



**JRTR**

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH  
ISSN: 2148-5321

## **DİJİTAL GÖÇEBELERİN TÜRKİYE ALGISI**

### *DIGITAL NOMADS' PERCEPTION OF TURKEY*

**Nilgün DEMİREL İLİ<sup>a</sup>**

#### **Özet**

Bu araştırmanın amacı, dijital göçebelerin üye oldukları bir platform olan Nomad List web sitesindeki Türkiye hakkındaki yorumlarını incelemek ve dijital göçebelerin Türkiye'ye yönelik algılarını değerlendirmektir. Nomad List üzerindeki yorumlar incelenirken nitel araştırma yöntemlerinden biri olan fenomenolojik araştırma deseninden faydalanılmıştır. Verilere ulaşmak için web sitesi içerisinde "Turkey" anahtar kelimesi yazılarak Türkiye'nin puanlanan tüm destinasyonlarına ulaşılmıştır. İstanbul, Antalya, Alanya, Adana, İzmir, Ankara, Gaziantep, Bodrum, Konya ve Bursa destinasyonlarına yönelik toplamda 35 yorum elde edilmiş ve nitel veriler içerik analizi yardımıyla irdelenmiştir. Analiz sürecinde MAXQDA yazılımından faydalanarak veriler görselleştirilmiştir. Veriler incelendiğinde; "destinasyonlar" ana teması altında her bir destinasyon alt temaya ayrılmıştır. "Kriterler" ana teması ise 11 alt temaya ayrılarak incelenmiştir. Analiz sonucunda, İstanbul ve İzmir hakkında çoğunlukla olumlu yorumların olduğu fakat Konya ve Adana hakkında yorumlar olmasa da dijital göçebelerin bu destinasyonlara verdiği skorların iyi düzeyde olduğu saptanmıştır. Türkiye, özellikle yeme-içme-eğlence olanakları ve tarihi, kültürel ve doğal çekicilikleri sayesinde dijital göçebeler üzerinde olumlu algıya sahiptir. Fakat dijital göçebeler, Türkiye'yi genel olarak güvenlik şartları, trafik, ulaşım ve internet hızı bakımından olumsuz değerlendirmektedirler.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Göçebe, Türkiye, Nomad List, İçerik Analizi

#### **Abstract**

The aim of this research is to examine the comments of digital nomads about Turkey on the Nomad List website, and to evaluate the perceptions of digital nomads towards Turkey. While examining the comments on the Nomad List, the phenomenological research design, which is one of the qualitative research methods, was used. In order to reach the data, all the rated destinations of Turkey were reached by typing the keyword "Turkey" in the website. A total of 35 comments were obtained for the destinations of Istanbul, Antalya, Alanya, Adana, Izmir, Ankara, Gaziantep, Bodrum, Konya and Bursa, and qualitative data were analyzed with content analysis. In the analysis process, the data were visualized by using the MAXQDA software. When the data is examined, each destination is divided into sub-themes under the main theme of "destinations". The main theme of "Criteria" was analyzed by dividing into 11 sub-themes. As a result of the analysis, it has been determined that there are mostly positive comments about Istanbul and Izmir, but there are no comments about Konya and Adana, but the scores given by the digital nomads to these destinations are at a good level. Turkey has a positive perception of digital nomads, especially thanks to its food-beverage-entertainment opportunities and historical, cultural and natural attractions. However, digital nomads generally evaluate Turkey negatively in terms of security conditions, traffic-transportation and internet speed.

**Keywords:** Digital nomad, Türkiye, Nomad List, Content Analysis

Makele Geliş Tarihi: 01.02.2023 Makale Kabul Tarihi: 17.03.2023

**Sorumlu Yazar (Corresponding Author):** Nilgün DEMİREL İLİ (nilgundemirel90@gmail.com)

<sup>a</sup> Iğdır Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Iğdır/Türkiye (nilgundemirel90@gmail.com), ORCID: 0000-0003-2407-9932

DOI: 10.5281/zenodo.7783445

## **1. Giriş**

Geçmişte insanlar buldukları çevreye göre sınırlı bir kapsamda yaşamlarını sürdürürken, yaşanan teknolojik gelişmeler neticesinde günümüzde mekâna ve zamana olan bağımlılık giderek azalmıştır. Bu durum, seyahat etme alışkanlıklarında da değişikliklere neden olmuştur. Geçmişten günümüze değişen turizm türleri ve turist tipleri turizm hareketliliğindeki yeniliklerin kanıtıdır. Son yıllarda popüler bir kavram olan dijital göçebelik, bunun en güncel örneğidir. Turizmde yeni bir niş pazar veya turist tipolojisi olarak tanımlanan dijital göçebelere yönelik yapılan çalışmaların sayısı giderek artmaktadır. Reichenberger (2018)'e göre dijital göçebeler; boş zaman, iş ve seyahat kavramları arasındaki sınırların belli olmadığı, yaşadıkları yerden bağımsız şekilde sürekli hareket eden bireylerdir. Seyahat etmeyi bir yaşam tarzı haline getiren dijital göçebeler için önemli olan kriterlerden biri çevrim içi alanların ve internet bağlantılarının varlığıdır. Çünkü dijital göçebeler iş hayatı ile seyahati bütünleştiren özgürlükçü iş ve yaşam modelini profesyonel olarak yürütebilen kişilerdir.

Pandemi dönemi, iş ile seyahat arasındaki değişimi hızlandırmıştır. Uzaktan iş yürütmek daha kolay hale gelmiş, zamana ve mekâna olan bağımlılık azalmıştır. Destinasyonlar da dijital göçebelerin taleplerini turistik alanlar ile bütünleştirerek seyahat ve uzaktan iş yürütme arasındaki ilişkiyi ve bütünlüğü sağlamışlardır. Henüz dijital göçebeleri yeterli düzeyde çekemeyen destinasyonlar için dijital göçebelerin turistik faaliyetlerden beklentilerinin ve algılamalarının öğrenilmesi son derece önemlidir. Dünyadaki birçok dijital göçebe destinasyonun popüler hale gelmesindeki ana neden, vize uygulamalarının kolaylığıdır. Bir destinasyon için vize politikasının geliştirilmesi destinasyonun popülerliği açısından önem arz etmektedir. Destinasyonlar bağlamında ise dijital göçebe turizminin gerçekleştirilebilmesi ve bu hedef kitlenin beklentilerinin karşılanması için birçok konunun ele alınması son derece önem arz etmektedir (Kocaman, 2021).

Türkçe literatüre bakıldığında “dijital göçebe” kavramı yeni bir araştırma alanını oluşturmaktadır. Örneğin Akın (2021)'in dijital göçebelerin motivasyonlarına yönelik yapmış olduğu araştırmasında topluluğun sahip olduğu yaşam tarzının yalnızlık ve yaşam maliyeti gibi zorluklara rağmen bireysel olarak motive ve temelde özgür ruha sahip olduklarını ifade etmektedir. Kocaman (2021)'in Nomad List'e yönelik gerçekleştirdiği araştırmasında, en çok tercih edilen ilk 20 destinasyona yönelik sonuçları incelemiştir. İfade edilen sonuçlara göre destinasyonlara yönelik küme profillerini oluşturmuş ve

toleranslı ekonomik dijital göçebe destinasyonları, düşük toleranslı-ekonomik dijital göçebe destinasyonları ve yüksek toleranslı-lüks dijital göçebe destinasyonları ve yüksek şekilde adlandırılmıştır. Bozdoğan & Özuz Dağdelen (2022) dijital göçebeliği sosyolojik bağlamda ele almış olup bu hareketli yaşam tarzının yeni bir pazar oluşturduğunu öne sürmüşlerdir. Düzgün & Akın (2022)'ın araştırmalarında ise dijital göçebelerin yeni bir turist tipolojisi olarak değerlendirilmesi gerektiğine yönelik sonuçlara ulaşılmıştır. Kocaman (2022)'ın dijital göçebelere yönelik sistematik literatür incelemesi gerçekleştirdiği çalışmasında ise, dijital göçebeleri turizm kapsamında ele alan araştırmalar incelenmiş ve ortak çalışma alanları, motivasyonları, iş ve özel hayat dengelerinin yanı sıra turist profili olarak dört tema üzerinde araştırmaların gerçekleştirildiğini ortaya koymuştur.

Tüm dünyada yaşanan COVID-19 pandemisiyle iş yaşamında meydana gelen uzaktan çalışma kavramı sayesinde önem kazanmaya başlayan 'digital nomadism' yani 'dijital göçebelik' kavramının Muğla turizminde bir alternatif proje olarak eyleme dönüştürülmesi amacıyla faaliyetlere başlanmıştır. Bu projeye göre Dalyan, dijital göçebeler için önemli bir merkez haline gelebilecektir (İhlas Haber Ajansı, 2023). Pandemiden önce gerçekleştirilen araştırmalara göre kendilerini dijital göçebe olarak ifade eden ve aynı zamanda uzaktan çalışarak mesleklerini icra eden insanların sayısı, ABD'de 7,3 milyon, İngiltere'de 2,5 milyon civarında seyrettiği ve ülkemizde ise bu sayının 10.000 kişi dolaylarında olduğu bilinmektedir. Pandemi sonrası bu sayıların giderek artacağı ve 2035 yılında uzaktan çalışma sisteminde dünya genelinde 1 milyar kişinin olacağı düşünülmektedir (T.C. Muğla Valiliği, 2021).

Yukarıda verilen bilgiler doğrultusunda dijital göçebe kavramının öneminin artacağı ve ilgili konuda gerçekleştirilecek çalışmaların hızlanacağı düşünülmektedir. Ancak bugüne kadar gerçekleştirilen araştırmalara bakıldığında dijital göçebelerin turizm bağlamında yeterli düzeyde değerlendirilmediği anlaşılmaktadır (Kocaman, 2022). Dijital göçebelik kavramının anlaşılması yeni mal ve hizmetlerin geliştirilmesine ve turistik ürünün çeşitlendirilmesine zemin hazırlanmasında etkili olacağı düşünülmektedir (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021). Bu bağlamda turistik ürün çeşitliliğini artırmak, destinasyon pazarlaması için niş pazar olan dijital göçebelerin algılarını öğrenmek ve bu sonuçları turizm sektörüne entegre etmek Türk turizmi için önem arz etmektedir. Dijital göçebeliğin Türkiye'de birçok destinasyonda yürütülebilmesi adına önemli olan

kriterlerin ve bakış açılarının saptanması, stratejilerin geliştirilmesinin önünde bir rehber niteliği taşıyacaktır. Bu amaca hizmet eden bu çalışmada, dijital göçebelerin Türkiye'deki destinasyonlara yönelik algıları Nomad List web sitesi üzerinden değerlendirilmektedir.

