

Araştırma Makalesi | Research Article

Kültürel Diplomasi Bağlamında Dijital Göçebelerin Türkiye İzlenimleri Üzerine Bir İnceleme

A Research on Digital Nomads Impressions of Türkiye in the Context of Cultural Diplomacy



Ahmet Can AKGÜN (Dr.)
Independent Researcher
Türkiye
acakgun90@gmail.com

Başvuru Tarihi | Date Received: 15.02.2024
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 10.06.2024
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 30.07.2024

Akgün, A. C. (2024). Kültürel Diplomasi Bağlamında Dijital Göçebelerin Türkiye İzlenimleri Üzerine Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(2), 673-692 <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1437918>

Öz

Kültürel diplomasi hükümet ve hükümet dışı aktörlerin ülkelerin tanıtımında öne çıkmasıyla beraber popülerlik kazanan bir yaklaşımdır. Kültürel diplomasi aktörleri arasında yer alan ve “entelektüel çalışanlar” olarak ifade edebileceğimiz dijital göçebeler, seyahat ettikleri ülkeler hakkındaki kültürel, siyasal, ekonomik vb. yapıyı takipçileriyle paylaşabilmektedirler. Bu çalışmanın iki ana amacının olduğunu söylemek mümkündür. Birinci amaç son dönemde Türkiye’de öne çıkmaya başlayan dijital göçebe alanyazınına farklı bir bakış açısı kazandırmaktır. Çalışmanın ikinci amacı ise Türkiye deneyimlerini takipçileriyle paylaşan ve benzeşik örneklemeyle belirlenen seyahat vloggerların paylaşımlarını kültürel diplomasi bağlamında değerlendirmektir. Dijital göçebenin bakış açısıyla Türkiye ile ilgili gönderi içerikleri (cazibe öğeleri, olumsuz yönler vb.), öne çıkan takipçi yorumları, Lambert ve Dana Atchey’in ortaya koyduğu dijital hikâye anlatımına göre içeriklerinin genel bir değerlendirilmesi betimsel analiz kullanılarak yapılmıştır. Çalışma dijital göçebelerin bakış açısıyla Türkiye izlenimlerini ortaya çıkarması ve kültürel diplomasi alanyazına katkı sunması açısından önem taşımaktadır. Araştırma bulgularına göre tarihsel, dinsel öğeler ve gastronomi dijital göçebelerde hayranlık uyandıran önemli cazibe araçları olarak ön plana çıkmıştır. Bunun yanında dijital göçebelerin bazı takipçilerin Türkiye hakkındaki ön yargılı yorumlarına karşı bilgilendirici açıklamalar yaptıkları ve turistik destinasyonların tanıtılması amacıyla “kültür elçisi” gibi önerilerde buldukları da belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Diplomasi, Dijital Göçebe, Dijital Hikâye Anlatımı, Betimsel Analiz.

Abstract

Cultural diplomacy is an approach that gained popularity with the prominence of governmental and non-governmental actors in promotion of countries. Digital nomads, who are among the actors of cultural diplomacy and who we can express as “intellectual workers” can also share their cultural cultural, political, economic, etc. structure about the countries they travel to with their followers. It is possible to say that this study has two main aims. The first aim is to bring a different perspective to the digital nomad literature that has started to come to the fore in Türkiye in the last few years. The second aim of the study is to evaluate the posts of travel vloggers, who share their experiences in Türkiye with their followers and who were identified through affinity sampling, in the context of cultural diplomacy. From the perspective of the digital nomad, a general evaluation of the content of Türkiye posts (attraction elements, negative aspects, etc.), prominent follower comments, and a general evaluation of their content according to digital storytelling approach proposed Lambert and Dana Atchey’s was conducted out using the descriptive method. The study is important in terms of revealing the impressions of Türkiye from the perspective of digital nomads and contributing to the cultural diplomacy literature. According to the research findings, historical and religious elements and gastronomy have come to the fore as important means of attraction that arouse admiration in digital nomads. In addition, it was also determined that digital nomads made informative statements against the prejudiced comments of some followers about Türkiye and made suggestions such as “cultural ambassador” in order to promote touristic destinations.

Keywords: Cultural Diplomacy, Digital Nomad, Digital Storytelling, Descriptive Analysis.



Giriş

Kültürel diplomasi yaklaşımında ülke imajı önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle ulusal bir imajı yurt dışında pozitif yönde geliştirmek için kültürel diplomasi kullanılması daha fazla vurgu yapılmaya başlanmıştır. Kültürel diplomasi sadece ülkenin sahip olduğu kültürel değerleri dünyaya göstermekle kalmayıp kültürel değerlerin yönetilebilen, planlanmış ve stratejik bir sunumunu da kapsamaktadır. Kültürel diplomaside ulusal imaja yapılan bu yeni vurgu, yalnızca bir devletin kültürel farklılığına ve canlılığına değil, aynı zamanda genellikle ekonomik ve teknolojik başarılarına da odaklanmaktadır (Purtaş, 2013, s. 5). Ülkelerin ulusal imajının tanıtılmasında pek çok aktör görev almaktadır. Akademik değişim programlarında yer alan katılımcılar, dizi ve film oyuncularını, dijital göçebeler ülkelerinin birer tanıtım elçisi olarak görev almaktadırlar. Ülkelerin yabancı hedef kitle üzerindeki imajı da kültürel diplomasi açısından önem taşımaktadır. Ülkelerin aldığı etkileşimsellik ve cazibe unsurlarının öne çıkarılması gibi pek çok öge tanınırlığına katkı sunmaktadır. Özellikle sosyal medya aracılığıyla yapılan paylaşımların kısa sürede çok fazla kişiye ulaşması dijital göçebelerin paylaşımlarını da önemli kılmaktadır (Mark, 2009, s. 22).

Alanyazında dijital göçebe özelinde yapılan çalışmaları şu şekilde özetlemek mümkündür:

- İli ve Büyükbaykal 21. yüzyılın dijital göçebelerini incelemiştir. Bu çalışmada Nomad List web sitesinin içerik analizi ve kırk dijital göçebe ile yapılandırılmış bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir (İli & Büyükbaykal, 2023).
- Demirel İli çalışmasında Nomad List web sitesinde yer alan dijital göçebelerin Türkiye ile ilgili kullanıcı yorumlarını incelemiştir (İli, 2023).
- Bozdoğan ve Özuz Dağdelen dijital göçebeler özelinde bir derleme çalışma gerçekleştirmiştir (Bozdoğan & Dağdelen, 2022).
- Akın, çalışmasında on dört dijital göçebeyle etnografik çalışma gerçekleştirmiştir (Akın, 2021).

Dijital göçebelerin Türkiye deneyimini kültürel diplomasi bağlamında değerlendirmeyi amaçlayan bu çalışmada ise Aakansksha Monga ve Ksenia Lukina Instagram hesabındaki altı vlog paylaşımını incelenmiştir.

Çalışmanın ilerleyişi üç ana başlık üzerinden gerçekleşmektedir. İlk ana başlıkta kavramsal çerçeve içerisinde; kültürel diplomasi, dijital kültür, dijital hikâyecilik ve dijital göçebe kavramları detaylı bir şekilde ele alınmıştır. İkinci ana başlıkta araştırmanın metodolojisine yer verilmiştir. Bu kısımda araştırmanın örneklem seçimi, yöntemi ve soruları hakkında bilgiler sunulmuştur. Üçüncü ve son ana başlıkta Lambert ve Dana Atchey'in dijital hikâye anlatımına göre bulgular yorumlanmıştır.

1. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde kültürel diplomasi kavramı, dijital kültür, dijital hikâyecilik ve dijital göçebe kavramları detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

1.1. Kültürel Diplomasi

Kültürel diplomasi yaklaşımına yer vermeden kısaca kültür ve kamu diplomasisi yaklaşımından bahsetmek çalışmanın kavramsal çerçevesini daha güçlü kılacaktır. Kültür ile ilgili alanyazında pek çok farklı bakış açısı ve tanım bulunmaktadır (Kartarı, 2014, s. 31). Eriksen kültürün, insanlar arasındaki temel benzerliklere ve sistematik farklılıklara atıfta bulunarak karmaşık bir yapısı olduğunu dile getirir (Eriksen, 2018,

s. 31). Kongar'a göre kültür, "insanın doğaya eklediği tüm maddi ve manevi varlıkların toplamıdır" (Kongar, 1982). Uzunçarşılı Soydaş kültürü, "bir toplumun yaşayış biçimi" olarak değerlendirmektedir (Uzunçarşılı Soydaş, 2008, s. 30). Alemdar ve Korkmaz kültürü, "insanın sosyal yaşam içindeki ifade biçimi olarak ele almaktadır" (Alemdar & Erdoğan, 2005, s. 14). Yapılan tanımlamalardan yola çıkarak kültürü, toplumların geçmiş ile gelecek kuşaklar arasında bağ kurmasını sağlayan bir iletişim biçimi olarak değerlendirmek mümkündür.

