

## Yeni Bir Turist Tipolojisi Önerisi: Dijital Göçebelik

Ertuğrul DÜZGÜN  
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
duzgunertugrul@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-0786-3840

Aliye AKIN  
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
aliye.akin@ibu.edu.tr  
ORCID ID: 0000-0001-8589-7547

Araştırma Makalesi	DOI: 10.31592/aeusbed.1095735
Geliş Tarihi: 30.03.2022	Revize Tarihi: 30.06.2022
	Kabul Tarihi: 21.07.2022

### Atf Bilgisi

Düzgün, E. ve Akın, A. (2022). Yeni bir turist tipolojisi önerisi: Dijital göçebelik. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 596-612.

### ÖZ

İnternetin ve teknolojinin gelişmesinin insanlara birçok kolaylık sağladığı bilinmektedir. Özellikle insanlar çalışmalarını ofislerin dışında keyif alabilecekleri farklı ortamlarda da yürütebilmektedir. Bu ortamlar gerekli altyapıya sahip olan bir kafe veya kütüphane olabileceği gibi, yurtiçinde veya yurtdışında turistik bir destinasyon da olabilmektedir. Dijital göçebelik olarak adlandırılan bu durum, insanların iş yerlerine gitmeden seyahat halinde olduklarında da görevlerini yerine getirebileceklerini savunmaktadır. Özellikle COVID-19 pandemi döneminde çoğu mesleğin aslında ofis ortamının dışında uzaktan da yapılabildiği görülmüştür. Bu kapsamda çalışmanın amacı da dijital göçebelik kavramının kuramsal temellerini ortaya koymak ve dijital göçebeliği bir turist tipolojisi olarak değerlendirmek olmuştur. İkincil veri kaynaklarından yararlanılarak literatür taraması yapılmış olup konuyla ilgili yerli ve yabancı kaynaklardan kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Yapılan araştırmanın sonucunda, yeni bir kavram olan dijital göçebeliğin turist tipolojisi olarak ifade edildiği bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu kapsamda en çok bilinen Cohen, Plog ve Smith'in turist tipolojileri ile karşılaştırmaları yapılarak, benzer ve farklı yanları ortaya konmuştur. Son olarak, turist tipolojisi olarak değerlendirilen ve önerilen dijital göçebeliğin özellikleri belirlenerek turizm literatürüne sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital göçebelik, turist tipolojisi, teknoloji.

## A New Tourist Typology Proposal: Digital Nomad

### ABSTRACT

It is known that the development of the internet and technology provides many conveniences to people. In particular, people can carry out their work outside the offices in different environments where they can enjoy. These environments can be a cafe or library with the necessary infrastructure, as well as a touristic destination in the country or abroad. This situation is called digital nomadism. This concept argues that people can fulfill their duties even when they are traveling without going to their workplaces. Especially during the COVID-19 pandemic period, it has been seen that most professions can be done remotely outside of the office environment. In this context, the aim of the study is to reveal the theoretical foundations of the concept of digital nomadism. In this context, the aim of the study was to reveal the theoretical foundations of the concept of digital nomadism and to evaluate digital nomadism as a tourist typology. A literature review was made using secondary data sources, and a conceptual framework was created from domestic and foreign sources related to the subject. As a result of the research, there is not study has been found in which digital nomadism, which is a new concept, is expressed as a tourist typology. In this context, comparisons with the tourist typologies of the most well-known Cohen, Plog and Smith were made and their similar and different aspects were revealed. Finally, the characteristics of digital nomadism, which is considered as a tourist typology and proposed, are determined and presented to the tourism literature.

**Keywords:** Digital nomadism, tourist typology, technology.

### Giriş

Turizm sektörü, pazar büyüklüğü, hizmet alanı (seyahat, gastronomi, konaklama) ve sahip olduğu ekonomik potansiyel ile dünyanın en büyük endüstrilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla çok sayıda gelişmiş ve gelişmekte olan ülke geçmişten günümüze turizmi anlamak, geliştirmek ve sektörün ekonomik faydalarından daha fazla yararlanmak için çeşitli yollar aramaktadır (Akoğlan Kozak, Evren ve Çakır, 2013).

Turizm olgusunun başlangıç noktası; yazıyı, parayı ve tekerleği icat ederek kullanan Sümerlere, bir diğer ifadeyle Milattan Önce (M.Ö) 4000'lere kadar dayansa da I. Dünya Savaşı sonrası (1918-1920), modern turizmin başladığı dönem olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde turizm, otel, motel, ulaşım araçları, plajlar, eğlence ve spor alanları, konaklama tesisleri ve tüm altyapısıyla büyük bir sektör haline gelmiştir (Evliyaoğlu, 1994). Söz konusu dönemde sanayici, ticaret adamı ve soylulardan oluşan turistler için lüks, konforlu ve pahalı konaklama işletmeleri kurulmuştur. II. Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde ise yaşanan önemli gelişmeler ile turizm dünya genelinde yaygınlaşmıştır (Barutçugil, 1986). Bu dönemde özellikle Avrupalı zenginlerin farklı bölgelere uçakla seyahat etmeleri sektörün gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Swarbrooke ve Horner, 2007). Ayrıca, 1930-1940 yılları arasında kıyı bölgelerde kamp alanlarının ilgi görmesi, 1960'lı yıllarda ise soğuk iklimlerden sıcak denizlere doğru oluşan turistik talep ile paket turların ortaya çıkması turizmin gelişmesinde etkili olmuştur. Nitekim turizm giderek kitlesel bir etkinlik haline gelmiştir (Sezgin ve Yolal, 2012). Dolayısıyla 1990'lı yıllara kadar tüm dünyada kitle turizmi şeklinde gerçekleşen, deniz, kum ve güneşin (sea-sand-sun-3S) ağırlıkta olduğu turizm faaliyetleri sürdürülmüştür (Öztaş ve Karabulut, 2006). Ancak 2000'li yılların başında yıllardır devam eden klasik turizm (3S) anlayışı küreselleşmenin etkisi ve turistlerin beklentilerinde meydana gelen gelişmelerle birlikte değişime uğramıştır (Roney, 2011). Dolayısıyla esnek kitlesel talep ve üretimden bireysel talep ve üretime doğru hızla geçilmeye başlanmıştır. Bunun sonucu olarak, çevre duyarlılığı ve sürdürülebilirlik anlayışının, sanal deneyimlerin ön plana çıktığı, üst düzey bilgi ve iletişim teknolojilerinin, dijitalleşmenin yer aldığı bireyselleşmiş bir turizm endüstrisi oluşmuştur (Akoğlan Kozak vd. 2013). Bu durum bireylerin ilgi alanlarına göre oluşan alternatif turizm faaliyetlerinin ve turist tiplerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Dünya çapında gelişen teknoloji ve dijitalleşme COVID-19 pandemisinin de etkisiyle insanların daha fazla dijitalleşmeye yöneldiğini göstermektedir. Dijital ağları birbirine bağlayan internet (kişisel, yerel, ulusal veya küresel ağ) sayesinde insanlar, örgüte ve ofise bağımlı olmadan seyahat ettikleri farklı kıtalardan, bölgelerden işlerini yürütebilmektedir. Bu durum dijital göçebe olarak ifade edilen yeni turist tipinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. İnternet bağlantısı ve dizüstü bilgisayarın olduğu ofis dışında internetin olduğu her yerde çalışabilen ve turizm faaliyetlerinde yer alan turistler dijital göçebe olarak ifade edilmektedir (Kocaman, 2021). Bu kapsamda çalışmada, geleneksel turistlerden farklı özellikler taşıyan dijital göçebelerin turist tipolojileri arasındaki yerini belirleyerek bir değerlendirme yapmak amaçlanmıştır. Dijitalleşmenin etkisiyle dijital göçebe olarak çalışma ve sosyal yaşamını sürdüren insanların sayısındaki artışa (Richards, 2015) rağmen literatürde bu konuda sınırlı bilimsel çalışmaya rastlanmaktadır. Dolayısıyla yapılan çalışmanın literatürde konuya ilişkin açığın kapatılmasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## **Turizmde Dijitalleşme**

Geçmişten günümüze ortaya çıkan teknoloji, sektörel faaliyetleri, üretim yöntemlerini ve toplumsal yaşamı etkileyerek değiştirmiştir. Bu süreç 18. yüzyılda buharlı makinelerin kullanılmaya başlandığı I. Endüstri Devrimi (1760-1830) ile başlamıştır. 20. yüzyılda seri üretimde elektriğin ve içten yanmalı motorların kullanıldığı teknolojik gelişmeler II. Endüstri Devrimi'ne geçişi sağlamıştır. 1970'li yıllarda küresel ölçekte dijital çağa adım atılmıştır. Bu dönemde özellikle bilgisayarların birçok alanda yerini alması ve iletişim ağının gelişmesi III. Endüstri Devrimi'ni başlatmıştır. 2011 yılından itibaren bilgi, bilişim ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, internetin üretimde kullanıldığı yeni dijital bir çağın başlamasına yol açmıştır (Kagermann, Wahlsterand ve Helbig, 2013; Şahin ve Yağcı, 2017). IV. Endüstri Devrimi (Endüstri 4.0) olarak adlandırılan bu çağ bilişim, internet, iletişim, otomasyon, veri toplama ve yayma teknolojilerinin yeni üretim olanaklarının birlikte entegrasyonunu içermektedir. Ayrıca, fiziksel yapılardan oluşan tüm sistemlerde, internet ve sanal uygulamaların bulunması söz konusudur (Banger, 2017).

Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin turizm sektörünün de gelişmesinde önemli rol oynadığı bilinmektedir. Özellikle III. Endüstri Devrimi ile bilgi üretimi, bilgisayar ağları ve internet kullanımı gibi teknolojik gelişmeler ivme kazanmıştır. Dolayısıyla turizm sektöründe dijitalleşme süreci üç ana akımla kendini göstermeye başlamıştır. Bunlar; 1970'li yıllarda ortaya çıkan Merkezi Rezervasyon

Sistemleri (CRS [Central Reservation System]), 1980'lerde Global Dağıtım Sistemleri (GDS) ve 1990'lı yıllardan günümüze yoğun bir şekilde kullanılmakta olan internettir (Sarı ve Kozak, 2005). CRS, konaklama ve ulaşım gibi hizmetlerin ortak bir platformda toplandığı ve genel olarak aracı kuruluşlarca kullanılan dijital ağlar bütünüdür. GDS ise, CRS'nin daha kapsamlı ve geliştirilmiş bir çeşididir (Buhalis, 1998). İnternet teknolojisi ise dünya genelinde milyonlarca bilgisayar ağını bir protokol ile birbirine bağlayan, geliştirilen yazılımlar sayesinde veri iletişimini mümkün kılan uluslararası bir sistemdir (Lyytinen ve King, 2002). İnternet teknolojisi sayesinde kullanıcılar, mobil cihazlar, sanal ağlar aracılığıyla devamlı World Wide Web'e (WEB-Ağ) bağlı kalabilmektedir. Dolayısıyla kullanılan teknolojilerin büyük bölümünün alt yapısında internet teknolojisi yer almaktadır. Bu yüzden internet teknolojisi gelişim gösterdikçe turizm işletmelerinin dijitalleşme yolunda ilerledikleri görülebilmektedir. Tüm dünyanın güncel dijital verilerini düzenleyen "We Are Social Digital"ın 2021 yılında yayınladığı rapora göre, dünya nüfusunun %59'unu kapsayan 4,66 milyar kişi günde ortalama 7 saat internet kullanmaktadır. Bununla birlikte dünya genelinde 2020 yılında internete bağlı toplam cihaz sayısı yaklaşık 20,4 milyardır. Günümüzde dünyada yaklaşık 6 milyar mobil abonenin (We Are Social, 2022) olduğu düşünüldüğünde, teknolojik ve dijital gelişmelerin turizm sektörünün her alanına temas ettiği ve etmeye devam edeceği söylenebilir.

Modern bilgi teknolojilerinin kullanımı şeklinde algılanan dijitalleşme, turizm sektörüne de yer etmektedir (Happ ve Horvath, 2018). Turizm sektöründe seyahatin planlanmasından, karar verme aşamasına, geri dönme sürecinden seyahatin değerlendirilmesine kadar birçok süreçte dijital unsurlar kullanılmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte, turizm faaliyetleri değer zincirine yeni durumlar eklenmiş, bilgi yönetimi ve üretim- hizmet alanlarında iş yapma biçimleri değişmeye başlamıştır (Dredge, Phi, Renuka, Eóin ve Popescu, 2018). Dolayısıyla dijitalleşmenin yoğun olarak gerçekleştirildiği IV. Endüstri Devrimi'nin başlamasıyla turizm sektöründe robotik, analitik, yapay zekâ ve bilişsel teknolojiler, nano teknoloji, sanal (arttırılmış) gerçeklik, robotlar, 3D yazıcılar, giyilebilir teknoloji ve nesnelerin interneti gibi yeni nesil teknolojiler yerini almıştır. Tablet bilgisayarlar, sensörler, hafif robotlar gibi teknolojiler ile işletmeler hizmetlerini daha ekonomik olarak vermeye başlamışlardır (Topsakal, Yüzbaşıoğlu ve Çuhadar, 2018). Nitekim endüstri 4.0. dijitalleşme odaklı olup hız, maliyet, uyumluluk ve verimlilik alanlarında sürekli gelişen bütünlük ve yüksek bir teknoloji düzeyini kapsamaktadır. Dijitalleşme sayesinde, birbiriyle hızlı biçimde iletişim kurabilen çok sayıda dijital cihaz, veri işleme gibi bir dizi faktörleri öne çıkarmaktadır (Soylu, 2018). Dijitalleşmenin yükselişe geçmesiyle birlikte, rekabet ve iletişim faaliyetleri daha hissedilir ve görülebilir olmuştur (Mavnacıoğlu, 2022). Dolayısıyla teknoloji ve dijitalleşmeye bağlı bir şekilde ortaya çıkan bu gelişmeler dijital turizm dönemini başlatmıştır. Bu durum bireylerin turistik ürünlere ilişkin taleplerini, beklentilerini, deneyimlerini ve seyahat tercihlerini de farklılaştırmaya başlamıştır (Karaman ve Sayın, 2019). Bu bağlamda dijitalleşmenin de etkisiyle farklı turist tipleri ortaya çıkmıştır.

## **Turist Tipolojisi**

Bilgi, iletişim, teknoloji ve modernitenin etkisiyle insanların beklentileri değişmekte ve turizm sektörü de bu beklentilere yönelik olarak ürünlerini çeşitlendirmektedir. Bu çeşitlendirmede en çok dikkat edilen konulardan biri seyahat motivasyonudur. Her insanın birbirinden farklı sosyal, kültürel ve psikolojik durumları olduğundan turistlerin seyahat motivasyonlarını belirleyebilmek önem arz etmektedir. Bu kapsamda tarihsel süreçte turistleri benzerliklerine ve farklılıklarına göre sınıflandıran çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Literatürde turistlere ilişkin gerçekleştirilen sınıflamalarda en çok kabul görenlerin sırasıyla Cohen (1972, 1979), Plog (1974, 2001) ve Smith (1989) tarafından belirlenen tipolojiler olduğu söylenebilir (Coccosis ve Constantoglou, 2008).

Turist tipolojilerine bakıldığında Cohen (1972), Plog (1974) ve Smith (1989) tarafından yapılan sınıflamaların birbirleriyle benzerlikleri olduğu ifade edilebilir. Örneğin Cohen'in örgütlenmiş kitle turisti, Plog'ın içe dönük kişiliği ve Smith'in kitle turistinin birbirleriyle benzer olduğu görülmektedir. Decrop ve Snelders'in (2005) alışılmış turist tipolojisi de önceki çalışmaları destekler niteliktedir.

## Cohen Tarafından Ortaya Konulan Turist Tipolojisi

Bir sosyolog olarak Cohen, turist tipolojisini ortaya atan ilk kişi olmuş ve turistleri örgütlenmiş kitle turistleri, bireysel kitle turistleri, araştırmacı turistler ve başıboş turist olmak üzere dört sınıfta toplamıştır (Cohen, 1972; GÜDÜ Demirbulat, 2020; Prince, 2017);

- *Örgütlenmiş Kitle Turisti*, tüm programın belli bir düzende ve önceden belli olduğu, katılanların herhangi bir konuda risk yaşamadığı, rutine ayak uydurulup yenilik arayışının az olduğu turist tipidir.
- *Bireysel Kitle Turisti*, örgütlenmiş kitle turistleri gibi kalabalık gruplar halinde gezen ancak kendilerine ayıracak özel zamanlarının ve belirli oranda bireysel hareket edebilecek alanların da olmasını isteyen turist tipidir.
- *Araştırmacı (Kâşif) Turist*, hazır seyahat programlarından uzak durup münferit olarak geziler düzenleyen, rahatlığı çok önemsemeyen, gittikleri yerlerde insanlarla ilişki kurmaya meraklı olan turistir. Gidilen bölgeye tam uyum sağlamayıp olumsuz durumda bölgeden ayrılabilme özelliğine sahiptir.
- *Başıboş Turistler*, sabit bir programı ve güzergâhı olmayan, herkesin gittiği yerlerden farklı bölgelere giderek yenilik arayışında olan, turizm işletmeleri ile bağlantı kurmayan, ziyaret edilen bölgelerdeki yerel kültüre ait gelenekleri deneyimleyerek haz oluşturmaya çalışan turist profilidir.

İfade edilen dört turist tipolojisine ilave olarak Cohen (1979) rekreasyonel turist veya vakit öldüren turist temasıyla bir sınıflandırma daha önermiştir. Bu turist tipolojisinde ise günlük yaşamın stresinden kurtulmak ve boş zamanlarını fiziksel aktivitelerle geçirmek isteyen turist tipini ifade etmektedir.

## Plog Tarafından Ortaya Konulan Turist Tipolojisi

Plog (1974) tipolojisinde içe dönük ve dışa dönük olmak üzere iki turist tipi üzerinde durmuştur. Bu tipolojide maceracı olan, yeni ürünleri ve hizmetleri ilk defa deneyimlemek isteyen turistler dışa dönük (allocentric), herkes tarafından bilinen popüler bölgeleri tercih eden turistler ise içe dönük (psychocentric) olarak sınıflandırılmıştır. Plog'un modelinde içe dönük olanlar; seyahat için aşına oldukları destinasyonları tercih ederler, risk almak istemezler, önceden denenmiş ve güvenilirliği sağlanmış ürünleri seçerler. Ayrıca, kendileri gibi düşünen insanlarla seyahat etmek isterler, ancak konforlarına düşkün oldukları için yaşamış oldukları en küçük sorunu dahi büyütebilmektedirler. Dışa dönük olanlar ise yeni destinasyonlar arayışında olup birçok aktiviteye katılarak yeni alternatifleri test eder ve gerektiğinde risk alırlar (Basala ve Klenosly, 2001; Grzywacz ve Zeglen, 2016).

