ yes (22.03%) ■ no (47.46%) ■ I don't know what that means (30.51%)

7)





8)

Your first ideas about the network?

Other text

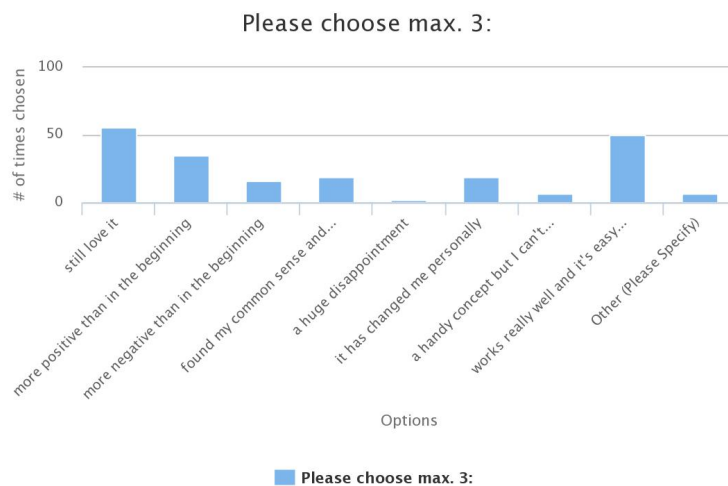
Great example of how good the average human really is  
great for shared activities with similar interests

good for meeting new friends in my own city, not only when I'm travelling.

The community is on the slide because there are more freeloaders than there were 3-4 years ago

a important mean to improve my english skills

A great way to offer hospitality to visitors to our country



9)

Your opinions nowadays about the network?

Other text

It is definitely worse off than it was though I'm afraid, with less personal couchre-

quests far more common now and more people looking for a free ride in general

Not bad, not good.

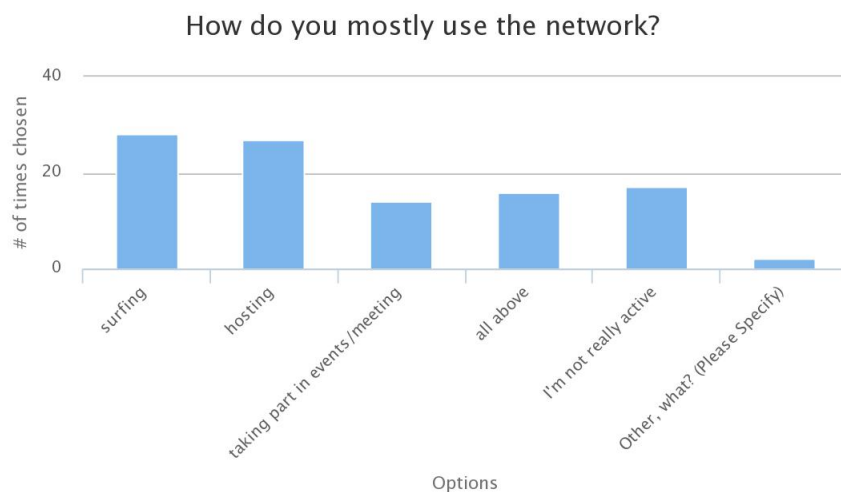
I would like someone could verify the profiles, its easy to do but difficult to take part of the community

people tend to lie a lot just to get a couch... it's funny to see how far can someone go.

My profile is <https://www.couchsurfing.org/storytelling> I have left a detailed response on my opinion of couchsurfing these days. I hope it's of use to you. Regards, William

more takers than givers unfortunately, any people i've hosted never hosted other people back

CS has evolved into not much more than a dating site and a base for people to seek cheap accommodation with no regard for the original ethos of CS



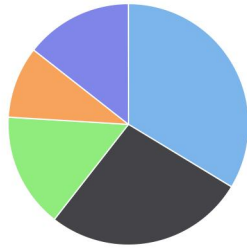
10)

Other text

sex

find info about a country by chatting in the groups

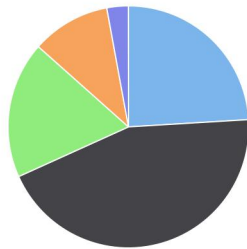
How many times have you hosted someone? (if you can't remember precisely, please take a guess as accurate as possible in that case!)



