

PAPER DETAILS

TITLE: Dijital Göçebeler Perspektifinden Türkiye İmaj Algısına Yönelik Nitel Bir Çalışma

AUTHORS: Hacer Tasdelen

PAGES: 293-322

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3095982>

Dijital Göçebeler Perspektifinden Türkiye İmaj Algısına Yönelik Nitel Bir Çalışma

SELÇUK İLETİŞİM

DERGİSİ 2023;

16 (2):293-322

doi: 10.18094/ JOSC. 1286057



Hacer Taşdelen

ÖZ

Bu araştırmanın temel amacı, dijital göçebeler perspektifinden Türkiye imajını anlamaya çalışmaktır. Son yıllarda sayısı gittikçe artan dijital göçebeler, zamandan ve mekandan bağımsız şekilde çalışan, aynı zamanda seyahat eden yeni bir turist-işçi grubunu ifade etmektedir. Gittikleri ülkelere ekonomik katkı sağladıkları için çekici bir grup haline gelen dijital göçebeler, destinasyonları ziyaret etmeden önce kendi toplulukları ile yoğun iletişim halindedir. Gitmek istedikleri destinasyonlar hakkında tavsiyeler alan ya da tavsiyeler veren dijital göçebeler için ülkeler hakkında oluşturulan imajlar tercih edilebilirlik noktasında anlam taşımaktadır. Dijital göçebelerin aktif şekilde kullandığı Nomad List sitesi ve Reddit dijital göçebe topluluğu üzerinden verileri toplayan bu araştırma, nitel analiz stratejilerinden içerik çözümlemesini seçmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Türkiye, döviz üzerinden geliri olan kişiler açısından uygun yaşam maliyeti sunan, mutfak kültürü ve doğal güzellikler bakımından zengin ve sıcakkanlı insanlara sahip bir ülke olarak çekici bir imajla algılanmıştır. Ülkenin olumsuz imajında ise İngilizce konuşma oranının çok düşük olması, anti-demokratik yapı ve enflasyon kaynaklı fiyatların artış göstermesi gibi özellikler yer almıştır.

Anahtar Sözcükler: Dijital Göçebe, Ülke İmajı, İçerik Analizi, Nitel Veri Analizi, İmaj

HACER TAŞDELEN

Doktora öğrencisi

Fırat Üniversitesi

hacertasdelen@gmail.com

ORCID ID: : 0000-0002-8122-0560

SELÇUK İLETİŞİM DERGİSİ 2023; 16(2): 293-322

doi: 10.18094/ JOSC. 1286057

Geliş Tarihi: 20.04.2023 Kabul Tarihi: 18.07.2023 Yayın Tarihi: 15.10.2023

A Qualitative Study on Image Perception of Turkey from the Perspective of Digital Nomads

JOURNAL OF SELCUK
COMMUNICATION 2023;
16(2): 293-322
doi: 10.18094/ JOSC. 1286057



Hacer Taşdelen

ABSTRACT

The main aim of this research is to understand the image of Turkey from the perspective of digital nomads. Digital nomads, whose number has been increasing in recent years, represent a new group of tourist-workers who work independently of time and place and travel. Digital nomads, who communicate closely with their communities before visiting their destinations, form images of the countries they are interested in visiting or give advice on, which are important in terms of their preferences. This research, which collects data from the Nomad List site and the Reddit digital nomad community, has chosen content analysis as one of the qualitative analysis strategies. According to the results, Turkey was perceived with an attractive image as a country that offers affordable living costs for people with income in foreign currency, is rich in culinary culture and natural beauties, and has friendly people. On the other hand, the country's negative image included features such as; a meager rate of speaking English, an anti-democratic structure and an increase in prices due to inflation.

Keywords: Digital Nomad, Country Image, Content Analysis, Qualitative Data Analysis, Image

HACER TAŞDELEN

PhD Student

Firat University

hacertasdelen@gmail.com

ORCID ID: : 0000-0002-8122-0560

JOURNAL OF SELCUK COMMUNICATION 2023; 16(2):
293-322 doi: 10.18094/ JOSC. 1286057

GİRİŞ

İnsanoğlunun varlığıyla eş değer geçmişe sahip olan göçebelik, geçmişten günümüze kadar çeşitli nedenlerle ve farklı rotalarda devam eden bir eylem halindedir. Avcı-toplayıcı dönemden daha iyi yaşam koşullarına ulaşmak için yapılan göçebelik faaliyetleri, yerleşik düzene geçildikten sonra da durmamıştır. Kapitalist dünya düzeniyle birlikte dünyanın birçok ülkesinde faaliyet göstermek isteyen ulus ötesi şirketler belirledikleri lokasyonlara iş gücüyle beraber göç etmiştir. Gelişen dünyanın bir başka göç sebebi olan eğitim kriterine göre daha iyi eğitim imkanları sağlayan -çoğunlukla Batılı- ülkelere yönelik bir hareket söz konusudur. Ekonomik sebepler ve bireylere göre değişen motivasyonlarla, teknolojinin birleşimi günümüz koşullarında yeni bir göçebelik türünü ortaya çıkarmış ve bu yaygın hale gelen anti-sedentarist hareket dijital göçebelik olarak kavramsallaştırılmıştır.

Dijital göçebelik son yıllarda popülerliği artan bir olgu olsa da kavramın kökleri 1997 yılına uzanmaktadır. Tsugio Makimoto ve David Manners'in geleceğe yönelik öngörüler taşıyan kitabı "Digital Nomad" dijital göçebelik kavramının tohumlarını ekmekle birlikte dijital hayata dair açıklayıcı bir vizyon sunmuştur. Bilişim teknolojilerinin emekleme dönemi sayılabilecek bir zamanda yazılan bu kitap, yeni teknolojilerin iş ve boş zaman arasındaki dengeleri değiştireceğini ileri sürmüştür. Yazarlara göre yeni teknolojiler sayesinde standart mesai kavramı ve ofis algısı değişecek ve bu durum, adına dijital göçebelik denenen yeni bir yaşam stilini ortaya çıkaracaktır.

Kavramın ilk ortaya atılışından yaklaşık 10 yıl sonra Timothy Ferriss tarafından yazılan "The 4-Hour Work Week" kitabında dijital göçebelik konusu güncellik kazanmıştır. Çalışanlar için "9-5 mesaisinden kurtulma, istenilen yerlerde çalışma ve yeni zenginlere katılma vaadi" sunan kitap yayımlandığı dönemde dikkatleri üzerine çekmiştir. Kitapta sunulan hayat, Makimoto ve Manners tarafından ortaya atılan dijital göçebelik yaşam stiline gelişen teknolojilerde ayağı yere daha sağlam basan bir versiyonunu oluşturmaktadır.

Dijital göçebeler, modern yaşamın koşuşturmasından ve standart mesai saatleri zorunluluğundan bir kaçış olarak ortaya çıkmıştır. İnternetin ve bilgisayarın olduğu her yer dijital göçebelerin çalışma ortamıdır ve dijital göçebelerin çalışması için sabit bir ofise ihtiyaç duyulmamaktadır. Bu yaşam tarzı, dijital göçebelere seyahat olanağı, çalışma saatlerinde esneklik ve kabul görmüş ofis ortamından kaçışı sunmaktadır (Nash vd., 2018, s. 8). Dijital göçebelik; mobil teknolojilerin, günlük yaşam

ve farklı çalışma ortamlarına dahil edilmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkan yeni bir mobilite türüdür. Gün geçtikçe popülerlik kazanan bu yaşam tarzı, geleneksel yerleşik bakış açılarını, eve, işe ve hatta ulus devlete bağlılıkları reddetmektedir. Dijital göçebelerin mobil yaşam tarzı, aile yaşamı ve çalışma kültürleri açısından toplumlar için potansiyel olarak geniş kapsamlı etkilere sahiptir (Hannonen, 2020).

COVID-19 pandemisi ile birlikte ivme kazanan mekandan bağımsız esnek çalışma stilleri dijital göçebeliğe yönelik talebin artmasına neden olmuştur. Bağımsız bir araştırma şirketi olan MBO Partners tarafından gerçekleştirilen "Digital Nomad 2022" araştırma sonuçlarına göre kendilerini dijital göçebe olarak tanımlayan kişilerin oranı pandemiden önceye kıyasla %131 artmıştır. Aynı çalışmanın sonuçlarına göre dijital göçebe olan katılımcıların %47'sinin Y kuşağına tabi olduğu belirlenmiştir. Bunu takip eden X ve Z kuşakları arasında düşük bir fark olmakla beraber daha ileri yaşlara sahip olan "baby boomer" kuşağın dijital göçebeliğe mesafeli yaklaşan kuşak olduğu görülmüştür. Dijital göçebelerin profillerine yönelik çıkarımlar da yapan araştırmaya göre dijital göçebeler; teknik bilgili, beceri odaklı ve iyi eğitilmiş kişilerden oluşmaktadır. Dijital göçebelerin profilleri hakkında bilgiler veren diğer çalışmalara göre dijital göçebeler; çoğunlukla Batılı, Y kuşağı, bekar, iyi eğitilmiş, ortalama gelire sahip, kendi programına göre çalışan ve ağırlıklı olarak dijital pazarlama, web tasarımı, yazılım mühendisliği, bilgisayar programlama ve video dili eğitimi alanlarında faaliyet gösteren kişiler olarak değerlendirilmiştir (Reichenberger, 2017; Thompson, 2019). Vasıfları bakımından kalifiye sayılabilecek dijital göçebeler, ülkelerin turistik faaliyetlerine katkı sağlamak için başvurulabilecek kaynaklardan biri olarak görülmeye başlanmıştır. Pandemi sonrasında iş hayatında eve bağımlı bir dönem başlamış, turizm faaliyetleri de olumsuz şekilde etkilenmiştir. Bu iki sonucu ortak bir paydada buluşturmak isteyen ülkeler, dijital göçebeliği turizmi hareketlendirmek için fırsat olarak görmüş, mekandan bağımsız çalışma ve seyahat ilkelerini içeren yeni bir turist tipolojisi ortaya çıkarmıştır. İş yerlerinden bağımsız çalışan kişilerin ülkelere gelir kazandırması ve turistik faaliyetleri monotonluktan kurtarması için ilk olarak Estonya bir yıllık süreyi kapsayan dijital göçebe vizesini çıkarmıştır. Daha sonra bunu Barbados, Meksika, Hırvatistan ve Portekiz gibi ülkeler takip etmiş ve günümüz koşullarında dijital göçebe vizesi veren ülke sayısı azımsanmayacak bir hale gelmiştir (Chevtava & Denizci-Guillet, 2021, s. 1). Dijital göçebelik ile ilgili çalışmalar incelendiğinde yerli ve yabancı literatürde konuya ampirik ve etnografik yaklaşan çalışmaların olduğu görülmüştür. Çoğunlukla dijital göçebe bireylerle yapılan görüşme sonuçlarına dayanan çalışmalar, dijital göçebeliği yaşam tarzı, ekonomi ve turizm pratikleri ile sosyo-kültürel etkiler bakımından değerlendirmiştir. Dijital göçebeliği

kavramsallaştırmaya yönelik yapılan çalışmalarla (Green, 2020; Hannonen, 2020; Richards, 2015) birlikte dijital göçebeliğin altında yatan motivasyonları inceleyen çalışmalar (Reichenberger, 2017; Willment, 2020) kavrama yönelik açıklayıcı literatür oluşturma görevi taşımıştır. Dijital göçebeliği ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan değerlendiren (Cook, 2020; Mancinelli, 2020; Orel, 2019; von Zumbusch & Lalicic, 2020) çalışmalarda dijital göçebelik ile ortak yaşam alanları ve seyahat odaklı yaşam tarzı araştırılmıştır. Dijital göçebelik ve turizm arasındaki ilişkiye odaklanan Chevtava ve Denizci-Guillet (2021) dijital göçebeliği yeni bir turist tipolojisi çerçevesinde değerlendirmiştir.