Yukarıda genel olarak kültür kavramına yer verdikten sonra kültür kavramının genel özelliklerini şu şekilde özetlemek mümkündür (Haviland vd., 2017, ss. 103-105).

- Kültür, aynı toplumu paylaşan bireylerin nasıl davranacaklarını kestirebildiğinden dolayı paylaşılmaktadır.
- Bir toplumun kültürü kuşaklar arasında aktarılmaktadır. Bu durum aynı zamanda kültürlenme olarak da adlandırılmaktadır.
- Kültür sembollere dayanmaktadır. Örneğin Hristiyanlığın haçı, İslamiyet'in hilali, Hinduizm için inek, İnkâ İmparatorluğu için güneş kültürleri açısından sembolik anlamları barındırmaktadır.

Genel olarak toplumların sembolik bir ifade biçimi olan kültürün tanım ve özelliklerinin ardından kamu diplomasisi kavramına da kısaca değinmek gerekir. Kamu diplomasisi Tuch'un deyişiyle ülkeler arasındaki fikirlerin, kültürün ve politikalarının aktarıldığı bir iletişim sürecidir (Tuch, 1990). Özellikle kamu diplomasisi yaklaşımı dijital ortamda ülkeleri bir araya getirmesinden dolayı son dönemlerde önem kazanan bir yaklaşım haline gelmiştir (Karadağ, 2016). Kamu diplomasisi yaklaşımıyla ülkeler kalıcı ilişkiler kurmayı ve/veya var olan ilişkilerini pekiştirmeyi hedeflemektedir.

Kültür ve kamu diplomasisi yaklaşımının etkileşiminden ortaya çıkan kültürel diplomasi ülkeler arasındaki en önemli iletişim süreçlerinden biridir. Mark, kültürel diplomasiyi "bir devletin; dış politika veya diplomasi hedeflerine ulaşması için kültürünün yayılması ve yabancı hedef kitleyi pozitif yönde etkilemek için iletişim kurması olarak tanımlamaktadır" (Mark, 2009).

Kültürel diplomasi araçlarını Karadağ "kültürel araçlar; yazılı ve görsel basın, filmler ve sinemalar, radyo yayınları, popüler kültür araçları, müzik, yabancı dil eğitimi ve kültür sanat nişanları ile madalyalar şeklinde" ele almaktadır (Karadağ, 2016, s. 68).

Kültürel diplomasi uygulamalarında dünyada öne çıkan pek çok ülke bulunmaktadır. Örneğin Japonya; anime, manga ve geleneksel sanatlarının kültürel cazibesinden yararlanmaktadır (Nye, 2020). Amerika'nın, Hollywood sineması, animasyon endüstrisi, Rock'n Roll'u önemli kültürel diplomasi araçları arasında yer almaktadır (Fattor, 2017, s. 118). Ülkelerin kültürel diplomasi kurumları da önemli tanıtım araçları arasında yer almaktadır. Örneğin Rusya, yurt dışındaki görünürlüğünü artırmak ve kültürlerarası iletişimi artırmak adına "Ruskiy Mir Vakfı, Rusya Uluslararası İlişkiler Konseyi, A.M. Gorchakov Kamu Diplomasisi Vakfı ve Rossotrudniçestvo"yu dış politikada etkin kullanmaktadır (Halidov, 2015, ss. 43-66). Değişen uluslararası konjonktür beraberinde yumuşak güç kavramını ortaya çıkarmıştır. Nye, yumuşak güç kavramını diğer ülkelerin vatandaşlarını cezbetme ve etkileme politikasına dayandırmaktadır (Nye, 2020). Günümüzde özellikle ülkelerin yumuşak güç potansiyelini yansıtmak amacıyla marka haline gelmiş endüstrileri ile öne çıkmaya gayret ettiklerini söylemek mümkündür.

1.2. Dijital Kültür ve Dijital Hikâyecilik

Günümüzde gelişen teknoloji iletişimde yeni eğilimler ortaya çıkarmış ve geleneksel medya sosyal ağlara entegre olmuştur (Ölçekçi, 2020, s. 148). Monolog yapıyı ortadan kaldıran yeni medya araçları sonucunda ortaya çıkan siber kültürel yapıya işaret etmektedir (Chandler & Munday, 2018, s. 367). Kullanıcılar istedikleri zaman ve mekânda etkileşim halinde olabilmektedir. Kullandıkları sosyal ağın özelliklerine göre sosyalleşmektedir. Siber kültür büyüleyici bir ortam sunmaktadır. Bu ortamda kullanıcılar “sanal cemaatler” içerisinde yer alarak siber kültüre uyum sağlamaktadırlar.

Sosyal medya teknolojisinin gelişmesiyle beraber popülerliği artan dijital hikâyecilik ise bir ifade biçimidir. Günümüzde kişiler olduğu kadar kurumlarda dijital hikâye anlatımından faydalanmaktadır (Sunal vd., 2022). Dijital hikâye anlatıcılığında Lambert ve Dana Atchey’in, Dijital Öyküleme Merkezi’nin ortaya koyduğu yedi adımı önemlidir. Bu yedi adımı Robin (Robin, 2008) şu şekilde özetlemiştir:

- Anlatıcının Bakış Açısı: Hikâyenin temel noktası ve anlatıcının bakış açısı nedir?
- Dramatik Bir Soru: İzleyicinin hikâyenin sonuna kadar heyecanını koruyarak cevabı sonunda verilecek soru.
- Duygusal İçerik: Kişisel ve güçlü bir şekilde canlanan, izleyiciyi hikâyeye bağlayan önemli konular.
- Sesin Kullanımı: İzleyicinin olay örgüsünü anlamasına yardımcı olmak için hikâyeyi kişiselleştirmenin bir yolu.
- Hikâyenin Müzik Çekiciliği: Hikâyeyi destekleyen müzik veya ses kullanımı.
- Sadelik/ Ekonomik Olmak: Aşırıya kaçmadan, izleyicilere hikâyeyi anlatacak yeterli içerik kullanmak.
- Tempo/Akış: Hikâyenin ne kadar yavaş ya da hızlı ilerlediğidir.

Genel olarak sosyal ağlar kullanıcıların farklı iş olanaklarına yönelmesi, kültürlerarası iletişimin hızlanması ve yeni yerlerin keşfedilmesi gibi olanaklar sağlamıştır. Bu durum aynı zamanda dijital bir kültürün oluşmasına zemin hazırlamıştır.

1.3. Dijital Göçebeler: Entelektüel Çalışanlar ve Kültürel Diplomasi Aktörleri

Dijital göçebelik kavramını tanımlamadan önce kısaca dijital göçmen ve dijital yerli kavramlarının açıklanması daha uygun olacaktır. Bu iki kavram Prensky tarafından ortaya atılmıştır. Prensky, yeni iletişim teknolojilerine hâkim olan kuşağı “dijital yerli” olarak adlandırmıştır. 1980 yılından önce dünyaya gelmiş ve yeni iletişim teknolojileriyle daha geç tanışmış kuşağı “dijital göçmenler” olarak tanımlamıştır (Prensky, 2001). Dijital yerliler gibi yeni iletişim teknolojilerine hâkim olan dijital göçebelğe yönelik farklı bakış açıları bulunmaktadır. Hannonen, dijital göçebeliği mobil teknolojinin iş hayatındaki işleyişi değiştirmesinden dolayı yeni bir çalışma hareketi olarak değerlendirmektedir (Hannonen, 2020). Dijital göçebeler iş ve seyahat deneyim türü (Akın, 2021, s.43; Reichenberger, 2018; Blatt ve Gallagher, 2013); gezi deneyimlerini paylaşan gezginler veya seyahat vloggerları olarak da ele alınmaktadır (Hermann & Paris, 2015; Willment, 2020). Seyahat vloggerları, gezdikleri yerleri internet ağının olduğu her yerde vlogger hesabı üzerinden takipçileriyle paylaşabilmektedirler. Görüldüğü üzere dijital göçebeleri sürekli seyahat eden, yeni yerler keşfeden, paylaştığı içerikleri editleyerek sosyal medya ağlarında paylaşan bireyler olarak değerlendirmek mümkündür. Dijital göçebeler etkileşim sayısına göre (takipçi sayısı, izlenme sayısı, yorum, kaydetme, beğeni) ücret kazanabilmektedirler. Aynı zamanda dijital göçebeler seyahat deneyimlerini paylaşırken

marka işbirlikleri ile de kazanç sağlayabilmektedirler.