0 (33.65%) 1-5 (26.92%) 6-10 (15.38%) 11-20 (9.62%)  
20+ (14.42%)

11)

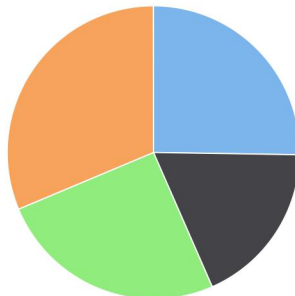
And how about surfing – how many times have you surfed?  
(if you can't remember precisely, please take a guess as accurate as possible in that case!)



0 (24.04%) 1-5 (44.23%) 6-10 (18.27%) 11-20 (10.58%)  
20+ (2.88%)

12)

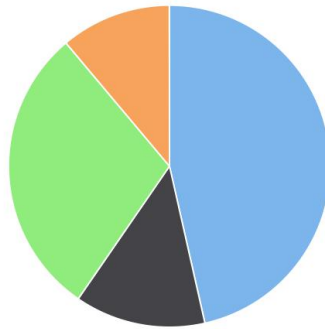
Do you usually offer a key to your home / flat to your surfer?



yes (25.25%) no (18.18%) it depends a lot every time (25.25%)  
I haven't hosted anyone yet (31.31%)

13)

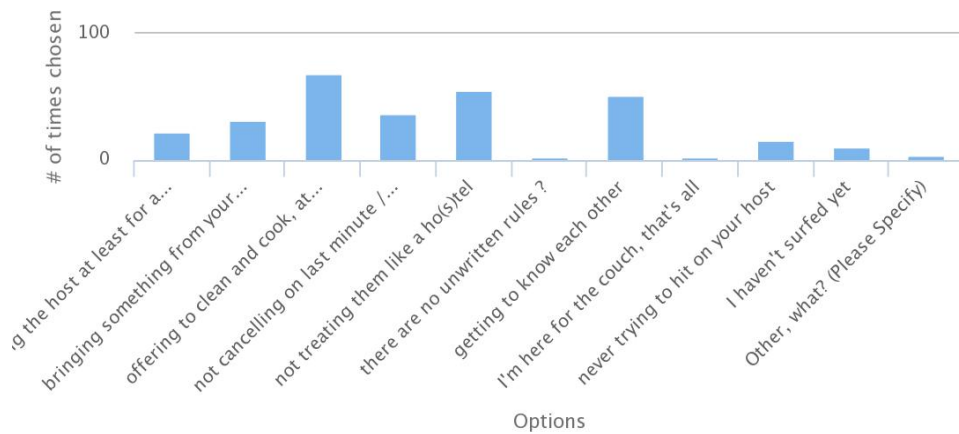
Have you stayed in touch with your CS friends after hosting / surfing ?



yes (46.46%) no (13.13%) we are Facebook friends but... (29.29%)  
I haven't surfed or hosted yet (11.11%)

14)

When surfing, what do you think are the most important "unwritten rules" ? Kindly make a selection of max. 4 options.



15)

Other text

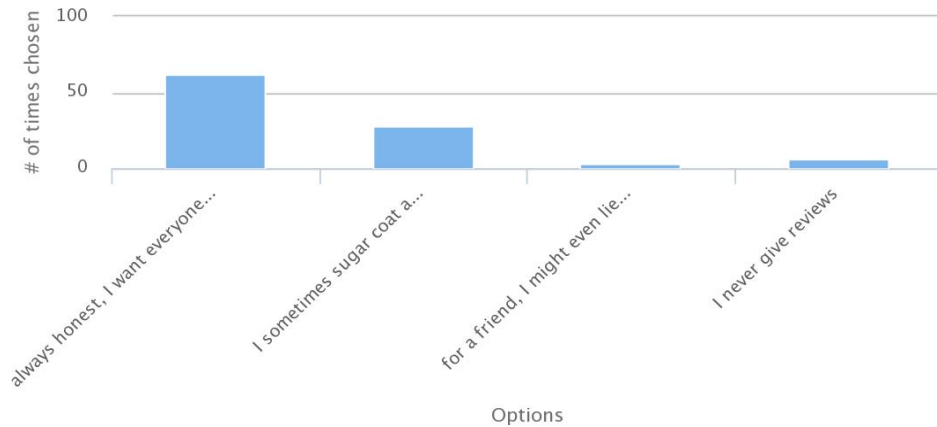
Spending some time together, and at the very least cleaning lots and being appreciative. Too often I've enjoyed the person staying, but wished they'd have a bit more appreciation for the place