### **1.1. Dijital Göçebe Kavramı**

Günümüzde hem çalışma hem de boş zaman değerlendirme faaliyetlerinde büyük değişiklikler yaşanmaktadır. COVID-19 pandemisi örneğinde olduğu gibi bazen krizler, iş modelleri de dahil olmak üzere yeni fırsatlar ve trendleri keşfetmeye olanak sağlayabilmektedir. Yapay zekâ, bulut teknolojisi, mobil cihazlar, internet teknolojisi ve sosyal medya gibi yeni iletişim teknolojileri konumdan bağımsız çalışma fırsatının yanı sıra yeni iş alanlarının da ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır (Ens, Stein & Blegind Jensen, 2018). Bu durumun en önemli örneklerinden birini, son yıllarda popülerliğini artıran dijital göçebe topluluğu oluşturmaktadır.

Belirli bir zaman aralığına ve mekâna bağlı kalmaksızın dijital altyapının olduğu her yerden ve istediği zaman çalışabilen bireyler, dijital göçebe olarak tanımlanmaktadır (Blatt & Gallagher, 2013). Dijital göçebeler tüm işlerini yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla gerçekleştiren ve yaşamlarını sürekli bir şekilde seyahat ederek sürdüren bireylerden oluşmaktadır. Kablosuz internet bağlantısı ve bulut sistemlerinin kullanılması, dijital göçebelerin zamana ve sabit bir mekâna bağımlı olmaksızın hareket etmelerine olanak sağlamaktadır (Milošević, 2020). Bu yaşam tarzını benimseyen bireyler, sabit bir ev ve işyerine bağlı olmayı reddederek, istedikleri yerden çalışabilme ve istedikleri yere seyahat edebilme yetisine sahiptirler (Orel, 2019). Geleneksel ofis ortamından uzakta ve çalışma saatlerini kendileri belirleme isteğinde olan dijital göçebeler, sürekli yeni yerler keşfetme peşinde sosyal yaşamı yeniden tanımlamaktadırlar (Schroeder, 2016). Değişen çalışma şekilleriyle birlikte dijital teknolojilerin ve bilgi altyapılarının küresel çapta yaygınlaşması, dijital göçebeliğin popüleritesinin artışında önemli rol oynamıştır (Nash, Jarrahi & Sutherland, 2018: 216).

Dijital göçebeler, dünyadaki yeni yerleri az eşya ve bir dizüstü bilgisayar aracılığıyla keşfetmek isteyen bireylerden oluşmaktadır (Georgios, 2018). Topluluk, bir ev veya işyeri gibi mülk edinmek yerine geçici yaşama ve çalışma alanlarını tercih ederek mobil ve sürdürülebilir bir yaşam tarzını benimseme eğilimindedirler (Lee vd., 2019). Topluluk, geleneksel çalışma modellerine karşı koyan yeni bir ekonomik iş modeli olarak tanımlandığı gibi yeni bir turist tipolojisi ve kültürel bir fenomen olarak da

nitelendirilebilmektedir (Wang, Schlagwein ve Cahalane, 2018). Her dijital göçebe bir serbest çalışan ve uzaktan çalışan olarak kabul edilebilir olsa da sık seyahat etmeleri ve yerleşik ikameti reddetmeleri sebebiyle her serbest veya uzaktan çalışan dijital göçebe olarak değerlendirilememektedir (Kropp, 2018).

Dijital göçebeler; serbest çalışanlar, seyahat blog yazarları veya internet girişimcileri gibi nitelendirilseler de son yıllarda web tasarımından öğretmenliğe, sosyal medya yöneticiliğinden satış danışmanlığına kadar geniş iş rolleri ve sektörlerde de yer alan bireylerden oluşmaktadırlar (Hermann & Paris, 2020: 332). İş hayatının, boş zamanın ve seyahatin harmanlandığı bir yaşam tarzı olan dijital göçebeler, sınırların ötesinde girişimci bir ruh ile faaliyet göstermektedirler (Cook, 2022: 305). Girişimci ve bağımsız hareket etme istekleri, sık seyahat etmeleri ve tüm işlerini dijital olarak yürütmeleriyle diğer çalışan ve gezgin türlerinden önemli ölçüde ayrılan dijital göçebeler, hayatlarını kendi hobilerine ve yaşam tarzlarına göre belirlemektedirler (İli & Büyükbaykal, 2022: 315).

Seyahat ettikleri yerlere ekonomik ve kültürel olarak katkı sunan dijital göçebelerin potansiyelini keşfeden ülkeler, onları ekonomik bir fırsat olarak görmektedirler (Busuttil, 2021). Buna bağlı olarak dijital göçebelere yönelik vize kolaylıkları, ortak çalışma ve yaşam alanları, kablosuz internet altyapılarının iyileştirilmesi gibi çeşitli düzenlemelerin sayısı her geçen gün artış göstermektedir. Dijital göçebeleri şehirlerine ve ülkelerine çekmek için yapılan bu uygulamalar ile yerel ekonominin kalkınması amaçlanmaktadır (Sánchez-Vergara, Orel & Capdevila, 2023). von Zumbusch & Lalicic (2020), ortak çalışma ve yaşam alanlarının oluşturulmasının, dijital göçebelerin hem sosyalleşmesi hem de yeni iş bağlantıları gerçekleştirmeleri adına önemli rol oynadıklarını ifade etmektedirler. Genellikle yalnız seyahat eden dijital göçebeler de yalnızlık çekmemeleri ve sosyalleşmeleri amacıyla bu tür alanları tercih etme eğilimi göstermektedirler.

## **1.2. Turizm ve Dijital Göçebelik**

Turizm pazarlamasında yeni yeni duyulmaya başlayan “dijital göçebe” kavramı, “uzaktan çalışan” kavramıyla karıştırılsa da aralarında farklılıklar bulunmaktadır. Dijital göçebeler, hareketlilik ve özgürlüklerine önem vermektedirler. Fakat dijital göçebeliğin belirtilen özellikleri, seyahat ve destinasyon tercihleri açısından tam anlamıyla ele alınmamıştır. Bu durum dijital göçebelerin; iş seyahatinde olanlar, serbest çalışanlar gurbetçiler ve küresel göçebelerle karıştırılmasına neden olabilmektedir (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021).

Turizmde yeni bir hedef kitle olan dijital göçebeler, gittikleri destinasyonlarda konaklama ve çalışma alanlarını bütünleştirebilmektedirler. Dolayısıyla destinasyonlarda onlara hitap eden konaklama ve ortak çalışma alanlarının oluşturulması dikkat ettikleri unsurların başında gelmektedir. Özellikle COVID-19 pandemisinden sonra dijital göçebelik, önemli bir kavram haline gelmekle birlikte, bir yaşam felsefesi haline dönüşmüş ve yeni destinasyonların oluşmasına katkı sağlamıştır (Chevtaeva, 2021). Bununla birlikte iş bulabilecekleri alanlar, internet ve turistik çekicilikler beklentilerini karşılayabilecek kriterler arasındadır. Ayrıca turizm bağlamında itme ve çekme faktörünün daha detaylı analiz edilmesi gerekmektedir. Böylelikle turizm politikacıları ve paydaşların dijital göçebelerin ihtiyaçlarına uygun destinasyon özelliklerinin oluşturulmasına yönelik faaliyetlerin önü açılacaktır. Örneğin; Bali plajları, sörf etkinlikleri, deniz-kum-güneş üçlüsünü içinde barındırmakla birlikte internet alt yapısı ile dijital göçebeler tarafından oldukça fazla talep görmektedir (Prabawa & Pertiwi, 2020). Turizmi oluşturan en önemli bileşenin konaklama ihtiyaçlarının olduğu ve dijital göçebelerin memnuniyetlerinin sağlanmasında dijital göçebe özelliklerinin ve algılarının dikkate alınması gerektiği bilinmektedir. Aslında konu, dijital göçebe kavramı açısından ele alındığında ilgili kişilerin en beğendikleri destinasyonlar, yaşam maliyetlerinin düşük fakat doğal güzelliklerin yüksek olduğu alanlardır. Dolayısıyla turizm sektöründe söz sahibi olanların dijital göçebeleri yeni bir turist tipi olarak görmeleri ve faaliyetlerini onlara göre oluşturmaları gerekmektedir. Turizmde yeni olan dijital göçebelerin destinasyonlara ekonomik katkı sağlaması açısından önemli bir potansiyel olacağı düşünülmektedir (Vagena, 2021).

Bir destinasyonun dijital göçebeleri etkilemesi ve destinasyona yönelik turistik talep oluşturması için dijital göçebelerinin destinasyon seçim tercihlerinin belirlenmesi ile mümkün olabilecektir (Kocaman, 2022). Bu nedenle, ortaya konulan bu çalışmada nitel olarak elde edilen verilerin sonuçlarının dijital göçebelerin beklentilerine uygun destinasyonların oluşturulmasında önemli bir rehber olacağı düşünülmektedir.

## **2. Araştırmanın Yöntemi**

### **2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu araştırmanın amacı, dijital göçebelerin üye oldukları bir platform olan Nomad List web sitesi üzerinde Türkiye hakkındaki yorumlarını incelemek ve dijital göçebelerin Türkiye hakkındaki algısını değerlendirmektir. Daha önce yapılan çalışmalar

Türkiye'deki destinasyonlara yönelik olmamakla birlikte Nomad List'i kullanan katılımcıların yorumlarını değerlendiren çalışmalara rastlanılamamıştır. Deneyimlere dayalı gerçekçi yorumların elde edilmesi bakımından önem arz eden çalışmada, içerik analizinin bir yazılım programı ile yapılması, çalışmanın yürütülmesi açısından da güçlü bir etki oluşturmaktadır. Bununla birlikte elde edilen veriler, Türkiye'deki destinasyonların güçlü yönlerini ve zayıf yönlerini ortaya çıkarmakta ve yapılan analiz sonucunda dijital göçebe destinasyonlarına yönelik stratejik öneriler sunmaktadır.