Bozdoğan ve Ozuz Dağdelen, dijital göçebelerin eğitilmiş, orta sınıf mensubu olarak tanımlanabilecek bireyler olmasından dolayı diğer göçmenlik biçimlerinden ayrıştığını belirtmektedir (Bozdoğan & Dağdelen, 2022, s. 287). Dolayısıyla dijital göçebelerin çok yönlü özelliğini “entelektüel çalışanlar” olarak tanımlamak mümkündür.

Bunun yanında sosyal medya teknolojilerini aktif olarak kullanmayarak iş amaçlı göçebelik yapanların olduğundan da bahsetmek gerekmektedir. Dünyanın farklı şehirlerinde bulunan dijital göçebelerin eğilimlerine yönelik Nomadlist tarafından her sene çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Dijital göçebelerin yaş, inanç, eğitim dereceleri, etnik kimlik, gelir, çalışma alanlarını belirlemeye yönelik anket çalışması gerçekleştirilmektedir (Nomad List , 2024). Turizm Strateji ve Araştırma Merkezi tarafından 2023 yılında hazırlanan “Dijital Göçebelik ve Uzaktan Çalışmanın Turizme Etkisi” başlıklı rapora göre özellikle gelişmiş ülkelerde dijital göçebeler açısından cazip destinasyonlar arasında yer almak için sunulan bazı ayrıcalıkları şu şekilde sıralamak mümkündür (TURSAM , 2023):

- Dijital göçebelerin yatırım yapmasını sağlayan yatırım teşvikleri sağlanmaktadır.
- Dijital göçebelere yönelik dil desteği sağlanmaktadır.
- Dijital göçebeleri destekleyen ancak iş vizesi olmayan ülkeler, iş vizelerinin kurallarını esnetmişlerdir.
- Dijital göçebelere özellikle üniversite eğitimi için bazı ek destekler sunulmaktadır. Kurs, lisans ve lisansüstü eğitimi gibi birçok noktada destek sağlanmaktadır.

Dijital göçebelerin kültürel tanıtım elçisi olduğunu da söylemek mümkündür. Dijital göçebeler buldukları ülkelerde kısa, orta veya uzun vadeli sürede buldukları zaman dilimi içerisinde içerik üretebilmektedir. Bu içeriklerde buldukların ülkelerin öne çıkan özelliklerini yansıtmakta, kültürel karşılaştırmalar yaşamakta ve beğendikleri yerleri öneri olarak sunabilmektedirler. Aynı zamanda olumsuz içeriklerde üretebilmektedirler. Bu anlamda dijital göçebelerin ülkelerin tanınması adına önemli kültür elçileri olduklarını söylemek mümkündür. Ülkeler popüler olan dijital göçebelerin önemli sayıda takipçi sayısına ulaşmasından dolayı tanıtım açısından ortaklaşa çalışmalar gerçekleştirmektedir.

ABD Merkezli düşünce kuruluşu Migration Policy'nin 2022 tarihli araştırmasına göre dünyada 29 ülkede dijital göçebelere yönelik çeşitli vizeler bulunmaktadır. Yeni fikirleri ve yetenekleri topraklarına çekmek amaçları arasında yer almaktadır (Capital, 2022). Örneğin Birleşik Arap Emirlikleri, uluslararası alandaki görünürlüğü artırmak amacıyla 2022 ayından itibaren dijital göçebelere bir yıllık vize vermeye başlamıştır (Johanson, 2022).

Türkiye’de 2021 yılında Muğla Valiliği’nin himayesinde “Dalyan Digital Nomads Destinations” projesi hazırlanmıştır. Muğla Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA) tarafından desteklenen proje Muğla’nın sahip olduğu turizm potansiyelini markalaştırmak amacıyla hazırlanmıştır (T.C. Muğla Valiliği , 2021). Dünyanın çok farklı destinasyon noktalarından dijital göçebeleri bir araya getiren ücretli bir platform olan “Digital Nomad Türkiye Topluluğu” 2023 yılında kurulmuştur. Bu topluluğun içerisinde yazar, YouTuber, e-ticaret uzmanı, fotoğrafçı, gezgin, doktor, Instagrammer gibi farklı mesleklerde dijital göçebeler yer almaktadır. Çeşitli makalelerin yayımlandığı, gezi rotalarının paylaşıldığı, yeni teknolojilerden bahsedildiği ve çevrim içi toplantıların gerçekleştirildiği bir platformdur (Digital Nomad Türkiye, 2023). Dijital göçebelerin sosyal ağlar aracılığıyla geniş bağlantılar kurabilmelerinin yeni yerlerin

keşfedilmesini, kültürel iletişimin hızlanmasını ve iş bağlantılarının kurulmasını sağlayabilecek olduğunu söylemek mümkündür.

2.Araştırma

Bu bölümde araştırmanın amacı, önemi, örnekleme, yöntemi ve soruları ele alınmaktadır.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Alanyazında yapılan ön araştırmada son dönemlerde Türkiye'nin kültürel diplomasi yaklaşımlarına ilginin olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle Türk televizyon dizilerinin küresel başarısı ve kültürel diplomasi kurumlarının dış politikadaki rolü üzerinde önemle durulan konular arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin kültürel diplomasi yaklaşımına katkı sunmak ve dijital göçebelerin bakış açısıyla yumuşak güç potansiyelini değerlendirmektir. Alanyazında kültürel diplomasi ve dijital göçebe özelinde sınırlı sayıda çalışmanın olması araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Aynı zamanda araştırma sonucunda sunulan önerilerin yeni araştırmalara yol göstereceği inancı çalışmanın bir diğer önemli noktasıdır.

2.2. Araştırmanın Örnekleme

Çalışmada amaçlı örneklem türleri içerisinde yer alan benzeşik örneklemeden yararlanılmıştır. Benzeşik örnekleme, küçük ve bütünsel örneklem oluşturma yoluyla belirgin bir alt grubu tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır (Patton, 1987).

Çalışmada örneklem belirlenirken öncelikle "Digital Nomad Türkiye Topluluğu", Türkiye'nin tanıtımı açısından kurulan ve gezginlerin paylaşımların yer aldığı "Feel Türkiye" ve "Show me Türkiye" Instagram hesaplarındaki takip edilenler listelenmiştir. İlk etapta seyahat deneyimlerini paylaşan makro takipçi sayısına sahip "yolgunlukleri" ve "travelcomic" hesaplarına ulaşılmış ve takip edilenler detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu iki hesabın takip edilenleri içerisinde hizmet markaları, Türkiye tanıtım sayfaları ve sadece Türkiye ile ilgili içerikler paylaşan bazı yabancı hesaplar değerlendirmeye alınmamıştır. İncelemeler neticesinde kendilerini dijital göçebe olarak tanımlayan "aakansksha.monga" ve "xenilook" hesaplarına ulaşılarak benzeşik örnekleme dâhil edilmiştir. Ardından bu iki dijital göçebenin 29 Eylül 2023-12 Aralık 2023 tarihleri arasındaki en fazla etkileşime sahip altışar gönderisi ele alınmıştır. Aynı zamanda ele alınan videoların Türkiye'nin kültürel özelliklerini yansıtan seyahat deneyimi üzerine olmasına dikkat edilmiştir.

2.3.Araştırmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında betimsel analiz kullanılmıştır. Betimsel analiz, araştırmacıya derinlemesine, bütünsel, geniş kapsamlı bir bakış açısı ve yorumlama seçeneği sunmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 39). Araştırmada, dijital göçebelerin gönderilerini oluşturulan kodlara göre betimlemek amaçlandığından nitel araştırma tercih edilmiştir.

2.4.Araştırmanın Soruları

Araştırma kapsamında üç soru belirlenmiştir. Bu sorular dijital göçebelerin bakış açısıyla Türkiye izlenimlerini detaylı bir şekilde ortaya koymak ve Türkiye'nin yumuşak güç potansiyelini ortaya çıkarmaya yöneliktir. Araştırma kapsamında belirlenen sorular şu şekildedir:

1)Dijital göçebelerin Türkiye seyahat deneyimi gönderi içeriklerinde neler ön plana çıkmaktadır?

2)Dijital göçebelere göre Türkiye'nin cazibe öğeleri nelerdir?

3)Dijital göçebeler Jeo Lambertive ve Dana Atchley'in yedi adımlık dijital hikâye anlatımına göre Türkiye deneyimleri ile ilgili nasıl içerikler üretmişlerdir?