Dijital göçebeliği ele alan yerli literatüre bakıldığında dijital göçebeliği hedonizm ile ilişkilendiren (Kaya Deniz, 2019); dijital göçebeliğin ardındaki motivasyonları inceleyen (Akın, 2021); dijital göçebeliğe yönelik alan taraması sunan (Düzgün & Akın, 2022) ve dijital göçebelerin en çok tercih ettiği destinasyonlar üzerinden konuya yaklaşan (Kocaman, 2021) çalışmalara rastlanmıştır. Türkçe alanyazındaki dijital göçebelik ile ilgili çalışmalara katkı sunmayı amaçlayan bu çalışmada; dijital göçebelik kavramı, ülke imajı çerçevesinden değerlendirilecektir. Ülke imajı, kişi ya da kişilerin belirli bir ülke hakkındaki tanımlayıcı, çıkarımsal ve bilgisel inançlarının toplamından oluşmaktadır (Martin & Eroğlu, 1993, s. 193). Kotler ve arkadaşlarına göre ülke imajı; insanların bir yer hakkında sahip olduğu inanç ve izlenimlerin bütünüdür ifade etmektedir. İmajlar, bir yerle bağlantılı çok sayıda ilişkinin ve bilgi parçasının basitleştirilmiş halini temsil etmektedir ve bir yerle ilgili büyük miktarda veriden önemli bilgileri işlemeye ve seçmeye çalışan zihnin bir ürünüdür (Kotler & Gertner, 2002, s. 42). Ülke imaj algısını şekillendiren farklı kaynaklar mevcuttur ve bu kaynaklar neticesinde bireylerde belli bir yere karşı belirli algılar oluşmaktadır. Bir kişinin daha önce ziyaret ettiği bir ülke hakkındaki bilgi, düşünce, izlenim, tecrübe ve yargıları ülke imaj algısını şekillendiren doğrudan kaynaklardan olmaktadır. Bunun yanında bir ülkeyi daha önce ziyaret etmemiş bir kişinin çevresinden o alan ile ilgili aldığı bilgiler, ülke ile ilgili medyada yer alan içerikler ve ülkenin uluslararası kültürel ürünleri ülke imaj algısını biçimlendiren dolaylı kaynakları oluşturmaktadır. Ticaretten sanata kadar her alana etki eden olumlu ülke imajı en çok da turizm faaliyetlerine katkı sunmaktadır. Ziyaretçileri ve potansiyel ziyaretçileri için olumlu imaja sahip olan bir ülke, ziyaret edenlerin tekrar gelmesini, ziyaret etmeyenlerin de o ülkeye yönelik seyahatler planlamasını sağlamaktadır.

Baskın turist tipolojilerinden farklı konumda olan dijital göçebelerin, ülkeler hakkındaki olumlu imaj algıları, mevcut ülkeyi ve/veya destinasyonu dijital göçebe toplulukları için potansiyel bir rota haline

getirebilmektedir. Yaşadıkları ülkelerde en az bir ay kalan dijital göçebeler, kültürel çeşitliliğin yanında ülkelere ekonomik olarak katma değer sağlamaktadır. Konaklama, günlük yaşam aktiviteleri ve turistik geziler için maddi kaynaklar ayıran dijital göçebeler, bir destinasyonu beğendikleri zaman orada geçirmek istedikleri süreyi uzatmaktadır. Bu araştırmada temel amaç, dijital göçebelerin perspektifinden Türkiye imaj algısının ne şekilde oluştuğunu, temel olarak hangi özellikler etrafında şekillendiğini anlamaya çalışmaktır. Dijital göçebelerin profilleri göz önüne alındığında Türkiye'ye potansiyel "nitelikli beyin göçünü" çekme açısından bir fırsat olduğu bununla birlikte dijital göçebelerin Türkiye'de kaldıkları süre boyunca döviz akışında olumlu etki yaratacakları düşünülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin olumlu ve olumsuz özelliklerinin detaylandırılmasının ve negatif taraflarına yönelik önerilerin sunulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Nitel veri analiz stratejisinin kullanıldığı araştırmada ikincil veri kaynakları üzerinden içerik çözümlemesi yapılmıştır. İki farklı kaynağın verilerini araştıran çalışmada, ilk etapta dijital göçebelerin destinasyon belirlerken başvuru kaynak olarak kullandığı sitelerden biri olan Nomad List üzerinden Türkiye odaklı veriler doğal, sosyo-kültürel, ekonomik, psikolojik ve teknolojik unsurlar şeklinde belirlenen temalara göre içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. Araştırmanın ikinci etabında çalışma sonuçlarını pekiştirmek ve veri çeşitliliğini arttırmak adına Reddit sitesinin dijital göçebe topluluğuna başvurulmuştur. Dijital göçebe topluluğunda Türkiye hakkında bilgi, fikir, deneyim ve tavsiye içeren yorumlar yapan kullanıcıların paylaşımları yeniden içerik çözümlemesi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Yorumsamacı bir yaklaşımla ele alınan bu veriler temel olarak olumlu ve olumsuz kategoriler etrafında gruplara ayrılmış ve bu kategorilerin altında ülke imaj algısına yönelik özellikler belirlenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Ülke İmajı

Disiplinlerarası bir konu olan imaj kavramı, birçok araştırmacının farklı perspektiflerden yaklaşımlarına fırsat vermektedir. Doğrudan bir alana bağlanamayan bu kavram kişiler, hizmetler, ürünler, olaylar, düşünceler, kurumlar, uluslar, ülkeler ve devletler hakkında edinilmiş olan algı, izlenim, genel kanı ve beyinde tasarlanan kurgu olarak tanımlanmaktadır (Yerdelen, 2011, s. 44). Bir başka tanıma göre imaj; kısa ve uzun vadede, bir kişinin, kurumun, objenin ya da ülkenin sahip olduğu tüm değerleri ile ilgili simgelerin algılanışıdır (Gültekin, 2005, s. 127).

İmaja yönelik yapılan birçok tanımlamanın ortak yönü kavramın çeşitliliğini ortaya koymaktadır. İçerisinde farklı kategorileri barındıran imaj, bu çalışmada ülke imajı üzerinden değerlendirilmektedir. Bannister ve Saunders, ülke imajını farklı değişkenler tarafından oluşturulmuş, genelleştirilmiş görüntüler olarak tanımlamaktadır. Tanım içerisinde yer alan farklı değişkenler; ülkeye ait ürünler, ekonomik, politik, sosyal ve tarihsel gelişmeler, gelenekler, sanayileşme ve teknolojiyen oluşmaktadır. Bir ülkenin farklı dinamiklerinden yola çıkılarak oluşan ülke imajı, sabit kalmamakla beraber zamanla algısal değişikliklere de uğrayabilmektedir (1978, s. 562).

Ülke imajı, bir ülkeye karşı yaklaşımın öncülü olarak kabul görmekte; ekonomik, politik, kültürel ve turistik birçok faaliyete önemli derecede etki etmektedir. Ülke imajına dair ilk tanımlamaların yapıldığı yıllarda ülke imajı, daha çok o ülke etiketiyle üretilen ürünler üzerinden değerlendirilmiş (Nagashima, 1970) olsa da küreselleşme ve gelişen teknolojilerle birlikte bilişsel ve duyuşsal boyutları olan bir kavram olarak incelenmektedir. Ülke imajının bilişsel boyutu; kişilerin diğer bir ülkeye ilişkin düşünce ve inançlarını kapsamakta iken duyuşsal boyut; kişilerin başka bir ülkeye dair duyuşsal tepkilerini, hislerini içermektedir (Maher & Carter, 2011, s. 560). Farklı boyutlar üzerinden değerlendirilen ülke imajı aynı zamanda farklı kaynaklardan toplanan bilgiler çerçevesinde de oluşabilmektedir. Bir kişinin kendi tecrübeleri sonucunda oluşan imajın yanında arkadaş çevresi, medya ve resmi kaynaklardan edinilen bilgilerle birlikte ilgili ülkeye karşı bir algı oluşabilmektedir. Belli bir ülkenin zihinlerde oluşturmak istediği imaja yönelik yaptığı stratejik itibar hamleleri, star olarak yansıtılan liderler ve sportif başarılar, ülkenin imaj algısında önem taşıyan diğer faktörlerdendir (Gültekin, 2005).

Dijital Göçebelik

Kendine has bir yaşam tarzı olarak dijital göçebelik, bireylerin dizüstü bilgisayarlarından uzaktan çalışabilme ve bir ofisten bağımsız olarak dünyayı dolaşabilme özgürlüğünü kullanma becerisi olarak tanımlanmaktadır (Thompson, 2019, s. 27). Dizüstü bilgisayarları ve iyi bir internet bağlantıları olduğu sürece her yerde çalışabilen dijital göçebeler, geleneksel ofis çalışma şekline güvenmeyen bunun yerine ne zaman ve nerede çalışacaklarını kendileri seçen bir topluluktan oluşmaktadır (Müller, 2016, s. 344). Dijital göçebeliğe bir başka tanım getiren Lieg'e göre dijital göçebe her zaman, her yerde çalışmak için dijital teknolojilerle donatılmış bir mobil bilgi çalışanı olarak adlandırılmaktadır (2014, s. 163).

Dijital göçebeler, temel istihdamı internette gerçekleşen işçilerdir. İşlerini yürütmek için herhangi bir ofise ya da mekana gelmeleri gerekmemektedir, bu nedenle mekandan bağımsızdırlar. Ancak dijital göçebeler bu mekan bağımsızlığını daha da ileri götürmekte ve bunu konum bağımsızlığına taşımaktadırlar. Sadece ofis dışı çalışma ya da evden çalışma gibi seçeneklerle ilgilenmek yerine iş biçimlerine seyahati de eklemektedirler. Dijital göçebeliğin doğasında seyahat ve turizm önemli bir yere sahiptir. Dijital göçebelik; doğası gereği gurbetçiler, iş amaçlı seyahat edenler, gezginler, serbest çalışanlar ve küresel göçebelerden farklılık göstermektedir (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021). Yurt içinde ve/veya yurt dışında belli lokasyonlar seçerek çalışma hayatlarını devam ettiren dijital göçebeler için yer seçimlerinde temel kriterler, eğlence ve kendilerine hitap eden yaşam tarzı şeklindedir (Rosenwald, 2009).