Plog'un (2001) geliştirmiş olduğu tipolojide 5 ayrı kademe yer almaktadır. İnsana korku veren durumları tolere etme veya maceracı ruhu ön plana koyabilme seviyesine göre dışa dönük (allocentric), yarı dışa dönük, orta nokta, yarı içe dönük ve içe dönük (psychocentric) olarak ayrılmıştır. Yeni yerler görmek üzere tek başına veya küçük bir grupla yola çıkma cesaretinde bulunan (Akkuş ve Akkuş, 2020) maceracı sırt çantalı turistler dışa dönük turistlere örnek olarak gösterilebilir. Henüz yeni gelişmeye başlayan ve ismi duyulduktan sonra giden kişilere orta nokta, bir yer gelişme gösterip herkes tarafından bilinir hale geldikten sonra gidenlere ise içe dönük turist denilmektedir (Plog, 2001). Bu tipolojide turistlerin değişik davranışlara ve psikolojik özelliklere sahip oldukları, bunun da gidilecek turistik destinasyonun tercihinde etkili olduğu iddia edilmektedir (Güdü Demirbulat, 2020).

## Smith Tarafından Ortaya Konulan Turist Tipolojisi

Smith (1989) belirlemiş olduğu tipolojisinde turistlerin seyahat davranışlarını yaptıkları aktivitelere ve yerel halk ile olan iletişimlerine göre belirlemiştir (Smith, 1989). Bu kapsamda ortaya çıkan turist tipolojileri, turistlerin gittikleri destinasyondaki yerel ortama uyum derecelerine göre 7 grupta incelenmiştir (Grzywacz ve Zeglen, 2016). Bunlar; araştırmacı (kâşif), seçkin (elit), sıra dışı,

olağandışı (unusual), yeni başlayan kitle turisti, kitle turisti, charter turist gruplarıdır (Smith, 1989; Kozak, 2017, Avcıkurt, 2017);

- *Araştırmacı (kâşif) Turistler*; yeni yerler görme ve yeni bilgiler edinme arayışındadır. Sayıları çok sınırlı olmakla birlikte gitmiş oldukları destinasyonlarda bir antropolog gibi davranırlar. Yerel halkın toplumsal yaşamlarına çok hızlı uyum sağlarlar ve teknolojiyen ayrılamazlar.
- *Seçkin (elit) Turistler*, çok az sayıda olup dünyanın birçok yerini gezmiş turistlerdir. Yerel kültüre kolay uyum sağlarlar ve yerelin imkânlarından faydalanmayı isterler. Seyahat acentalarının özel hazırladıkları olanaklardan faydalanırlar.
- *Sıra dışı Turistler (off-beat)*, turistlerin yoğun olarak gittiği yerlerden farklı bölgelere giderek farklı deneyimler yaşama arzusundadırlar. Gittikleri bölgedeki hizmetlere kolay uyum sağlarlar.
- *Olağandışı Turistler (unusual)*, organize edilen turlara katılırlar ancak bunu yaparken de otantik yerleri de görme eğilimindedirler. Yerel kültürlere ilgi gösterirler ancak sıradan bir yiyeceği yöresel yiyeceğe tercih edebilirler.
- *Yeni Başlayan Kitle Turistleri*, bireysel veya küçük gruplar halinde seyahat etmektedirler. Batılı tatil standartlarında turist rehberi eşliğinde gezmek isterler ve sayıları giderek artmaktadır.
- *Kitle Turisti*, genellikle orta sınıftan oluşan bu turistler, kalabalık gruplar halinde paket tur programlarına dahil olarak seyahat ederler. Alışmış oldukları yaşam standartlarında hizmet beklerler.
- *Charter Turisti*, kalabalık gruplar halinde birçok turizm işletmesinin bir arada bulunduğu destinasyonlara seyahat ederler. Tüm program acente ve rehber eşliğinde standart bir hizmetle sunulur. Gidilen ülkeden veya destinasyondan ziyade yer değiştirmeyi amaçlarlar.

Son dönemde COVID-19 pandemisinin de etkisiyle insanlar evlerinden veya internetin bulunduğu herhangi bir yerden çalışmalarını yürütmeye başlamışlardır. Bu durum çoğu sektörde ofis ortamında çalışmanın zorunlu olmadığı gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Bu şekilde ofisten çalışma zorunluluğu olmayan insanlar evlerinde zaman geçirmek yerine farklı şehirlerde hatta farklı ülkelerde işlerini uzaktan devam ettirebilmektedirler. Bu durumda olan insanlar da yeni arayışlara girmeye başlamışlardır. Bunlardan birinin de “dijital göçebeler” olduğunu söylemek mümkündür.

## Dijital Göçebelik

İnternet kullanımının hız kazanmasıyla birlikte ilk olarak Makimoto ve Manners (1997) tarafından ortaya atılan dijital göçebelik kavramı, internetin ve yeni teknolojilerin insanların yaşamlarında ne gibi değişikliklere yol açtıkları üzerinde durmuşlardır. Özellikle internet kullanımıyla birlikte iş yaşamında ve boş zamanlarda artış olacağı öngörülmüştür. Çalışanların da bu etkiyle beraber klasik ofis ortamlarında durmak yerine keyif alabilecekleri ortamlarda çalışabilecekleri ifade edilmiştir (Thompson, 2019).

Dijital göçebelik, yaşam tarzı hareketliliklerine ilişkin yeni trendler arasında yer almaktadır. Dijital göçebelik, günlük yaşama ve farklı çalışma alanlarına mobil teknolojilerin entegre edilmesiyle ortaya çıkmış olan yeni bir yaşam tarzı hareketlilik türüdür. Ayrıca, geleneksel yerleşik yaşam tarzıyla, ev yaşamıyla ve iş ortamıyla tamamen zıt ve ulus ötesi bir yaklaşımdır. Dijital göçebelerin hareketli yaşam tarzları, aile yaşamları ve çalışma kültürlerinin toplumlar üzerinde derin etkiler oluşturacağı öngörülebilir (Hannonen, 2020). Dijital göçebelik kavramı, sosyokültürel ve ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, ulusal ve uluslararası turizmi geliştirebilmek amacıyla ortaya atılmış yeni bir yaklaşım biçimi olarak düşünülebilir. Bu yaklaşım biçimi, yeni dijital ve mobil teknolojilere dayalı bir ağ oluşturulması suretiyle hayata geçirilmektedir. Bu anlamda uzak turizm merkezlerinin de söz konusu bilgi ve iletişim sistemlerine entegrasyonu sağlanarak, özellikle bölgesel turizm pazarlarının gelişimi hızlandırılabilir (Aleksieva, Efimovna ve Valerievna, 2019). Dijital göçebeler, taşınabilir bilgi iletişim teknolojilerinden ve internet erişiminden etkin bir şekilde yararlanmakta olup, gelişmiş

teknolojiler ve uzaktan çalışma imkanları sayesinde elde ettikleri özgürlüğü dünyayı keşfetmek için kullanmaktadırlar (Mancinelli, 2020).

Turizm pazarlaması literatüründe yeni yeni kullanılmaya başlanan bir kavram olan dijital göçebelik, uzaktan çalışan kavramıyla genellikle karıştırılmaktadır. Dijital göçebeliliğin mevcut tanımlarında, özgürlük ve hareketlilik faktörleri vurgulanmaktadır. Ancak dijital göçebeliliğin doğasında seyahat ve turizm önemli bir yer teşkil etmektedir. Dijital göçebelik; doğası gereği gurbetçiler, iş amaçlı seyahat edenler, gezginler, serbest çalışanlar ve küresel göçebelerden farklılık göstermektedir. Buna göre dijital göçebeler, işlerine ara vermeksizin eş zamanlı olarak turistik seyahatler yapan, iş yerinin bulunduğu konumdan bağımsız olarak uzaktan çalışmalarını sürdüren iş görenler olarak da ifade edilebilir (Chevtaeva ve Denizci Guillet, 2021). Bununla birlikte dijital göçebelerin, çalışmalarını dijital teknolojilerden yararlanarak dünyanın farklı noktalarından yerine getiren mobil profesyoneller oldukları söylenebilir (Hannonen, 2020). Dijital göçebeler, seyahat halinde oldukları bireylerle daha az ilgili olan, sosyal ilişkilerini internet ortamında daha dijital ve dağınık olarak sürdüren kişilerdir (Richards, 2015).