3.Bulgular ve Analiz

Araştırmanın bu bölümünde Aakansksha Monga ve Xenilook Instagram hesaplarının profilinin genel görünümü, gönderi içerikleri dijital hikâye anlatıcılığında Lambert ve Dana Atchey'in ortaya koyduğu yedi adıma göre incelenmiştir.

3.1.Aakansksha Monga Instagram Profili ve Türkiye Gönderi İçerikleri

“aakansksha.monga” kullanıcı adı ile Instagram hesabı açan Hindistanlı Aakansksha Monga hesabının genel bir değerlendirilmesi yapıldığında: paylaşımlarını İngilizce yaptığı, 862 bin takipçisinin, 1537 tane de takip ettiğinin olduğu görülmüştür. “aakansksha.monga” Instagram hesabında toplamda 949 gönderi paylaşmıştır. Gönderi paylaşımlarının türü video ve kaydırmalı post şeklindedir. Hakkında kısmında Türkçe çevirisi “dünyayı keşfediyorum bir gün bir gün” yazmaktadır. Bu açıklama dışında da hakkında kısmında iş deneyim önerileri sunduğu bir link bulunmaktadır. Aynı zamanda yurt dışı ve Türkiye ile ilgili seyahat deneyimlerini öne çıkan hikâyeler kısmında paylaşmıştır. Türkiye ile ilgili öne çıkan seyahat deneyiminde “İstanbul”, “Konya” ve “Kapadokya” yer almaktadır. Marka iş birliklerine (“Turco Travel” ve “@sultansuleymanhamam”) de yer vermiştir.



Şekil 1. aakansksha.monga Instagram profili

Kaynak: www.instagram.com, Erişim Tarihi:01.01.2024.

Aakansksha Monga Instagram hesabının Türkiye gönderi videoları ortalama bir dakika sürmektedir. Genel olarak incelenen videoların ortak özeliği Nevşehir ve İstanbul seyahat deneyimleri üzerine olmalarıdır. Türkiye'nin kültürel öğelerini ön plana çıkaran videolarda bilgi verici içerikler, marka iş birlikleri, görsel ve sözel ürün yerleştirmeleri bulunmaktadır.

Tablo 1. Aakansksha Monga'nın Örnekleme Dâhil Edilen Videoları

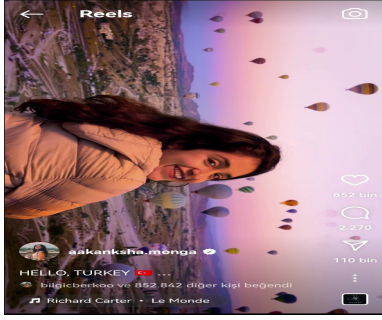
Videonun Adı ve Paylaşım Tarihi	Destinasyon	Yorum Sayısı	Beğeni Sayısı	Açıklama	Yumuşak Güç Öğeleri
Kedi Sever (29 Eylül 2023)	İstanbul	302	30,697	Her şehir sokak hayvanlarına böyle davranmalı	Moda, Galata Kulesi, Taksim

Videonun Adı ve Paylaşım Tarihi	Destinasyon	Yorum Sayısı	Beğeni Sayısı	Açıklama	Yumuşak Güç Ögeleri
Saç Müzesi (15 Ekim 2023)	Kapadokya	225	64,543	Dünyanın en ilginç müzesi olarak adlandırdığı ve on binlerce kadının saç teline yer aldığı Avanos Saç Müzesi	Avanos Saç Müzesi
Merhaba Türkiye (17 Ekim 2023)	Kapadokya / Nevşehir	2,267	852.809	Kapadokya seyahat deneyimi	Kapadokya, Tuz Gölü, Balat, Sultanahmet Camii, Kayaköy, Aşıklar Vadisi, Fethiye
İstanbul (23 Ekim 2023)	İstanbul	252	58, 568	İstanbul, Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlamaktadır.	İstanbul Boğazi, Kapalıçarşı, Galata Kulesi,
Türkiye Pahalı mı? (26 Ekim 2023)	İstanbul, Kapadokya/ Nevşehir	342	62,512	Türkiye seyahat deneyimleri için ipuçları	Simit, Moda, Kadıköy, Türk Çayı, Vapur, Türk Mutfağı
Türk Hamamı (18 Kasım 2023)	İstanbul	380	58.373	Şu ana kadar yaptığı en çığgın deneyim olarak adlandırdığı Türk Hamamı	Geleneksel Türk Hamam Kültürü

Aakansksha Monga'nın Türkiye seyahat deneyimi ile ilgili yukarıda verilen gönderileri içerisinde en fazla etkileşime sahip olan "Merhaba Türkiye" videosudur. Genel olarak Türkiye'nin farklı kültürel öğeleri ile ilgili gönderiler paylaşılmıştır. Bu gönderilerin dışında Kapadokya Kaymaklı "Gizli Yer Altı Şehri", İstanbul Havalimanı, Kayaköy /Fethiye ilgili de gönderiler paylaşılmıştır. Aynı zamanda Türkiye'nin dijital göçebeler açısından uygun ve gezilebilecek olduğu ile ilgili de gönderisi bulunmaktadır. Aakansksha Monga'nın Türkiye seyahat deneyiminde Türkiye ile ilgili olumlu, yeterli bilgiye sahip olunmayan ön yargılı ve bilgi almaya yönelik takipçi yorumları öne çıkmaktadır. Takipçilerden gelen gönderi yorumlarından genel örüntüleri en iyi temsil eden örnekleri şu şekilde özetlemek mümkündür:

15 Ekim 2023 Saç Müzesi gezisi ile ilgili takipçilerin müze hakkında olumlu yorumları öne çıkmaktadır. Bu yorumlardan bazıları şu şekildedir: "bu çok ilginç, çok eşsiz, ürkütücü ama ilginç gözüküyor." 26 Ekim 2023 Türkiye Pahalı mı? isimli gönderisinde Türkiye ile ilgili bilgi almaya yönelik ve ön yargılı yorumlar bulunmaktadır. "İnanılmaz bilgiler için teşekkürler, lütfen oraya gitmek için en iyi ayları önerir misiniz? yorumuna karşılık "Nisan-Mayıs ve Eylül" yorumunda bulunmuştur. Aynı gönderi içerisinde bir kullanıcının "Türkiye için vize süreci çok uzun. Yaklaşık 45 gün sürdüğünü öğrendim. Süreci kolaylaştırmak için bir fikriniz var mı? yorumuna karşılık "3 günde aldım" geri bildiriminde bulunmuştur. Bu gönderi içerisinde bir kullanıcının "Türkiye Suriye'ye yakın oldukça yakın bir konumda. Bence seyahat etmek şu anda dikkatlice yapılmalı" yorumuna karşılık "tamamen güvenli" geri bildiriminde bulunmuştur. Ayrıca bir başka kullanıcının da "vay canına... bahsettiğin alışveriş sokağı hangisi ilginç gözüküyor" yorumuna karşılık "Moda" geri bildiriminde

bulunmuştur. 18 Kasım 2023 tarihli Türk Hamamı isimli gönderisinde bir takipçinin “Türkiye seyahat programı lütfen” yorumuna karşılık “yakında!” yanıtıyla karşılık vermiştir. 17 Ekim 2023 Merhaba Türkiye isimli gönderisi aynı zamanda en fazla takipçi yorumu alması bakımından önem taşımaktadır. Bu gönderilerin bazılarında ön yargılı yorumlar bulunmaktadır. Bir takipçinin “ çatışma durumu göz önüne alındığında önümüzdeki aylarda Türkiye’yi ziyaret etmek güvenli mi?” yorumuna karşılık “Türkiye güvenlidir!” geri bildirimde bulunmuştur. Bir diğer kullanıcının “5 gün Türkiye’yi gezeceğim, lütfen gezecek bir yer veya bir gezi programı önerir misiniz? yorumuna karşılık “bağlantıyı kontrol edin” geri bildiriminde bulunmuştur.



Şekil 2. merhaba Türkiye



Şekil 3. saç müzesi



Şekil 4. Türkiye pahalı mı?



Şekil 5. Türk hamamı



Şekil 6. İstanbul kedileri



Şekil 7. İstanbul'un konumu

Kaynak: www.instagram.com, Erişim Tarihi:01.01.2024.