Be as nice as possible, share time and smile

I have to have sex with him

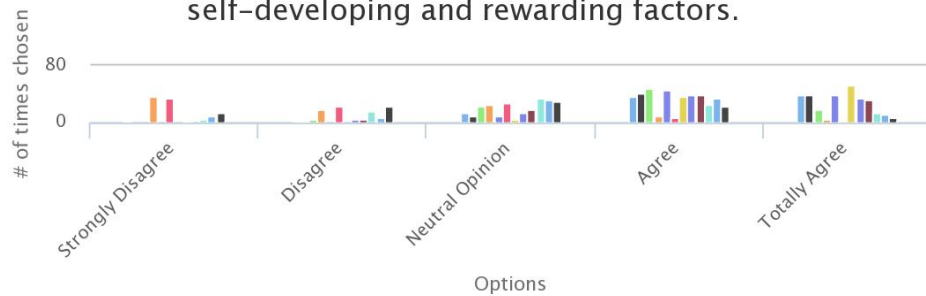
Adapt to the host rather than the opposite.

How honest are you in your feedback you post on fellow travellers' page?



16)

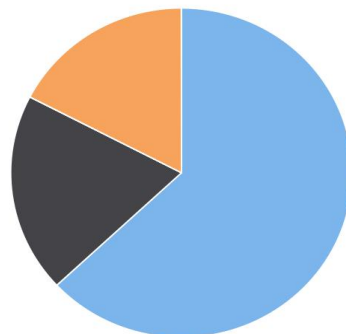
Please answer the following questions about cultural, social, self-developing and rewarding factors.



- inexpensive opportunities
- easy to find like-minded people and new friends
- to have company
- to find a romance
- to have good conversations
- to receive gifts from surfers all over the globe
- cultural exchange – showing my own culture and learning new
- to develop myself (become more open minded etc.) & learning to know myself better
- to learn & practice languages
- to be more ecological / environmentally friendly
- to help building a CouchSurfing community
- to get friends and references in CS

17)

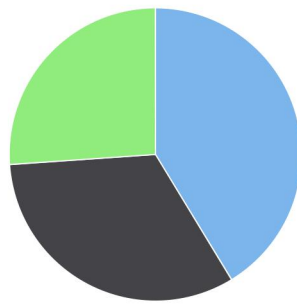
What are your opinions about the web portal?



- it works just as fine as I need... (63.04%)
- it has crashed many times (19.57%)
- the worst - my profile has been... (0%)
- no opinion here (17.39%)

18)

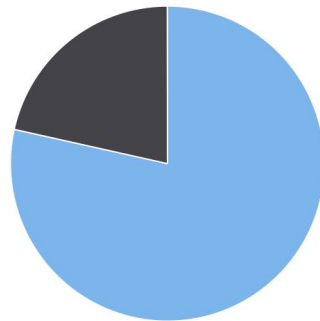
Does the CS portal provide you with enough information?



■ yes (41.3%) ■ not really, there's room for... (32.61%)  
■ I haven't really... (26.09%)

19)

Do you possibly have some developing ideas considering the web page?