Araştırmada şu sorulara cevap aranmaktadır:

- Türkiye'nin en çok tercih edilen dijital göçebe destinasyonu hangisidir?
- Türkiye'yi ziyaret eden dijital göçebeler en çok hangi destinasyon hakkında yorum yapmıştır?
- Dijital göçebelerin Türkiye'de en çok dikkat ettiği algı unsuru hangisidir?
- Türkiye'nin dijital göçebe destinasyonlarının güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?

## **2.2. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmaktadır. Nitel araştırma; algı ve deneyimlerin açığa çıkarılmasını sağlayan araştırma yöntemidir. Nitel araştırmalar, çalışmanın amacının ortaya konulması sürecinden başlayarak araştırma sorularının oluşturulması, veri oluşturma ve analiz etme, rapor yazma, geçerlik koşullarını sağlama ve değerlendirme sürecini içeren bir dizi aşamadan oluşmaktadır (Tekindal & Uğuz Arsu, 2020). Araştırmada fenomenolojik araştırma deseni tercih edilmiştir. Fenomenolojik araştırma, olgular ya da olaylar hakkında derinlemesine bilgiye ulaşmayı hedeflemekte ve sınırlı zaman diliminde yürütülmesi bakımından araştırmacılara kolaylık sağlayabilmektedir. Ayrıca duyguları, kültürleri ve inançları birebir yansıtması bakımından da gerçekçiliğe dayanmaktadır (Çarpar, 2020). Araştırmada irdelenen fenomenler, Türkiye'nin dijital göçebeler tarafından tercih edilen, deneyimlenen, hakkında yargıya ve algıya sahip olunan ve puanlanan/yorum yapılan destinasyonlarıdır.

## **2.3. Araştırmanın Sosyal Dünyası ve Örnekleme**

Nomad List sosyal dünyası üzerinden erişilen tüm destinasyonlar içerisinde Türkiye'deki destinasyonlar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Nomad List'e dahil olan tüm destinasyonlar ise araştırmanın sosyal dünyasını ifade etmektedir. 2014 yılından beri faal olan ve uzaktan çalışmanın özgürlüğünü temsil eden Nomad List 190'dan fazla ülkede ve 1357 şehirde dijital göçebe alanlarını listelemektedir. Verilerinin sürekli değişkenlik

gösterdiği web sitesinde ortak çalışma alanları bulmak, iklim, maliyet, internet, güvenlik gibi kriterlere göre destinasyon seçmek ve kullanıcı yorumlarına ulaşmak için detaylı veriler yer almaktadır. 10 binden fazla üyenin yer aldığı Nomad List topluluğuna ücret karşılığında üye olmak gerekmektedir. Fakat her an popüler dijital göçebe şehirleri ve onların sıralamalarının görülebileceği veri tabanı 10 dakikada bir güncellenmektedir ve dijital göçebelerin işine yarayacak güncel veriyi sağlamaktadır. Dünya'daki tüm şehirlerde olduğu gibi Türkiye'nin de sıralamasını (skor/puan) belirleyen çeşitli kriterler bulunmaktadır. Bunlar; maliyet, internet hızı, sıcaklık/iklim, döviz kurları, hava kalitesi, eğlence, gece hayatı, düşük ırkçılık, gey/LGBTQ+ dostu olma durumu, güvenlik, kadın dostu şehir olma durumu gibi kriterlerdir ve toplam skorlar bu kriterlere göre belirlenmektedir (Nomadlist.com).

#### **2.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği**

Nitel araştırmaların sonuçları geçerli ve güvenilir bir şekilde ortaya koyulmalıdır. Katılımcıların ve araştırmacıların zihinlerindeki farklı gerçeklikleri doğru veya ifade edildiği şekilde algılayabilmeleri ve bunu yansıtabilmeleri araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği kapsamında değerlendirilmektedir (Arastaman, Öztürk Fidan & Fidan, 2018). Diğer bir ifade ile geçerlilik ve güvenilirlik pozitivist bakış açısına dayandığından, sosyal bilimlerde bu kavramlara daha detaylı bir şekilde yer verilmeli ve katılımcıların ifade ettiği durumlar gerçekçi anlatılmalıdır. Dolayısıyla veriler gerçekçi ve inandırıcı temellere dayandırılmalıdır (Golafshani, 2003). Araştırma, güvenilirlik ve geçerlilik kapsamında onaylanabilirlik, güvenilebilirlik, inandırıcılık, aktarılabilirlik, araştırmacının öz geçmişi ve deneyimleri, meslektaş değerlendirmesi güvenilirlik ve geçerlilik kurallarına dikkat edilerek gerçekleştirilmiştir (Arastaman, Öztürk Fidan, & Fidan, 2018).

#### **2.5. Verilerin Toplanması ve Analizi**

Yeni medya teknolojilerinin ve internetin gelişimi, düşük maliyetli veri toplama tekniklerinin uygulanmasında web sayfalarının incelenmesine olanak tanımıştır (Herring, 2010). Birçok alanda web kullanıcılarının görüşleri veya yorumları araştırmalara konu olabilmekte ve bu görüşlere veya yorumlara ücretsiz olarak web sitelerinden ulaşılabilmektedir. Yapılandırılmamış olarak elde edilen veriler sosyal bilimlerde içerik analizi vasıtasıyla analiz edilmeye olanak tanımaktadır (Kim & Kuljis, 2010).

Destinasyonlara ait yorumlar 17.01.2023 tarihinde Nomad List web sitesinin “reviews”



sekmesinden elde edilmiştir. Tablodaki şehirlere ulaşmak için ise “Turkey” yazarak destinasyonların sıralamasına göre yorumlar derlenmiştir. Nomad List web sitesinin verilerinin sürekli güncellenmesine bağlı olarak verilerin kısa bir zaman diliminde derlenmiş olması, verilerin güncelliği ve tutarlılığı açısından önem arz etmektedir. Destinasyonlar; İstanbul, Antalya, Alanya, Adana, İzmir, Ankara, Gaziantep, Bodrum, Konya, Bursa şeklinde sıralanmıştır. Her bir destinasyona ilişkin derlenen toplam yorum sayısı 35 olarak saptanmıştır. Veriler tek tek incelenmiş olup tümevarımsal yöntemle ana tema ve alt temalara ayrılmıştır. Destinasyonlar ana teması altında her bir destinasyon bir alt tema olarak belirlenmiştir. Kriterler ana teması altında; Tutum ve Davranış, Konaklama ve Ortak Çalışma Alanları, Şehir Hayatı ve Olanaklar, Güvenlik, İnternet/Wifi, Maliyet, Tarihi- Kültürel ve Doğal Çekicilikler, Yeme-İçme-Eğlence, Ulaşım, İklim, Dil olmak üzere 11 alt tema oluşturulmuştur. Belirlenen ana temalar açıklanarak tablo oluşturulmuş ve verilerin kodlanması bu tabloya göre yapılmıştır. Kodlama ve analiz MAXQDA yazılım programından yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Kodlama, nitel araştırmaların en önemli basamaklarından biridir. Kodlama yapılmadan önce nitel veriler birkaç kez okunmalı ana tema ve alt temalar oluşturulmalıdır. Araştırma sorularını destekleyecek cevaplar veriler içerisinde aranmalı ve tutarlı sonuçlara ulaşılmalıdır. Bu bakımdan ana tema ve alt temaların açıklanması önem arz etmektedir. Analiz sonucunda frekans değerlerine, yüzdelerle ilişkin grafiklere ve katılımcı yorumlarından kesitlere yer verilmiştir.

### **3. Bulgular**

Araştırmanın ilk bulgusunu Nomad List üzerinden elde edilen yorumlara ilişkin sayılar ve skorlar tablosu oluşturmaktadır. 5 puan üzerinden belirtilen toplam skora göre sıralanan destinasyonlara ait yorumlar sadece 10 destinasyonda yer aldığından Türkiye'nin dijital göçebe destinasyonlarının aşağıdaki destinasyonlar olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 1. Destinasyonlara Ait Yorum Sayıları ve Skorları**

	<b>Destinasyonlar</b>	<b>Yorum sayısı</b>	<b>Toplam Skor</b>
1	İstanbul	20	3.37/5
2	Antalya	5	3.21/5
3	Alanya	1	3.14/5
4	Adana	-	3.06/5
5	İzmir	5	2.97/5
6	Ankara	1	2.94/5

7	Gaziantep	1	2.93/5
8	Bodrum	1	2.92/5
9	Konya	-	2.71/5
10	Bursa	1	2.29/5

\*Veriler 17.01.2023 tarihinde saat 22:42'de elde edilmiştir.

İstanbul Türkiye'nin en çok turist çeken şehirlerinden biri olmakla birlikte dijital göçebelerin de uğrak noktası olmuştur. Destinasyonlar arasında hakkında en çok yorum yapılan şehir olması bakımından ön plana çıkmaktadır. Ayrıca İstanbul, dijital göçebelerin belirtilen kriterlere göre puanlamaları sonucunda elde edilen skorlar sonucunda en üst sırada yer almaktadır (3.37/5). Hakkında İstanbul'a göre nispeten az yorum olan İzmir ve Antalya genel olarak dijital göçebeler için uygun bir destinasyon olarak görülmektedir. Adana ve Alanya'nın puanı yüksek olmasına rağmen hakkında yoruma pek yer verilmemiştir.

**Tablo 2. Yıllara Göre Türkiye'yi Ziyaret Eden Tahmini Dijital Göçebe Sayısı**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
İstanbul	284	534	584	434	1034	1467	1917	3817	6650
Antalya	67	67	84	100	117	200	350	1117	1817
Alanya	34	34	0	17	67	84	84	217	467
Adana	0	0	0	0	0	0	0	17	34
İzmir	0	67	34	17	67	84	117	167	567
Ankara	17	0	0	17	34	34	84	84	200
Gaziantep	0	0	0	0	17	0	0	17	17
Bodrum	17	34	0	0	17	17	117	50	250
Konya	0	0	0	0	0	0	0	0	67
Bursa	0	0	0	0	0	0	0	0	50

\*Veriler 17.01.2023 tarihinde saat 22:55'te elde edilmiştir.