Timothy Ferriss'in (2007) yaşam tarzı tasarımı kavramıyla kesişen dijital göçebe hayatında mobilite ve verimli gelir önem taşımaktadır. Yaşam tarzı tasarımı; daha düşük maliyetli bir yere taşınarak ve gelir getiren görevleri otomatikleştirerek veya bunları geliştirmekte olan ülkelerdeki daha düşük işçilik maliyetleri olan insanlara yaptırarak kişinin zamanını daha fazla kontrol etmesini içermektedir. Bu ekonomik strateji, insanların yaşam maliyetindeki coğrafi farklılıktan yararlanmalarına ve daha güçlü para birimlerinde kazanılan bir gelirin satın alma gücünü artırmalarına olanak tanımaktadır. Dijital göçebelerin hayatına bakıldığında çoğunlukla güçlü pasaporta sahip olan, beyaz, iyi eğitilmiş bireylerin (Green, 2020) kazandıkları paraları daha verimli harcayabilecekleri ülkelere doğru bir rota izledikleri görülmektedir. Dijital göçebe yaşamını ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan ele alan Mancinelli (2020) katılımcılarla yaptığı mülakat sonuçlarında, dijital göçebe hareketliliğini etkileyen önemli faktörlerin özgürlük ve mevcut sisteme karşı çıkma güdüsüyle başladığını saptamıştır. Sabit bir konutu terk etmek, katılımcılar için yalnızca bir özgürlük ve aracılık biçimini değil, aynı zamanda belirsiz bir gelecekte maddi ödüller elde etmek için sonsuz bir rekabet olan "sıçan yarışına" alternatif bir değerler sistemi arayışını da somutlaştırmaktadır. İstikrarlı bir hayatın dayattığı değerler sistemini sorgulamak vesilesiyle yola çıkan dijital göçebelerin hareketlerinde en çok dikkat ettiği unsurlar; internet bağlantısı, yaşam maliyeti ve benzer düşünen insanlardan oluşan bir topluluğun varlığı şeklindedir. Dijital göçebelerin profillerine göre sonuçlar da veren çalışmaya göre katılımcıların çoğunluğu –yaş, gelir ve statüleri farklılık gösterse de– orta sınıf bireyler olarak kabul edilebilmekte, bir başka açıdan bakıldığında ise çoğunun kendi ülkelerinde

istikrarlı barınma, eğitim fırsatları, seyahat ve eğlence için harcanabilir gelirin olduğu anlamına ulaşabilmektedir.

Gerekçelendirme teorisiyle dijital göçebeliğin altındaki motivasyonları açıklamaya çalışan Schlagwein (2018) bunu ilham, yurttaşlık ve piyasa koşulları şeklinde üç kategoriye ayırmaktadır. Yeni kültürel ve kişisel deneyimlerin arzusu; seyahat etmek ve dışsal kültürlerden elde edilen kazanımların kişisel gelişime katkısı gibi faktörler dijital göçebeliğin ilham verici gerekçesini oluşturmaktadır. Yurttaşlık gerekçesinde ise aynı düşünce yapısına sahip insanların bir araya gelmesi, çevrim içi ya da çevrim dışı şekilde buluşması ve kendi topluluklarını oluşturması yer almaktadır. Son olarak ortaya konan piyasa gerekçesi ise maddi olarak daha iyi hayat sürdürülebilecek lokasyonların tercih edilmesini içermektedir. Amerika'da ya da çoğunlukla Batılı ülkelerde yaşayan kişilerin, düşük gelirleriyle konforlu yaşayabilecekleri, yatırım yapabilecekleri aynı zamanda iklim açısından da verimli olan Bali, Ubud, Chang Mai gibi yerleri tercih etmesindeki temel motivasyon piyasa gerekçesi ile açıklanmaktadır. Dijital göçebelerin söylemlerinde özgürlük vurgusu güçlü bir şekilde yer almaktadır. Çoğunluğu sanayileşmiş varlıklı ülke vatandaşlarından oluşan dijital göçebeler, ülkelerinin sosyal sistemlerine karşı muhalif bir duruşu temsil etmektedir. Yerleşik bir yaşam sürmeyi reddetmeleri, anti-sedentrist tavırları, geleneksel olarak yer temelli yaşam biçimlerini ve bunların sosyal konum göstergelerini anlamak için kullanılan ev/iş yeri, üretken zaman/tatil gibi ikili ayrımların karşısında durmaları dijital göçebe karakterine has özellikleri oluşturmaktadır (Korpela, 2019).

Dijital göçebeleri sınıflandıran birçok çalışma genel olarak sırt çantalı gezginleri, küresel göçebeleri, teknoloji odaklı gezginleri (flashpacker) farklı kategorilere ayırmaktadır (Reichenberger, 2017; Richards, 2015). Bütün bu gruplar yazarlar tarafından dijital göçebeler olarak görülse de, hepsi kendi içinde farklı özellikler barındırmaktadır. Dijital göçebeler ve sırt çantalı gezginler arasındaki temel fark, sırt çantalı gezginlerin yolculuklarını desteklemek için çalışmaya ihtiyaç duymadan turistik veya yaşam tarzı nedenleriyle seyahat etmeleridir (Mouratidis, 2018, s. 31). Teknoloji odaklı gezginler ve küresel göçebeler, dijital göçebelerle benzer özellikler taşıdıkları gibi belirli noktalardan da ayrışmaktadır. Küresel ve dijital göçebeler minimalist yaşam tarzına yönelme, tüketim kültüründen kaçınma gibi özellikleriyle birbirine benzemektedir (D'Andrea, 2006; Kannisto, 2014; Nash vd., 2018). İki grubu birbirinden ayıran temel özellikler ise konaklama tercihleri ve iş süreleri olmaktadır. Ampirik kanıtlar, dijital göçebelerin, özellikle konaklama sektöründe, büyük ölçüde paylaşım ekonomisine güvendiğini göstermektedir. Dijital

göçebeler konaklama için çoğunlukla AirBnB sitesi üzerinden rezervasyon sağlamaktadır (Thompson, 2019; Wang vd., 2018). Mülk sahibi olan dijital göçebelerin küçük bir kısmı da bunları kiraya verdiği için, platformun kullanımı genellikle iki taraflı gerçekleşmektedir.

Dijital göçebeler, ne kadar az kontrolün o kadar iyi olduğu ve esneklik için bolca alanın tanındığı bir iş disiplinine değer vermektedir. Dijital göçebeliğin vaat ettiği esneklik ve hareketlilik düzeyi, hevesli dijital çalışanlar için çekici bir yaşam tarzı sağlarken, bu yaşam tarzı aynı zamanda özgürlük ve istikrar arasında bir denge talep eden bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Dijital göçebeler genellikle kendilerini, talep üzerine esnek çalışma düzenlemeleri ile bağımsız yükleniciler olarak kısa süreli çalışmalarına izin veren, ancak sürekli çalışma konusunda yetersiz bırakabilen geçici işlere güvenmektedir; ancak bu durum bazı dezavantajları da beraberinde getirmektedir (De Stefano, 2015). Proje bazında işlerin yapılması sağlık sigortası ve yıllık izin gibi yan haklardan yararlanmayı zorlaştırmaktadır. Bir işletmenin tam zamanlı çalışanlarına sağladığı bu haklar, daha geniş güvenlik ağına erişimi olmayan dijital göçebeler için tehlikeli bir durumla sonuçlanabilmektedir. Dijital göçebe yaşam tarzında karşılaşılan bir diğer zorluk, yalnızca ülkeden ülkeye değil, aynı zamanda çalışma alanından çalışma alanına da sürekli hareket etmektir. Bu, dijital göçebeye yalnızca hareketlilik, mekanlar arasında hareket etme ve yer bulma sorunu değil, aynı zamanda kaynakların seferber edilmesini ve yerel altyapıların navigasyonunu gerektiren daha karmaşık göçebelik sorununu da doğurmaktadır (Nash vd., 2018).

COVID-19 pandemisi sonrasında uzaktan, esnek çalışma stillerinin birçok şirket tarafından tercih edilmesiyle beraber dijital göçebeler için koşullar daha uygun hale gelmiştir. Dijital göçebelere dair istatistikler sunan kaynaklara göre yaklaşık 35 milyon dijital göçebe bulunmakta ve bu oranın önümüzdeki yıllarda artış göstermesi beklenmektedir. Çoğunluğu Amerikan vatandaşı olan dijital göçebelerin küresel ekonomik değeri yaklaşık olarak 787 milyar dolar civarındadır. Ekonomik olarak ciddi bir değere sahip olan dijital göçebelerin demografik bilgilerine bakıldığında erkekler, kadınlardan biraz daha önde görünmekte ve dijital göçebeliğin çoğunluğu 30'lu yaşlarında bu deneyimi yaşamaktadır (Carlos, 2022; Statista, 2022).

Dijital göçebelerin yaşam stillerine göre en çok tercih ettiği üç ülke sırasıyla Meksika, Tayland, Endonezya şeklindedir, aynı listenin yedinci sırasında da Türkiye yer almaktadır (Statista, 2022).

Sanayileşme sonrası insanların daha iyi koşullarda yaşamak ve daha çok gelir elde edebilmek amacıyla gelişmiş ülkelere ya da bölgelere doğru yaptığı hareket, dijital göçebe yaşamında tersi bir şekilde seyir göstermiştir. Amerika Birleşik Devletleri ve gelişmiş Avrupa ülkelerinin vatandaşları olan dijital göçebeler, kendi ülkelerine kıyasla gelişmişlik ölçütü daha geride olan ülkelere doğru bir rota izlemektedir. Çalışma hayatlarını parça başı işlere dayanan “gig ekonomisi” üzerinden temellendiren dijital göçebeler; Upwork, Fiver, RemoteOK, Indeed gibi siteler üzerinden potansiyel müşterileriyle iletişim kurmakta ve hizmet tabanlı işler yürütmektedir. Paylaşım ekonomisine değer veren dijital göçebeler konaklama tercihlerini Airbnb üzerinden gerçekleştirmekte, ortak çalışma alanları üzerinden de işlerini yürütmektedirler. Sosyalleşme amacıyla genellikle dijital göçebe Facebook gruplarından, Nomad List sitesinden ve Slack kanallarından yararlanan dijital göçebeler bu platformlar aracılığıyla etkinlikler oluşturmakta ve aynı destinasyonlarda bulunan dijital göçebeler ile bir araya gelmektedir. Gittikleri ülkelerde en az bir ay kalan dijital göçebeler, bulundukları ülkelere hem ekonomik hem de sosyo-kültürel açıdan katkı sağlayabilmektedir. Dijital göçebelere özel vize programları uygulayan ülkeler, dijital göçebelerin oturum izni alması sonucunda uyguladıkları vergilendirme sistemleri üzerinden bir gelir akışı oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı; dijital göçebeler perspektifinden Türkiye imaj algısının ne şekilde oluştuğunu, temel olarak hangi özellikler etrafında şekillendiğini anlamaya çalışmaktır. Son yıllarda yurt dışına göç eden kişilerin sayısı dikkate alındığında genç nüfusun azaldığı görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan “Uluslararası Göç İstatistikleri”nin en son yayımlanan (2021) sonuçlarına göre ülkemizden yurt dışına göç edenlerin çoğunluğunun 20-24 ve 25-29 yaş gruplarından olduğu görülmektedir. Türkiye’nin kaybettiği genç nüfusun eksikliğini telafi edebilmek ve ekonomik koşullarını iyileştirebilmek için dijital göçebe hareketliliğinden faydalanmasının önemli olduğu; bu kapsamda dijital göçebelerin gözünden Türkiye imajının değerlendirilmesinin yeni bir bakış açısı sunacağı düşünülmektedir. Türkçe literatür incelendiğinde dijital göçebelikle ilgili ülke imajının bir arada değerlendirildiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmaya özgünlük katan bu durumun ülke imajı ya da dijital göçebelikle ilgili yapılacak diğer çalışmalara ve yerli literatüre katkı sunacağı ön görülmektedir. Araştırmanın temel amacı kapsamında şu sorulara yanıt aranmaktadır:

S1: Dijital göçebeler için Türkiye'nin imaj algısındaki olumlu ve olumsuz özellikler nelerdir?