■ Nope, not really (79.35%) ■ Yes, what? (Please Specify) (21.74%)

20)

Other text

Not very specific ones, but any changes they have made seem to have worsened and cheapened the experience, e.g. the open couchrequest thing

Include cs messenger - being able to chat while continue surfing on cs (e.g. like on facebook)

More interaction with the profiles, cleaning of profiles who never go there or never interact with others, when someone asks for a couch insist in your email to get the answer for the surfer

There should be something like a chatroom, where you can log in CHATROOM RIO DE JANEIRO for example, and see who is online at that exact moment, and obviously talk to them.

They have changed some things which were really good, but now is not available. This is a pity.

They should remove the "find people to host" function because it has created an in-

terface for guys to predatorily offer to host girls. I can't speak for all cities but in Melbourne at least when you browse through the options of people you can potentially host, you only see attractive women which have been offered "3+ host requests." Furthermore surfers should be encouraged to send out personalised requests not sit back and expect people to want to host them.

i think the availability option (filtering) when you look for a host could be a lot better. Overall the website didn't change much in 7 years, the website is too slow and heavy. So it is hard to access it from a cell phone. CS should make an app so one can easily send a request or just find friends in other places while traveling

better interface, better font, better layout of information for easier digestion

Some feedback rate from the surfers and host...

I think there is a lot to improve, for instance, they could have a tool where we could find hosts or guests by typing their names on the website. It is always down to to improve but I hardly change a thing.

Its interface ought to be changed altogether. It's total rubbish!

The option for searching events in a specific location should be in the initial page. Sometimes it takes time to find a place and which events are active there.

The webpage usually shows unread couch requests in the right upper-hand corner even though I have read them all and even answered those who have made the requests. That's a bit annoying.

i find it not so clear how to find the groups

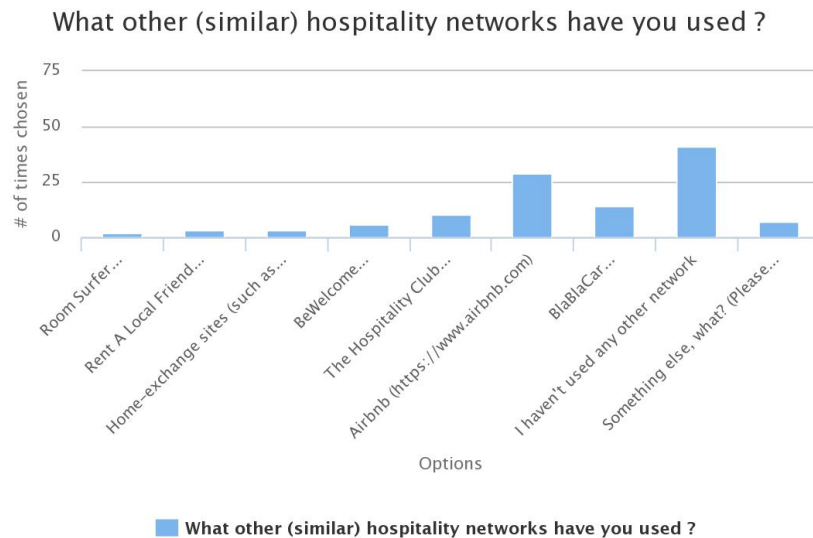
Bring backpackers/hostel users in to offer special rates for surfers and announce events in their area

They should provide an option for people that are in fact looking for more than just surfing (friends with benefits etc)

I have passed on my ideas to CS but they are never acted upon

Make it more user friendly

The mobile version can be made more user friendly



21)

Other text

[www.warmshowers.org](http://www.warmshowers.org)

I have listed on Aiebnb and Hospitality club, but never used these sites. The other sites , I had never heard about.

ashley Madison

gumtree

helpx and wwoof

TravBuddy

Haven't used it but I know many do: Meetup

22) Free space for all poetry about CouchSurfing, opinions & experiences:

amazing and changed my life

The idea and general philosophy is fantastic, and I've had many excellent experiences through the site, but it becomes more marketised with this 'invite travellers' option... I feel the idea of scrolling through travellers and picking one to invite is counter to what CS started off as. And whoever they have designing the website hates simplicity and loves confusion haha

I still love the concept, but I dislike that CS became a for-profit organization, and hope that the "free" alternatives can get more members.