\*\* Tüm dijital göçebeler Nomad List üyesi değildir ve tüm Nomad List üyeleri seyahatlerini kaydetmeyebilir.

Nomad List'e üye kişilerin hareketliliği sonucunda elde edilen tahmini veriler Tablo 2'de gösterilmektedir. Veriler 12 ayın ortalaması alınarak sunulmaktadır. Gösterilen değerler, Nomad List üyeleri tarafından kaydedilen toplam seyahat sayısına dayalı olarak yapılan tahmini ziyaretlerdir. Bir destinasyona yapılan ziyaretler, o yıl içinde daha fazla ziyaret etseler bile kullanıcı başına yılda yalnızca bir kez sayılmaktadır. Bu veriler doğrultusunda İstanbul'un giderek artan dijital göçebe sayısı dikkat çekmektedir. Pandemi dönemi yaşansa bile sayıların artışı uzaktan çalışmak için İstanbul'un tercih edilebilecek bir destinasyon olduğunu göstermektedir. Diğer şehirlerin de özellikle 2022 yılında ani bir artışla dijital göçebeler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Fakat istikrarlı bir şekilde

Nomad List'in aktif olduğu yıldan 2022 yılının sonuna kadar İstanbul ve Antalya'nın dijital göçebelere ev sahipliği yaptığını söylemek mümkündür.

Araştırmanın bir diğ er bulgusunu ana tema ve alt tema tablosu oluşturmaktadır. Ana tema ve alt temalara dair izler arayabilmek için tablodaki tanımlamalar verilerin gruplandırılmasına ve analizine ışık tutmaktadır. Aksi takdirde analizde hatalar olabilmekte kodlanan veriler yanıltıcı olabilmektedir. Araştırmada veriler tek tek incelenmiş tümevarımsal (her bir olgudan kavramın geneline) bir araştırma yolu izlenerek ana tema ve alt temalar oluşturulmuştur.

**Tablo 3. Ana Tema ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar**

	<b>Alt Tema</b>	<b>Açıklamalar</b>
<b>Ana Tema: Kriterler</b>	Tutum ve Davranış	Destinasyonlardaki yerel halkın veya hizmet sunanların dijital göçebelere karşı olumlu veya olumsuz tutum ve davranışlarını ifade etmektedir.
	Konaklama ve ortak çalışma alanları	Dijital göçebelerin daha rahat vakit geçirebilecekleri, çalışabilecekleri ve konaklayabilecekleri yerleri ifade etmektedir.
	Şehir Hayatı ve Olanaklar	Dijital göçebeler tarafından tercih edilen destinasyonların alt yapı imkanlarını, kalabalık veya sakin olma durumunu ifade etmektedir.
	Güvenlik	Dijital göçebelerin- özellikle kadın dijital göçebelerin- kendilerini rahat ve güvende hissetmeleri için gerekli olan güvenlik koşullarını ifade etmektedir.
	İnternet/Wifi	Destinasyonlardaki internet ağı, gücü, kapasitesini ve wifi imkanlarını ifade etmektedir.
	Maliyet	Destinasyonlardaki günlük veya aylık harcanan para miktarını, destinasyonun ucuz veya pahalı olma durumunu ifade etmektedir.
	Tarihi, Kültürel ve Doğal Çekicilikler	Destinasyonların sahip oldukları tarihi, kültürel ve doğal çekicilikleri ifade etmektedir.
	Yeme-İçme-Eğlence	Dijital göçebelerin yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayabilecek tesisleri yerel kültüre ait veya popüler yiyecek-içecekleri veya zaman geçirebilecekleri, eğlenebilecekleri mekanları ifade etmektedir.
	Ulaşım	Destinasyonlarda bir yerden başka bir yere hareket ederken kullanılacak ulaşım araçlarının (taksi, metro, otobüs, Uber vb.) kolaylığını veya ağını ifade etmektedir.
	İklim	Destinasyonun sahip olduğu dijital göçebelere hitap edebilecek iklim koşullarını ifade etmektedir.
	Dil	Yerel halkın veya turizm sektöründe hizmet sunanların en az bir dili (İngilizce) iyi konuşabilme derecelerini ifade etmektedir.

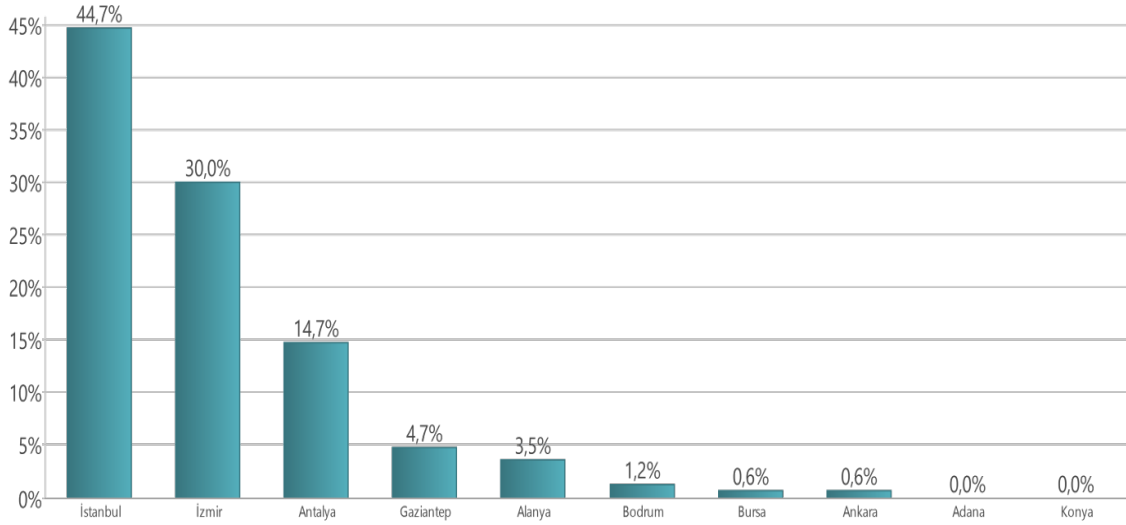
Araştırmada belirlenen bir diğer tema “destinasyonlar” ana temasıdır ve alt temaları ise İstanbul, Antalya, Alanya, Adana, İzmir, Ankara, Gaziantep, Bodrum, Konya, Bursa destinasyonlarından oluşmaktadır. Özel isimler olması bakımından açıklamalarının yapılmasına ve tabloda yer verilmesine gerek duyulmamıştır.

**Tablo 4. Ana Tema ve Alt Temalara İlişkin Frekans Değerleri**

<b>Kod Sistemi</b>	<b>381</b>
<b>Destinasyonlar</b>	<b>170</b>
İstanbul	76
Ankara	1
İzmir	51
Adana	-
Gaziantep	8
Bodrum	2
Konya	-
Bursa	1
Antalya	25
Alanya	6
<b>Kriterler</b>	<b>211</b>
Tutum ve Davranış	33
Konaklama ve ortak çalışma alanları	16
Şehir Hayatı ve Olanaklar	22
Güvenlik	11
İnternet/Wifi	14
Maliyet	18
Tarihi, Kültürel ve Doğal Çekicilikler	25
Yeme-İçme-Eğlence	31
Ulaşım	22
İklim	6
Dil	13

Nitel veriler kodlandıktan sonra elde edilen frekans değerleri Tablo 4’te gösterilmektedir. Yazılan her bir cümle anlamı belirtilen alt tema açıklaması doğrultusunda kodlanmış ve frekanslar elde edilmiştir. Hakkında en çok yorum yapılan şehir olması bakımından İstanbul yine en yüksek kodlama sayısına sahiptir. Hakkında yorum olmaması nedeniyle kodlama sayısı olmayan şehirler Adana ve Konya’dır. Kriterler ana teması altında en çok tekrarlanan alt temanın “Tutum ve Davranış” alt teması olduğu görülmektedir. İkinci olarak en çok tekrar edilen alt tema ise “Yeme-İçme-Eğlence”dir. En az tekrar edilen alt temaların “Güvenlik” ve “İklim” alt temaları olduğu göze çarpılmaktadır. Alt temalara

ilişkin detaylı açıklamalar ve yorumlamalar yüzde sonuçlarına ilişkin şekil altında detaylandırılmış ve yorumlardan kısımlar sunulmuştur.



**Şekil 1. Destinasyonlara İlişkin Yüzde Değerleri**

Destinasyonlara yönelik yorumlara ait içerik analizi sonucunda sonra elde edilen yüzde değerleri Şekil-1’de gösterilmektedir. Tüm yorumlar içerisinde İstanbul hakkında en çok yorum yapılan destinasyondur. Hakkında yorum olmayan fakat puanlamaya sahip destinasyonlar ise Adana ve Konya’dır. Destinasyonlara ilişkin değerlendirmeler ve dijital göçebe yorumlarından kesitler aşağıda detaylandırılmaktadır. Her bir destinasyona ilişkin iki olumlu ve iki olumsuz olmak üzere (hakkında tek veya çok az yorum olan destinasyonlar hariç) dijital göçebe yorumlarına yer verilmektedir.

**İstanbul:** İstanbul’un Türkiye’ye gelen turisti çoğunlukla ilk karşılayan şehir olması bakımından dijital göçebeler tarafından keşfedilmesine olanak tanıyan birçok yönü ve imkânı bulunmaktadır. Özellikle jeopolitik konumu ve tarihi önemi dijital göçebeler tarafından ilgi görmektedir. İstanbul’un yeme içme alternatifi bakımından birçok restorana sahip olması, ayrıca sokak lezzetlerinin yaygın olması yiyecek içecek kültürünün temsil edildiğinin göstergesidir. Türk misafirperverliğinin dijital göçebeler tarafından algılanması ve tutum ve davranışın genel olarak iyi oluşu İstanbul’u cazip kılmaktadır. Ayrıca İstanbul’da ve diğer tüm destinasyonlarda yaşam maliyeti dijital göçebelerin bütçesi için oldukça uygundur. Yorumlar incelendiğinde olumluya göre daha az olsa da olumsuz bakış açılarının da mevcut olduğu tespit edilmiştir. Özellikle ulaşım da sıkıntılar mevcuttur. Taksi şoförlerinin trafik kurallarına uymaması, turisti dolandırmaya

yönelik tutum ve davranışlarda bulunulması, Uber gibi ulaşım araçlarında yaşanan iptaller veya usulsüzlük, kısa mesafelerde müşteri kabul edilmemesi gibi durumlar dijital göçebelerin sıklıkla yaşadıkları sıkıntılardandır. Özellikle Taksim ve çevresinin güvenli olmadığı belirtilmektedir. Tek başına seyahat eden kadın dijital göçebelerin rahatsız olduğu durumların olduğu tespit edilmiştir.

