

VİTRİN ŞEHİR: SİLOPİ ÖRNEĞİNDE GİZİLGÜÇ İKTİSADİ KAZANIMLAR

SHOWCASE CITY: POTANTIAL ECONOMIC GAINS IN THE SAMPLE OF SİLOPİ

İrfan KALAYCI *

* Prof. Dr., İnönü Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü,
Malatya/TÜRKİYE, e-mail: irfan.kalayci@inonu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9323-8944>

Geliş Tarihi: 27 Mart 2020; Kabul Tarihi: 30 Nisan 2020
Received: 27 March 2020; Accepted: 30 April 2020

ÖZET

Silopi, Irak ve Suriye'ye, ilçesi olduğu Şırnak'tan çok daha yakındır. Habur Gümrük Kapısı ile Orta Doğu'ya açılmaktadır. Burası uluslararası ticaret ve turizm kapısı olarak nakliyecilik ve kültürel etkileşimin kapısıdır. Eğer Silopi il yapılırsa, uluslararası karayolunun geçtiği bir yer olduğu için Orta Doğu kökenli tüccar, sanayici ve turistlerin gelip giderken ilk görecekları sınır şehri niteliğini kazanacaktır. Böylece Silopi; Yeni İpek Yolu, Orta Doğu, Türkiye ve Güneydoğu Anadolu bölgesi için vitrin şehir işlevini sağlayacaktır. Bir mağazanın vitrini ne ise, bir ülkenin vitrin şehri de odur. Her ikisi de temiz, canlı ve çekici olmak zorundadır. Fakat Silopi gibi yüksek iktisadi gizilgüce sahip vitrin şehir, sınır şehri özelliğinden dolayı, aynı zamanda sağlam altyapılı, çevresiyle uyumlu, gelişirken geliştiren ve sürdürülebilir de olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Silopi, Vitrin Şehir, Bölgesel İktisadi Kazanımlar

JEL Kodları: R11, R58, Z19

ABSTRACT

Silopi is much closer than Şırnak where the county to Iraq and Syria. It opens to the Middle East with The Customs Gate of Habur. Here is the gateway to transport and cultural interaction as an international trade and tourism gateway. If the Silopi is made in province, it will be a border town where traders, industrialists and tourists from the Middle East will first come and go as it is a place where international highways pass. Thus Silopi will provide the functionality to showcase the city for New Silk Road, the Middle East, Turkey and Southeastern Anatolia region. What a store showcase is, it is showcase city of a country. Both of them have to be clean, lively and attractive. But a showcase city with high economic potential like Silopi will also be robust infrastructure, compatible with its surroundings, developing and sustainable due to its border city feature.

Keywords: Silopi, Showcase City, Regional Economic Gains

Jel Codes: R11, R58, Z19

1.GİRİŞ

Silopi, şehir midir; “vitrin şehir” olabilir mi ya da neden “vitrin şehir” yapılmalı? Vitrin şehir olabilmesi için Silopi’nin ilçe iken il statüsüne çıkarılması mı gerekir? Bu sorular ve olası yanıtları (Şema 1) bu çalışmanın rehberini oluşturmaktadır. Sanayi 4.0’ın ve onun bir türevi olan “Şehircilik 4.0”ın dünyayı sardığı ve sarsmaya başladığı –yurttaş merkez alan- bir “kü-yerelleşme” döngüsünde (konjonktüründe), Silopi üzerinden dijital-akıllı ve çevreci akıllı şehirleşmenin zorlukları ve gereklilikleri de tartışmanın zamanıdır.