Bakış Açısı: Aakansksha Monga, Kapadokya (Bkz. Görsel 1 ve 2) seyahat deneyiminde İngilizce ayrıntılı bilgilere yer vermektedir. Aakansksha Monga, anlatımını kuvvetlendirmek adına yaka mikrofonu ve farklı tonlarda İngilizce büyük yazı karakterleri kullanmıştır. Bu sayede Türkiye ile ilgili verdiği mesajların kalıcı olmasını amaçladığını söylemek mümkündür. Akıcı ve heyecanlı bir anlatım dili olan Aakansksha Monga, Kapadokya ile ilgili gönderilerinde ayrıca röportajlar (Bkz. Görsel 2, Avanos Saç Müzesi) gerçekleştirmiştir. Aakansksha Monga'nın Kapadokya gezi deneyimlerinde ayrıca uçan balon, ören yerleri, yer altı müzelerine de yer vererek etkileyici bir görsel sunum gerçekleştirmesi Türkiye'nin yumuşak güç potansiyelinin tanıtılması adına önemlidir. Aakansksha Monga'nın İstanbul ile ilgili gönderilerinde (Bkz. Görsel 3,4,5,6) maddi ve manevi kültürel öğelere yer vermiştir. Aakansksha Monga'nın sık sık farklı mekânlara geçiş yapılan İstanbul gönderilerinde Türkiye'nin turistik destinasyonları (Moda, Üsküdar), gastronomisi (simit, Türk çayı) ve tarihsel ve kültürel öğelerini (Türk hamam kültürü, Galata Kulesi) ön plana çıkarması dikkat çekmektedir. Türkiye gönderilerinde takipçilerine giyim, yiyecek, ulaşım, konaklama, alışveriş ve aktivite ile ilgili bütçeye uygun önerilerde bulunmuştur. Örneğin 26 Ekim 2023 tarihli “Türkiye Pahalı mı” isimli gönderisinde takipçilerine yönelik “taksi yerine toplu taşımayı seçin”, “İstanbul’da Asya

tarafında kalın”, “her zaman pazarlık yap” gibi önerileri öne çıkılmaktadır.

Türkiye'nin yumuşak güç potansiyelini öne çıkarmak adına kullandığı bazı ifadeleri şu şekilde özetlemek mümkündür: “Türk yemekleri lezzetli ve uygun”, “Türk hamamını Türkiye’deysen denemelisin!”, “Her şehir sokak hayvanlarına böyle davranmalı!”, “Burası dünyanın en ilginç müzesi (Avanos Saç Müzesi)” bu yorumlar ekseninde değerlendirildiğinde Aakansksha Monga’yı bir “kültür elçisi” olarak nitelendirmek mümkündür.

Dramatik Bir Soru: Aakansksha Monga Türkiye ile ilgili gönderilerinde takipçilerine sorular sormakta, öneriler almakta ve kıyaslamalar yapmaktadır. “Türkiye Pahalı mı? Şehrinizde sokak kedileri ve köpekleri nasıl tedavi ediliyor? Saçını verir miydin? O en garip müze (Avanos, Kapadokya Türkiye’de), Bunu biliyor muydunuz?” gibi soru içeriklerinin aynı zamanda takipçiler açısından daha ikna edici olabileceğini söylemek mümkündür. Aakansksha Monga’nın bazı sorulara gelen yanıtlara emoji kullanarak geri dönüşte bulunması dikkat çekmektedir.

Duygusal İçerik: Aakansksha Monga, Türkiye ilgili gönderilerinde eğlenceli görsel sunumu ile anlatımı zenginleştirmektedir. Bu sayede Türkiye’nin cazibe öğelerini ve yumuşak güç potansiyelini ortaya çıkarmada ikna edici bir dil kullandığını söylemek mümkündür. Dünyadaki farklı ülkeler ile karşılaştırma yaparak anlatımı detaylandırması da bir diğer çekici noktadır.

Sesin Kullanımı: Aakansksha Monga, gönderilerinde doğal seslere de yer vermiştir. Bu da anlatıma gerçekçi ve etkileyici bir nitelik kazandırmıştır.

Hikâyenin Müzik Çekiciliği: Aakansksha Monga’nın Türkiye seyahat deneyiminde Türkçe müzik kullanmaması dikkat çekmektedir. Daha çok içeriğe uygun gerilim, eğlenceli ve yabancı müziklere yer vermiştir.

Sadelik / Ekonomik Olmak: Videolar ortalama 1-1.5 dakika arası sürmektedir. Bu videolarda anlatım olabildiğince kısa ve net görüntülerden oluşmaktadır. Görüntülerin çekiminde “Sneha Mohundar” isimli arkadaşından yardım aldığını belirtmektedir. Aynı zamanda çekimlerin doğal ortamlarda yapılmasını ve mekânların öne çıkan görsel sunumlarının kullanılmasını ekonomiklik olarak değerlendirmek mümkündür.

Tempo/Akış: Aakansksha Monga’nın Türkiye seyahat deneyimi gönderilerinde akışı etkileyen en önemli öge kurgu ve sahnelerin farklı mekânlarda geçmesidir. İstanbul ve Kapadokya gezi deneyimlerinde soruyla başlayarak hızlı bir şekilde samimi bir ortam yaratmaktadır. Özellikle yaptığı röportajlar, çok fazla görsel sunuma yer vermesi, büyük ve renkli yazı karakterleri kullanması takipçilerinin ilgisini çekebilecek bir ortam yarattığını göstermektedir. Özellikle Türkiye’nin öne çıkan özelliklerini vurgularken kullandığı heyecanlı ses tonunun ve çarpıcı bilgilerin verilme hızının videoların süreci boyunca hareketli bir görsel sunumun oluşmasını sağladığını söylemek mümkündür.

3.2.Xenilook Instagram Profili Genel Görünümü ve Türkiye Gönderi İçerikleri

“xenilook” kullanıcı adı ile Instagram hesabı açan Rusya doğumlu Ksenia Lukina’nın 104 bin takipçisinin, 475 tane de takip ettiği hesabın olduğu görülmüştür. “xenilook” şimdiye kadar toplam 222 gönderi paylaşmıştır. Paylaşımların türü kaydırmalı post ve video şeklindedir. Gönderi öne çıkar seçeneklerinde Türkiye ile ilgili iki içeriğin (Pamukkale Traverten, Kapadokya) olması dikkat çekmektedir. Hakkında kısmında Türkçe çevirisi

“keşfetmek için 9’dan 5’e kaçtım”, “seyahat ipuçları”, “oteller”, “eşsiz destinasyonlar” ve işbirliği:ksenilook@gmail.com açıklamaları bulunmaktadır.



Şekil 8. Ksenia Lukina Instagram profili

Kaynak: www.instagram.com, Erişim Tarihi: 01.01.2024.

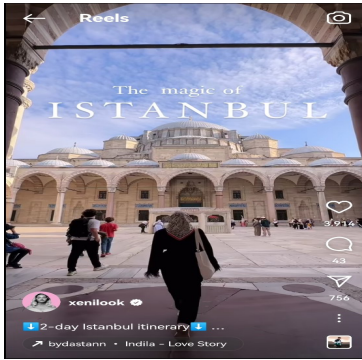
Ksenia Lukina Instagram hesabı Türkiye gönderi videoları ortalama 1-1.5 dakika arası sürmektedir. Genel olarak incelenen videoların ortak özeliği Nevşehir, Pamukkale, Antalya ve İstanbul seyahat deneyimleri üzerinedir.

Tablo 2. Ksenia Lukina Örnekleme Dâhil Edilen Videoları

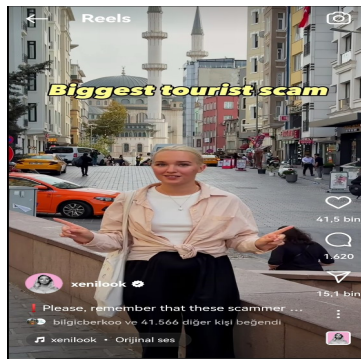
Videonun Adı ve Paylaşım Tarihi	Destinasyon	Yorum Sayısı	Beğeni Sayısı	Açıklama	Yumuşak Güç Öğeleri
En Büyük Turist Korkusu (14 Kasım 2023)	İstanbul	1656	43,285	İstanbul'un sokak aralarında dikkat edin ve bir şey olursa turist poliste gidin	Galata Köprüsü, Bakırcılık Sanatı
Benzersiz Destinasyon (15 Kasım 2023)	Pamukkale/ Denizli	3406	1.344.246	Bu yıl ziyaret ettiğim en harika destinasyonlardan biri	Pamukkale Travertenleri, Kleopatra Havuzu
Bu Sistemi Daha Önce Duydum (22 Kasım 2023)	Antalya	81	19,514	Antalya seyahat deneyimi	Kaleiçi /Antalya
Kişisel Seyahatimin Oscarı (1 Aralık 2023)	Kapadokya/ Nevşehir	25	1262	Büyüleyici şehir olarak adlandırdığı Kapadokya ve çevresi	Ürgüp, Göreme, Aşk Vadisi, Sivas Kangalı
Türkiye'deki Bazı Yaşam Gerçekleri (8 Aralık 2023)		472	8643	Türkiye'deki sıra dışı uygulamalar ve bazı yaşam gerçekleri	
Dünyanın Merkezi (12 Aralık 2023)	İstanbul	2306	23,572	Dünyanın merkezi olarak nitelendirdiği İstanbul seyahat deneyimi	Çamlıca Camii, Galata Köprüsü, Taksim Çiçek Pasajı, Kapalıçarşı, Türk Lokumu, Türk Çay Kültürü, Türk Yemekleri