*“Harika yemekler yiyebilir ve tarihin en eski şehirlerinden birinde dolaşabilirsiniz.”*

*“Türk halkı genellikle arkadaş canlısıdır ve yaşam maliyeti yabancılar için çok uygun olabilir.”*

*“Uber’ler sinir bozucu, sizi iptal etmeye devam ediyorlar ve bu, bir yere gitmeyi çok zorlaştırıyor. Normal taksiler dolandırıcı olmakla ünlüdür. Hâlihazırda Uber uygulamasında kartla ödeme yapıyor olmama rağmen, bir Uber sürücüsü bile benden nakit ödeme yapmamı isteyerek beni dolandırmaya çalıştı.”*

*“Aslında turistlerin gözdesi olan Taksim semti ve tarihi yerler, yöre halkının en sevmediği ve güvensiz bulunduğu yerlerden.”*

**İzmir:** Araştırmanın bulgularına göre İzmir’in İstanbul’dan daha iyi bir dijital göçebe destinasyonu olduğuna dair algılar mevcuttur. İzmir’in daha kozmopolit ve özgür bir şehir olduğu algısının olduğu belirtilmiştir. İngilizce konuşma oranı bakımından olumlu bir algı ortaya çıkmaktadır. İnsanların arkadaş canlısı olduğu, ikliminin ve şehir olanaklarının dijital göçebeleri cezbediği söylenebilmektedir. Fakat birçok şehirde olduğu gibi İzmir’de de olumsuz deneyimler yaşanmıştır. Fiyatların çoğu zaman yüksek olması, kavgaya tanıklık, trafik sorunu gibi sorunlar yaşanmıştır. Alsancak, Bostanlı, Karşıyaka gibi semtlerin dijital göçebeler için güvenli, canlı ve çekici olduğu belirtilmiştir.

*“Gençler İngilizce konuşur, yaşlılar konuşmaz ama yine de Türkçe’yi denemelisiniz.”*

*“Dost canlısı yerliler, arkadaş edinmesi kolay. Bir bara git ve kiminle sohbet et. Hızlı bir şekilde arkadaş olacaksınız.”*

*“İnsanlar ırkçıydı, yabancılarla apaçık fahiş fiyat uyguluyorlardı ve bir gece rastgele bir grup kavgacı adam bir bardan atıldığında erkek arkadaşım sokakta yakalanmış ve onlar da şanssızlığına uğrayan herkese yumruk ve tekme atarak dışarı çıkmışlardı.”*

*“Şehrin birçok yerinde yürümek uygun değil: kaldırımlar çoğunlukla dar ve*

*engebeli ve trafik ışıkları garip bir şekilde çalışıyor.”*

**Antalya:** Antalya hakkında İstanbul ve İzmir’e göre daha az yorum mevcuttur. Fakat yapılan yorumların hemen hemen hepsi olumludur. Plajları, iklimi, tatil köyleri, yeme içme tesisleri, doğası ile ön plana çıkmaktadır. Dijital göçebeler tarafından gittikçe önemi artan ve popüler olan bir yer olduğu ifade edilmiştir. Ortak çalışma alanlarının olmamasına dair sıkıntılar belirtilmiş, kiraların yüksek olmasına yönelik olumsuz algılar dile getirilmiştir. Ayrıca İngilizce konuşabilen halkın olmaması bir başka dile getirilen olumsuz konudur.

*“Birçok yemek ve kafe seçeneğiniz var, dünyayı gezdikten sonra Antalya, gittiğim en iyi yerlerden biri.”*

*“Yaz aylarında (Haziran-Temmuz-Ağustos) Avrupalı ve Rus turistlerin en popüler noktalarından biri. Özellikle ilçeleri plajları, tatil köyleri ve diğer doğal güzellikleri ile tanınır.”*

*“Ortak çalışma seçenekleri açısından pek bir şey yok. Orada sadece birkaç seçenek varmış gibi geliyor. Bir ortak çalışma alanı buldum ama dürüst olmak gerekirse göçebe için uygun bir yer değilmiş gibi geliyor.”*

*“Yolculuk paylaşımı uygulaması yok. Gerçekten. Tek seçenek, geleneksel taksiler ile devam etmektir.”*

**Gaziantep:** Gaziantep hakkında 1 yorum olmasına rağmen içerisinde birçok kriter değerlendirilmiştir. Yeme içme kültürü, çalışmak için alanlar, alışveriş imkânları olumlu değerlendirilmiş, hamamları, müzeleri tarafından ilgi görmüştür. Yerel halkın giyim kuşamına dikkat edilmiş yöresel olduğu düşünülmüştür. Olumsuz olarak görülen algı ise yine diğer şehirlerde olduğu gibi trafik sorunudur.

*“Yemek yemek ve çalışmak için çeşitli seçeneklerin bulunduğu büyük bir alışveriş merkezi var.”*

*“Kadın nüfusu çoğunlukla küçük kasaba insanı gibi davranıyor. Dış görünüşe önem verme ve bunun gibi şeyler.”*

*“Trafikte son derece dikkatli olun! Hiçbir kurala uyulmaz.”*

*“Faaliyetler açısından, müzeler ve hamamlar (saunalar) gibi turistik alanlarla sınırlıdır.”*

**Alanya:** Hakkında 1 yorum olan fakat birkaç kriteri değerlendirilen bir destinasyondur. Aşağıdaki yorumda da belirtildiği üzere, destinasyonun bütçeye uygun olması, internetin

hızlı olması, ortak çalışma alanının olmamasına ilişkin değerlendirmeler mevcuttur.

*“Oldukça uygun”*

*“Fiber İnternet (50mbps'ye ulaşmak kolaydır)”*

*“Bazen gerçekten yavaş (bazıları için profesyonel olabilir)”*

*“Ortak çalışma alanı yok”*

**Bodrum:** Bodrum’un koyları ve doğası dijital göçebelerin keyif alabileceği ve tercih edebileceği düzeydedir. Dünya’nın en ünlü dijital göçebe destinasyonları ile kıyaslanabilecek güzelliğe sahiptir. Yerel halka yönelik algı olumludur ve bir emekli yaşamının sürdürüldüğü kent olarak nitelendirilmiştir. Destinasyonun tek dezavantajı pahalı oluşudur.

*“Bali veya Tayland’ın güzel kıyılarından hiçbir farkı olmayan harika koyları vardır.”*

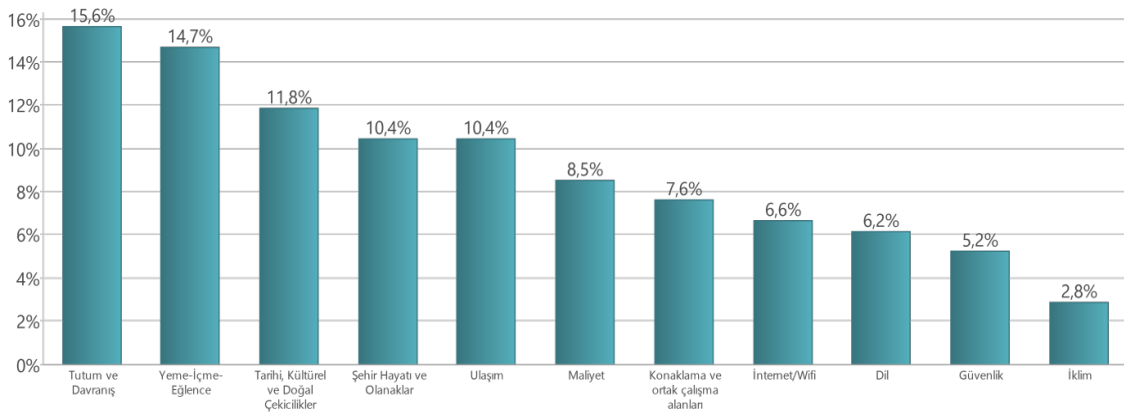
*“Bodrum, pahalı (merkezi) ama oldukça güzel (çevredeki köyler/rıhtımlar) bir yerdir ve oldukça eğitilmiş, laik nüfusun ve emekli kesimin evlerinden oluşur.”*

**Bursa:** Bursa hakkındaki tek yorum yiyecek içecek kültüründe ön plana çıkan İskender kebabı hakkında yapılan yorumdur. Akılda kalıcı olduğu düşünüldüğünde dijital göçebelerin gelecekte yeme içme kültürüne yönelik beklentilerinin artabileceği söylenebilir.

*“İnsanlar “iskender kebabı” yemeli”*

**Ankara:** Ankara hakkındaki tek yorum olan aşağıdaki ifadede güvenli bir şehir olduğundan şehrin rahat ve genel olarak sıcak bir atmosfere sahip olduğundan söz etmek mümkündür.

*“Türkiye’nin başkenti ve çok güvenli keyifli bir ortam, rahat ve sıcak bir yer”*



**Şekil 2. Kriterler Ana Temasının Alt Temalarına İlişkin Yüzde Değerleri**



**Tutum ve Davranış:** Kriterler ana teması altında en çok tekrarlanan “tutum ve davranış” alt teması dijital göçebelerin en çok dikkat ettiği konunun başında gelmektedir. Genel olarak Türkiye’ye yönelik algı değerlendirildiğinde halkın tutum ve davranışının olumlu olduğu, yardımsever bir davranış biçiminin sergilendiği yorumlardan anlaşılmaktadır. Fakat birkaç olumsuz yorum doğrultusunda kadın dijital göçebeler için tüm deneyimlerin olumlu olmadığı görülmektedir. Türk misafirperverliği geçmişten günümüze değişmeyen bir olgu olmakla birlikte örnekleri az olsa da kadın turistlere yönelik bakış açısının kırılmadığını söylemek mümkündür.