S2: Dijital göçebelerin destinasyon seçiminde Türkiye imaj algısının rolü ne şekildedir?

Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları

Bu araştırmanın evreni Türkiye'yi tercih eden ya da etmeyi düşünen dijital göçebelerden oluşmaktadır. Sayı olarak belirsizlik taşıyan evrenin tamamına ulaşmanın zor olduğu düşünülerek örneklem seçimine gidilmiştir. İki farklı kaynak üzerinden hareket eden çalışmada, ilk olarak 4 milyon kullanıcısı olan ve dijital göçebelerin gerçek zamanlı değerlendirmeleriyle içeriklerini güncelleyen Nomad List sitesi tarafından Türkiye'de en çok ziyaret edilen destinasyonlar örneklem olarak seçilmiştir. Listede Aralık 2022 ve Ocak 2023 zaman aralığında yer alan İstanbul, Antalya, Adana, İzmir, Ankara, Gaziantep, Alanya, Konya, Bodrum ve Bursa destinasyonları doğal, sosyo-kültürel, ekonomik, psikolojik ve teknolojik unsurlar temaları çerçevesinden incelenmiştir. Araştırmanın ikinci etabında 50 milyondan fazla günlük aktif kullanıcısı olan (reddit.com) Reddit platformunun dijital göçebe topluluğuna başvurulmuştur. Yaklaşık iki milyon kullanıcısı olan Reddit "digitalnomad" topluluğu üzerinden "turkey" ve "türkiye" anahtar kelimeleri ile arama yapılmıştır. Amaca yönelik örneklem kullanıldığı çalışmada, kullanıcıların son bir yıl içinde Türkiye hakkında bilgi, tecrübe, tavsiye ve fikir içeren yorumları incelenmiş, amaca hizmet etmeyen yorumlar kapsam dışında tutulmuştur.

Bu bağlamda araştırmanın temel sınırlılıkları veri kaynağı olarak kullanılan iki site dışında kalan kaynaklardan oluşmaktadır. Reddit sitesi içerisindeki yorumlar Ocak 2022-15 Aralık 2022 tarih aralığını kapsamış, Nomad List sitesi üzerinden de çalışmaya başlanılan tarih (Aralık 2022-Ocak 2023) baz alınarak hareket edilmiştir. Bu kriterler etrafında çalışmanın zamansal ve destinasyonsal sınırlılıkları da bulunmaktadır.

Verilerin Analizi

Dijital göçebelerin gözünden Türkiye imajının resmedilmeye çalışıldığı çalışmada ikincil veri kaynakları üzerinden, nitel veri analiz stratejilerinden biri olan içerik çözümlemesi yöntemi uygulanmıştır. İçerik çözümlemesi, ele alınan materyallerin belirli kodlamalar çerçevesinde kategorize edilerek sınıflandırılması yolu ile yapılmaktadır. Elde edilmiş verilerin kendi başına bir anlama sahip olmadıkları, anlamın, alıcılar olarak inceleme yapan kişilerin verilere atfetmesiyle oluştuğu ifade edilmektedir

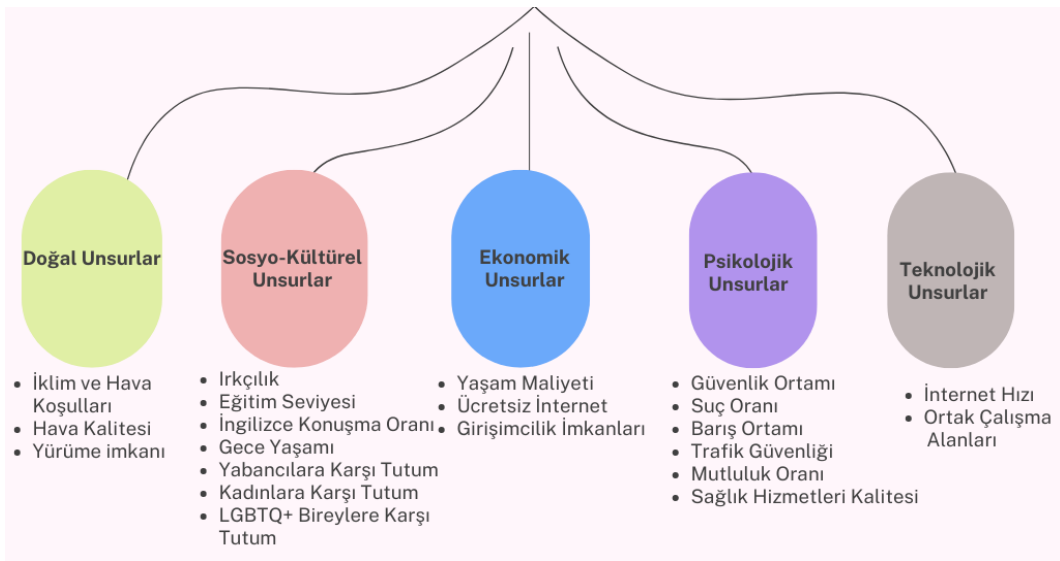
(Schreier, 2012, s. 1-3). Araştırmacı içerik çözümlemesi sürecinde metni sadece okumamakta metnin asıl içeriğinde keşif yapmaktır. Amaç metin içerisinde farkına varılması zor yönleri açığa çıkarmaktır. Nitel içerik çözümlemesi metnin büyük miktarlarda olması nedeniyle kullanılıyor olabildiği gibi, bir konunun belirli bir mesafeden incelenmesi gerektiğinde ya da metin üstünkörü gözlemle fark edilmeyecek mesajlar içerdiğinde kullanılmaktadır (Neuman, 2014, s. 466-468).

Nomad List Sitesi Üzerinden Verilerin Analizi

Dijital göçebelerin Türkiye imaj algılarını iki farklı kaynak kullanarak araştıran bu çalışmada ilk etapta Nomad List sitesi üzerinden Türkiye kapsamlı veriler incelenmiştir. Ücretli üyelik sitenin uygulandığı ve dilinin İngilizce olduğu Nomad List sitesi, dijital göçebelere destinasyonlar hakkında bilgiler vermekte aynı zamanda kullanıcıların değerlendirmeleriyle destinasyon puanları ve özellikleri belirlemektedir.

Araştırma için veriler alınırken Aralık 2022 ve Ocak 2023 tarih aralığında site içerisinde “turkey” anahtar kelimesi ile arama yapılmıştır. Arama sonuçlarında ortaya çıkan on destinasyon hakkında yapılan değerlendirmeler incelenmiştir. Site kullanıcılarının destinasyonları değerlendirirken göz önünde tuttuğu kategorilerden kodlar oluşturulmuştur. Elde edilen kodlar daha sonra anlamsal ve ilişkisel olarak temalara ayrılmıştır. Aşağıda verilen Şekil 1’de, çalışmanın ilk kaynağı için oluşturulan kodlar ve temalar gösterilmektedir.

Şekil 1 Nomad List Sitesindeki Verilerin Analizinde Kullanılan Temalar ve Kategoriler



Çalışma için belirlenen kodlar Nomad List sitesinde yer alan destinasyonları değerlendirmede kullanılan kategorilerden oluşmuştur. Site içerisinde diğer göçebelere bilgi vermek ve destinasyon puanı oluşturmak için her kullanıcı bu kodlar üzerinden destinasyonu değerlendirmektedir. Çalışmanın ilk aşamasında da kullanıcıların verdiği bu puanlardan yararlanılmıştır. Belirlenen her kod için site kullanıcılarının daha önce site için verdiği puanlar “1= Çok kötü, 5= Çok iyi” olmak üzere belirlenen temalar üzerinden yeniden puanlanmıştır. Siteden alınan veriler ışığında puanlama yapılırken iki farklı kodlayıcının görüşüne başvurulmuş, kodlayıcılar arasında belirgin bir anlaşmazlık yaşanmadığı için ortak puan yorumlaması üzerinde kodlayıcılar arasında uyum sağlanmıştır. Nomad List sitesindeki kullanıcıların destinasyonlar hakkında yaptığı değerlendirmeler çalışma kod cetveline manuel olarak işlenmiş ve değerlendirmesi herhangi bir program kullanılmadan yapılmıştır.

Reddit Sitesi Üzerinden Verilerin Analizi

Araştırmanın ikinci veri kaynağı olan Reddit sitesinde veriler analiz edilirken “digitalnomad” alt grubu üzerinden “turkey” ve “türkiye” anahtar kelimeleri ile aramalar yapılmıştır ve 2022 yılı içerisinde paylaşılan gönderiler arasından filtre uygulanmıştır. Günlük aktif kullanıcı sayısı 50 milyon olan Reddit sitesinde kullanıcılar, “r/” ile başlayıp bunun altında oluşturulan “subreddit” isimli alt gruplar üzerinden etkileşim kurmaktadır. Takma isim ve avatarlar ile profil oluşturan Reddit kullanıcıları, ilgilendikleri alan ya da konular ile ilgili forum paylaşım kuralları çerçevesinde görsel ya da metinsel içerik üretmekte, aynı zamanda diğer paylaşımlarla beğeni ve yorum aracılığıyla etkileşime girebilmektedirler. Kullanıcıların oy verebildiği platformda, en çok oyu alan gönderi üst sıralara taşınmakta ve daha çok kişi ile buluşmaktadır.