Ksenia Lukina'nın gönderi yorumlarından genel örüntüleri en iyi temsil eden örnekleri şu şekilde özetlemek mümkündür: 1 Aralık 2023 yılında seyahat ettiği Ürgüp ve çevresi gönderisine bir kullanıcı “harika bir yer” yorumunda bulunmuştur. Ksenia Lukina'da takipçisine “ben de çok sevdim. Beklentilerimi aşan birkaç destinasyondan biriydi. Bir

gün geri dönmek dileğiyle” yorumunda bulunmuştur. 1 Aralık 2023 tarihli gönderisinde aynı zamanda tavsiye önerisinde de bulunmuştur. Bir takipçisinin “Aman tanrım listeye eklendi” yorumuna karşılık Ksenia Lukina “buna bayılacaksınız” yorumunda bulunmuştur. 14 Kasım 2023 tarihli “En büyük turist korkusu” isimli gönderisinde bir kullanıcının “Türkiye’ye daha gitme daha iyi!” yorumuna karşılık Ksenia Lukina “ Türkiye gittiğim en güzel ülkelerden biri. Kapadokya, Antalya, Pamukkale ve İstanbul’u ziyaret etmenizi şiddetle tavsiye ederim, neredeyse dünyanın her büyük kalabalık şehrinde dolandırıcılar var. O yüzden gezginler olarak dikkat edelim.” şeklinde cevap verdiği gözlemlenmiştir. 15 Kasım 2023 tarihli ve aynı zamanda en fazla etkileşime sahip olan gönderisinde bir “takipçinin “oh vay be!! Ziyaret etmeyi çok isterim” yorumuna karşılık Kseni Lukina “Türkiye muhteşem, özellikle de burası! Umarım bir gün onu ziyaret edebilirsin” geri bildiriminde bulunmuştur.



Şekil 9. benzersiz şehir



Şekil 10. turist korkusu



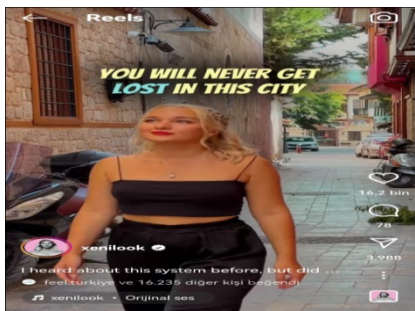
Şekil 11. sıra dışı bilgiler



Şekil 12. büyüleyici şehir



Şekil 13. Pamukkale



Şekil 14. Antalya

Kaynak: www.instagram.com, Erişim Tarihi:01.01.2024.

Bakış Açısı: Ksenia Lukina, Türkiye’ye ait önemli maddi ve manevi kültürel değerlerin görsel sunumuna yer vermiştir. Türkiye’nin tarihi ve turistik yerleri (Galata Kulesi, Aspendos, Kapalıçarşı, Pamukkale Travertenleri, Antalya), gastronomisi (çay, baklava, maraş dondurması, sütlaç, künefe, iskender), dini öğeleri (semazen, eşarp), el sanatları (kilim), doğal kaynakları (Sivas Kangalı) öne çıkmaktadır. Kent mimarisi, şehir kültürü, seyahat uçak deneyimi, tanıtım, reklam, ilginç ve ilgi çekici detay bilgiler yer almaktadır. Aynı anda birden fazla görsele yer vererek ve büyük İngilizce yazı kullanarak anlatımını zenginleştirmiştir. Anlatılanları (anlatılarını) aşk, tarih, dini, kahramanlık hikâyeleri gibi yerel kültürden seçmiştir. Türkiye’nin yumuşak güç potansiyelini ön plana çıkaran ifadelerle de yer vermektedir. Bu ifadelerden bazıları şu şekildedir: “benzersiz ve büyüleyici şehir”, “bu yıl ziyaret ettiğim favori ülkelerden biri de Türkiye”, “çok sevdim”, “Pamukkale, dünyanın sekizinci harikası olarak adlandırılıyor”.

Dramatik Bir Soru: Ksenia Lukina Türkiye ile ilgili gönderilerinde takipçilerine sorular sormakta ve öneriler almaktadır. “İnsanlar nasıl burada yaşadılar?” diyerek Kapadokya hakkında tarihsel bilgilere yer vermesi, meraklandırması ve videonun sonunda “burayı kaydedin” diyerek ilgi uyandırması dikkat çekmektedir.

Duygusal İçerik: Türkiye ilgili gönderilerinde eğlenceli sunum ve coşkulu anlatım ön plana çıkmaktadır. Ksenia Lukina'nın farklı ifade biçimlerini kullanması dikkat çekmektedir. Türkiye’de gördüğü “taksi düğmesi” ve “yeraltı çöpü” gibi farklı uygulamalardan bahsederken yüzündeki şaşkınlık ifadeleri dikkat çekmektedir.

Sesin Kullanımı: Ksenia Lukina'nın doğal ortamındaki içeriklere yer vererek anlatımının dikkat çekici olmasına özen gösterdiği görülmektedir.

Hikâyenin Müzik Çekiciliği: Video gönderilerinde Türkçe müziklere yer vermeyen Ksenia Lukina doğal ve turistik ortamın içeriğine uygun müzikler kullanmıştır.

Sadelik / Ekonomik Olmak: Videolar ortalama 1-1.5 dakika sürmektedir. Video çekimlerinde kısa sürede çok fazla ayrıntıya yer vermesi, özet ve detay bilgilere yer vermesi, çekimlerini doğal ortamlarda gerçekleştirdiği için ekonomiklik olarak değerlendirmek mümkündür.

Tempo/Akış: İçerikteki hız unsurunu etkileyen en önemli nokta farklı mekânlarda geçmesidir. İstanbul, Pamukkale ve Kapadokya gönderilerinde çok fazla görsel sunuma yer vermesi, ardı ardına gelen görüntüler, çoklu ekran kullanımı ve kameranın değişken yapısının tempoyu etkilediğini söylemek mümkündür. Özellikle Türkiye ile ilgili çarpıcı bilgilere verirken sahneler arasındaki hızlı geçişler göze çarpmaktadır. Akış durağan olmaktan ziyade süregendir. Sürekli bir tempo hâkimdir. Bu durumun da kısa sürede çok fazla görsel kullanılarak yerin tanıtımı açısından önem taşıdığı söylemek mümkündür. Gönderiler içerisinde takipçileriyle beraber geziyor izlenimi sunmaktadır. Genel olarak bakıldığında Ksenia Lukina'nın Türkiye'nin yumuşak güç potansiyelini ön plana çıkardığını söylemek mümkündür.

Sonuç

Dijital göçebeler, evlerinden çok uzaklara süreli veya süresiz seyahat eden bireylerden oluşmaktadır. Dijital göçebeler geleneksel yaşam rutinlerinin ötesinde bir yaşam tarzını benimserler. Dijital göçebelerin çok fazla ülkede bulunmalarından dolayı kültürlerarası etkileşime açık olduklarını söylemek mümkündür. Konaklama ve yaşam alanları farklılık gösterebilen dijital göçebeler, farklı platformlar (konaklama, araç kiralama, tanışma, etkinlik vb.) üzerinden pek çok konuda destek alabilmektedirler. Çok yönlü özelliklerinden dolayı dijital göçebeleri, yeni yerleri keşfetme motivasyonu yüksek “entelektüel çalışanlar” olarak adlandırmak mümkündür.

Dijital göçebeler tüm sosyal medya mecralarının sunduğu avantajlardan faydalanabilmektedirler. Ek gelir ya da ana gelir kaynakları paylaşmış oldukları içeriklerdir. Esnek çalışma koşullarının etkisiyle dijital göçebelerin ülkelerde buldukları süreler farklılık göstermektedir. Bu çalışma son dönemlerde alanyazında üzerinde önemle durulan dijital göçebe kavramını gezginler bağlamında ele alması bakımından önem taşımaktadır. Dijital gezginlerin gözünden Türkiye'nin nasıl anlamlandırıldığı ortaya koymak amaçlanmıştır. Son olarak bu araştırmanın, dijital göçebeye yönelik farklı bir bakış açısı sunmak amacıyla hazırlanmasının yanında dijital göçebeliğe ilgi duyanlara yönelik bir rehber olması da hedeflenmiştir.