Reichenberger'e (2018) göre dijital göçebeler, "çalışmalarını çevrimiçi ortamda yürüterek konum bağımsızlığı elde eden, bu bağımsızlığı sürekli belirlenmiş bir kişisel ofis alanında çalışarak değil, eş zamanlı olarak çalışma ve seyahat etme imkânını daimî ikamet oluşturmayacak şekilde kullanarak hareketliliğe dönüştüren bireylerdir". Kavrama yönelik tanımlar göz önüne alındığında dijital göçebeliliğin doğasında; çalışma koşullarının verdiği sorumluluk hissiyle birlikte, bulunulan ortamdan kaçış ve özgürlük hayallerinin peşinden giderek otoriteden kaynaklanan baskıların ve dışarıdan dayatılmakta olan zaman disiplininin reddedilmesi bulunmaktadır. Ayrıca dijital göçebelik özel girişimcilikçi dayalı bir özgürlüğü temsil etmektedir. Dijital göçebelik yaklaşımında, ilgi duyulan turizm bölgelerinin çalışma alanı olarak belirlenmesiyle geleneksel çalışma sınırlarının ortadan kaldırıldığı görülmektedir (Cook, 2020). Esasında dijital göçebeler, sabit bir işyeri ortamının rutinliğinden kurtulmaktadırlar. Ayrıca hem farklı kültürleri keşfedip hem de çalışma eylemini yerine getirerek yaşamlarını anlamlı hale getirmeye çalışmaktadırlar. Çalışma hayatında sağlanan bu esneklik, bireylerin yaşama dair projelerini hayata geçirebilmeleri için önemli bir fırsattır. Dijital göçebeler, diğer uzaktan çalışanlardan farklı olarak, uygun buldukları uluslararası seyahatler yoluyla farklı deneyimler kazanarak alternatif yaşam şekillerini deneyimleyebilmekte ve daha derin bir benlik duygusu kazanabilmektedir. Dijital göçebeler dışında; uluslararası turist rehberleri, gazeteciler ve askeri personeller, mevsimlik işçiler, şirket yöneticileri ve sivil toplum kuruluşu çalışanları da benzer nitelikte hareketli bir iş yaşam tarzı benimseyebilir. Ancak bu meslek gruplarında benimsenen hareketli iş yaşam tarzı, dijital göçebelikte olduğu gibi, çalışanların özgür seyahat seçimine göre şekillenmemektedir (Mancinelli, 2020).

Dijital göçebeler, uzun süreli konaklamalı seyahatler yaparak çalışma hayatlarını sürdürmektedir. Onlar hem bir gezgin hem de çalışan rolüne sahiptir. Dijital göçebeler dışında kalan iş amaçlı başka bir destinasyona seyahat eden diğer çalışanlar, yalnızca iş yerinin belirlediği yerlere seyahat etmekte ve seyahat giderleri de iş yeri tarafından karşılanmaktadır. Ancak dijital göçebeler; seyahat edeceği yeri, kalış sürelerini kendileri belirlemekte ve seyahat giderlerini kendileri karşılamaktadır. Kısacası dijital göçebeler, iş yerinin direktiflerinden bağımsız olarak kendi tercihlerine göre seyahat edebilmektedir (Kocaman, 2021). Dijital göçebeler; en uygun çalışma ortamını bulmaya çalışırken, boş zamanları ile işleri arasında bir denge kurmaya çalışmaktadır. Dijital göçebeliliğin izolasyon ve yalnızlık gibi olumsuzluklarına rağmen, dijital göçebeler hareket özgürlüklerine önem vermekte ve sıklıkla yer değiştirmek istemektedir. Göçebe yaşam tarzları ile hem boş zamanlarını değerlendirebilmekte hem de işleriyle ilgili görevlerini yerine getirebilmektedir. Dijital göçebeler, benzer beklentilere sahip bireylerle sosyalleşebilme imkânına sahiptir. Ayrıca iş verimliliklerini artırarak iş ve boş zamanlarını dengeleyerek izolasyon hissini yenebilmelerini ve sosyalleşmelerini sağlayacak ortak çalışma alanlarını etkin bir şekilde kullanma eğilimindedirler. Söz konusu ortak çalışma alanları, bir iş-yaşam çevresi olmasının yanında yenilik, refah vadetmekte ve göçebe yaşam tarzını yansıtmaktadır (Orel, 2019).

Seyahat bloggerları dijital göçebelere örnek olarak gösterilebilir. Seyahat bloggerları seyahat ettikleri dünyanın farklı noktaları ile ilgili seyahat içerikleri üretmekte ve ürettikleri bu içerikleri hareket halindeyken çevrimiçi ortamda devamlı olarak paylaşmaktadırlar. Dijital göçebeler kapsamında yer alan seyahat bloggerlarının söz konusu içerikleri üretebilmeleri için her dijital göçebenin ihtiyaç duyduğu bir akıllı telefonun ya da bir dizüstü bilgisayarın ve internetin varlığı önem arz etmektedir (Willment, 2020). Dijital göçebe adaylarını dijital göçebe olma yolunda güdüleyen temel faktör, özerklik hissidir. Dijital göçebelerin özerklik kazandıklarını düşünmelerini sağlayan üç farklı unsurdan söz edilebilir. Bunlar; özgürlük, karar verme ve esnekliktir (von Zumbusch ve Lalicic, 2020). Dijital göçebelerin çağdaş mekânsal hareketliliklerinin temelinde ise; metafiziksel akışkanlık, kolay yer değiştirebilirlik ve dinamizm yaklaşımlarının etkisi bulunmaktadır (Green, 2020).

Destinasyonların dijital göçebe pazarını ele geçirebilmesi ve hedef kitlelerinin arasına çekebilmeleri için ulaşılabilirlik, güvenlik ve çalışma altyapısı olmak üzere üç temel alanda gelişme kaydetmeleri beklenmektedir (Orel, 2020). Diğer yandan işletmelerin de yeni bir pazar olan dijital göçebeleri cezbedebilecek yeni ürünler geliştirmeye yönelik yatırım girişiminde bulunmaları, satış performanslarını artırabilmeleri açısından oldukça önemli görülmektedir (Richards ve Morrill, 2021).

## Yöntem

Bilgi iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler ve dijitalleşmenin etkisiyle literatürde farklı kavramlar kullanılmaya başlanmıştır. Turizm ve seyahat alanında son dönemlerde dijital göçebelik kavramının literatüre girdiği bilinmektedir. Bilgisayar ve internete bağımlı olan, farklı seyahat, tatil anlayışı ile dikkat çeken dijital göçebeler bu çalışmanın ana kavramıdır. Buradan hareketle çalışmanın amacı, dijital göçebe kavramını turist tipolojisi olarak değerlendirmektir. Ayrıca farklı davranış kalıplarına sahip dijital göçebelerin farklı bilim adamlarınca yorumlanan birtakım turist tipolojileri içerisindeki yerini belirlemek ve bu doğrultuda öneri getirmektir.

Ulusal ve uluslararası literatürde dijital göçebelik kavramını araştıran ve bu kavramın ana hatlarını oluşturmaya çalışan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Ayrıca, yapılan literatür taraması sonucunda dijital göçebelik kavramını bir tipoloji içerisinde değerlendiren çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu yönüyle çalışmada dijital göçebelik kavramı bir turist tipolojisi olarak düşünülüp kurgulandığı için turizm literatürüne önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmada ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak literatür taraması yapılmış, çalışmanın kavramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Kavramsal çerçeve açısından turizm sektöründe dijitalleşme, turist tipolojileri ve turist tipolojileri kapsamında dijital göçebelik kavramı ele alınmıştır. Bu doğrultuda elde edilen verilere göre değerlendirmeler yapılarak çalışma sonuçlandırılmıştır. Diğer yandan çalışma kuramsal bir araştırma olduğu için etik kurul kararı gerektirmemektedir.

## Yeni Bir Turist Tipolojisi Önerisi: Dijital Göçebelik

Yapılan literatür taraması, dijital turizm kapsamında ortaya çıkan dijital göçebelik kavramının araştırılmasında yürütülen sınırlı akademik çalışmayı yansıtmaktadır. Bu kapsamda özellikle dijital göçebelik kavramının hangi amaçla, kimler için kullanıldığının saptanmasına ilişkin literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Nitekim ulusal ve uluslararası alandaki literatür web of science ve google scholar aracılığıyla sistematik bir şekilde taranmıştır. Literatür taraması sonucunda sınırlı sayıda ulusal ve uluslararası çalışma olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1