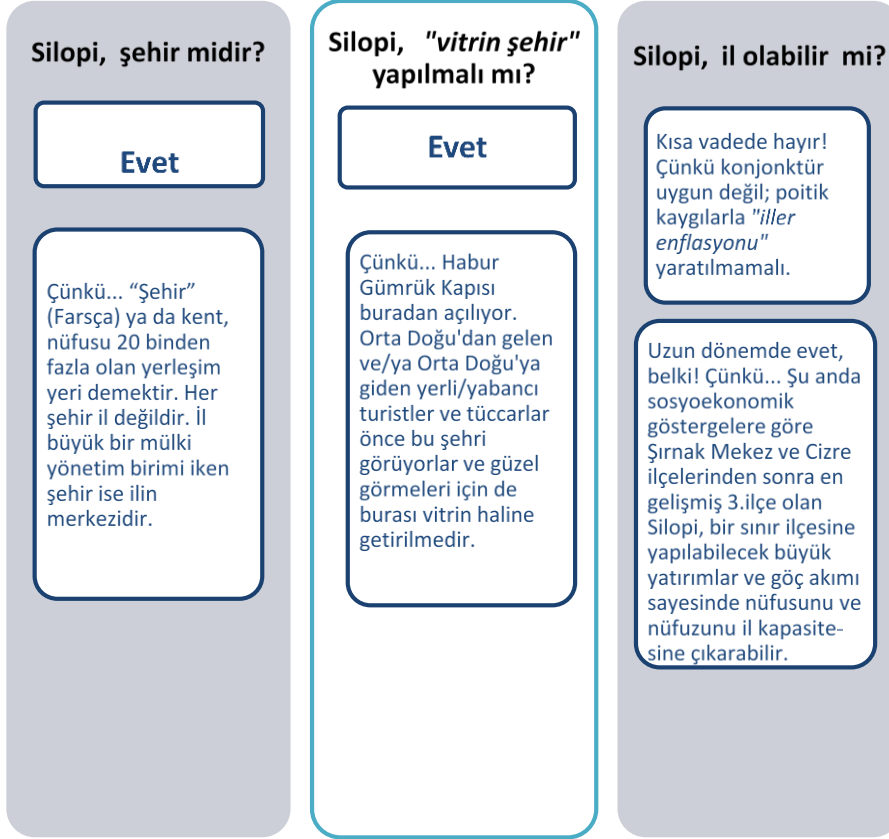
“Şehrin vitrini” ile “vitrin şehir” arasında nitel bir fark vardır. Şehrin vitrini “var olanları” kapsarken, vitrin şehir ise “olması gerekenler” ile ilgilidir. İlki pozitif, ikincisi ise normatif bir duruma işaret eder. Bir dükkânın ya da mağazanın vitrini ne ise bir şehrin vitrini de odur. Vitrin içerdekinin özetidir, habercisidir, kılavuzudur. Vitrin dışarıdaki izleyenler için bir ileti, çağrı, aynadır; aslını yansıtır. Dışarıdan bakıldığında insanı, turisti, tüccarı memnun edecek şeyler gözükmelidir. Vitrini çekici olan mağazanın / dükkânın satışları nasıl görece daha yüksek olursa, dış görünüşü (yolları, binaları, parkları, dükkânları) iyi ve güzel şehirler de öncelikle yerleşiklerini mutlu eder; ayrıca daha fazla ticaret yapar, daha fazla turist çeker, hatta daha fazla göç alır.

Silopi şehrine gelenlerin burada gördükleri, şehrin –yapay değil- doğal ve fiziksel unsurları olması itibarıyla vitrinini oluşturur. Vitrin şehir ise, bir şehri çekici hale getiren seçenek unsurları bünyesinde toplayıp yaşatan ve/ya temsil eden şehir demektir. Vitrin şehir olmanın bir tarihsel süreci vardır; geçmişten gelip bugünden yarına taşınan sosyokültürel ve sosyoekonomik değerler birikimine dayanır.

Silopi, Şırnak’ın nüfus bakımından –Cizre’den sonra- en büyük ikinci ilçesidir ve zamandizini anlamında da geçmiş-günümüz-gelecek şeklinde üçlü ayrıma tabi tutulabilecek üç farklı Şırnak ekonomisinden (bkz. Kalaycı, 2010) -vitrin şehir olabilirliği tartışıldığı için- gelecek zamanına daha denk düşmektedir. Çünkü gerekli ilginin gösterilmesi ve yeterli yatırım projelerinin hayata geçirilmesi halinde Silopi, bir sınır şehri olmanın üstünlüğü ve ilçesi olduğu Şırnak ile birlikte -bütünleşik bölgesel kalkınma yaklaşımı bakımından marka değeri olan- Güneydoğu Anadolu Projesi GAP’ın¹ dokuz kapısından birini temsil etmesinden dolayı gerçekten bir *gizilgüç (potansiyel)* vitrin şehrine dönüşebilir.

Tarihte Asur ve Musul geçmişi olan Silopi ve bir ilçesi olduğu Şırnak, Güneydoğu Anadolu bölgesinin -kalkınma konusunda Doğu’ya atfedilen- ters talihini yaşayan şehirleri arasında yer almaktadır. Silopi’nin kalkınma beklentilerini salt Habur Gümrük Kapısı’na indirgemek, bu şehrin, ulaşmasa bile ulaşabilmek için çaba göstermesi gereken vitrin şehir çitasını küçümsemek anlamına gelebilir.

Şema 1: Silopi: Şehir mi? Vitrin Şehir ve İl Olabilir mi?



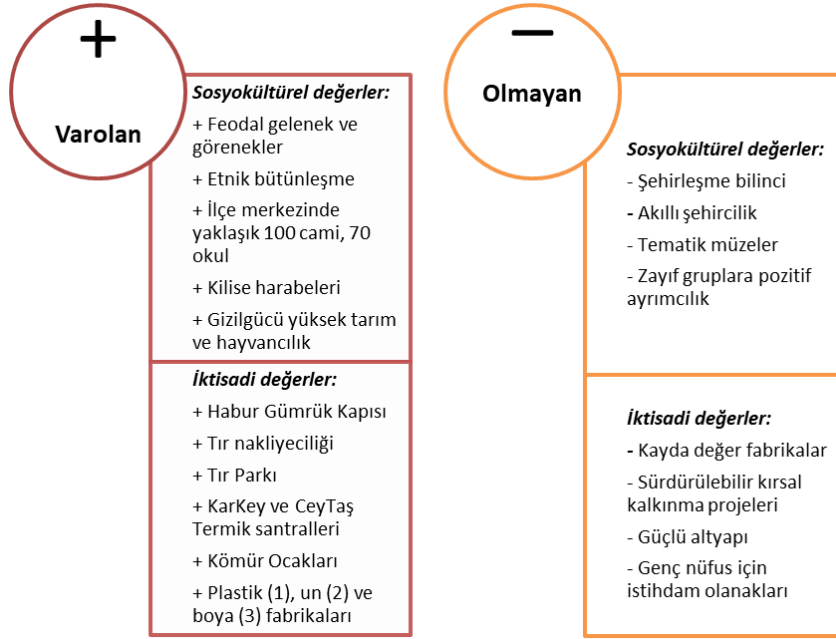
Kaynak: Yazara aittir.