Dijital göçebelere yönelik bir alt grup olan “digitalnomad” topluluğunda Ocak 2022 - Aralık 2022 zaman aralığında, “turkey” anahtar kelimesi ile yapılan arama sonucunda 109 gönderi ortaya çıkmıştır. Türkiye’nin uluslararası arenada İngilizce karşılığının “Türkiye” olarak değiştirilmesi sebebiyle “Türkiye” anahtar kelimesi ile de arama yapılmıştır fakat bu anahtar kelimenin karşılığı sadece 2 gönderi olmuştur. Arama sonuçları içerisinde hiç yorum almayan, aldığı yorumlarda Türkiye’ye dair bilgi, fikir, tavsiye ve tecrübe içermeyen, dijital göçebelikle ilgili teknik konuları içeren, Türkiye sonrası rotalar hakkında tavsiye isteyen gönderiler araştırmanın amacına hizmet etmeyeceği için incelemeye dahil edilmemiştir. Araştırmanın amacına uygun görülen 47 gönderi manuel olarak okunmuş ve yorumlarda bahsedilen konular anlamına göre olumlu ve olumsuz olmak üzere iki kategori altında toplanmıştır. Kullanıcıların

yaptığı yorumlar çerçevesinde en çok tavsiye edilen Türkiye destinasyonlarına dair bulgulara da ulaşan araştırmada destinasyonlara dair özellikler de kendi içinde değerlendirilmiştir. Türkiye'nin olumlu ve olumsuz özelliklerine dair görüşlerini belirten kullanıcılar bir yorum içerisinde hem olumlu hem de olumsuz ifadeler belirtebilmektedir. Bu yüzden okunan bütün yorumlarda bahsedilen özellikler kodlanmıştır. Kodlanan veriler daha sonra anlamsal olarak olumlu ve olumsuz kategorilere göre sınıflandırılmıştır. Yorumlarda bahsedilen özelliklerin dizilimi tekrarlanma sıklığına göre yapılmıştır.

BULGULAR

Destinasyonların İmajına Yönelik Bulgular (Nomad List)

Nomad List sitesi kullanıcılarının Türkiye destinasyonlarına yönelik değerlendirmeleri aşağıda verilen tablolarda görüldüğü şekilde temalara ayrılmış ve kodlanmıştır. Oluşturulan temalar çerçevesinden Türkiye hakkında değerlendirmeler yapan Nomad List kullanıcılarının imaj algıları doğal, sosyo-kültürel, ekonomik, psikolojik ve teknolojik unsurlar temalarına hitap eden kodlar üzerinden puanlanmıştır.

Tablo 1 Destinasyonların Doğal Unsurlar Temasına Göre Değerlendirilmesi

	DOĞAL UNSURLAR		
	İKLİM VE HAVA KOŞULLARI	HAVA KALİTESİ	YÜRÜME İMKANI
İSTANBUL	3	2	5
ANTALYA	3	2	5
ADANA	3	3	5
İZMİR	3	4	5
ANKARA	3	3	5
GAZİANTEP	3	4	2
ALANYA	3	4	5
KONYA	3	3	5
BODRUM	3	4	5
BURSA	3	4	3

*1= Çok Kötü 5= Çok İyi

Nomad List sitesinde yer alan Türkiye destinasyonlarına yönelik değerlendirmeler yapan kullanıcılara göre, Türkiye'deki destinasyonlar doğal unsurlar temasında ortalamanın üzerinde sayılabilecek şekilde puanlandırılmıştır. Seyahat edecekleri destinasyonları belirlerken destinasyonların sıcaklık, nem ve yağış değerlerine dikkat eden kullanıcılar için örneklemede yer alan on destinasyonun hepsi iklim ve hava koşulları kategorisinden ortalama bir puan almıştır. Dijital göçebeler için önem taşıyan

bir başka kategori olan hava kalitesine göre; İzmir, Gaziantep, Alanya, Bodrum ve Bursa destinasyonları havanın kalitesi açısından ortalamanın üstünde bir değerlendirme almıştır. Destinasyonlar içerisinde hava kalitesi kötü olarak kayda geçen İstanbul ve Antalya illeri olmuş, kalan destinasyonlar ortalama şekilde değerlendirilmiştir. Yürüme imkanları açısından da değerlendirilen destinasyonlardan Bursa ve Gaziantep dışındakilerin hepsi en yüksek puanı alarak olumlu bir resim ortaya koymuşlardır.

Tablo 2 Destinasyonların Sosyo-Kültürel Unsurlar Temasına Göre Değerlendirilmesi

	SOSYOL-KÜLTÜREL UNSURLAR						
	IRKÇILIK	EĞİTİM SEVİYESİ	İNGİLİZCE KONUŞMA ORANI	GECE YAŞAMI	YABANCILARA KARŞI TUTUM	KADINLARA KARŞI TUTUM	LGBTQ+ BİREYLERE KARŞI TUTUM
İSTANBUL	2	3	2	5	3	2	3
ANTALYA	2	3	2	4	5	2	2
ADANA	3	3	2	3	4	4	1
İZMİR	2	3	2	2	3	3	1
ANKARA	2	3	2	2	3	2	1
GAZİANTEP	2	3	2	3	4	3	1
ALANYA	2	3	2	3	4	2	1
KONYA	3	3	2	2	3	3	1
BODRUM	2	3	2	2	5	2	3
BURSA	2	3	2	2	3	3	2

Dijital göçebelerin; sosyo-kültürel unsurlar temasına yönelik değerlendirmelerine bakıldığında tüm destinasyonların ortalamanın altında puanlar aldığı görülmektedir. Irkçılık kategorisinde çoğunlukla düşük puan alan destinasyonlar, eğitim seviyesi kategorisinde ortalama olarak değerlendirilmiştir. Irkçılık kategorisi değerlendirilirken dijital göçebelerin yaşadığı tecrübelerden mi yoksa ön yargısal değerlendirmelerden mi yola çıkarak bu şekilde değerlendirme yaptığı bilinmemekle beraber, bahsedilen ırkçılığın siyahi karşıtlığından ziyade ülkedeki etnik ayrım, mülteci karşıtlığı ve zenofobi kaynaklı olabileceği düşünülmektedir. Küresel iletişim dili olarak görülen İngilizce'nin konuşma oranı, dijital göçebeler açısından olumsuz olarak değerlendirilen bir başka kategori olmuştur. Destinasyonların tamamında kötü olarak değerlendirilen İngilizce konuşma oranı, dijital göçebeler ile destinasyonların yerlileri arasında iletişim engeli yaratabilmektedir. Sosyo-kültürel temasının en yüksek puanlarla değerlendirilen kategorisi olan yabancılara karşı tutum, olumlu bir imaj sergilerken onun devamında gelen kadın ve LGBTQ+ bireylere karşı tutum İstanbul ve Bodrum dışındaki destinasyonlarda düşük şekilde değerlendirilmiştir.

Tablo 3 Destinasyonların Ekonomik Unsurlar Temasına Göre Değerlendirilmesi

	EKONOMİK UNSURLAR		
	YAŞAM MALİYETİ	ÜCRETSİZ İNTERNET	GİRİŞİMCİLİK İMKANLARI
İSTANBUL	4	3	2
ANTALYA	5	2	2
ADANA	5	4	2
İZMİR	5	2	2
ANKARA	5	3	2
GAZİANTEP	5	3	2
ALANYA	4	4	2
KONYA	5	3	2
BODRUM	4	2	2
BURSA	3	2	2

Türkiye’de artan enflasyon oranı ve devalüasyonla beraber dövizin değeri artmış durumdadır. Ülkenin yerlileri için sıkıntılı bir atmosfer yaratan bu ekonomik tablo, dijital göçebeler açısından avantajlı görünmektedir. Dijital göçebelerin Türkiye’deki destinasyonları yaşam maliyeti açısından değerlendirdiği tablodan da görünen bu durum, birçok destinasyonda “çok iyi (5)” olacak şekilde kayda geçmiştir. On destinasyon içerisinde ortalama olarak puan alan Bursa şehri birçok dijital göçebe açısından “fiyatların diğer destinasyonlara göre pahalı olduğu” şehir şeklinde algılanmıştır. Ekonomik unsurlar temasında yer alan diğer kategorilerden biri olan ücretsiz internet imkanı dijital göçebeler için oldukça önem taşımaktadır. İşlerini internet üzerinden yürüten dijital göçebeler konakladıkları yerdeki kablosuz internet imkanlarının yanında şehirlerin ortak yaşam alanlarında da ücretsiz ulaşılabilir internet imkanı beklemektedir. Bu noktada Adana ve Alanya dışındaki destinasyonların dijital göçebeleri ortalama olarak tatmin ettiği ve memnun etmediği görülmektedir. Seyahat ettikleri ülkelerdeki girişimcilik imkanlarına da önem veren dijital göçebeler için Türkiye bu kriter açısından ortalamanın altında olarak değerlendirilmiştir. Bilgisayar teknolojileri ve yazılım alanında faaliyet yürüten dijital göçebeler için bir destinasyondaki girişimcilik imkanları, yeni fikirlerin doğması ve destek görebilmesi açısından önem taşımaktadır.

Tablo 4 Destinasyonların Psikolojik Unsurlar Temasına Göre Değerlendirilmesi

	PSİKOLOJİK UNSURLAR					
	GÜVENLİK ORTAMI	SUÇ ORANI	BARIŞ ORTAMI	TRAFİK GÜVENLİĞİ	MUTLULUK ORANI	SAĞLIK HİZMETLERİ
İSTANBUL	4	4	2	3	3	5
ANTALYA	4	4	2	3	3	3

ADANA	5	4	2	3	3	5
İZMİR	4	4	2	3	3	5
ANKARA	4	4	2	3	3	5
GAZİANTEP	4	4	2	3	3	2
ALANYA	4	4	2	3	3	3
KONYA	4	4	2	3	3	4
BODRUM	4	4	2	3	3	2
BURSA	4	4	2	3	3	3

Türkiye'nin psikolojik unsurlar temasına göre değerlendirildiği Tablo 4'te Türkiye güvenlik ortamı ve suç oranları kategorilerinden ortalamanın üstünde puanlar almıştır. Birbiriyle ilişkili sayılabilecek her iki kategoride güvenlik ortamı asayiş hizmetleri çerçevesinden değerlendirilmektedir. Psikolojik unsurlar temasının en düşük puanlar alan kategorisi barış ortamı olmuştur. Tablo 4'te yer alan destinasyonların çoğunun büyükşehir ya da turistik konumlar olması sebebiyle nüfusunun kalabalık ve heterojen bir yapıda olduğu, bunun da beraberinde huzursuzluklar yaratabileceği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra Türkiye'de artan mülteci sayısı ile beraber anti-sevecen davranışların yaygınlaşması da barış ortamı kategorisinin düşük olarak algılanmasına sebebiyet vermiş olabilmektedir. Türkiye, dijital göçebelere göre mutluluk oranı kategorisinde ortalama şekilde değerlendirilmiştir. Psikolojik unsurlar temasının son kategorisi olan sağlık hizmetleri açısından Gaziantep ve Bodrum dışındaki destinasyonlar olumlu imajla algılanmıştır. Genel olarak özel sağlık sigortaları yaptıran dijital göçebeler, bulundukları destinasyonlarda sigorta ve hastane arasındaki anlaşmaların geniş kapsamlı olmasına ve hastane imkanlarının gelişmiş olmasına dikkat etmektedir.