### *Dijital Göçebeliliğe İlişkin Literatür Taraması*

Yazar	Çalışmanın İçeriği
-------	--------------------

Kurt, Günüş ve Ersoy (2013)	Dijital yerli ve dijital göçmen özelliklerinin öğrenme-öğretme yaşantılarına olan etkileri dijital göçebelik kavramı bağlamında incelenmiştir. Araştırma neticesinde dijital yerlilerin teknolojiyi kullanmada dijital göçmenlere göre daha fazla üstünlükleri olsa da günümüzde dijital yerliler ile dijital göçmenler arasında var olan farklılıkların her geçen gün azaldığı ifade edilmiştir. Çünkü dijital göçmenler işleri ve meslekleri gereği teknolojiyi kullandıkları için teknolojik gelişmelere adapta olmada öncü olmaları gerektiği belirtilmiştir.
Richards (2015)	Gençlerin bireysel olarak yapmış olduğu seyahatleri incelemişlerdir. Özellikle sırt çantalı turistler ve dijital göçebelerin gelişimi üzerinde durulmuştur. Sürekli seyahat halinde oldukları için dijital göçebelerin çevredeki insanlarla daha az ilişki kurduklarını, sosyal ilişkilerini ağırlıklı olarak internet ortamında dağınık olarak sürdürdüklerini belirtmişlerdir.
Reichenberger (2018)	Dijital göçebe kavramının kavramsallaşmasını ve uyum sağlama motivasyonlarını incelemiştir. Dijital göçebelerin farklı konumlarda çalışmalarını gerçekleştirdiklerini ve çalışmalarını çevrimiçi olarak yürüttüklerini belirtmişlerdir. Kişisel ofislerinde çalışarak değil de bağımsız hareket ederek hem çalışma hem de seyahat etme imkânı sağlamaktadırlar. Bunu yaparken de sürekli ikamet etme gibi bir durum olmayıp, devamlı hareket halinde olma eğilimi bulunmaktadır.
Alekseevna, Efimovna, Valerievna (2019)	Dijital göçebeliliğin gençlik turizm pazarı üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Dijital göçebeliliğin ulusal ve uluslararası turizmi geliştirmede önemli bir yaklaşım olduğu ifade edilmektedir. Gerek ekonomik yönden gerekse sosyo-kültürel yönden katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Dijital göçebelik sayesinde yeni dijital gelişmeler vasıtasıyla belirli ağlar oluşturulmaktadır. Bu sayede dünyanın birçok yerindeki turizm merkezleri de bu ağa dahil edilerek bölgesel turizmin geliştirilmesine katkı sağlanabilmektedir.
Orel (2019)	İş ve eğlence sektörünün bir araya gelmeye başlamasıyla popüler olan dijital göçebeliliğin önemi üzerinde durulmuştur. Dijital göçebeler hareket alanlarındaki özgürlüklerine dikkat ederken sık sık yer değiştirmek isterler. Bunu yaparken de iş ve boş zamanları arasında bir denge kurmaya gayret ederler. Diğer yandan dijital göçebeliliğin sürekli hareket halinde ve bilgisayar başında olunması sebebiyle yalnız kalma gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Ancak dijital göçebeler ağırlıklı olarak kendileriyle benzer beklentileri olan insanlar ile sosyalleşebilirler. Dijital göçebelerin boş zamanlarını ayarlayarak etkili bir planlama yaptıklarında yalnızlık hissini yenebildikleri ve iş verimliliklerini artırabildikleri ifade edilmiştir.
Kaya-Deniz (2019)	Dijital göçebelik kavramını hedonizm, dijitalleşme ve haz odaklı yaşayan hedonist bireyler kapsamında kavramsal olarak incelemişlerdir. Çalışmada dijital göçebeler için bilgisayarın, internetin ve keyif alabilecek her alanda yer alabilecekleri ifade edilmiştir. Tek bir alandan kalmaktan ziyade keyif duyabilecekleri, anı yaşamaya önem vererek çalışma ortamlarını haz alabilecekleri alanlara çevirmeye gayret gösteren kişiler olarak belirtmişlerdir.
Orel (2020)	Dijital göçebeler için önemli bir ziyaret alanı olan Tayland'ın derinlemesine incelemesi yapılmıştır. Dijital göçebelerin her yere ziyarette bulunmadıkları ve ciddi anlamda seçici oldukları belirtilmiştir. Örneğin dijital göçebelerin bir destinasyonu seçmede en çok kolay ulaşılabilir olması, buldukları süre içerisinde güvenlik ile ilgili herhangi bir sorun yaşamamaları ve çalışmalarını dijital ortamda yürüttükleri için gerekli çalışma alt yapısının hazır olması gerekmektedir. Bu bakımdan destinasyonların dijital göçebeleri çekebilmek için ulaşılabilirlik, güvenlik ve çalışma altyapısını hazır hale getirmeleri gerekmektedir.
Green (2020)	Bireylerin teknolojiye yararlanarak iş ve yaşam tarzını birleştirerek oluşturduğu dijital göçebelik kavramı üzerinde durulmuştur. Dijital göçebelik için modern teknolojik yeniliklerin önemli olduğu, mekânsal olarak yapılan hareketliliğin temelinde ise 3 önemli yaklaşımın bulunduğu söylenebilir. Bunlardan ilki dijital göçebelerin çok kolay yer değiştirebilmesi, ikincisi sürekli bilgisayar başında, sanal alemde ve fizik ötesi boyutta gezdikleri için metafiziksel akışkanlık, sonuncusu ise dijital göçebelerin ruhlarında olan ve onları sürekli olarak canlı tutan dinamizm yaklaşımıdır.
Cook (2020)	Dijital göçebelerin iş yaşamındaki disipline edici özelliğini vurgulamak üzere kurgulanmıştır. Dijital göçebelikte bulunulan sıkıcı otoriter çalışma ortamından uzaklaşma, çalışma hayatında dayatılan zaman disiplininden kaçma ve özgür düşüncenin peşinden gitme anlayışı bulunmaktadır. Bu düşünceyle dijital göçebelikte ilgi çekici olan turistik destinasyonlarının çalışma alanı olarak belirlenmesi ve geleneksel rutin çalışma hayatındaki kabul görmüş anlayışların ortadan kaldırıldığı görülmektedir.
Hannonen (2020)	Dijital göçebeliliğin kavramsal çerçevesi çizilmiştir. Ayrıca teknolojinin gelişmesiyle çalışma yaşamında dijital göçebeliliğin fenomen haline gelmeye başlaması irdelenmiştir. Dijital göçebelik çalışma alanlarına ve günlük yaşama mobil teknolojilerin yerleştirilmesiyle birlikte ortaya çıkmaya başlamıştır. Bugüne kadar bilinen iş, ev ve günlük yaşam alanlarına



	tamamen zıt olarak gelişmiştir. Dijital göçebelik ağırlıklı olarak yurtdışı seyahatleri yapan ve aynı zamanda da çalışan kişilerin oluşturduğu gruptur. İleriki dönemlerde dijital göçebelerin hareketli yaşam tarzları aile yaşantılarında ve çalışma kültürlerinde önemli etkiler oluşturacağı düşünülmektedir.
Mancinelli (2020)	Bireyselleşme ve hareketlilik teorilerine dayanarak dijital göçebe kavramını ekonomik ve sosyo- kültürel açıdan değerlendirmişlerdir. Dijital göçebeler farklı kültürleri gezip çalışma faaliyetlerini gerçekleştirerek çalışma ortamındaki rutinlikten kurtulmaktadır. Dijital göçebeler uzaktan çalışan diğer insanlardan farklı olarak uluslararası seyahatler planlayarak gitmiş oldukları yerlerde farklı deneyimler kazanabilmektedirler. Diğer yandan turist rehberleri, şirket yöneticileri ve gazeteciler gibi meslekleri yapanlarda hareketli bir iş yaşam tarzına sahiptirler, ancak onlar dijital göçebelikte olduğu gibi özgür seyahat etmeyi şirketlerinin yönlendirmesine göre seyahatlerini gerçekleştirmektedirler.
Zumbusch ve Lalicic (2020)	Dijital göçebelerde ortak yaşam alanlarının rolünün belirlenmesi üzerine gerçekleştirilmiştir. Dijital göçebelerin en önemli ortak noktalarının özerklik hissi olduğu söylenebilmektedir. İş yaşamında yer alan insanları motive eden ve dijital göçebelerin özerklik kazanmalarını sağlayan üç önemli unsur bulunmaktadır. Bunların en önemlisi özgürlük, ikincisi karar verme, sonuncusu ise esnekliktir. İnsanlar bu üç unsurun kendilerini motive etmesiyle birlikte çalışma yaşamlarındaki rutinliği ve otoriteyi reddederek hareketli yaşam tarzına geçiş yapmaya karar vermektedirler.
Willment (2020)	Çalışmada seyahat bloggerlarının mesleklerini dijital göçebelik bağlamında değerlendirmeleri üzerinde durulmuştur. Dijital göçebeler için önemli bir örnek olan seyahat bloggerları dünyanın farklı yerlerine seyahat ederek oralarda seyahat içerikleri üretmekte ve bu ürünlerini çevrim içi ortamda anlık olarak paylaşmaktadırlar. Bu paylaşımları yapabilmek için bloggerların ihtiyaç duyduğu hızlı internet, akıllı telefon ve dizüstü bilgisayar altyapısının bulunması önemlidir. Eğer bir ülkede veya destinasyonda bu altyapı faaliyetleri bulunmuyorsa bloggerların ve dolayısıyla da diğer dijital göçebelerin bu bölgeleri ziyaret etmesi beklenemez.
Salihoğlu (2021)	COVID-19 sürecinden sonra göçebelik kavramına farklı kuşaklar, işverenler ve çalışanlar açısından araştırılmıştır. Araştırmacı “Göçebe” adında bir proje geliştirerek her geçen gün büyümeye devam eden Dijital Göçebe hareketinin, COVID-19 sonrası uzaktan çalışma işlerindeki artmaya başlamasıyla beraber az gelişmiş ülkelerdeki gençler için istihdam ve yeni destinasyonların geliştirilmesi için fırsat olarak görmüştür. Projeye çok disiplinli ve çok kültürlü bir topluluk inşa edilerek küresel anlamda barış, uyum ve refah oluşturulması hedeflenmiştir.
Chevtava ve Denizci-Guillet (2021)	Dijital göçebelik kavramının turizm ve otelcilik sektörüne olan etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Dijital göçebeliliğin uzaktan çalışmayla karıştırıldığı ancak dijital göçebeliliğin özgürlük, hareketlilik ve seyahat kavramlarını içerisinde barındırdığı ifade edilmiştir. Bu sebeple dijital göçebeler; gezginler, iş amaçlı gezenler, gurbetçiler ve normal göçebelerden bu yönleriyle ayrılırlar. Dijital göçebeler çalışırken aynı zamanda seyahatler yapmakta ve işyerlerinin bulunduğu fiziksel ortamda bulunmak zorunda değildirler.
Akın (2021)	Dijital göçebelerin yaşam tarzlarının (eğlence, iş, seyahat) ardındaki motivasyonlarını ve bunları pratikte nasıl ele aldığını araştırmışlardır. Dijital göçebelerin temelde özgürlük ve deneyim felsefesiyle hareket ettiklerini belirtmişlerdir. Diğer yandan dijital göçebelerin, yaşamın birçok alanını eşit derecede eğlenceli gördükleri ve bunu mekansal, profesyonel ve kişisel özgürlük yoluyla gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Ancak kavramın finansman, çevre baskısı, sosyal güvenlik eksikliği, yalnızlık gibi unsurlardan dolayı bazı dezavantajlarının olduğu ifade edilmiştir.
Richards ve Morrill (2021)	COVID-19 sürecinde turizm faaliyetlerindeki değişimleri ve gençlerin yöneldiği faaliyetler hakkında bilgi verilmiştir. COVID-19 sürecinde uzaktan çalışmaya başlanmasıyla birlikte birçok işletme aslında insanların fiziksel olarak ofislere gelmeden de işlerini devam ettirebildiklerini görmüşlerdir. İnsanların çalışırken gezmelerine fırsat tanıyan dijital göçebelik pazarına yönelik olarak turizm işletmelerinin yeni yatırımlar yapmaları yeni bir pazar olan dijital göçebeleri turistik destinasyonlara çekmede fayda sağlayacaktır.
Kocaman (2021)	Nomadlist’de dijital göçebeler tarafından 2020’de en fazla tercih edilen destinasyonları destinasyon seçim kriterlerine göre kümelendirmeye çalışmışlardır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda dijital göçebelerin tercih ettikleri destinasyonlar; yüksek toleranslı-lüks dijital göçebe destinasyonları, düşük toleranslı-ekonomik dijital göçebe destinasyonları ve yüksek toleranslı-ekonomik dijital göçebe destinasyonları olarak üç kümede toplanmışlardır.