2. SİLOPI'NİN ŞEHİR VİTRİNİNDE NELER VAR?

Uluslararası bir güzergâh şehri ve sınır kapısı olan Silopi'nin kendine özgü bir şehir kimliği vardır ve bu kimlik maddi ve manevi servetin bileşenleri niteliğinde olan sosyokültürel değerler ile iktisadi değerler tarafından belirlenmiştir. Silopi'nin şehir vitrinine bakılacaksa bu değerler üzerinden bakılmalıdır. Buna göre, vitrinde daha çok "feodal gelenekler" ve "tır nakliyeciliği" gözükmektedir (Silopi Belediyesi, 2014 ve 2019). Silopi'nin değerler vitrininde birçok eksiklik yani aranıp da bulun(a)mayan ya da az bulunan ("akıllı şehircilik"², "tematik müzeler", "önemli fabrikalar", "genç nüfusa iş", vb.) öğeler söz konusudur (Şema 2).

790 km²'lik alan üzerine kurulu ve yaklaşık 130 bin kişinin barındığı Silopi, (1990'dan beri) bağlı olduğu Şırnak iline ve ilin diğer ilçelerine göre Irak ve Suriye'ye daha yakın mesafededir.³ Dinçer ve Özaslan'ın (2005) hazırladıkları sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksi (SEGE-2004) verilerine göre Şırnak ilinin en gelişmiş 3. ilçesi ve o dönemin Türkiye geneli 872 ilçe arasında ise 399. sırada yer almıştır.⁴

Şema 2: Silopi'nin Şehir Vitrininde Var Olan ve Olmayan Unsurlar

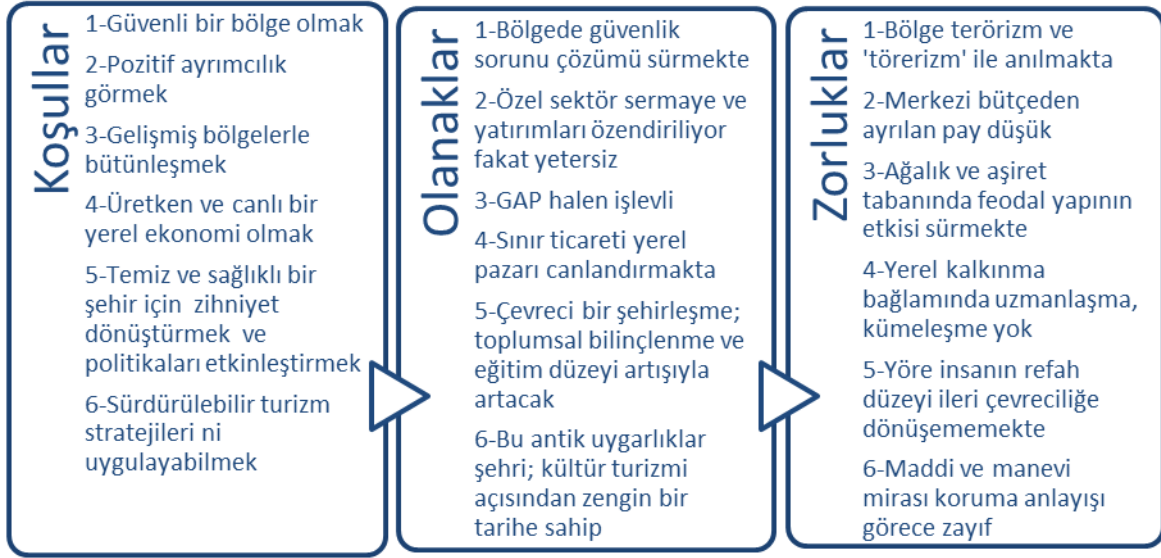


Kaynak: Yazara aittir.