It's great

I think CS is a great community, it helps people to know each other and really get the culture and the place they are visiting. And it open doors to do the travel of your life and have great moments without having a big budget. I host more than I surf, and so



far it is being a great experience. It is a good way to open your mind, practice a language and get way of home to experience the city.

Some of my best friends are from CS and we found each other that way, its amazing! But when I search for a couch I feel that is now even more difficult to find someone who is active on CS there are many fake or non-participative people around! Thank you for the opportunity on saying something.

didn't inspire me enough to write poetry.. I guess that should tell you something. But still I like it, had many crazy experiences with it. overall good! but not for everyone..

I love hosting and meeting people from all over the world. You are also welcome when or if you ever come to Australia. With my first 2 CS one was  
From Anu Sinkkonen  
Turku, Finland  
25 Jun 2008 Met in person Friend, Surfed 2 days  
Positive

I couchsurfed 2 night at Brians place. What a wonderful host. We had good discussions. He advised me a lot. Brian, I hope we'll meet again. I wish all the best for you. For me, CS is traveling when you cant afford to travel or circumstance prevent you going Overseas.

I am also interested in knowing the results of this thesis survey. "What motivates you to take part." You ask, . Well is my love of travel, Meeting people, helping people to see and experiance my way of life. Scoobado Coffs Harbour Australia. Brian

about the "dating" thing, it happened to me to have intimate relationships with couch surfers without seeking it specifically.

It is because there tends to be more single persons and also they tend to be more open minded or share same view of the world than me than the overall population

Wonderful incentive to get to know people and works for people who are stuck with no accomodations on last minute decisions

excellent community!

It has changed my life completely!

I am very grateful to all the members,people who invented it!

I've met people through friends who are active on couchsurfing. I'm not active myself

but I am on it for future use. I intend to go backpacking sometime soon so I check it out from time to time.

I think it is good for people like me, like traveling a lot out of my own country... And it's cool in China... People here should be encouraged to do the same as people do all over the world. The biggest problem here is the language. I would love to do the host but most of the time I can only do hang out and share my experience with the CS friends

all good:)

Its an Amazing Idea, Changed My Life.

I consider couchsurfing a amazing mean to have a inexpensive traveling as well as it's strong mean to meet different people and cultures. In my case, the couchsurfing is more usefull to learn and improve my english. I'm a poor history student from brazil and unfortunately I can't travel yet. Through CS maybe I can meet a foreign people and to have a opportunity to travel to other country. I would like so much to meet any english language country. This is my dream and perhaps I will reach one here in CS.

by Estevão Damacena

It's been great to be part of the couch surfing community. I have met plenty of great people from very different backgrounds and they have taught me so much. Nowadays I don't need to be lonely in hotels. I can use such a tool to meet people and hang out since now I got some good references.

All very good experiences.

It was really great way of travelling while my year in Australia. I couchsurfed in 6 places w/ my friend. We cooked meals for the hosts and they showed us around. We got to know all the hosts very well. Haven't been in contact with them all after that but one of them has already visited me once. Otherwise than hosting my host I haven't been hosting anyone else but my friends that I met when we were travelling. It feels a bit awkward to invite a stranger to my home while I'm very busy working and studyin. I feel the preassure even when my friends visit me that are they having enough fun etc. It would probably be even more with someone I don't know. I feel like I wouldn't have enough time for the surfer. Maybe I should give it ago again. :)

I no CS has sold out, but I have meet some great people through it and have nothing but positive stories from it. Only downside is when you get people using it for other

reasons.

CS is now a days full of people thinking it's a dating site. People also use it just to get a free bed, they don't respect hosts. In big cities, like London, it's very hard to get a host because of these issues, hosts get loads of request, and usually from people that don't understand CS at all. And usually this is just devastating amount of requests, so they end up not hosting anyone. It is also usually very hard to get the CS place and most of the time very hard work: searching, writing many request, trying to get the schedules work... sometimes everything works very well, but too often it's not worth the trouble.

Although I am new to couch surfing, I feel as though I have found the community I was meant to be a part of. I love meeting other open minded people from all over the world.