*“İstanbul’u seviyoruz! İstanbul’da artısı yok diyen kişiye, bu kişi gerçekten İstanbul’da mıydı yoksa hep olumsuz mu görüyor emin değilim. İnsanlar çok güzel! Turistik bir yer olmasına rağmen satıcılar agresif değil. Yerliler soğuk. Hatta bazı dükkanlar, kesin bir değişiklik yoksa faturamızı aşağı yuvarlar.”*

*“Yerliler çok yardımsever, sadece iyi olanları aramalısın. Ve belki kibar ol ki insanlar da sana iyi davransın”*

*“Ne yazık ki, ne kadar uzun süre kalırsak, o kadar kötü oldu. Ayrıldığımız için çok rahatlamıştık. Burada bizi akli başında tutan çok nazik bir yerel arkadaş edindik ve onlar bile seçme şansları olsa burada yaşamayacaklarını söylediler.”*

*“Bir kadın olarak da kendimi güvende hissetmiyordum - bir bayan arkadaşım bir haftalığına ziyarete geldi ve bir gece tatlı yemeye gittik, sadece yanımızdaki masada oturan iki adam tarafından taciz edildik ve görünüşe bakılırsa kibarca davrandığımız için böyle düşünüyorlardı. Nereli olduğumuz sorusuna cevap vermek, bizi eve kadar takip etmeye çalışmak ve durmalarını istediğimizde kızmak ve kabalaşmak için bir davetti.”*

**Yeme – İçme – Eğlence:** Türk mutfağı algısı dijital göçebelerin de olumlu olarak değerlendirdiği bir olgu olarak açıkça görülmektedir. Çay kültürü ve kahvehaneler dijital göçebelerin ilgisini çekmiş, yöresel lezzetlerin tadına bakılmıştır. Değerlendirilen destinasyonlarda yeme içme olanaklarının çok iyi ve uygun olduğuna dair yorumlar bulunmaktadır. Gece hayatı için önerilen noktalar özellikle İstanbul’da yoğunlaşmakta İzmir ise bu konuda ikinci sırada yerini almaktadır.

*Müthiş! Manisa kebabını deneyin. Ben yalnız bir kadındım.*

*Her sokağın çay kültürü ve topluluk duygusu da harika!*

*Taksim’de gece hayatı önerilmez. Kadıköy veya Beşiktaş, Sarıyer gibi yerleri*

*tercih etmeniz önerilir.*

*Partiler gerçekten eğlencelidir ve eğlenmek için her türlü mekân vardır (barlar, gece kulüpleri, restoranlar...).*

**Tarihi, Kültürel ve Doğal Çekicilikler:** Türkiye'deki destinasyonların öne çıkan en önemli ve turistler tarafından en çok sevilen yönü tarihi, kültürel ve doğal çekiciliklere sahip olmasıdır. Dünya'daki birçok destinasyon ile kıyaslanan fakat bu bakımdan birçok destinasyondan daha çok ve değerli kültürel alanlara ve doğal çekiciliklere ev sahipliği yapmaktadır. Hakkında olumsuz yorum olmayan tek alt tema olması bakımından ülkemizin en güçlü yanını oluşturduğu söylenebilir.

*“Harika yemekler yiyebilir ve tarihin en eski şehirlerinden birinde dolaşabilirsiniz.”*

*“Evet, İstanbul'un muhteşem bir tarihi ve coğrafi konumu var.”*

*“Antalya'ya 3/5 veren yorumlardan birine cevap vermek istedim. Bence Antalya çok daha iyisini hak ediyor! 2 milyon nüfuslu devasa bir şehir ve doğası, parkları, dağları, denizi, kültürü vs. nedeniyle hala süper harika hissettiriyor.”*

*“Evet, güzel bir mimari ve havalı bir doğu (oriental) havası var.”*

**Şehir Hayatı ve Olanaklar:** Şehir hayatı özellikle İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerde olumsuz algılanmaktadır. Şehrin kalabalığı, trafiğin yoğunluğu, elektrik kesintileri, şehirdeki kavga ve gürültünün varlığı olumsuz olarak bahsedilen durumlardır. Fakat her şehirde olduğu gibi sakin ve kalabalıktan kaçılacak yerlerin var olduğu da bilinmektedir.

*“Birçok bar ve gece kulübünün bulunduğu liberal ve kozmopolit şehir. Herhangi bir süpermarkette alkollü içki satın almak sorun değil. Ayrıca, şehrin yakınında bir şarap turuna çıkabileceğiniz birkaç iyi şarap imalathanesi var.”*

*“Yine de size bir tavsiyem olacaksa, Moda, Kadıköy'de kalın. O kadar kalabalık değil, daha rahat ve insanlar daha kibar (o kadar hoş değil ama Avrupa yakasına göre...)”*

*“Bağdat Caddesi'ndeki bir McDonald's'ın hemen önünde, bir adamın çocuğunun önünde evsiz bir kadını dövdüğünü de gördüm. Bunu uyduruyormuşum gibi geliyor ama doğru.”*

*“Şehir merkezi temiz değil, taksiye binmek neredeyse imkânsız, elektrikler çok sık kesiliyor ve uzaktan yaptığım işin ne zaman duracağını hiç bilmiyorum.”*

**Ulaşım:** Dijital göçebelerin özellikle yakındığı ulaşım aracının taksiler olduğu tespit edilmiştir. Metro gibi toplu taşıma araçlarının büyük şehirlerde gelişmiş olması olumlu algıya sebep olmakta ve şehrin gelişmişliğini ön plana çıkarmaktadır. Bir şehir içerisindeki otobüs ile ulaşımın kolaylığı da dikkat çeken olumlu bir yöndür.

*“Otobüsler, İzmir'den Türkiye'nin herhangi bir yerine mükemmel ulaşım sağlar. Keşke şu an orada olsaydım! Kordon boyunca yürüyün, Alsancak, Karşıyaka ve Kemeraltı'yı keşfedin. Hafta sonları Kuşadası veya Çeşme'ye giden bir otobüse binin. Müthiş!”*

*“İstanbul, başlamak için ulaşım açısından oldukça gelişmiş bir metropol.”*

*“Uber sadece nakit ile çalışıyor ve fiyat doğru değil, toplu taşıma için Google Maps'e güvenmeyin (size tüm rotaları vermiyor ve bazı otobüs rotaları yanlış)”*

*“Yolculuk paylaşımı uygulaması yok. Gerçekten. Tek seçenek, geleneksel taksileri rezerve etmektir.”*

**Maliyet:** Maliyetin yüksekliği hakkında çok fazla olumsuz yorum olmasa da genel olarak yaşam maliyeti düşüktür. Fakat dijital göçebelerin rahatsız olduğu durum, yabancılara uygulanan fiyat uygulamasıdır. Bunun dışında yiyecek içecek maliyeti düşük (alkol hariç) ve kabul edilebilir düzeydedir.

*“Güzel apartmanlar var, iki yatak bile 1.800 liraya (120 dolar) satılıyor, uzun vadeli kontrat imzalarsanız, eminim 87 dolar mümkün.”*

*“Her yerde iyi fiyatlarla kahve ve çay dükkanları var”*

*“Yiyecek, yiyecek, giyecek vb. her şey gerçekten ucuz. Alışılmadık şekilde pahalı olan tek şey alkol. Kira fiyatları da fırlıyor”*

*“Yabancılara fahiş fiyat uygulaması, herhangi bir destinasyonda nadir görülen bir olgu değildir.”*

**Konaklama ve ortak çalışma alanları:** Türkiye’de konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi oldukça yüksek olsa da dijital göçebelerin tercih ettiği konaklama türünün maliyeti bakımından çoğunlukla ev kiralama ve Airbnb olduğu bilinmektedir. Maliyet açısından uygun olan yerlerin ise hizmet kalitesinin düşük olması nedeniyle dijital göçebeler tarafından tercih edilmemektedir. Ortak çalışma alanı ise dijital göçebelerin tercih ettikleri destinasyonlarda sıkça kullanılan ve alan olarak sağlanan komplekslerdir. Ortak çalışma alanlarının olmaması dijital göçebe destinasyonu olma kriterlerinin sağlanamaması bakımından olumsuz bir durumdur.

*“Ne yazık ki orada iyi bir pansiyon bulamadım. Ve ekonomik oteller çoğunlukla modası geçmiş ve genellikle depresif mahallelerde bulunuyor. Umarım durum yakında değişir.”*

*“Daha büyük bir dijital göçebe topluluğa ve daha iyi ortak çalışma alanlarına ihtiyacı var.”*

*“Ortak çalışma seçenekleri açısından pek bir şey yok. Orada sadece birkaç seçenek varmış gibi geliyor. Bir ortak çalışma alanı buldum ama dürüst olmak gerekirse göçebe bir yer gibi gelmiyor.”*

*“Kısa süreli konaklama için yeterli seçenek yok: birkaç iyi Airbnb ve uluslararası zincirlerin pahalı otelleri iyidir.”*

**İnternet/Wifi:** İnternet hızı ve ağı ile ilgili deneyimler genellikle olumludur. Kimi zaman elektrik kesintileri veya internet hızında dalgalanmalar olduğu belirtilse de yorumların olumlu olduğu görülmektedir. Fakat uzun dönemli kalmak isteyen dijital göçebeler için telefona bağlı hücresel veri için SIM kart satın almanın pahalıya mal olduğunu belirten yorumlara yer verilmiştir.

*“Wifi sağladı ama burada ve dairem nezihti ve şehir oldukça güvenli hissettirdi.”*

*“İşlerinizi halledebileceğiniz güvenilir Wi-Fi bulunan çok sayıda kafe ve halka açık alan vardır.”*

*“İzmir'in en merkezi yerinde 2 farklı Airbnb'de kaldık ve ikisinde de kesik kesik internet vardı.”*

*“İnternet için şehir merkezinde sim kartı almalısın, hava limanından daha ucuz geliyor.”*

**Dil:** Türkiye yıllardır turist çeken ülke olmasına rağmen aşılamayan konulardan biri de yabancı dil problemidir. Dijital göçebelerin de sıklıkla yakındığı konuların başında halkın İngilizce'yi yeterli düzeyde konuşamama durumu gelmektedir. İletişimin en önemli unsuru olan dil yeterliliğinin turizmde hizmet sunan destinasyonlarda turist memnuniyeti için önemli bir kriter olduğu söylenebilir. Dijital göçebelerin yorumlarından anlaşılacağı üzere dil konusunda bir memnuniyetsizlik ve olumsuz algının olduğu açıktır.