3. SİLOPİ İÇİN BİR VİTRİN ŞEHİR ÇERÇEVESİ

Vitrin şehir kavramının standart bir tanımı yoktur. Burada “sınır şehri”⁵ kavramı eksen alınarak şöyle bir *tanım denemesi* yapılabilir: *Vitrin şehir*; hangi bölgede ve ne kadar toprak alanında konumlandığına bakılmaksızın *sınır şehri özelliği* nedeniyle gittikçe sosyoekonomik açıdan örgütlenmesini geliştiren; tarım, sanayi ve hizmetler ana sektörlerin birinde ya da onların herhangi birkaç alt sektöründe (örneğin bitkisel-hayvansal ürünler, yenilebilir enerji, sağlık turizmi, vb.) karşılaştırmalı üstünlük elde etmiş yani uzmanlaşmış; sahip olduğu sınır kapısından ihracat ve ithalat akışını ve dolayısıyla dış pazar payını arttıran; yeni istihdam ve üretim alanları yaratabilen ve böylece zorunlu emek göçüne yol açmayan; verimli tarımsal arazilerini betonlaşma ve inşaat rantlarına dönüştürmeyen; su ve orman kaynaklarını israf etmeyen; sokak, konut ve iş yerlerini temiz tutan; tarihe mal olmuş maddi ve manevi varlıklarını koruyan, yerleşik insanları sürekli okuyan ve uygar toplumsal davranışlar sergileyen; turizmle konukseverliği güvenlik ve etik potansiyelinde kaynaştırmış olan; sürdürülebilir kalkınma ilkeleriyle geleceğine sahip çıkan; evrensel insan haklarına ve çağdaş demokrasiye gösterdiği duyarlılıkla farkındalık yaratan; kısaca *örnek / model şehir* olmayı başarmış şehre denir.

Anlaşılabileceği üzere bir toplumsal-politik-iktisadi sacayak üzerinde duran vitrin şehrinin tanımının ucu açık olsa da içi ileri şehircilik amaçlarıyla doludur. Genel olarak bir şehir, özelde -şu anda ilçe durumunda bulunan- Silopi için, eğer vitrin şehir idealinden hareket edilecekse, bu tanım kaynak (referans) alınabilir. Ancak Silopi'nin *vitrin şehir* olmak için kendisini bağlayan bazı özel *koşulları*, bu koşulları sağlayabileceği *olanakları*, şimdiye dek üstesinden pek gelemediği *zorlukları* vardır ve bunlar -6'şar madde halinde- bir bütünlük içerisinde ortaya konulabilir (Şema 3).

Şema 3: Silopi'nin Vitrin Şehir Olması İçin Koşullar, Olanaklar ve Zorluklar

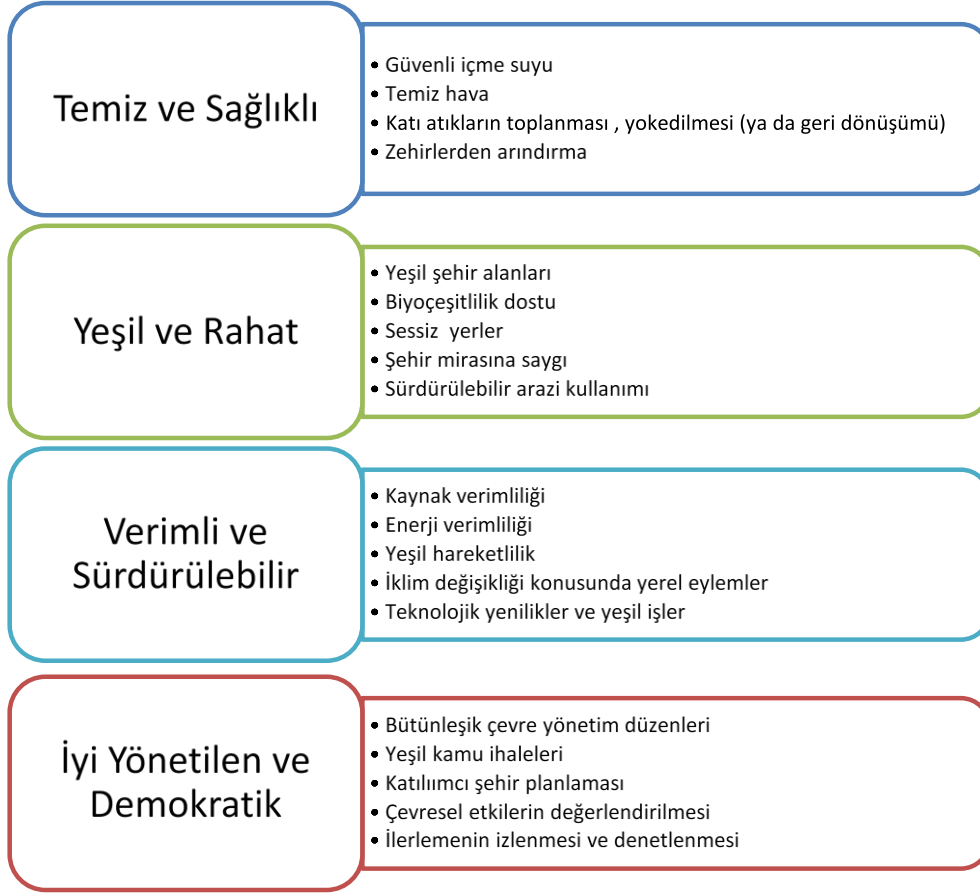
Kaynak: Yazara aittir.

Kuramsal olarak, “temiz ve sağlıklı”, “yeşil ve sakin”, “verimli ve sürdürülebilir”, “iyi yönetim ve demokrasi içinde” olan bir şehir, evrensel şehir çekiciliklerine sahip demektir. Bu çekici ölçütleri ya da özellikleri, “küresel düşün yerel hareket et” anlamında “kü-yerel” (g-lokal)⁶ stratejiler içinde politika haline dönüştürmüş ve sürekli uygulamakta ise, o şehir, diğerlerinden ayrı/farklı olarak “vitrin şehir” sayılabilecektir. Başta B. Avrupa ve İskandinav olmak üzere dünyanın pek çok gelişmiş ülkesinde çekicilik derecesi çok yüksek şehirler vardır.