Bu araştırma bağlamında üç araştırma sorusuna yanıt aranmıştır. Sırasıyla üç araştırma sorusu sonucu elde edilen verileri şu şekilde özetlemek mümkündür: Aakansksha Monga Instagram hesabındaki Türkiye gönderi videoları ortalama 1-1.5 dakika sürmektedir. Genel olarak incelenen videoların ortak özeliği Nevşehir ve İstanbul seyahat deneyimleri üzerine olmalarıdır. Türkiye'nin kültürel öğelerini ön plana çıkaran videolarda bilgi verici içerikler, marka iş birlikler, görsel ve sözel ürün yerleştirmeler de bulunmaktadır. Aakansksha Monga, anlatımını kuvvetlendirmek adına yaka mikrofonu ve farklı tonlarda İngilizce büyük yazı karakteri kullanmıştır. Bu sayede Türkiye ile ilgili verdiği mesajların kalıcı olmasını amaçladığını söylemek mümkündür. Akıcı ve heyecanlı bir anlatım dili olan Aakansksha Monga Kapadokya ile ilgili gönderilerinde röportajlar gerçekleştirmiştir. Kadrajda betimsel bir anlatım sunan Aakansksha Monga Kapadokya gönderilerinde görsel sunumu da ön plana çıkarmıştır. Kapadokya gezi deneyimlerinde ayrıca uçan balon, ören yerleri, müzelere yer vererek görsel sunum gerçekleştirmiştir. Aakansksha Monga'nın İstanbul ile ilgili gönderilerinde farklı kültürel öğelerin tanıtımı gerçekleştirilmektedir. Sık sık farklı mekanlara geçiş yapılan İstanbul gönderilerinde Türkiye'nin turistik destinasyonları (Kapalıçarşı, Moda, Üsküdar, Galata Kulesi), gastronomisi (Türk lokumu), tarihsel ve kültürel öğeleri (Türk hamamı kültürü) ön plana çıkarmıştır.

Ksenia Lukina'nın, Instagram hesabındaki Türkiye gönderileri video ortalamaları Aakansksha Monga'ya benzer şekilde 1-1.5 dakika sürmektedir Türkiye'ye ait önemli maddi ve manevi kültürel değerlerin görsel sunumuna yer vermiştir. Türkiye'nin tarihi ve turistik yerleri İstanbul, Denizli, Antalya, gastronomi (çay, baklava, maraş dondurması, sütlaç, künefe, iskender), dini öğeler (semazen, eşarp), el sanatları (kilim), doğal kaynakları (Sivas Kangalı) öne çıkmaktadır. Kent mimarisi, şehir kültürü, seyahat uçak deneyimi, tanıtım ve reklamların yanı sıra ilginç ve ilgi çekici detay bilgiler yer almaktadır. Aynı anda birden fazla görsele yer vererek ve büyük İngilizce yazı kullanarak anlatımını zenginleştirmiştir. Anlatılar; aşk, tarihi ve dini, kahramanlık hikâyeleri gibi yerel kültürden seçmiştir.

Kültürel diplomasi yaklaşımında cazibe öğelerini yansıtmak kadar farklılıkları vurgulamak hedef kitleyi etkilemek adına önemlidir. Bu noktada her iki dijital göçebenin Türkiye ile ilgili farklı bilgiler sunmasının ülkenin tanıtımı açısından önem taşıdığını söylemek mümkündür. Aakansksha Monga ve Ksenia Lukina'nın paylaşımlarında İstanbul ve Kapadokya ile ilgili içeriklerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu durumu şu şekilde yorumlamak mümkündür: İstanbul, birçok medeniyete ev sahipliği yaptığından içerisinde sayısız eser barındırmaktadır ve Türkiye'nin en fazla turist ağırlayan şehirlerinden biridir. Kapadokya ise doğal güzelliklerinin yanı sıra ziyaretçilerine yaşattığı bazı deneyimler sebebiyle son yılların öne çıkan seyahat rotalarından birini oluşturmaktadır. Aakansksha Monga ve Ksenia Lukina'nın genel olarak takipçi yorumlarına da geri bildirimde bulunarak bir kültürel diplomasi aktörü olarak Türkiye'nin uluslararası alanda tanıtılması adına çaba gösterdiklerini de söylemek mümkündür. Özellikle Türkiye hakkındaki yanlış bilgilerin düzeltilmesi, kültürel öğelerinin tanıtılması ve turistik destinasyonlar hakkında dijital hikâye anlatıcılığı aracılığıyla bilgiler vermişlerdir.

Dijital göçebelerin Türkiye paylaşımlarında etkileşim sayılarında dikkat çekici bazı noktaları ise şu şekilde özetlemek mümkündür: Aakansksha Monga'nın 17 Ekim 2023 tarihindeki "Merhaba Türkiye" isimli Kapadokya seyahat deneyimi ve Ksenia Lukina'nın 15 Kasım 2023 tarihli "Pamukkale Travertenleri" gönderileri en fazla etkileşime sahip olmaları bakımından öne çıkmaktadır. Aynı zamanda Ksenia Lukina'nın Kapadokya

gönderisi sınırlı sayıda etkileşime almasına karşın Aakanksha Monga'nın en popüler gönderisinin Kapadokya seyahat deneyimi olması dikkat çekmektedir.

Son olarak araştırma sonucu elde edilen veriler sonucu alanda yapılacak olan yeni araştırmalara yol göstermek adına teorik ve pratik anlamda şu önerilerde bulunmak mümkündür: Dijital göçebelik ilgili Digital Nomad Türkiye topluluğunun gönderi içeriklerini diyalogik iletişim teorisi bağlamında incelemek mümkündür. Dijital Nomad Türkiye topluluğu üyeleri ile Türkiye'de dijital göçebelik üzerine bir derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilebilir. Türkiye'nin yumuşak güç potansiyelinin öne çıkarılması ve tanıtımı açısından yabancı dijital göçebelere yönelik kültürel diplomasi kurumları (TİKA, YTB, YEE vb.) aracılığıyla etkinlikler düzenlenebilir.

Kaynakça

- Aakanksha Monga. [aakanksha.monga]. (2023). Instagram. <https://www.instagram.com/aakanksha.monga/?hl=tr>
- Akın, M. Ş. (2021). Dijital Göçebelik: Deneyim ve Özgürlük. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(1), 41-52
- Alemdar, K., & Erdoğan, İ. (2005). *Kültür ve İletişim*. Erk Yayınları
- Blatt, K., & Gallagher, J. (2013). *Mobile Workforce: The Rise Of The Mobilocracy* Medford: Information Today Inc. (Ed. P. A. Bruck, and M. Rao.), *Global Mobile: Applications and Innovations For the Worldwide Mobile Ecosystem*. Information Today Inc
- Bozdoğan, M., & Dağdelen, E. Ö. (2022). Seyahat, Çalışma ve Boş Zamanın Kesişiminde Yeni Bir Grup: Dijital Göçebeler. *İnsan Hareketliliği Uluslararası Dergisi*, 2(2), 270-297
- Chandler, D., & Munday, R. (2018). *Medya ve İletişim Sözlüğü* (B. Taşdemir, Çev.). İletişim Yayınları
- Capital. (2022, Temmuz 7). <https://www.capital.com.tr/haberler/tum-haberler/yeni-trend-dijital-gocebeler-29-ulke-ozel-vize-sagliyor>
- Digital Nomad Türkiye. (2023, Ekim 13). <https://nomadturkiye.com/>
- Eriksen, T. H. (2018). *Küçük Yerler Büyük Meseleler Sosyal ve Kültürel Antropoloji* (A. E. Koca, Çev.). Birleşik Dağıtım Kitabevi
- Fattor, E. (2017). *Amerikan İmparatorluğu ve Eğlence Cephanesi* (P. Tabak, Çev.). Avangart Kitap
- Halidov, İ. (2014). Rusya'nın Yumuşak Güç Araçları. *Avrasya İncelemeleri Dergisi*, 37-75.
- Hannonen, O. (2020). In Search Of a Digital Nomad: Defining the Phenomenon. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 335-353
- Haviland, W. A., Prins, H. E., & Walrath, D. (2017). *Kültürel Antropoloji* (İ. D. Sarıoğlu, Çev.). Kaknüs Yayınları
- Hermann, I., & Paris, C. M. (2020). Digital nomadism: the nexus of remote working and travel mobility. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 329-334. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00188-w>
- İli, B., & Büyükbaykal, G. N. (2023). Yeni Medya Çağında Dijital Göçebelik: 21. Yüzyılın Gezginleri Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 70-