I really like it! Even though I think finding a couch is way harder (for example in the States) than to host someone, but I don't mind, hosting is nice with the right kind of people. I wouldn't couchsurf myself in every countries of the world but I feel like it is a safe option in many western/developed countries at least.

Website often lagging, not particularly easy to navigate. Too easily abused by commercial spammers or people not there for couchsurfing. Otherwise good.

It's very difficult to judge people's language skills in CS, which can be a bit of a hassle. Lacking a common (nearly fluent) language is a big wall to overcome when getting to know each other.

One problem I've heard and seen on others' profiles but not encountered personally, is the lack of negative reviews. Leaving a negative review often leads to the party having caused the negative experience to also leave a negative conflicting review. It becomes a war of reputation - who is actually to blame. And to have a negative review in once's profile is a really big alarm sign preventing further participation. Due to this negative comments often are left unsaid. I heard this is especially a problem when women stay with male hosts, where the host sees CS as a dating site.

love the whole concept!  
we should be able to trust to make friends all around the world

I'm a guy from Cape Town and I prefer hosting girls. Whilst I admit I will never pursue something with a girl if she is not interested, I will admit that I only host attractive girls and yes I have had (mutual, consensual) sex with a few of my guests and

also with my hosts overseas

Good stuff! I've made a lot of friends through CS.

I often receive couch requests, but then the person has already found a couch (i.e. has contacted more people at the same time). Someone has cancelled last minute. Often I have not been able to host, sometimes also because it has been a last minute request. Many people clearly don't read my profile information well/at all before messaging me on Couchsurfing.

It's a great idea and works wonders as long as people use it for the purposes it was made for.

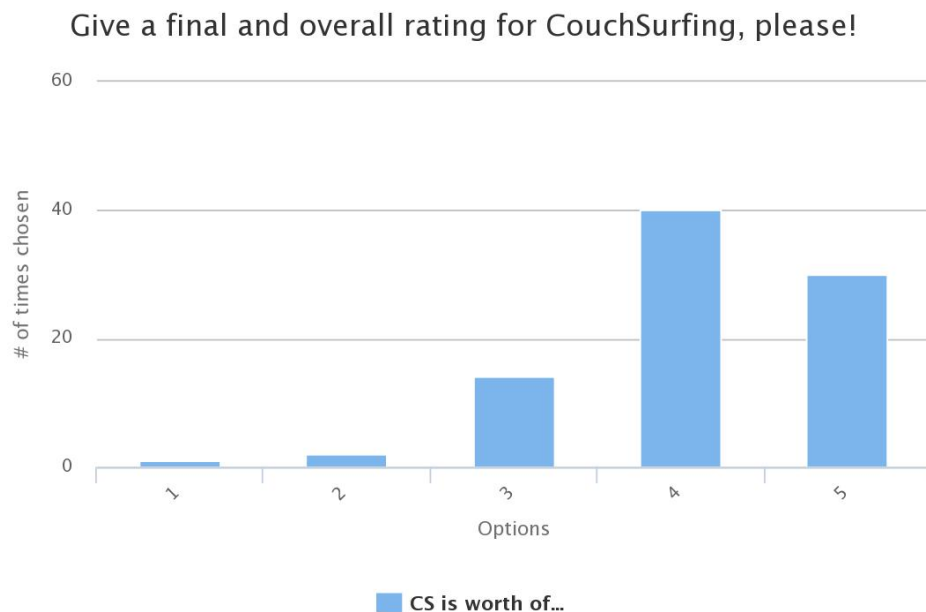
The critical element in CS is trust for everyone, surfer or host, so given the overall number of travellers hosting or being hosted, it would seem by and large to be working with the exception of the odd 'nightmare'cs experience.

You definitely need to be writing exactly what you want and are looking for... Sometimes well-reputed host can be totally different and try hit on you the first night you are there - not a very nice experience when all you wanted was a warm bed.

Cool

Great way to meet new people during trips but also when moving to a new city!

Good luck with your thesis anni!



23)