Silopi, görünüşte kü-yerel şehir sayılmayabilir ama gelişen süreçte vitrin şehir özelliklerini kazandıkça kü-yerel şehir niteliğini de kazanacaktır. Elbette Silopi, Dubbeldeman ve Ward'ın (2015) sözünü ettikleri ‘teknolojik yetenekler için bir mıknatıs ve iktisadi büyümenin itici gücü olan büyük şehirler’ arasında yer almamakta fakat dünya ve Türkiye gibi iktisadi suç artışını da içeren bir şehirleşme ivmesi yaşamaktadır. Yine bu uzmanların ‘akıllı şehir olmak insanların akıllı olmasını gerektirir’ önermesi dikkate alınır, Silopi küçük şehir de olsa altyapı ve sosyo-ekonomik sorunlarını yıkıcı teknolojileri⁷ doğru ve verimli kullanarak hızla çözebilir ki bu “Şehircilik 4.0”ın⁸ da bir gereğidir.

Silopi'nin “vitrin şehir” sayılabilmesi ya da bu özelliğe yaklaşması için şehrin çekiciliklerini dört grupta gösteren Şema 4'te her gruptan en az yarısını yerine getirmeli ve geri kalanını düzenli bir şekilde tamamlamalıdır.

Şema 4: Bir Şehri Çekici Yapan Unsurlar



Kaynak: European Commission, 2010.

4. SİLOPİ NASIL 'VİTRİN ŞEHİR' HALİNE GETİRİLEBİLİR? GİZİLGÜÇ KAZANIMLAR

Vitrin şehir olmak yolunda merkezi hükümet destekli yerel yönetim öncülüğü belirleyicidir. Şehrin varlıklarını, yoksunluklarını ve gizilgüç durumlarını en iyi yerel yöneticiler bilir. Onlar yerleşiklerin talepleri doğrultusunda hükümeti yönlendirebilir. Halkı ve yönetimiyle Silopi, Türkiye'yi Irak pazarına dolayısıyla Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesine açan Habur sınır kapısına ev sahipliği yapmasına bağlı olarak bir vitrin şehri gizilgücünü taşıyabilir.

Mardin, Batman, Şırnak ve Siirt'ten oluşan TRC3 bölgesinin kalkınma projelerinin saptanması ve finansman yöntemleri için kurulan Dicle Kalkınma Ajansı'nın (DİKA) ön bölgesel gelişme planında bölgenin iktisadi gizilgücünü geliştirmek üzere ortaya koyduğu stratejilerden bazıları (Duran, Şahin ve Alper, 2010: 1035-vd.) Silopi'nin *vitrin şehir görünümü (vizyonu)* için uyarlanabilir:

- İnsani ve toplumsal gelişmişlik düzeyini arttırmak bağlamında Silopi'de *yoksullukla mücadele* edilmeli; aile planlaması yapılarak *toplumsal cinsiyet adaleti* doğrultusunda kadınların istihdam olanakları genişletilmeli;
- Bölge sanayi ve ticaret kapasitesini ve rekabetini arttırmak bağlamında, Silopi'de *yatırım olanakları* çeşitlendirilerek istihdam fuarları ve arama konferansları⁹ ile tanıtılmalı, *mali ve teknik desteklerden* faydalanma oranları arttırılmalı;

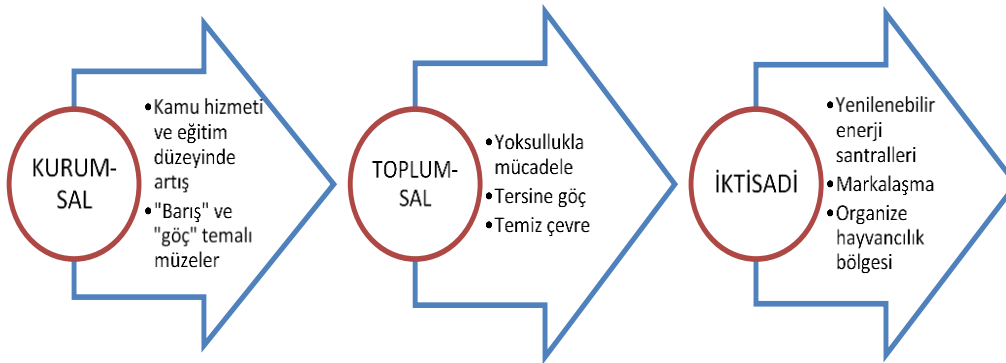
- iii. Bölgenin tarım ve hayvancılık gizilgücünü etkili ve sürdürülebilir bir şekilde katkı sağlamak üzere- “*organize hayvancılık bölgesi*” kurulmalı, Silopi ovasında iklim ve coğrafi koşullar uygun olduğu için “*domates seracılığı*” geliştirilmeli;
- iv. Bölgedeki kentlerin yaşanabilirliğini arttırmak bağlamında Silopi’de fiziksel, toplumsal ve afetle ilgili altyapı eksiklikleri giderilerek ve *çevreye ve depreme duyarlı yapılar* inşa edilerek, (2. derecede deprem kuşağında yaralan) ilçe *modern ve sağlam bir şehir* görünümüne kavuşturulmalı;
- v. Bölge turizminin rekabet edebilirliğini artırmak ve markalaşmasını sağlamak bağlamında Silopi, Türkiye’yi Orta Doğu’ya bağlayan *E-24 Karayoluna* ev sahipliği yapmanın üstünlüğüyle turizmdeki çitasını Şırnak il sınırları içinde *tek dört yıldızlı otele* sahip olmanın üstüne çıkarabilmeli ve böylece *kültür ve doğa turizmi zengini* bölgenin turizm merkezleri için geçiş rotası görevini sürdürmeli;
- vi. Bölgede enerji ve doğal kaynaklarının verimliliğini arttırmak bağlamında güneşlenme süresi yüksek olan Silopi’de de elektrik üretimini arttıracak ve tüketimini ucuzlatacak şekilde kamu-özel işbirliği modelleriyle çok sayıda *güneş enerji santralleri* kurulmalı; ayrıca bir petrol türevi olan asfaltiti elektrik üretimi için kullanan Silopi termik santralının dışında üniversite TÜBİTAK teknik ve mali destekleriyle kullanım alanı (ısınma, yalıtım, kauçuk, su geçirmez kablo, vb. için hammadde) çok geniş olan *asfaltit yataklarında verimli madencilik* çalışmaları arttırılmalıdır.