93. <https://doi.org/10.31123//akil.1300885>
- İli, N. D. (2023). Dijital Göçebelerin Türkiye Algısı. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 10(1), 30-56
- Johanson, M. (2022). Uzaktan Çalışanlara Vize Veren Ülkeler. BBC NEWS TÜRKÇE, <https://www.bbc.com/turkce/articles/cjm1n790yn7o>
- Karadağ, H. (2016). *Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi*. Nobel Akademik Yayıncılık
- Kartarı, A. (2014). *Kültür, Farklılık ve İletişim*. İletişim Yayınları
- Kongar, E. (1982). *Kültür Üzerine*. Remzi Kitabevi
- Ksenia Lukina. [@xenilook]. (2023). Instagram. <https://www.instagram.com/xenilook/>
- Mark, S. (2009). *A Greater Role For Cultural Diplomacy, Discussion Papers in Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael
- Nye, J. (2020). *Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Araçları* (R. İ. Aydın, Çev.). BB101 Yayınları
- Nomad List . (2024, Ocak 3). <https://nomadlist.com/>
- Ölçekçi, H. (2020). Dijital İletişim ve Küresel Kültürel Etkileşimin Homojenleşme, Kutuplaşma ve Melezleşme Süreçleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 50, 146-163
- Patton, M. Q. (1987). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Sage Publication
- Purtaş, F. (2013). Türk Dış Politikasının Yükselen Değeri: Kültürel Diplomasi. *Gazi Akademik Bakış*, 7(13), 1-14
- Reichenberger, I. (2018). Digital Nomads – A Quest For Holistic Freedom In Work and leisure. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 364–380. doi.org/10.1080/11745398.2017.1358098
- Robin, B. R. (2008). Digital Storytelling: A Powerful Technology Tool For the 21st Century Classroom. *Theory Into Practice*, 220-228.
- Willment, N. (2020). The Travel Blogger as Digital Nomad: (Re-)Imagining Workplace Performances of Digital Nomadism within Travel Blogging Work. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 391-416
- Soydaş, A. U. (2008). *Kültürlerarası İletişim Farklı Kültürel Ortamlarda Çalışma ve İletişim*. Parşömen Yayınları
- Sunal, G., Kutluhan, D. F., & Kalkan, S. B. (2022). Geleneksel ve Dijital Hikaye Anlatıcılığı Arasındaki Farkın Covid 19 Pandemi Sürecinde Maske Kullanımına İlişkin Bir Video Filmi Üzerinden İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 221-228
- T.C. Muğla Valiliği. (2021, Eylül 22). <http://www.mugla.gov.tr/dijital-gocebelerin-yeni-rotasi-mugla-olacak>
- Tuch, H. (1990). *Communicating With the World: U.S. public diplomacy overseas*. St.Martin's Press
- TURSAM . (2023, Haziran 23). Dijital Göçebelik ve Uzaktan Çalışmanın Turizme Etkisi Raporu. <https://tuader.org/2023/06/>

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Kartopu Yayıncılık

A Research on Digital Nomads Impressions of Türkiye in the Context of Cultural Diplomacy

Ahmet Can AKGÜN (Dr.)

Extended Abstract

Preliminary research in the literature reveals that there has been a recent interest in Türkiye's cultural diplomacy approaches. In particular, the global success of Türkiye television series and the role of cultural diplomacy institutions in foreign policy are among the issues that have been emphasized. The aim of this study is to contribute to Türkiye's cultural diplomacy approach and to evaluate its soft power potential from the perspective of digital nomads. The limited number of studies on cultural diplomacy and digital nomads in the literature constitutes the importance of the research. At the same time, the belief that the suggestions presented as a result of the research will guide new research is another important point of the study.

In the study, affinity sampling, which is one of the types of purposive sampling, was utilized. Affinity sampling is used to define a distinct subgroup by creating a small integrated sample (Patton, 1987). While determining the sample in the study, the followers of the "Digital Nomad Türkiye Community", "Feel Türkiye" and "Show me Türkiye" Instagram accounts, which were established for the promotion of Türkiye and where travelers share their posts, were examined. In the first stage, "yolgunlukleri" and "travelcomic" accounts, which share international travel experiences, were accessed and then the followers were analyzed in detail. Among these accounts, service brands, Türkiye promotion pages and some foreign accounts that only share content about Türkiye were excluded. As a result of the analysis, the accounts "aakansksha.monga" and "xenilook", which define themselves as digital nomads, were included in the affinity sample and the six posts with the highest interaction were analyzed. At the same time, care was taken to ensure that the videos were about travel experiences reflecting Türkiye's cultural characteristics.

Within the scope of the study, the descriptive method, which is popular in qualitative research, was used. The descriptive method offers the researcher an in-depth, holistic, comprehensive perspective and interpretation option (Yıldırım & Şimşek, 2008: 39). Since the research aims to describe the posts of digital nomads according to the codes created qualitative research was preferred.

Three questions were identified within the scope of the research. These questions aim to reveal the impressions of Türkiye from the perspective of digital nomads in detail and to reveal Türkiye's soft power potential. The questions determined within the scope of the research are as follows:

1. What is prominent in the content of digital nomads Türkiye travel experience posts?
2. According to digital nomads, what are the attractions of Türkiye?
3. How have digital nomads produced content about their Türkiye experiences according to Jeo Lambertive and Dana Atchley's seven-step digital storytelling?

The data obtained as a result of the three research questions above can be summarized as follows: Türkiye post videos on the Aakansksha Monga Instagram account last 1-1.5 minutes on average. In general, the common feature of the videos analyzed is

about Nevşehir and Istanbul travel experiences. There are also informative, brand collaborations, visual and verbal product placements in the videos that emphasize Türkiye's cultural elements. Aakansksha Monga used a lapel microphone and English large fonts in different tones to enhance her narration. In this way, it is possible to say that she has ensured that her messages about Türkiye are permanent. Aakansksha Monga, who has a fluent and exciting narrative language, has conducted interviews in her posts about Cappadocia. Offering a descriptive narrative in the frame, Aakansksha Monga also emphasized visual presentation in her Cappadocia posts. In her Cappadocia travel experiences, she also made a visual presentation by including flying balloons, ruins and museums. In Aakansksha Monga's posts about Istanbul, different cultural elements are introduced. In her posts about Istanbul, where she frequently shifted to different places, she emphasized Türkiye's touristic destinations (Grand Bazaar, Moda, Üsküdar, Galata Tower), gastronomy (Türkiye delight), historical and cultural elements (Türkiye bath culture).

Similar to Aakansksha Monga, Ksenia Lukina's Türkiye posts on her Instagram account averaged 1-1.5 minutes in duration and included visual presentations of important material and immaterial cultural values of Türkiye. Türkiye's historical and touristic places Istanbul, Denizli, Antalya, gastronomy (tea, baklava, maraş ice cream, rice pudding, kunefe, iskender), religious elements (whirling dervishes, scarves), handicrafts (rugs), natural resources (Sivas Kangal) stand out. City architecture, city culture, travel airplane experience, promotion, advertisement, interesting and intriguing details are included. The narrative is enriched by including more than one image at the same time and using large English text. Narratives are selected from local culture such as love, historical, religious, heroic stories.

In the cultural diplomacy approach, it is important to emphasize the differences as much as reflecting the elements of attraction in order to influence the target audience. At this point, it is possible to say that it is important for both digital nomads to present different information about Türkiye in terms of promotion. In the posts of Aakansksha Monga and Ksenia Lukina, it is seen that content related to Istanbul and Cappadocia stand out. It is possible to interpret this situation as follows: Istanbul, home to many civilizations, contains countless artifacts and is one of Türkiye's most popular tourist destinations. Cappadocia, on the other hand, is one of the most prominent travel routes of recent years due to its natural beauties as well as some of the experiences it offers to its visitors. It is also possible to say that Aakansksha Monga and Ksenia Lukina have made efforts to promote Türkiye internationally as cultural diplomacy actors by providing feedback to their followers' comments. In particular, they provided information through digital storytelling to correct misinformation about Türkiye, promote its cultural elements and touristic destinations.

It is possible to summarize some noteworthy points in the number of interactions in the Türkiye posts of digital nomads as follows: Aakansksha Monga's Cappadocia travel experience named "Hello Türkiye" dated October 17, 2023 and Ksenia Lukina's "Pamukkale Travertines" dated November 15, 2023 stand out in terms of having the highest number of interactions. At the same time, it is noteworthy that Aakansksha Monga's most popular post is her Cappadocia travel experience, while Ksenia Lukina's Cappadocia post received a limited number of interactions.

Keywords: Cultural Diplomacy, Digital Nomad, Digital Storytelling, Descriptive Analysis.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.