*“Şehirde ofisleri olan birçok insani yardım kuruluşu olduğundan, nüfus bir şekilde yabancılara alışkın. Bununla birlikte, temelde hiç kimse İngilizce konuşmuyor.”*

*“İngilizce yaygın olarak konuşulmamaktadır ve Türkçe konuşamıyorsanız sorun olabilir. 'Otantik' Türk mahallelerinde yaşamaya karar verirseniz zor zamanlar geçirebilirsiniz çünkü İngilizce konuşan insan bulmak zordur. Bundan kaçınmak için Avrupa yakasında kalın, Taksim çoğu yabancıların takıldığı ve insanların düzgün İngilizce konuştuğu yerdir.”*

*“Çok fazla insan İngilizce konuşmaz, ancak genellikle insanlar arkadaş canlısıdır ve Google çevirmen aracılığıyla iletişim kurmaya açıktır.”*

*“İnsanların %99'u tek kelime İngilizce konuşmuyor, bu da her etkileşimi yorucu hale getiriyor.”*

**Güvenlik:** Dijital göçebelerin bir kısmı Türkiye'deki destinasyonların güvenli olduğunu söyleseler de diğer kısmı güvenli olmadığını belirtmektedirler. Fakat çoğunluğu güvenli olmadığı belirtmekte özellikle kadın dijital göçebeler için dezavantajlı olduğunu ifade etmektedirler. Bu Türkiye'nin imajının kötü olarak algılanmasına sebep olmaktadır. En önemli ihtiyaç olan güvenlik ihtiyacının turizm sektöründe sağlanamaması acilen düzeltilmesi gereken bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

*“O yüzden orada kime güvendiğinize dikkat edin ama bunun yerine büyüdü bir şehir, her zaman yapacak bir şey var, çok güzel ve uygun fiyatlı ve bir kadın olarak orada kendimi çok güvende hissettim (Türkçe öğrendim ama ondan önce bile kendimi güvende hissettim)”*

*“İstanbul'da bir yıl geçirdim ve kesinlikle harika. Şehir gerçekten güvenli, gece geç saatlerde eve yürüyerek, sorunsuz döndüm.”*

*“Dolandırıcılara dikkat edin. Taksim/İstiklal Caddesi'nde her yerdeler. 10 taksiciden 1'i sizi dolandırmaya çalışacak. Uber bile sizi bu konuda koruyamaz.”*

*“Şehrin kendisi aşırı kalabalık ve şehir merkezinde yaşamama rağmen geceleri yakınlarda yürümekten korkuyorum.”*

**İklim:** Bodrum ve Antalya özelinde yapılan iklime dair yorumların dijital göçebeler için uygun olduğu ve yaşanabilir destinasyonlar olduğu dikkat çekmektedir.

*“Genel olarak Antalya'ya uygun ama mükemmel değil. Hava mükemmeldi (neredeyse her gün -6 C°) ve şehrin doğası kesinlikle büyüleyici.”*

*“30 ila 60 dakikalık sürüş mesafesinde harika iklim, tarihi cazibe merkezleri ve mükemmel plajlar ve uçurtma sörfü noktaları.”*

*“Evet, tropik bir yer değil, bu yüzden kışın yaklaşık iki ay soğuk oluyor.”*

*“Sıcaklık 40 derecenin üzerine çıkabilir.”*

**Tablo 5. Kod İlişkiler Tarayıcısı Sonuçlarına Göre Ana Tema ve Alt Temaların İlişkileri**

		İstanbul	Ankara	İzmir	Adana	Gaziantep	Bodrum	Konya	Bursa	Antalya	Alanya
Kriterler	Tutum ve Davranış	18	-	12	-	2	-	-			
	Konaklama ve ortak çalışma alanları	6	-	5	-	-	-	-	-	4	1
	Şehir Hayatı ve Olanaklar	10	1	7	-	1	1	-	-	-	2
	Güvenlik	7	-	4	-	-	-	-	-	-	-
	İnternet/Wifi	3	-	5	-	-	-	-	-	4	1
	Maliyet	5	-	10	-	-	-	-	-	2	1
	Tarihi, Kültürel ve Doğal Çekicilikler	12	-	5	-	2	1	-	-	5	-
	Yeme-İçme-Eğlence	11	-	12	-	3	-	-	1	3	1
	Ulaşım	9	-	7	-	1	-	-	-	4	1
	İklim	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-
	Dil	5	-	5	-	1	-	-	-	2	-
TOPLAM	<b>86</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>27</b>	<b>7</b>	

Araştırmada hem destinasyonlar hem de kriterler olmak üzere iki ayrı ana tema incelenmiştir. Her iki ana temanın alt temaları arasında kesişen ve her iki ana temaya veya birden fazla dahil olan yorumlar/cümleler yer almaktadır. MAXQDA yazılım programının kod ilişkiler tarayıcısı sekmesi üzerinden gerçekleştirilen analizde her iki ana tema altında yer alan yorumların kesişim kümelerine/frekanslarına yer verilmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda İstanbul hakkında en çok bahsedilen konu “Tutum ve Davranış” konusudur. Dijital göçebelerin daha çok destinasyonda bulunan kişilerin tutum ve davranışı hakkında söz ettiği görülmektedir. İstanbul’un tarihi kültürel ve doğal çekicilikleri ön plana çıkmaktadır. Benzer şekilde İzmir’in tutum ve davranış, maliyet, yeme içme ve eğlence olanakları dikkat çekmiş ve dijital göçebeler tarafından genellikle olumlu algılanmıştır. Antalya ve Alanya ulaşım yönünden dijital göçebelerin zihninde olumlu bir yer etmiş ve tarihi, kültürel ve doğal çekicilikleri de göz ardı edilmemiştir. Gaziantep gastronomi turizminde olduğu gibi dijital göçebeler tarafından güçlü yanı olarak yeme-içme- eğlence olanakları ön plana çıkmıştır.

#### **4. Sonuç ve Tartışma**

Destinasyon yönetim sürecinde bir hedef kitleyi anlamak ve onların beklentilerini doğru

saptamak stratejik adımların en önemlisidir. Doğru belirlenen ihtiyaç, istek ve beklentiler turistik ürünün oluşumuna olumlu katkılar sağlamaktadır. Turistik ürünün çekici kılınması ve tercih edilebilirliğinin istikrarlı bir şekilde ilerlemesi, o turistik ürünü deneyimleyenlerin algılarını ölçmek ile sağlanabilmektedir. Turizmde yeni bir niş pazar olan dijital göçebelerin tanınması, destinasyonlara ilişkin beklentilerinin tespit edilmesi, deneyimlerinin geri bildirimleri vasıtasıyla alınması gelecekte Türkiye'yi tercih edecek olan dijital göçebelerin memnuniyetlerine etki edecektir. Bu nedenle, bu çalışmada ortaya konulan her bir veri gelecekte yapılacak olan dijital göçebelere yönelik pazarlama çalışmaları açısından önem arz etmektedir. Chevtaeva & Denizci-Guillet (2021)'e göre pazarlama kampanyalarında ve ürün geliştirmede daha başarılı olmak için turizm sektörü, dijital göçebe pazarındaki çeşitliliği ve beklentileri bilmelidir. Dijital göçebelerin ortak çalışma deneyimlerini anlamak ve yorumlamak ürün geliştirme sürecine katkı sağlamaktadır. Ayrıca destinasyon yönetim örgütlerinin, dijital göçebelerin destinasyonlardaki ekonomik hareketliliğe katkısını algılamaları gerekmektedir. Dijital göçebelerin yerel kültüre ait izleri yorumlamaları, destinasyon yöneticileri için birer veridir. Bu veriler, dijital göçebelerin destinasyona çekilmesi esnasında değerli bilgiler sunmaktadır.

Türkiye'deki dijital göçebelerin tercih ettikleri destinasyonlar, aynı zamanda hem ülke genelinde hem de dünyada bilinen popüler destinasyonlardır. Diğer turistlerden farklı olarak dijital göçebelerin dikkat ettikleri en önemli husus konaklama ve ortak çalışma alanlarıdır. Uzaktan çalışma yaşamının getirdiği gereklilik doğrultusunda uzun süreli konaklamalar yıldızlı lüks otellerde gerçekleştirilemediğinden Airbnb veya kiralık evler gibi konaklama imkânlarının gelişimi dijital göçebeler için önemlidir. Orel (2020)'e göre dijital göçebelerin yaşam tarzı diğer turist tipolojilerinden farklı olarak sürdürülebilir bir hareketliliği benimsemek ve destinasyonun bir parçası gibi davranmak üzerine kurulmuştur. Bu nedenle onlar için konaklama kapasitelerinde sürdürülebilirliği bozmak veya kitlesel ortak çalışma alanlarını artırmak, destinasyona yönelik olumsuz algının oluşmasına sebep olabilmektedir. Sonuç olarak hem yerel ekonomi, hem de yerel halk için dijital göçebelerin boş zamanlarını değerlendirebilecekleri, bölgenin kültürü ile bütünleşebilecekleri alanların oluşturulması destinasyon yönetimi için yapılması gerekenler arasında yerini almalıdır.