## Sonuç, Tartışma ve Öneriler

İnternetin ve teknolojinin hızla yayılmasıyla birlikte insanlar çoğu işlerini fiziksel olarak enerji harcamadan buldukları yerden yapmaya başlamışlardır. Özellikle COVID-19 pandemi sürecinde de insanlar evlerinden çıkamamış ancak kurumlarında yapmak zorunda oldukları görevlerini ofis dışında buldukları herhangi bir yerden yerine getirmişlerdir. Bu durumu sağlayan teknoloji destekli internet, insanların uluslararası veya kıtalar arası farklı bölgelerde dahi çalışmalarını yürütebilmelerine imkân tanımaktadır. Dolayısıyla alışlagelmiş mesainin ofise veya işletmeye gitmeden de yapılabildiği görülmüştür. Bu durum özellikle özgür ruhlu insanları seyahat ve çalışma yaşamını birlikte götürebilecekleri yeni arayışlara yöneltmiştir. Bu kapsamda bir turist tipolojisi olarak da değerlendirilebileceği düşünülen “dijital göçebelik” kavramı önem kazanmıştır. Dolayısıyla çalışmada dijital göçebelik kavramının kuramsal temellerinin oluşturulması ve turist tipolojisi olarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında yapılan literatür taraması sonucunda sınırlı çalışmanın yer aldığı dijital göçebelik kavramının bir turist tipolojisi olarak değerlendirilmediği de tespit edilmiştir. Buna göre, Richards (2015), sürekli hareket halinde olan dijital göçebelerin seyahat alışkanlıklarını, Reichenberger (2018) ise uyum sağlama motivasyonlarını incelemiştir. Richards (2015) ve Reichenberger’in (2018) çalışmalarının yapılan araştırmada dijital göçebelerin özelliklerinin belirlenmesinde katkı sağladığı ancak bir tipoloji olarak değerlendirilmediği için çalışma ile benzer bir yönünün olmadığı saptanmıştır. Hannonen (2020) tarafından yapılan çalışmada dijital göçebeliğin kavramsal çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır. Bu yönüyle Hannonen’in (2020) çalışması yapılan araştırmayla benzerlik gösterse de dijital göçebelik bir turist tipolojisi olarak değerlendirilmediğinden çalışma farklılık göstermektedir. Mancinelli (2020), Alekseevna, Efimovna, Valerievna (2019), Chevtaeva ve Denizci Guillet’in (2021) yaptıkları çalışmalarda dijital göçebeliğin turizm sektörüne olan ekonomik ve sosyo- kültürel etkilerini belirlemeye yöneliktir. Ayrıca Orel (2019), dijital göçebeliğin dezavantajlarını, Cook (2020) ise tercih edilme nedenlerini, Orel de (2020) dijital göçebelerin destinasyon seçiminde dikkat ettiği unsurları belirlemeye yönelik farklı çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Söz konusu çalışmalarda dijital göçebelerin bir tipoloji içerisinde değerlendirilmediği görülmekte ve çalışma bu yönüyle farklılık göstermektedir. Bu kapsamda yapılan araştırmanın dijital göçebelik ile ilgili sınırlı sayıda yapılan çalışmalara farklı bir boyut kazandıracağı ve turizm literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın sınırlılığına bakıldığında dijital göçebelik kavramı çok sayıda turist tipolojisi içinden en çok bilinen Cohen (1972, 1979), Plog (1974, 2001) ve Smith (1989) tarafından geliştirilen tipolojiler ile kıyaslanarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada ikincil veriler taranarak dijital göçebelerin özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda elde edilen bulgulardan dijital göçebeliğin özelliklerinin şu şekilde olduğu söylenebilir:

- Dijital göçebeler ofislerinde çalışarak değil bağımsız hareket etmeyi seven kişilerdir. Hem çalışma hem de seyahat etme arzusundadırlar. Bunu yaparken de sürekli belirli bir yerde ikamet etme gibi bir beklentileri olmayıp devamlı hareket halinde olmaktadır (sürekli hareket halindedirler).
- Sürekli seyahat halinde oldukları için çevrelerindeki insanlarla çok az ilişki kurarlar. Sosyal ilişkilerini ağırlıklı olarak internet üzerinden sürdürmektedirler (insanlarla az ilişki kurarlar).
- Dijital göçebeler gittikleri yerlerde oldukça seçicidirler. Bir destinasyonu tercih edebilmeleri için öncelikle kolay ulaşılabilir olması, aynı zamanda güvenlikle ilgili herhangi bir şüphenin olmaması ve dijital yönden gerekli altyapının hazır olması önemlidir (destinasyon tercihinde seçicidirler).
- İnternet, akıllı telefon, bilgisayar altyapısı oldukça önemlidir. Bir destinasyonda internet veya teknoloji kullanımı sınırlı veya yetersizse dijital göçebelerin bu destinasyonları tercih etmeleri beklenmez (teknolojik altyapı).
- Dijital göçebelikte ofis ortamındaki sıkıcı ve otoriter çalışma ortamından uzaklaşma, kurumlarda dayatılan disiplinden kaçma ve özgür hareket etme anlayışı vardır (özgürlük).
- Özgürlük, karar verme ve esneklik insanları dijital göçebelğe yönelten 3 önemli unsurdur (rahat olma).
- Dijital göçebeler, uzaktan çalışan ve sürekli işletme dışında farklı yerlere hareket etmek zorunda kalan diğer çalışanlardan farklıdır. Örneğin turist rehberliği, şirket temsilciliği, gazetecilik gibi meslekler hareketli bir yaşam tarzını gerekli kılmaktadır. Ancak söz konusu

meslekleri icra eden insanlar dijital göçebelikteki gibi özgür seyahat etmeyip işletmelerinin yönlendirmeleri ve planlarına göre hareket etmektedir (seyahatlere kendileri karar verme).

- Gezinler, gurbetçiler, iş amaçlı gezenler ve normal göçebelerden farklı olarak dijital göçebeler çalışırken aynı zamanda seyahatler yapmakta ve işyerlerinin bulunduğu ortamda fiziksel olarak bulunmamaktadır (çalışırken seyahat etme).
- Dijital göçebelerin işleri ve boş zamanları arasında kurmuş oldukları denge ve planlama önemlidir (sürekli planlı olma).
- Dijital göçebeler, sürekli hareket halinde ve bilgisayar başında oldukları için yalnız kalabilmektedir. Genelde kendileri ile benzer özellikleri taşıyan insanlarla sosyalleşirler (dezavantaj; yalnız kalma).
- Dijital göçebeler, ağırlıklı olarak uzak mesafelere ve yurtdışına seyahat ederler. Sürekli ve uzun süreli yapılan seyahatler, aile yaşantısı ve çalışma kültüründe birtakım problemler yaşamalarına neden olabilmektedir (dezavantaj; aile yaşantısı, iş kültüründen uzaklaşma).