Tablo 5 Destinasyonların Teknolojik Unsurlar Temasına Göre Değerlendirilmesi

	TEKNOLOJİK UNSURLAR	
	İNTERNET HIZI	ORTAK ÇALIŞMA ALANLARI
İSTANBUL	2	5
ANTALYA	3	5
ADANA	3	5
İZMİR	3	5
ANKARA	3	5
GAZİANTEP	2	5
ALANYA	3	5
KONYA	3	4
BODRUM	3	5
BURSA	3	5

Teknoloji ile iç içe olan dijital göçebeler için önem taşıyan teknolojik unsurların başında internet hızı gelmektedir. Çevrim içi iş görüşmeleri ve iş projeleri yapan dijital göçebeler, aynı zamanda oyun

oyunarak zamanlarını geçirmektedir. Yüksek internet hızı arayışında olan dijital göçebeler için Türkiye'deki destinasyonlar ortalama ve ortalamanın altında olarak değerlendirilmiştir. Dijital göçebeler, işlerini yürütebilmek ve çevrim içi toplantılara katılabilmek amacıyla ortak çalışma alanlarına ihtiyaç duymaktadır. Ortak yaşam alanları kategorisinde ortalamanın üstünde puanlar alan Türkiye destinasyonları, bu noktada dijital göçebelerin işlerini kolaylaştırmaktadır. Kolektif House, Workinton, CoZone, Origin Coworking, The Paragon gibi ortak çalışma alanları ya da çalışma masası kiralayan şirketlerin çoğunluğu İstanbul, Ankara ve İzmir'de faaliyet göstermektedir.

Reddit Sitesindeki Gönderilere Yönelik Bulgular

Reddit sitesinde yer alan "digitalnomad" alt grubunda Türkiye hakkında bilgi, tavsiye ve görüşler içeren yorumlar çerçevesinden aşağıda verilen Şekil 2 oluşturulmuştur. Şekilde verilen her kod, Türkiye hakkında görüşler belirten kullanıcıların içeriklerinden çıkarılmış ve anlamsal olarak olumlu-olumsuz şekilde kategorilere ayrılmıştır.

Şekil 2 Reddit Kullanıcılarına Göre Türkiye'nin İmaj Algısı



Reddit sitesinin dijital göçebe topluluğu tarafından Türkiye'ye yönelik imaj algılarını belirten kullanıcılar için Türkiye'nin en çekici yönü yaşam maliyeti şeklinde belirtilmiştir. Döviz kurundaki yüksek fark sebebiyle dolar ve avro kazanan dijital göçebelerin gelirlerini Türkiye'de verimli olarak kullanabilmesi yaşam maliyeti özelliğinin birçok kullanıcı tarafından çekici olarak görülmesine neden olmuştur.

Kullanıcılardan birinin yaptığı şu yorum dijital göçebeler ve yaşam maliyeti arasındaki durumu açıklamakta faydalı olacaktır.

"...Her şey yaşam maliyetinden yararlanmakla ilgili. Elbette, Türkiye bir kriz içinde olabilir. Ama Türkiye'de fiyatlar ucuzsa ve İngiltere'den geliyor, İngiliz maaşı alıyorsanız Türkiye'deki kriz sizi pek etkilemez...."

(Eylül, 2022)

Türkiye'ye yönelik bilgi, fikir, tavsiye ve tecrübe belirten dijital göçebelere göre Türkiye'nin olumlu görülen ikinci özelliği, Türkiye mutfağı ve lezzetleri olmuştur. Türk kahvaltısı, nargile, kebab ve çay gibi başlıca lezzetleri tekrarlayan kullanıcılara göre Türkiye mutfağı onları memnun eden özellikler arasında görülmüştür. Yabancılar karşı tutum konusunda da yorumlar belirten kullanıcılar için Türkiye insanları *"arkadaş canlısı, nazik ve misafirperver"* gibi sıfatlarla tarif edilmiştir. Türkiye'nin doğal ve tarihi güzellikleri hakkında övgü ile bahseden kullanıcılar bunun yanında Türkiye'de keşfedilecek birçok yerin olması, internet imkanları, güvenlik ortamı ve hamam kültürü konularında da olumlu anlamlar taşıyan ifadelerde bulunmuşlardır.

Türkiye'nin olumsuz imaj algısına yönelik yorumlar yapan kullanıcılar için Türkiye'de İngilizce konuşan kişi sayısının az olması başlıca itici özellik olarak görülmüştür. Türkiye hakkında tavsiye isteyen kullanıcılardan birine aşağıdaki gibi yorum yapan bir kullanıcı Türkiye'de dil engeli kaynaklı bazı sorunlardan bahsetmiştir.

"...Devlet memurlarının %99'u, taksi şoförlerinin %100'ü İngilizce konuşamayacak ve resmi işler zor olacak..." **(Mart, 2022)**

Türkiye'nin olumsuz özellikleri arasında ikinci sırayı alan fiyatların artış göstermesi özelliği artan enflasyon ile ilişkili görülmektedir. Özellikle konaklama fiyatlarının artmasına yönelik görüşler bildiren kullanıcılar için fiyatların en çok arttığı yerler turistik rotalar olarak değerlendirilmiştir. Antalya ve ilçelerinde artan fiyatları Rus turistlerin yaygın olmasıyla ilişkilendiren yorumlara da denk gelinmiştir. Türkiye'nin imaj algısında olumsuz sayılabilecek bir diğer özellik anti-demokratik ortam, otoriter yönetim ve politik atmosfer şeklinde olmuştur. Türkiye'de ifade özgürlüğü konusunda sorunlar olduğunu belirten kullanıcılar için Türkiye anti-demokratik ve otoriter bir imajla algılanmıştır. Türkiye'nin dijital göçebeler tarafından olumsuz olarak algılanan diğer özellikleri; zenofobi, ekonomi-politik ortam kaynaklı gerginlik, internet sansürü, sigara içen çok kişinin olması, kadın ve LGBTQ+ bireylere karşı tutum ve terör riski

şeklinde olmuştur. Afgan ve Suriyeli mültecilere karşı antipatik tavırların olduğuna dair yorumların yer aldığı zenofobi özelliği Türkiye'nin misafirperverlik şeklinde değerlendirilebilen olumlu özelliğine karşıt görüş oluşturmaktadır. Bunun yanında olumlu özellikler arasında yer alan kadınlara yönelik tutum, gece yaşamı ve güvenlik ortamı şeklindeki ifadelerin olumsuz özellikler arasında da yer alması farklı kullanıcıların yaşadığı farklı deneyimlerle açıklanabilmektedir. Türkiye'de bazı internet sitelerine erişim kısıtlaması olması sebebiyle VPN kullanılmasını tavsiye eden Reddit kullanıcıları, bu noktada Türkiye'yi internet sansürü uygulayan ülke olarak konumlandırmıştır.

Şekil 2'de görüldüğü üzere Türkiye hakkında görüşlerini paylaşan kullanıcıların tecrübelerine göre kadınlara karşı tutum, güvenli ortam gibi aynı kategoriler farklı anlamsal sonuçlar doğurabilmektedir. Kişilerin edindikleri deneyimler sonucunda ortaya çıkan bu durum farklı değerlendirmelerin de yapılmasına yol açmaktadır. "*Türkiye'nin yalnız gezen kadınlar için güvenli olduğu*"nu dile getiren yorumlar olduğu gibi aşağıda verilen yorum gibi değerlendirmeler de bulunmaktadır:

"...Türkiye, tek başına seyahat eden kadınlar için güvenli' diyen tüm insanlar her zaman 'eğer mütevazı giyinirseniz, erkeklerle konuşmazsanız, gülümsemezseniz ve gece dışarı çıkmazsanız, güvende olursunuz' gibi bir şey ekliyorlar! Bu durum bana oldukça şüpheli geliyor..." (Nisan, 2022)

Türkiye'nin anti-demokratik bir yönetime sahip olduğuna ve otoriter bir rejimle yönetildiğine dair yorumlar yapan kullanıcılar arasında da görüş ayrılıklarının zaman zaman ortaya çıktığı görülmektedir. Aşağıda görüşlerini belirten iki farklı kullanıcı bu durumu açıklamak için örnek teşkil etmektedir.

"...Birkaç yıl öncesine kadar Türkiye, güzel bir ülkeydi. Ancak o zamandan beri totaliter bir diktatörlüğe dönüştü. Şimdi yanlış bir görüş, adil bir yargılama olmaksızın yıllarca hapis cezasına çarptırılmanıza neden olabilir..." (Nisan, 2022)

"...Ülkedeki politikaların etkisini yaşayanlara karşı büyük bir sempati duyuyorum, ancak bir dijital gezgin olarak, ülkenin politikalarından en az şekilde etkileneceksiniz...." (Nisan, 2022)

Kullanıcı yorumlarından da görüldüğü üzere Türkiye'nin bazı özellikleri doğrudan olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirilememektedir. Anti-demokratik yapının olduğu yönünde birbirini tekrarlayan birçok yorum olmasına karşın bazı kullanıcıların da bu durumdan dijital göçebelerin herhangi bir şekilde etkilenmediğini belirtmesi dijital göçebeler açısından bu konuda oluşan tereddütleri azaltabilmektedir.

Aynı şekilde kadınlara ve yabancılara karşı tutum noktasında da farklı kullanıcıların yaşadığı tecrübeler anlamsal olarak karşıt değerlendirmelere sebebiyet vermektedir.

Reddit Kullanıcılarının En Çok Tavsiye Ettiği Destinasyonlar

Reddit dijital göçebe topluluğu tarafından yapılan yorumları inceleyen bu araştırma, aynı zamanda kullanıcıların en çok tavsiye ettiği Türkiye destinasyonlarına yönelik bir tablo da ortaya koymuştur. Buna göre kullanıcılar tarafından en çok tercih edilen Türkiye destinasyonları sırasıyla şu şekilde olmuştur: İstanbul (32), İzmir (17), Kadıköy (15), Antalya (9), Fethiye (9), Kaş (8), Kapadokya (6), Bodrum (5), Trabzon (3), Şanlıurfa (3), Gaziantep (3), Adana (2), Çanakkale (2), Mardin (2), Datça (1), Çeşme (1), Muğla (1), Ankara (1), Eskişehir (1), Bursa (1), Amasya (1), Diyarbakır (1), Pamukkale (1).