Zaman ve mekândan bağımsız hareket eden dijital göçebelerin seyahat motivasyonlarının

araştırılması, destinasyona yönelik beklentilerinin analiz edilmesinin gerekliliği belirtilmektedir (Reichenberger, 2018). Dolayısıyla destinasyona ilişkin yorumlar ve algılar bu çalışma kapsamında değerlendirilmiş ve belirli alt temalara ayrılmıştır. Bulgular sonucunda dijital göçebelerin destinasyonların imkanlarından ziyade halkın ve hizmet sunanların tutum ve davranışlarını önemli bir kriter olarak gördükleri ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, sadece dijital göçebelere karşı değil ülkeyi ziyaret edenlere karşı da olumlu tutum ve davranışların sergilenmesi gerektiğinin altı çizilmelidir. Güvenlik dijital göçebeler için bir diğer önemli konudur. Türkiye’de meydana gelen güvenliği tehdit edici unsurlara rağmen dijital göçebe sayılarında artış gözlenmekte ve bu artış çoğu zaman olumlu geri bildirimler ile sonuçlanmaktadır. Fakat özellikle kadın dijital göçebelerin tek başına seyahatleri sırasında yaşadıkları olumsuz deneyimler Türkiye’nin güvenli olmayan bir ülke olarak algılanmasına sebep olmaktadır. Bu doğrultuda ülkemizin tüm destinasyonlarında güvenlik önlemleri artırılmalı, farkındalıkların yaratılması için çalışmalar yapılmalı turist güvenliğine yönelik bilinç kazandırılmalıdır.

Nomad List’te Türkiye’nin maliyet açısından uygun bir ülke olması, dijital göçebeler için cazip ülke konumunda yerini almıştır. Yeme-içme, eğlence, konaklama ve ulaşım maliyetlerinin düşük olması dijital göçebe olarak ülkeyi tercih edenler için olumlu bir algıdır. Ortak çalışma alanlarının olmayışı dijital göçebe destinasyonu planlamasının henüz başlamadığının göstergesidir. Fakat ülkemiz yeni projelendirmeye başlanan ve Muğla Valiliği tarafından yürütülen Dalyan’ın dijital göçebe destinasyonu olması yönündeki adımlar umut vaat edicidir. Ülkemizin ikliminin turizm hareketliliğindeki olumlu yönü dijital göçebeler tarafından olumlu algılanmıştır. Dijital göçebe destinasyonu olmaya aday olan Dalyan da bu kriteri sağlamaktadır.

Nomad List’te olumsuz yorumların varlığı sebebiyle ziyaret sayısının düşük olabileceği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Web sayfasında yer alan yorumların diğer kullanıcılar tarafından okunduğu ve dikkate alındığı unutulmamalı, olumsuz yorumlara sebep olabilecek her türlü tutum, davranış ve eylemden kaçınılmalıdır. Gelecekte olumsuz yorumların gerçekleşmemesi dijital göçebe memnuniyetinin artırılması için dijital göçebe destinasyonlarının geliştirilmesi gerekmektedir. Aşağıda sektör ve akademinin dikkate alması için önerilen adımların sadece dijital göçebelerin memnuniyeti için değil aynı zamanda destinasyonların gelişimi ve refahı için de önemli bir rol oynayacağı



düşünülmektedir:

- Dijital göçebelerin destinasyon algısını derinlemesine ölçmek (nicel ve nitel olarak) ve öğrenmek,
- Dijital göçebelerin ihtiyaç, istek ve beklentilerini saptamak,
- Dijital göçebelerin beklentilerine uygun destinasyonlar geliştirmek ve ortak çalışma alanları oluşturmak,
- Dijital göçebeler tarafından algılanan olumsuz durumları (dolandırıcılık, farklı fiyat politikaları, taciz, şehir hayatındaki kaos) ortadan kaldırmaya yönelik önlemleri almak,
- Turizm sektörüne ve işverenlere dijital göçebelerin çalışma alanlarına ilişkin önerilerde bulunmak,
- Kadın dijital göçebelerin güvende ve mutlu hissedebileceği bir toplum sağlamak için çalışmalar yürütmek.

Verilen öneriler doğrultusunda yapılacak olan her bir proje ve araştırma, dijital göçebe destinasyonlarının oluşturulması için önem taşımaktadır. Turizm sektörünün ve turizm akademisinin, Türkiye'nin daha tercih edilebilir bir ülke olması için özellikle projeler ve yatırımlar bazında çalışmalar yürütmesi gerekmektedir.

### **Kaynakça**

- Akın, M. Ş. (2021). Dijital göçebelik: Deneyim ve özgürlük. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(1), 41-52.
- Arastaman, G., Öztürk Fidan, İ., & Fidan, T. (2018). *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37-75.
- Blatt, K., & Gallagher, J. (2013). Mobile workforce: The rise of the mobilocracy Medford: Information Today Inc. P. A. Bruck, & M. Rao içinde, Global mobile: Applications and innovations for the worldwide mobile ecosystem. Medford: Information Today Inc.
- Bozdoğan, M., & Özuz Dağdelen, E. (2022). Seyahat, çalışma ve boş zamanın kesişiminde yeni bir grup: Dijital göçebeler. *International Journal of Humanity Mobility*, 2(2), 270-297.
- Busuttil, S. (2021). The rise of the digital nomad. The University of Melbourne: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/the-rise-of-the-digital-nomad> [Accessed 30.01.2023]
- Chevtava, E. (2021). Coworking and coliving: The attraction for digital nomad tourists. W. Wörndl, C. Koo, & J. L. Stienmetz içinde, Information and Communication Technologies in Tourism, 202–209. Cham: Springer,
- Chevtava, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation.

*Journal of Destination Marketing & Management, 21, 1-11.*

- Cook, D. (2022). Breaking the contract: Digital nomads and the state. *Critique of Anthropology, 42(3)*, 304-323.
- Çarpar, M. C. (2020). Sosyolojide iki niteliksel desen: Fenomenolojik ve etnografik araştırma. *The Journal of Social Science, 4(8)*, 689-704.
- Düzgün, E., & Akın, A. (2022). Yeni bir turist tipolojisi önerisi: Dijital göçebelik. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(2)*, 596-612.
- Ens, N., Stein, M.-K., & Blegind Jensen, T. (2018). Decent digital work: Technology affordances and constraints. *International Conference on Information Systems*. California: AIS Electronic Library.
- Georgios, M. (2018). Digital nomadism: Travel, remote work and alternative lifestyles. Lund: Lund University.
- Golafshani, N. (2003). Understanding reliability and validity in qualitative research. *The Qualitative Report, 8*, 597-607.
- Hermann, I., & Paris, C. M. (2020). Digital Nomadism: The nexus of remote working and travel mobility. *Information Technology & Tourism, 22*, 329-334.
- Herring, S. C. (2010) Web content analysis: Expanding the paradigm. J. Hunsinger, L. Klastrup, & M. Allen (Ed) içinde, *International Handbook of Internet Research*, 233-249. Springer.
- Nomad List (2023). <https://nomadlist.com/faq#about> [Accessed 17.01.2023]
- İhlas Haber Ajansı. (2023). Yerel Haberler. 29.01.2023 tarihinde İhlas Haber Ajansı: <https://www.ihb.com.tr/mugla-haberleri/dalyan-dijital-gocebe-turizminde-uluslararası-marka-olacak-4137346/> [Accessed 29.01.2023]
- İli, B., & Büyükbaykal, G. N. (2022). A bibliometric analysis of digital nomad researches. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi (Dijitalleşme Özel Sayısı)*, 306-319.
- Kim, I., Kuljis, J. (2010) Applying content analysis to web-based content. *Journal of Computing and Information Technology, 18*, 369–375.
- Kocaman, S. (2021). Nomadlist’de Dijital Göçebeler Tarafından 2020’de En Fazla Tercih Edilen Destinasyonların Destinasyon Seçim Kriterlerine Göre Kümelenendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(2)*, 799-815.
- Kocaman, S. (2022). Turizmde dijital göçebe araştırmaları: Sistemantik literatür taraması. *Turizm Akademik Dergisi, 9(2)*, 447-462.
- Kropp, R. (2018). Digital nomads vs remote workers: Why you need to know the difference. Allwork: <https://allwork.space/2018/01/digital-nomads-vs-remote-workers-why-you-need-to-know-the-difference/> [Accessed 17.01.2023]
- Lee, A., Toombs, A. L., Erickson, I., Nemer, D., Ho, Y.-s., Jo, E., & Guo, Z. (2019). The social infrastructure of co-spaces: Home, work, and sociable places for digital nomads. *ACM on Human-Computer Interaction*. 1-23. New York: Association for Computing Machinery.
- Milošević, J. (2020). Digital nomads: A cultural view. Undergraduate thesis Rijeka:

University of Rijeka. Croatia.

- Nash, C., Jarrahi, M. H., & Sutherland, W. (2018). Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies. *International Conference on Information*, 207-217. Sheffield: Springer.
- Orel, M. (2019). Coworking environments and digital nomadism: Balancing work and leisure whilst on the move. *World Leisure Journal*, 61(3), 215-227.
- Orel, M. (2020). Life is better in flip flops. Digital nomads and their transformational travels to Thailand. *International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research*, 15(1), 3-9.
- Prabawa, I. S., & Pertiwi, P. R. (2020). The digital nomad tourist motivation in Bali: Exploratory research based on push and pull theory. *Athens Journal of Tourism*, 7(3), 161-174.
- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 364–380.
- Sánchez-Vergara, J., Orel, M., & Capdevila, I. (2023). “Home office is the here and now.” Digital nomad visa systems and remote work-focused leisure policies. *World Leisure Journal*, 1-20.
- Schroeder, J. (2016). What digital nomads know that you don't (yet). Forbes: <https://www.forbes.com/sites/juleschroeder/2016/03/17/what-digital-nomads-know-that-you-dont-yet/?sh=3162a9ee34bd> adresinden alındı [Accessed 24.01.2023]
- T.C. Muğla Valiliği (2021). Dijital Göçebelerin Yeni Rotası Muğla Olacak. T.C. Muğla Valiliği: <http://www.mugla.gov.tr/dijital-gocebelerin-yeni-rotasi-mugla-olacak> [Accessed 24.01.2023]
- Tekindal, M., & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-182.
- Vagena, A. (2021). Digital nomads and tourism industry. *Academia Letters*, 1-6. <https://doi.org/10.20935/AL765>.
- von Zumbusch, J. S., & Lalicic, L. (2020). The role of co-living spaces in digital nomads' well-being. *Information Technology & Tourism*, 22, 439-453.
- Wang, B., Schlagwein, D., & Cahalane, M. C. (2018). Digital work and high-tech wanderers: Three theoretical framings and a research agenda for digital nomadism. *Australasian Conference on Information Systems*, 1-12. Sydney.

### **Etik Kurul İzni**

Makalede etik kurulu izni ve/veya yasal/özel izin alınmasını gerektiren bir durum yoktur.