Yapılan literatür taramasında turistlere ilişkin gerçekleştirilen sınıflamalarda en çok kabul görenlerin Cohen (1972, 1979), Plog (1974, 2001) ve Smith (1989) tarafından belirlenen tipolojiler olduğu söylenebilir. Bu tipolojiler içerisinde dijital göçebeliğin Cohen'in araştırmacı (kâşif) ve başıboş turist tipine benzer yanlarının olduğu ancak dijital göçebe tipini tam anlamıyla karşılamadığı söylenebilir. Örneğin araştırmacı (kâşif) turistler, hazır seyahat programlarından uzak durup münferit olarak geziler düzenleyen, rahatlığı çok önemsemeyen, gittikleri yerlerde insanlarla ilişki kurmaya meraklı turistlerdir. Dijital göçebeler de hazır seyahat programlarından ziyade kendileri bireysel olarak seyahat planı yapmayı tercih etmektedir. Ancak gittikleri yerlerde insanlarla çok ilişki kurmaya eğiliminde değildirler. Çünkü zamanlarının büyük bir kısmını bilgisayar başında geçirmektedirler. Başıboş Turistler, sabit bir programı ve güzergâhı olmayan, herkesin gittiği yerlerden farklı bölgelere giderek yenilik arayışında olan, turizm işletmeleri ile bağlantı kurmayan, ziyaret edilen bölgelerdeki yerel kültüre ait gelenekleri deneyimleyerek haz oluşturmaya çalışan tiplerdir. Dijital göçebeler de benzer şekilde sabit bir program ve güzergahın dışında farklı yerlere seyahat etmektedirler. Ancak ziyaret ettikleri yerlerde turizm işletmeleri ile bağlantı kurarak, turizm işletmelerinin imkânlarından yararlanırlar.

Plog'un turist tipolojilerine bakıldığında dijital göçebelerin dışa dönük turist tipiyle benzerlik gösterdiği ancak dijital göçebe tipini tam anlamıyla karşılamadığı söylenebilir. Dışa dönük turistler, yeni destinasyonlar arayışında olup birçok aktiviteye katılarak yeni alternatifleri test etmekte ve gerektiğinde risk almaktadır. Bu duruma tek başlarına veya küçük bir grupla yola çıkma cesaretinde bulunan maceracı sırt çantalı turistler örnek gösterilebilir. Dijital göçebeler de benzer şekilde yeni destinasyonlar arayışında olup programlı çalıştıkları için imkânları dahilinde belirli aktivitelere katılabilirler. Ancak dışa dönükler gibi grup halinde gezmekten ziyade bireysel olarak hareket ederler.

Smith'in turist tipolojisinde yer alan araştırmacı (kâşif) ve sıra dışı turistler, dijital göçebeler ile benzer birtakım özellikler taşısa da farklı yönleri bulunmaktadır. Araştırmacı (kâşif) turistler, yeni yerler görme ve yeni bilgiler edinme arayışındadır. Sayıları çok sınırlı olmakla birlikte gitmiş oldukları yerlerde bir antropolog gibi davranırlar. Yerel halkın toplumsal yaşamlarına hızlıca uyum sağlarlar ve teknolojiye bağımlıdırlar. Dijital göçebeler araştırmacı turistlerle teknolojiye olan bağlılıkları ve kolay uyum sağlama yönüyle benzerdir. Ancak dijital göçebeler sürekli bir arayışta olmayıp daha çok kendileriyle benzer özelliklerde olan insanlarla sosyalleşme eğilimindedir. Sıra dışı turistler, turistlerin yoğun olarak gitmiş oldukları yerlerden farklı yerlere giderek farklı deneyimler yaşama arzusundadır. Gittikleri bölgedeki hizmetlere kolay uyum sağlarlar. Dijital göçebeler de benzer şekilde kitle turistlerinin yoğun olduğu yerlerden ziyade teknolojik alt yapısı uygun, kolay ulaşılabilir ve rahat çalışabilecekleri yerleri tercih ederler. Ancak gittikleri bölgedeki var olan yerel hizmetten ziyade daha kaliteli hizmet beklerler.

Cohen, Plog ve Smith tarafından geliştirilen turist tipolojilerinin detaylı bir biçimde analiz edilmesi sonucunda dijital göçebe turist tipinin farklı bir turist tipi olduğu ortaya konmuştur. Söz konusu tipolojilerde belirtilen turist tipleri arasında dijital göçebelere benzerlik gösteren turist tiplerinin olduğu ancak tam anlamıyla dijital göçebe tipine uygun bir turist tipinin olmadığı

görülmüştür. Bu durumda dijital göçebelerin farklı yeni bir turist tipi olarak incelenmesi ve değerlendirilmesi gerektiği önerilmektedir.

Araştırma kapsamında elde edilen çıkarımlar sonucunda turizm işletmelerine ve gelecek çalışmalara yönelik olarak şu öneriler getirilmiştir:

- Turizm işletmelerinin, insanların çalışırken gezmelerine fırsat tanıyan dijital göçebelik pazarına yönelik olarak yeni yatırımlar yapmaları, özellikle ulaşılabilirliği ve teknolojik altyapı geliştirmeleri yeni bir pazar olan dijital göçebeleri turistik destinasyonlara çekmede önemli katkılar sağlayabilecektir.
- Dijital göçebelerin ilerleyen dönemde dijital ortamlarda teknolojik tabanlı ağlar oluşturması beklenmektedir. Bu durumda küresel ölçekte seyahat eden dijital göçebelerin ağa dahil olan destinasyonlara yönelmeleri söz konusu olacaktır. Bu ağlara olumlu yönde dahil olabilmek turizm destinasyonları açısından önem arz etmektedir.
- Dijital göçebelerin kullanımına yönelik mevcut teknolojik altyapının uygunluğu dijital ortamlarda reklamlar aracılığıyla tanıtılmalıdır. Dijital göçebeler için önemli olduğu düşünülen bloggerların destinasyonları tanıtan deneyimlerini içeren sorunsuz seyahat gerçekleştirdiklerini ifade eden videolar çekmeleri sağlanmalıdır.
- Dijital göçebelik kavramı gibi benzer kavramların kuramsal temellerinin belirlenmesine yönelik yeni çalışmalar yapılabilir.
- Destinasyonların teknoloji, alt ve üst yapı imkânlarının turist çekmedeki önemi hakkında çalışmalar yapılabilir.
- Dijital göçebelerle görüşülerek araştırma metodolojik yönden detaylandırılabilir.

#### Araştırmacıların Katkı Oranı

Bu makaleye birinci yazarın %70, ikinci yazarın %30 oranında katkısı vardır.

#### Çıkar Çatışması

Bu çalışmada çıkar çatışması teşkil edebilecek bir durum yoktur.

#### Kaynaklar

- Akın, M. Ş. (2021). Dijital göçebelik: Deneyim ve özgürlük. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(1), 42-53.
- Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2020). Sırt çantalı gezginlerin demografik özellikleri ile kişisel gelişimleri arasındaki farklılığın incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 173-186.
- Akoğlan Kozak, M., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Alekseevna, B. N., Efimovna, K. L., and Valerievna, R. T. (2019). Digital information technologies and navigation systems in the development of youth sports tourism (on the example of the Tyumen and Chelyabinsk regions). In *4th International Conference on Innovations in Sports, Tourism and Instructional Science (ICISTIS 2019)*, (pp. 17-19). Atlantis Press, Russia.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Banger, G. (2017). *Endüstri 4.0 ekstra*. Ankara: Dorlion Yayınları.

- Barutçugil, İ. (1986). *Turizm ekonomisi ve turizmin Türk ekonomisindeki yeri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Basala, S. L., and Klenosky, D. B. (2001). Travel-style preferences for visiting a novel destination: A conjoint investigation across the novelty-familiarity continuum. *Journal of Travel Research*, 40(2), 172-182.
- Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism Management*, 19(5), 409-421.
- Chevtavaeva, E., and Denizci Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100633.
- Coccosis, H., and Constantoglou, M. E. (2008). The use of typologies in tourism planning: Problems and conflicts. In H. Coccosis, and Y. Psycharis (Eds.), *Regional analysis and policy: The greek experience* (pp. 273-295). Germany: Physica-Verlag HD.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research Political Economics*, 39(1), 164-182.
- Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences, *Sociology*, 13(2), 179-201.
- Cook, D. (2020). The freedom trap: digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries. *Information Technology and Tourism*, 22, 355-390.
- Decrop, A., and Snelders, D. (2005). A grounded typology of vacation decision making. *Tourism Management*, 26, 121-132.
- Deniz, A. K. (2019). Dijital çağın hedonist çalışanları: Dijital göçebeler. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (5), 101-113.
- Dredge, D., Phi, G. Renuka, M., Eóin, M., and Popescu, E.S. (2018). Digitalisation in Tourism, *the European Commission's EASME Final Report*, Denmark
- Evliyaoğlu, S. (1994). *Türkiye turizm coğrafyası ve Türkiye coğrafyasının ana hatları*. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Green, P. (2020). Distruptions of self, place and mobility: Digital nomads in Chiang Mai, Thailand. *Mobilities*, 15(3), 431-445.
- Grzywacz, R., and Zeglen, P. (2016). Typology of tourists and their satisfaction level. *Scientific Review of Physical Culture*, 6, 7.
- Güdü Demirbulat, Ö. (2020). Turist rehberliği açısından turist tipolojileri. E.Düzgün (Ed.). *Örnek Olaylarla Turist Rehberliği içinde* (ss. 149-162). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hannonen, O. (2020). In search of a digital nomad: Defining the phenomenon. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 335-353.
- Happ, E., and Horvath, Z. İ. (2018). Digital tourism is the challenge of future- a new approach to tourism. *Knowledge Horizons- Economics*, 10(2), 9-16.
- Hvenegaard, G. T. (2002). Using tourist typologies for ecotourism research. *Journal of Ecotourism*, 1(1), 7-18.