Sınır şehri olmasından dolayı Türkiye’nin birkaç vitrin şehriden biri haline getirildiğinde Silopi’nin elde edebileceği bir dizi gizilgüç kazanım söz konusudur (Şema 5).

Örneğin:

- i. *Kurumsal* olarak; kamu hizmeti birimleri ve okullaşma düzeyi artacak, tematik müzeler kurulabilecek.
- ii. *Toplumsal* olarak; merkezi hükümet ve yerel yönetim tarafından uygulanacak sosyal politikalar sayesinde yoksullukla mücadele daha etkili yapılabilecek, göç edenler doğdukları yere geri dönmeyi tercih edebilecek.
- iii. *İktisadi* olarak; devleti ve halkın kaynaklarını sövmeyecek “kamu-özel işbirliği” (KÖİ) modelleri yardımıyla –fayda ve kârlar gibi maliyetleri de özel sektörle paylaşacak şekilde- güneş ve rüzgâr gibi yenilebilir enerji santralleri devreye alınabilecek, ürün ve hizmet türünde markalar yaratılarak bölgesel rekabete girilebilecek, modern yöntem ve teknoloji kullanılarak hayvancılık ve seracılık üssü haline gelenebilecektir.

Şema 5: Silopi’nin Vitrin Şehir Olmaktan Gizilgüç Beklentileri



Kaynak: Yazara aittir.

Silopi'nin vitrin şehir olması yolunda anahtar iktisat politikası araçlarından biri “yatırım”dır. Çünkü kamusal ve özel sermayeli yatırımları çeken bir şehirde reel sektör güçlenecektir. McDonald ve Bailly'e (2017: 1) göre, yatırımcılar için en yüksek değerlere sahip şehir özellikleri şunlardır:

- i. Yüksek nitelikli işgücü ve sermaye sayesinde iktisadi büyüme gizilgücü güçlü bir şehir ekonomisi, iktisadi gerileme ve dışsal şoklara karşı dayanıklıdır.
- ii. Şehir içinde ve dışında (ulusal ve uluslararası) mükemmel işleyen ulaşım bağlantıları varsa genişleyen bir ekonomiye ayak uydurabilecektir.
- iii. Yatırımlara öncelik veren yatırımcı bir şehir yönetimi, tutarlı politikalar ve tutumlara sahip olarak yüksek bir görüntü (profil) ve merkezi hükümet ile pazarlık gücü sergileyebilecektir.
- iv. Yatırım uzmanlığına sahip bir ekip ile duyarlı bir önsel yatırım planlama düzeni en zor yatırımları bile kolaylaştırarak anahtar teslimi şeklinde çalışacaktır.

Silopi yatırım fırsatlarını geliştirdikçe vitrin şehir olmaya daha yaklaşıacaktır. Yüksek görüntü veren –ve Silopi gibi bu görüntüyü vermeye aday- şehirler, McDonald ve Bailly'nin (2017: 2) önerdikleri gibi şu adımlara odaklanmalıdır:

- i. *Uzman kaynaklarını kullanın:* Özel sektör yatırımcılarını çekmek için, bir şehir yatırımcıların nasıl düşündüklerini ve nasıl davrandıklarını anladıklarından emin olmak amacıyla yatırım uzmanlığı aramalıdır. Bunu komşu bölgelerle ya da şehirlerle birlikte yapmak, yatırımcılara sunulan öneriyi güçlendirebilir.
- ii. *Şehrin önerisini ve izleyicisini tanıyın:* Bir şehrin yatırımcıların gözünde güçlü ve zayıf yönlerini anlamak için şehrin hangi alanlarda iyi olduğunu tanıtmak çok önemlidir. Hedeflerini belirleyen bir şehir geleceğini (vizyonu) tasarlamak, yatırımcılara kalkınma planı ışığında şehrin ihtiyaç duyduğu yatırımları açıklığa kavuşturur.
- iii. *Şehri “satmak” için ağlar kurun:* Yatırım sınai ilişkiler üzerine kuruludur. Yatırımcıların kendilerine gelmesini beklemek yerine, şehirler proaktif olarak uzun vadeli ilişkilere ulaşmalı ve gelişmelidir. Her fırsat hakkında ayrıntılı bilgi vermek, yatırımcıların bunları dikkate almasını kolaylaştırır.
- iv. *Anlaşmayı kapatın:* Yatırım yapmayı kolaylaştırmak için gerekli olduğunda, şehir varlıklarını kullanmak gibi, daha etkin bir rol üstlenmeye ve harekete geçmeye istekli olunmalıdır.

Silopi özelinde bir şehrin yatırımcı olabilmesi için ise –vitrin şehir olmanın tamamlayıcı ya da gereği olarak- akıllı şehir özelliğini taşıması gerekir. Silopi şu anda bir ilçe konumuyla genellikle akıllı şehrin özelliklerine sahip olmaktan biraz uzaktır. Akıllı şehirler, Dubbeldeman ve Ward'ın (2015) belirttikleri gibi, altı yaşamsal rolü birleştirebilen bir hükümete ihtiyaç duyar: Stratejistler; teknik ve mali konularda çözüm üreticileri; yönetici ve düzenleyiciler; komiserler (müfettişler); eşgüdüm ve koruma sağlayanlar; yenilikçi ve yatırımcılar. Şehir yönetimi, şehir güçlüklerini en etkili şekilde ele aldığı rollerin karışımı üzerinde bilinçli seçimler yapmalı ve her rol olgun bir düzeyde geliştirilmelidir.

5. SONUÇ YERİNE

Bu çalışmanın konusu ve amacı olarak Silopi'ye “vitrin şehir” elbisesi biçildiyse, bunun nedeni onun bir sınır şehri (gümrük kapısı) olmasıdır. Şu döngüde süregelen olan yokluk, olanaksızlık ve zorluklardan dolayı bu elbise kendisine hem pahalı hem de bol gelmektedir. Çünkü vitrin şehir olabilmek merkezi ve yerel yönetimlerin iradesi ve toplumun talebi dışında büyük ve sürdürülebilir yatırımları gerektirmektedir.

Silopi'nin vitrin şehri olmasını engelleyen bir dizi iç ve dış engel öne çıkmaktadır. İç engellerden biri halen geçerli olan Türkiye'de dengeli değil *dengesiz bölgesel kalkınma modelinin* uygulanması iken, diğeri de kamu sektörü ve bakanlıklardaki aşırı israf, gereksiz ve yanlış özelleştirmeler ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan ve gizilgüç iktisadi krizlere kaynaklık eden tasarruf, bütçe ve cari şeklindeki *üçüz açıkların* başka yerel ekonomileri olduğu kadar Silopi'yi de olumsuz etkilemesidir. Dış engellerden biri de sınır komşu ülkelerde cereyan eden iktisadi ve politik istikrarsızlıklara bağlı olarak ortaya çıkan *göç akımları* ve *Avrupa Birliği tam üyelik hedefinden uzaklaşılması* ve bölgesel kalkınma konusundaki sinerjinin azalmasıdır.

Doğal olarak vitrin şehir hedeflerini politikalara, politikaları da uygulamaya dönüştürmek için insani, mali vd. kaynakların çoğaltılması ve hızla aktarılıp yerinde kullanılması açısından Silopi'nin ilçeden il haline getirilmesine de ihtiyaç doğabilir. Silopi ister ilçe olarak kalsın ve/ya ilçeler liginde basamak atlasın, ister il statüsüne çıkartılsın, döngüsel gelişmeler şuna işaret etmektedir ki, "Sanayi 4.0"ın bir bileşeni olan akılcı şehirciliğe dayalı olan "*Şehir/cilik 4.0*"ın gereklerini yerine getirme sürecine girmek zorundadır. Bu zorunluluk, Silopi'nin çağdaş şehirleşme yolunda başka gelişmiş şehirleri esin kaynağı alma ile başlamaktadır.