Türkiye'ye yönelik tavsiye veren birçok kullanıcı tarafından en çok tercih edilen destinasyon İstanbul olarak belirtilmiştir. İstanbul'a dair spesifik görüşler de belirten kullanıcılara göre İstanbul'un en çok beğenilen yönü toplu taşıma sistemi olarak algılanmıştır. Toplu taşımanın yanında İstanbul'da Anadolu yakasının özellikle de Kadıköy'ün çok sevilmesi, kafe, restoran ve bar seçenekleri, şehrin büyük ve güvenli olması, modern çehresi, kadınların bakımlı olması, tarihi ve turistik mekanları olumlu görüş içeren yorumlardan olmuştur. İstanbul'a dair yapılan olumsuz yorumların başında şehirdeki dolandırıcılık ve hırsızlık olayları gelmiştir. Birçok kullanıcı tarafından tekrarlanan İstanbul'daki dolandırıcılık tehlikesi, bir kullanıcı tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

...Bir bar dolandırıcılığı var. Dostça davranan biri seni bir şeyler içmek için bir bara davet ediyor. Daha sonra sana oldukça yüksek bir fatura sunuluyor ve yeni tanıştığın arkadaşın faturayı ödemen için sana baskı yapıyor. Herkes bu dolandırıcılığın içinde... (Nisan, 2022)

Türkiye'ye yönelik destinasyon tavsiyesi ve tercihi belirten yorumların diğerlerinde genel olarak turistik rotaların yer aldığı görülmüştür. Uluslararası arenada bilinirliği olan tarihi ve turistik alanların destinasyon seçiminde etkili olduğu tahmin edilmektedir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Ülke imajını ve dijital göçebeliği birlikte ele alan bu araştırmada dijital göçebelerin perspektifinden Türkiye imaj algısına odaklanılmıştır. Son yıllarda sayısı gittikçe artan dijital göçebeler; nitelikli satılabilecek profilleri (Mancinelli, 2020; Statista, 2022) ve yerel ekonomilere katkı sağlamaları sebebiyle

lkeler açısından fırsat olarak değerlendirilebilmektedir. Dijital göçebe popülasyonunun farkına varan birçok ülke dijital göçebelere özel vizeler çıkarmakta ve bu vize aracılığıyla ülkelerini dijital göçebeler için cazip destinasyonlar haline getirmektedir. İlk etapta turistik bir hamle olarak görülen dijital göçebe vizesi, ülkede uzun süre kalmak isteyen göçebelerin sağlayacağı maddi katkılarla beraber ekonomik bir boyut da kazanmaktadır (Choudhury, 2022). Dijital göçebe topluluklarında ilgi görmeye başlayan Türkiye, henüz dijital göçebeler için özel bir vize geliştirmemiştir. Avrupa Birliği vatandaşları üç aylık süreyi aşmamak üzere Türkiye'ye engelsiz girebiliyor iken Amerika ve diğer ülkelerin vatandaşlarının kolayca yararlanabileceği e-vize sistemi bulunmaktadır. Türkiye için döviz akışı sağlama noktasında etkili bir kaynak olabilecek dijital göçebelerin ülke imajını nasıl algıladığı ve bu algılanan imajı dijital göçebe topluluklarında ne şekilde yorumladığı, araştırma açısından önemli görülen noktalardan olmuştur.

Türkiye'nin imaj algısından önce Türkiye'nin dijital göçebeler açısından tercih edilebilirlik düzeyindeki çıkarımlardan bahsetmenin gerekli olduğu düşünülmektedir. Nomad List sitesinde ve Reddit dijital göçebe topluluğunda yer alan kullanıcı sayısı dikkate alındığında Türkiye ile ilgili değerlendirme yapan, tavsiye veren ve bilgiler sunan kullanıcıların sayısının düşük olduğu söylenebilmektedir. Türkiye'ye yönelik ilginin düşük olmasının nedeni ülke imajıyla ilgili olabileceği gibi kişilerin farklı destinasyonları, çeşitli motivasyonlarla kendilerine daha yakın görmesi ile de alakalı olabilmektedir. Türkiye'nin tercih edilebilirliğini ülke imajı üzerinden değerlendirdiğimizde çalışmanın analiz temalarına göre bir değerlendirme yapmak yerinde olacaktır.

Nomad List sitesinde yer alan kullanıcıların Türkiye destinasyonları hakkında yaptığı değerlendirmeler çerçevesinde ülke; doğal ve ekonomik unsurlar bakımından çekici olarak algılanmıştır. Reddit platformundaki dijital göçebe topluluğu yorumları çerçevesinde de Türkiye'nin olumlu olarak algılanan özellikleri genel olarak bu iki tema etrafında buluşmuştur. Her iki platformdan derlenen veriler ışığında Türkiye'nin en çekici özelliğinin yaşam maliyeti ile ilgili olduğu görülmüştür. Dolar ve avro üzerinden gelirleri olan dijital göçebeler Türkiye'deki döviz kuru farklılığı sebebiyle yaşam standartlarını yükseltmektedirler. Türkiye vatandaşları için oldukça sorun yaşatan bu durum dijital göçebeler açısından fırsat doğurmaktadır. lke imajının bilişsel boyutuyla ilgili olan yaşam maliyeti, var olan ekonomik durumdan faydalanmak isteyen dijital göçebeleri harekete geçiren temel motivasyon halindedir. Türkiye'nin olumlu algılan bir diğer özelliği; ülkenin tarihi, turistik ve doğal güzellikleri açısından zengin

olması ile ilgilidir. Türkiye'ye dair doğrudan tecrübeler edinen birçok dijital göçebe için ülkenin doğal unsurları tavsiye edilecek kategoriler arasında olmuştur.

Türkiye'nin imaj algısında itici olarak görülen özellikler sosyo-kültürel ve psikolojik temalar çerçevesinde yoğunlaşmıştır. Türkiye vatandaşlarının yabancılara yaklaşımlarını olumlu şekilde değerlendiren dijital göçebeler; ırkçılık, kadınlara ve LGBTQ+ bireylere yaklaşım konusunda olumsuz değerlendirmeler yapmıştır. Bireylerin kendi tecrübeleri sonucu edinebildikleri bu algı aynı zamanda arkadaş çevresinin başından geçen olaylar ya da medyada yer alan içerikler gibi dolaylı bilgi kaynakları aracılığıyla da yerleşmiş olabilmektedir. Türkiye'de yaşayan insanların İngilizce bilme ve konuşma oranının oldukça düşük olarak algılanması, dijital göçebeler ve yerli halk arasındaki iletişim konusunda endişe yaratmıştır. Ülkeye yönelik olumsuz algılardan bir diğeri, Türkiye'nin anti-demokratik ve otoriter olarak görülen yönetimi ile ilgili olmuştur. Ülkede ifade özgürlüğünün olmadığına yönelik görüşler belirten dijital göçebeler, bu durumun dijital göçebelere ziyade yerli halkı etkilediği üzerinde fikir birliği oluşturacak şekilde yorumlar yapmıştır. İki sitede yer alan dijital göçebeler için en çok tercih edilen Türkiye destinasyonu İstanbul olarak belirtilmiştir. Tarihi ve politik yapısından dolayı uluslararası bilinirliği olan İstanbul'un Türkiye'yi ilk kez ziyaret edecek kişiler tarafından tercih edilmesi şaşırtıcı bir sonuç olarak görülmemektedir. Reddit kullanıcı yorumlarında İstanbul ile ilgili fikirler belirten bazı kullanıcıların şehirden "Konstantinapolis" adıyla bahsetmesi ilgili destinasyonun tarihsel art alanıyla açıklanabilmektedir.

Dijital göçebelerin Türkiye hakkındaki imaj algısı, çekici özellikleriyle genel olarak değerlendirildiğinde Türkiye, yaşam maliyeti açısından ucuz, mutfak kültürü ve gezilecek yerler konusunda zengin, misafirperver insanların yaşadığı, güvenli ortamı olan bir ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkenin imajı itici özellikleriyle değerlendirildiğinde ise dil engelinin yüksek seviyede olduğu, teknolojik alt yapılar noktasında yetersiz, anti-demokratik yönetime sahip, zenofobinin artış gösterdiği bir ülke algısı sunulmaktadır. Türkiye'nin çekici özelliklerinin içerisinde yer alan hamam kültürü, nargile ve lokum gibi yerel dinamikler yabancıların Türkiye'ye yönelik oryantalist algılarıyla bağdaşmaktadır.

Dijital göçebelerin Türkiye'de tercih ettikleri destinasyonlara ve yaşadıkları konumlara bakıldığında genel olarak turistik açıdan öne çıkan yerlere yöneldikleri görülmektedir. Ülkeyi keşfetmekten daha çok yüzeysel davranan dijital göçebeler, uzun vadeli planları için Türkiye

destinasyonlarından ziyade Tayland, Meksika ve Portekiz gibi ülkelere doğru bir yönelim içindedirler. Yaşam maliyetinin ucuz olmasıyla beraber Türkiye, dijital göçebeler için öne çıkan tercihler arasında görünse de ülkede zaman geçiren birçok dijital göçebe için Türkiye turistik bir seyahat rotasından ileri gidememektedir. Dijital göçebelerin bir ülkeye önemli derecede ekonomik katkı ve kültürel çeşitlilik sağlamaları için uzun süreli yaşamaları gerektiği göz önüne alındığında Türkiye'nin dijital göçebeleri cesaretlendirmek adına adaptasyon programları uygulaması düşünülebilmektedir. Türkiye'ye gelen dijital göçebelerin nüfus açısından daha sakin destinasyonları tercih etmelerini sağlamak adına teşvik edici planların uygulanması, yerli halk ile dijital göçebeler arasındaki ilişkinin daha iyi olmasını sağlayabilmektedir. Dijital göçebelerin yaşamak için İstanbul gibi kalabalık nüfusa sahip destinasyonları tercih etmeleri, şehirde yaşayan yerliler ile dijital göçebeler arasında huzursuz bir ortam oluşturabilmektedir. Artan mülteci sayısı ile birlikte olduğundan kalabalık hale gelen başlıca büyük şehirlerde ekonomik açıdan yerli halka göre daha iyi durumda olan dijital göçebelerin gelmesi rekabetçi bir ortamı doğurmaktadır. Ekonomik olarak daha iyi durumda olan dijital göçebelerin İstanbul'un iyi muhitlerindeki evleri kiralayabilmesi, ev sahiplerinin yabancılara evleri daha yüksek fiyatlara kiraya verebilmesi gibi faktörler nedeniyle İstanbul gibi büyük şehirlerde ve turistik yerlerde yaşayan yerliler zor duruma düşmektedir. Döviz akışı açısından ülkeye katkı sağlayan dijital göçebelerin varlığını, yerli halk üzerinde sorun oluşturmadan kabul ettirebilmek adına dijital göçebelere Türkiye'nin sakin destinasyonlarının tanıtımı iyi bir şekilde yapılmalıdır ve bu destinasyonların teknolojik alt yapılarının güçlendirilmesine dikkat edilmelidir.

EXTENDED ABSTRACT

Digital nomadism is defined as "the ability to work remotely using a laptop computer and the freedom to travel the world independently of a traditional office" (Thompson, 2019). Digital nomads can be described as "location-independent new-generation freelancers, young entrepreneurs, online freelancers" (Müller, 2016). Digital nomads, who can work anywhere as long as they have a laptop computer and a good internet connection, form a community that does not rely on the traditional office work style and instead chooses when and where to work (Liegl, 2014). According to Reichenberger (2017), digital nomads are location-independent; mainly young professionals, entrepreneurs, freelancers, and remote workers who can combine traveling with work.