- Kagermann, H., Wahlsterand, W., and Helbig, J. (2013). Recommendations for implementing the strategic initiative industrie 4.0., final report of the industrie 4.0. working group. Retrieved from <https://www.din.de/blob/76902/e8cac883f42bf28536e7e8165993f1fd/recommendations-for-implementing-industry-4-0-data.pdf> in 10.02.2022.
- Karaman, A. ve Sayın, K. (2019). *Dijital turizm ve sektörün yeni geleceği*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kocaman, S. (2021). Nomadlist’de dijital göçebeler tarafından 2020’de en fazla tercih edilen destinasyonların destinasyon kriterlerine göre kümelendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 799-815.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2012). *Genel turizm: İlkeler kavramlar*, (12. Baskı). Detay Yayıncılık: Ankara.
- Kurt, A. A., Günüç, S., and Ersoy, M. (2013). The current state of digitalization: Digital native, digital immigrant and digital settlers. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 46(1), 1-22.
- Lyytinen, K., and King, J. L. (2002). Editorial: Around the cradle of the wireless revolution: the emergence and evolution of celi ular telephony. *Telecommunications Policy*, 26(3-4), 97-100.
- Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: Freedom, responsibility and neoliberal order. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 417-437.
- Makimoto, T., and Manners, D. (1997) *Digital nomad*. Chichester: John Wiley.
- Mavnacıoğlu, K. (2022). Dijital çağda pazarlama iletişimi etiği üzerine bir değerlendirme. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(1), 52-66.
- 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.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm ekonomisi genel turizm bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Plog, S. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 15, 13-16.
- Plog, S. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity: An update of a Cornell Quarterly classic. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(3), 13-24.
- Prince, S. (2017). Cohen’s model of typologies of tourists. In L. L. Lowry (Ed.), *The SAGE international encyclopedia of travel and tourism* (pp. 279-282). ABD: SAGE Publications, Inc.
- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads-a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380.
- Richards, G., and Morrill, W. (2021). The challenge of COVID-19 for youth travel. *Revista Brasileiros de Estudos Turísticos*, 11, 1-8.

- Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352.
- Roney, S. A. (2011). *Turizm: Bir sistemin analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Salihoglu, E. (2021). *Göçebe*. Master's Thesis, Universitat Politècnica de Catalunya, Spain.
- McNiel, D. S. (2006). *Meaning through narrative: A personal narrative discussing growing up with an alcoholic mother*. Master's Thesis, Royal Institute of Technology, Sweden.
- Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005). Turizm pazarlamasına internetin etkisi: Destinasyon web siteleri için bir model önerisi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 9, 248-271.
- Sezgin, E., and Yolal, M. (2012). Golden age of mass tourism. In M. Kasımoğlu (Ed.), *Its history and development, visions for global tourism industry-creating and sustaining competitive strategies* (pp. 79-90). Croatia: InTech.
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism (2nd ed.)*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Soylu, A. (2018). Endüstri 4.0 ve girişimcilikte yeni yaklaşımlar. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 43-57.
- Swarbrooke, J., and Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. London: Routledge.
- Şahin, N. ve Yağcı, P. (2017). Endüstri 4.0 kavramında prosumer kavramının yiyecek içecek sektörü açısından değerlendirilmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4 (Special Issue 1), 12-22.
- Thompson, B. Y. (2019). The digital nomad lifestyle: (remote) Work/leisure balance, privilege, and constructed community. *International Journal of the Sociology of Leisure*, 2(1), 27-42.
- Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N. ve Çuhadar, M. (2018). Endüstri devrimleri ve turizm: Türkiye turizm 4.0 SWOT analizi ve geçiş süreci önerileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23, 1623-1638
- Von Zumbusch, J. S. H., and Lalicic, L. (2020). The role of co-living spaces in digital nomads' well-being. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 439-453.
- We are social, (2022). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'*. Retrieved from <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/> in 05.02.2022
- 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.

## **Extended Abstract**

### **Introduction**

The tourism sector is considered one of the largest industries in the world with its market size, service area and economic potential. Until the 1990s, tourism activities in the form of mass tourism all over the world, where sea, sand and sun were dominant, continued (Öztaş and Karabulut, 2006: 12). At the beginning of the 2000s, the classical tourism understanding, which has been going on for years, has changed with the effect of globalization and the developments in the expectations of tourists. Therefore, an individualized tourism industry has emerged, where environmental awareness and sustainability, virtual experiences come to the fore, high-level information and communication technologies and digitalization take place (Akoğlan Kozak et al., 2013: 21). This situation has led to the emergence of alternative tourism activities and tourist types, which are formed according to the interests of individuals.

The developing technology and digitalization around the world show that people are turning to more digitalization with the effect of the COVID-19 pandemic. Thanks to the internet (personal, local, national or global network) that connects digital networks, people can carry out their business from different continents and regions they travel without being dependent on the organization and office. This situation has led to the emergence of a new type of tourist, which is expressed as digital nomads. In this context, it is aimed to make an evaluation by determining the place of digital nomads, who have different characteristics from traditional tourists, among tourist typologies.

### **Method**

The main concept of this study is digital nomads, who are addicted to computers and the internet and attract attention with their different travel and vacation understanding. From this point of view, the aim of the study is to evaluate the concept of digital nomad as a tourist typology. In addition, it is to determine the place of digital nomads with different behavioral patterns in some tourist typologies interpreted by different scientists and to make suggestions in this direction.

As a result of the literature review, no study was found that evaluated the concept of digital nomadism in a typology. In this respect, it is thought that the concept of digital nomadism will make a significant contribution to the tourism literature, as the concept of digital nomadism is considered and fictionalized as a tourist typology. In this context, a literature review was made by using secondary data sources in the study, and the conceptual framework of the study was created. In terms of conceptual framework, digitalization in the tourism sector, tourist typologies and the concept of digital nomadism within the scope of tourist typologies are discussed. In this direction, the study was concluded by making evaluations according to the data obtained.

### **Findings**

In the tourism sector, digital elements are used in many processes, from planning the trip to the decision-making stage, from the return process to the evaluation of the trip. With the start of the Fourth Industrial Revolution, new generation technologies such as robotics, analytics, artificial intelligence and cognitive technologies, nano technology, virtual (augmented) reality, robots, 3D printers, wearable technology and the internet of things have taken their place in the tourism sector. Therefore, these developments, which emerged depending on technology and digitalization, started the digital tourism era. This situation has begun to differentiate the demands, expectations, experiences and travel preferences of individuals regarding touristic products (Karaman and Sayın, 2019: 22). In this context, different tourist typologies have emerged with the effect of digitalization.

It can be said that the most accepted classifications of tourists in the literature are the typologies determined by Cohen (1972, 1979), Plog (1974, 2001) and Smith (1989), respectively



(Coccosis and Constantoglou, 2008). Cohen classified tourists into four categories: organized mass tourists, individual mass tourists, research tourists, and stray tourists. Plog, focused on two types of tourists, introverted and extroverted. Smith (1989) determined the travel behavior of tourists according to the activities they do and their communication with the local people. Smith tourists were studied in 7 groups. These; explorer (explorer), elite (elite), extraordinary, unusual (unusual), beginner mass tourist, mass tourist, charter tourist groups (Smith, 1989).

Digital nomadism is among the new trends in lifestyle mobility. Digital nomadism is a new lifestyle, a type of mobility that has emerged with the integration of mobile technologies into daily life and different work areas. Digital nomads continue their working lives by making long-term stays. They have the role of both a traveller and an employee. Other employees who travel to another destination for business purposes other than digital nomads travel only to places determined by the workplace and their travel expenses are covered by the workplace. But digital nomads; they determine the place where they will travel, the duration of their stay and cover their own travel expenses. In short, digital nomads can travel according to their own preferences, regardless of the directives of the workplace (Kocaman, 2021: 802). Digital nomads can socialize with individuals with similar expectations. In addition, they tend to use common work areas effectively, which will enable them to overcome the feeling of isolation and socialize by increasing their work efficiency and balancing their work and leisure time.

### **Conclusion, Discussion and Recommendations**

The concept of digital nomad has gained importance with the emergence that free-spirited people can take their travel and working life together. It is aimed to establish the theoretical foundations of the concept of "digital nomadism", which can also be considered as a tourist typology, and to evaluate it as a tourist typology. As a result of the secondary data scanning in the study, it is seen that the digital nomads are not evaluated in a typology in the studies and the study differs in this aspect. It is thought that the research conducted in this context will add a different dimension to the limited number of studies in the literature on digital nomadism and contribute to the tourism literature.

As a result of the detailed analysis of the tourist typologies developed by Cohen, Plog and Smith, it has been revealed that the digital nomad tourist type is a different type of tourist. It has been observed that there are tourist types that are similar to digital nomads among the tourist types specified in the mentioned typologies, but there is no tourist type that is fully suitable for the digital nomad type. In this case, it is suggested that digital nomads should be examined and evaluated as a different new tourist type.

Tourism businesses' new investments, accessibility and technological infrastructure developments in the digital nomadism market, which allows people to travel while working, will make significant contributions to attracting digital nomads, which is a new market, to touristic destinations. It is also important to promote the suitability of the existing technological infrastructure for the use of digital nomads in digital environments. In future studies, the research can be detailed methodologically by interviewing digital nomads.