The COVID-19 pandemic has led to an increase in demand for digital nomads as it has accelerated location-independent flexible work styles. According to the "Digital Nomad 2022" study conducted by MBO Partners, an independent research company, the proportion of people who identify themselves as digital nomads has increased by 131% compared to before the pandemic. According to the results of the same study, 47% of the participants who identified themselves as digital nomads belong to Generation Y. Although there is a low difference between the X and Z generations, it has been seen that the "baby boomer" generation, which is of advanced age, is a generation that approaches digital nomads with distance. According to the research that also makes conclusions about the profiles of digital nomads, digital nomads are composed of technically knowledgeable, skill-focused and well-educated individuals. According to other studies that provide information about the profiles of digital nomads, digital nomads are mostly Western, from Generation Y, single, well-educated, have an average income, work according to their own program and mainly travel for work and leisure purposes. They are considered as valuable resources that can contribute to the tourist activities of countries. After the pandemic, remote work has become more prevalent and tourism activities have been negatively affected. To combine these two outcomes, countries have seen digital nomadism as an opportunity to revitalize tourism, creating a new tourist typology that includes principles of independent work and travel. Estonia was the first country to issue a digital nomad visa for a one-year period to bring in income from people working independently and to diversify tourist activities. This was followed by Barbados, Mexico, Croatia, and Portugal, among others, and the number of countries that offer digital nomad visas has grown significantly (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021).

The purpose of this research; is to try to understand how the image perception of Türkiye is formed from the perspective of digital nomads, and basically what features it is shaped around. Considering the number of people who have migrated abroad in recent years, it is seen that the young population has decreased. According to the most recently published (2021) results of the "International Migration Statistics" announced by the Turkish Statistical Institute (TUIK), it is seen that the majority of those who migrated from our country are in the 20-24 and 25-29 age groups. It is important for Türkiye to benefit from digital nomad mobility in order to compensate for the lack of young population it has lost and to improve its economic conditions; In this context, it is thought that evaluating the image of Türkiye from the eyes of digital nomads will offer a new perspective. When the Turkish literature was examined,

no study was found in which digital nomadism and country image were evaluated together. It is anticipated that this situation, which adds originality to the study, will contribute to other studies and domestic literature on country image or digital nomadism. Within the scope of the main purpose of the research, answers to the following questions are sought:

Q1: What are the positive and negative aspects of Türkiye image perception for digital nomads?

Q2: What is the role of Türkiye image perception in digital nomads' destination selection?

Purpose-oriented sample selection was made in the universe determined in accordance with the purpose of the study. In this context, data were collected through content analysis, one of the qualitative analysis strategies, on the Nomad List site, which is actively used by digital nomads, and the Reddit digital nomad community.

The digital nomads' image of Türkiye is generally considered to be a country that is "cheap in terms of cost of living, rich in cuisine culture and tourist destinations, inhabited by hospitable people, and with a safe environment". However, when evaluated in terms of its drawbacks, Türkiye is perceived as a country with "a high level of language barrier, inadequate technological infrastructure, anti-democratic government, and increasing xenophobia". The hamam culture, local dynamics such as hookah and Turkish delight, in the attractive features of Türkiye align with the orientalist perceptions of foreigners towards Türkiye. When looking at the preferred destinations and locations of digital nomads in Türkiye, it is seen that they mostly tend to go to tourist-oriented places. Digital nomads who tend to be more superficial in exploring the country are oriented towards countries such as Thailand, Mexico and Portugal for their long-term plans, rather than Türkiye destinations. Although Türkiye is seen as an attractive choice for digital nomads due to its low cost of living, many digital nomads cannot advance beyond a tourist route in Türkiye. Taking into consideration that digital nomads can provide a significant economic contribution and cultural diversity to a country by living there for a long period, Türkiye could consider implementing adaptation programs to encourage digital nomads. Choosing crowded destinations such as Istanbul by digital nomads may create an uncomfortable environment between the locals and digital nomads living in the city. The presence of digital nomads, who are generally better off economically than the local population, in overcrowded major cities due to the increasing number of refugees, creates a competitive environment. To accept the presence of digital nomads who contribute to the country's

foreign exchange flow without causing problems for the local population, the promotion of Türkiye's calm destinations should be well-made and these destinations should have well-developed technological infrastructure.

KAYNAKÇA

- Akın, M. Ş. (2021). Dijital göçebelik: Deneyim ve özgürlük. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(1), 41-52. <https://doi.org/10.30976/susead.799881>
- Bannister, J. P., & Saunders, J. A. (1978). U.K. Consumers' attitudes towards Imports: The measurement of national stereotype image. *European Journal of Marketing*, 12, 562-570. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004982>
- Carlos, A. (2022, Kasım 23). *63 surprising digital nomad statics*. Abrotherabroad. <https://abrotherabroad.com/digital-nomad-statistics/>
- Chevtavaeva, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21(1), 100633. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100633>
- Choudhury, P. (2022, Mayıs 27). *How "digital nomad" visas can boost local economies*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2022/05/how-digital-nomad-visas-can-boost-local-economies>
- Cook, D. (2020). The freedom trap: Digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries. *Information Technology&Turism*, 22(3), 355-390. <https://10.1007/s40558-020-00172-4>
- D'Andrea, A. (2006). Neo-nomadism: A theory of post-identitarian mobility in the global age. *Mobilities*, 1(1), 95-119. <https://doi.org/10.1080/17450100500489148>
- De Stefano, V. (2015). The rise of the "Just-in-time workforce": On-demand work, crowd work and labour protection in the "gig-economy". *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 37, 471. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2682602>
- Düzgün, E., & Akın, A. (2022). Yeni bir turist tipolojisi önerisi: Dijital göçebelik. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 596-612. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1095735>
- Ferriss, T. (2007). *The 4-hour work week: Escape the 9-5, live anywhere and join the new rich*. Random House.
- Green, P. (2020). Disruptions of self, place and mobility: Digital nomads in Chiang Mai, Thailand. *Mobilities*, 15(3), 431-445. <https://doi.org/10.1080/17450101.2020.1723253>
- Gültekin, B. (2005). Türkiye'nin uluslararası imajında yükselen değerler ve eğilimler. *Selçuk İletişim*, 4(1), 126-140. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19012/200797>
- Hannonen, O. (2020). In search of a digital nomad: Defining the phenomenon. *Information Technology&Turism*, 22(3), 335-353. <https://10.1007/s40558-020-00177-z>
- Kannisto, E. (2014). *Global nomads: Challenges of mobility in the sedentary world*. Ridderprint.

- Kaya Deniz, A. (2019). Dijital çağın hedonist çalışanları: Dijital göçebeler. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 101-113. <https://doi.org/10.21733/ibad.603406>
- Kocaman, S. (2021). Nomadlist’de dijital göçebeler tarafından 2020’de en fazla tercih edilen destinasyonların destinasyon seçim kriterlerine göre kümelendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 799-815. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.739>
- Korpela, M. (2019). Searching for a countercultural life abroad: Neo-nomadism, lifestyle mobility or bohemian lifestyle migration? *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(15), 3352-3369. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2019.1569505>
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4), 249-261. <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076>
- Liegl, M. (2014). Nomadicity and the care of place: on the aesthetic and affective organization of space in freelance creative work. *Computer Supported Cooperative Work*, 23(2), 2. <http://dx.doi.org/10.1007/s10606-014-9198-x>
- Maher, A. A., & Carter, L. (2011). The affective and cognitive components of country image: Perceptions of American products in Kuwait. *International Marketing Review*, 28(6), 559-580. <http://dx.doi.org/10.1108/02651331111181411>
- Makimoto, T., & Manners, D. (1997). *Digital nomad*. Wiley.
- Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: Freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 417-437. <https://link.springer.com/article/10.1007/s40558-020-00174-2>
- Martin, I. M., & Eroğlu, S. (1993). Measuring a multi-dimensional construct: Country image. *Journal of Business Research*, 28(3), 191-210. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(93\)90047-S](https://doi.org/10.1016/0148-2963(93)90047-S)
- MBO. (2022, Ocak 25). *Digital nomads reports 2022*. MBO Partners. <https://www.mbopartners.com/state-of-independence/digital-nomads/#:~:text=The%20number%20of%20digital%20nomads,to%2011.1%20million%20in%202022>
- Mouratidis, G. (2018). *Digital nomadism travel, remote work and alternative lifestyles*. Lund University.
- Müller, A. (2016). The digital nomad: Buzzword or research category. *Transnational Social Review*, 6(3), 344-348. <http://dx.doi.org/10.1080/21931674.2016.1229930>
- Nagashima, A. (1970). A comparison of Japanese and U. S. attitudes toward foreign products. *Journal of Marketing*, 34(1), 68-74. <https://doi.org/10.1177/002224297003400115>
- Nash, C., Jarrahi, M. H., Sutherland, W., & Phillips, G. (2018, Mart 25-28). Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies. *Transforming Digital Worlds: 13th International Conference*, (s. 207-217). Sheffield.
- Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal araştırma yöntemleri nitel ve nicel yaklaşımlar*. Yayınodası.

- Orel, M. (2019). Coworking environments and digital nomadism: Balancing work and leisure whilst on the move. *World Leisure Journal*, 61(3), 1-17.
<https://doi.org/10.1080/16078055.2019.1639275>
- Reichenberger, I. (2017). Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380. <http://dx.doi.org/10.1080/11745398.2017.1358098>
- Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352. <http://dx.doi.org/10.1080/02508281.2015.1075724>
- Rosenwald, M. S. (2009, Temmuz 26). *Digital nomads choose their tribes*. The Washington Post.
<https://www.virtualadagency.com/wp-content/uploads/2008/01/46-Digital-Nomads-Choose-Tribe-WashPost-26jul09.pdf>
- Schlagwein, D. (2018). "Escaping the rat race": Justifications in digital nomadism. *Research-in-Progress Papers*, 31. https://aisel.aisnet.org/ecis2018_rip/31
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. SAGE Publication LTD.
- Statista. (2022, Mart 28). *Digital nomads- statics and facts*. Statista.
<https://www.statista.com/topics/9259/digital-nomads/>
- Thompson, B. Y. (2019). The digital nomad lifestyle: (remote) work/leisure balance, privilege, and constructed community. *International of the Sociology Leisure*, 2(1), 27-42.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s41978-018-00030-y>
- TÜİK. (2021, Nisan 6). *Uluslararası göç istatistikleri-2021*. Türkiye İstatistik Kurumu
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Uluslararası-Göç-Istatistikleri-2021-45814#:~:text=T%C3%BCrkiye'den%20yurt%20d%C4%B1%C5%9F%C4%B1na%20g%C3%B6%C3%A7,ini%20ise%20yabanc%C4%B1%20uyruklular%20olu%C5%9Fturdu.>
- von Zumbusch, J. S., & Lalıcı, L. (2020). The role of co-living spaces in digital nomads' well-being. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 439-453.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s40558-020-00182-2>
- Wang, B., Schlagwein, D., Cecez-Kecmanovic, D., & Cahalane, M. (2018). Digital work and high-tech wanderers: Three theoretical framings and a research agenda for digital nomadism. *Australasian Conference on Information Systems*, (s. 1-11). Sydney.
- Willment, N. (2020). The travel blogger as digital nomad: (Re-)imagining workplace performances of digital nomadism within travel blogging work. *Information Technology&Tourism*, 22(3), 391-416.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s40558-020-00173-3>
- Yerdelen, B. K. (2011). Uluslararası ilişkilerde imaj kavramı ve batı. *Karadeniz Dergi*, 35, 43-63.
<https://doi.org/10.17498/kdeniz.330875>