KAYNAKÇA

- ALBINO, V., BERARDI, U and DANGELICO, R. M., (2015). “Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives”, *Journal of Urban Technology*, Vol. 22-1, 3–21.
- ArAmA Konferansı (2020), “Ortak Akıl Aramak”,
<http://www.aramakonferansi.com/?Pageid=13> (29/4/20)
- CABUS, P. C. and HESS, M. (2019). “Regional politics and economic patterns: ‘glocalisation’ and the network enterprise”, Belgeo, May.
- CHEN, X. (2006). “Regionalizing the Global-Local Economic Nexus: A Tale of Two Regions in China”, *Great Cities Institute Working Paper*, March , No: GCP-06-01, 1-35.
- DİNÇER, B. ve ÖZASLAN, M. (2005). *İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması 2004*, DPT, Ankara, Nisan.
- DUBBELEMAN, R. and WARD, S. (2015). *Smart Cities: How Rapid Advances in Technology are Reshaping Our Economy and Society*, Deloitte, Nov.
- DURAN, S., ŞAHİN, Ç., ve DEMİR, A., (2010). “Şırnak ve İlçelerinin Bölgedeki Yeri: Temel Bileşenler Analizi”, *Uluslararası Şırnak ve Çevresi Sempozyumu (14-16 Mayıs 2010) Bildirileri* içinde, Ed. M.N. Doru, Şırnak Üniversitesi Yay., Ankara, 1023-1042.
- EUROPEAN COMMISSION (2010). *Making our cities attractive and sustainable: How the EU contributes to improving the urban environment*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TC Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) (2020). “GAP Nedir?”, <http://www.gap.gov.tr/gap-nedir-sayfa-1.html> (25/3/2020)
- KALAYCI, İ. (2010). “Üç Şırnak Ekonomisi: Kronolojik Bir Değerlendirme”, *Uluslararası Şırnak ve Çevresi Sempozyumu (14-16 Mayıs 2010) Bildirileri* içinde, Ed. M. N.. Doru, Şırnak Üniversitesi Yay., Ankara, 937-958.
- LOM, M., PRIBYL, O. and SVITEK, M., (2016). “Industry 4.0 as a Part of Smart Cities”, *Smart Cities Symposium*, Prague.
- McDONALD, Rebecca and Adeline BAILLY (2017). *What investors want: a guide for cities: How should cities engage investors and developers?* London: Centre for Cities, July.
- MILNE, S. & ATELJEVIC, I. (2001). “Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity”, *Tourism Geographies*, 3:4, 369-393.
- MOHANTY, S. P., CHOPPALI, U. and KOUZIANOS, E. (2016). “Everything You wanted to Know about Smart Cities”, *IEEE Consumer Electronics Magazine*, vol.5, July, 60-70.
- ROBINSON, W. I. (2010). “Global Capitalism Theory and the Emergence of Transnational Elites”, UNU-WIDER Working Paper No. 2010/02, January.
- SAFIULLIN, A., KRASNYUK L. and KAPELYUK, Z. (2019). “Integration of Industry 4.0 technologies for "smart cities" development”, *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* IOP Publishing.
- SİLOPİ BELEDİYESİ (2014). “Stratejik Plan 2015-2019”, Ağustos.
- SİLOPİ BELEDİYESİ (2019). “İlçe Ekonomisi”, <https://www.silopi.bel.tr/ilce-ekonomisi> (1/10/ 2019)

NOTLAR

- ¹ Ayrıntı için bkz. GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, gap.gov.tr (25/3/2020)
- ² Bir şehri akıllı şehir yapan –kısaca bilişim denilen- bilgi ve iletişim teknolojileridir (BİT) ve bu teknolojilerin kullanımı şehir yaşamının etkinliğini artırmıştır. Çağdaş ileri şehirler “siber şehir”, “dijital şehir”, “elektronik şehir (e-şehir)”, “esnek şehir”, “bilgi şehir”, “tele şehir”, “kablolu şehir” ve “akıllı şehir” gibi terimlerle etiketlenmiştir. Bunların içinden en popüler olanı “*akıllı şehir*” olup diğer etiketleri kapsadığı için en büyük soyutlamadır. Akıllı bir şehir, geleneksel ağların ve hizmetlerin BİT kullanımıyla daha esnek, verimli ve sürdürülebilir hale getirildiği ve sakinlerinin fayda ve refahı için faaliyetlerini iyileştiren bir yerdir. Başka bir deyişle, akıllı bir şehirde BİT enerjide tasarruf sağlar, trafik gürültüsünü azaltır, eğitim ve sağlık gibi en önemli kamu hizmetlerinin standartlarını artırır ve doğal kaynakları da çevreyi daha az etkileyecek şekilde kullanır. (Bkz. Mohanty, Choppali ve Kougianos, 2016: 1.) Ayrıca akıllı şehirlerin boyutları, başarımları ve girişimleri ile ilgili geniş bir yazın taraması için (bkz. Albino, Berardi ve Dangelico, (2015).
- ³ Silopi, güneybatısında Suriye (20 km), güneydoğusunda Irak (51 km) devletleri ile batısında Cizre İlçesi (31 km), kuzeyinde Şırnak ili (76 km) ile komşudur.
- ⁴ Şu anda Türkiye’de ilçe sayısı 1000’e yaklaşmıştır ve yeni bir değerlendirme yapılırsa Silopi’nin SEGE sıralamasının değişmesi olasıdır.)
- ⁵ Dikkat edilirse, burada “vitrin şehir” tanımı “sınır şehri” özelliğinden hareketle yapılmıştır. Kuşkusuz, “sınır şehri” özelliği olmayan ancak bu tanımda geçen bileşenleri ve hatta daha fazlasını (örneğin deniz, göl, nehir, stratejik fabrikalar, vb. değerlerini) içeren şehirler için de yeni bir vitrin şehir tanımı türetilir. Nitekim bir sınır şehri olmayıp bir dizi özgün özellikleri (örneğin; gerek doğayla barışık üretim yöntemlerinin kullanımı, tarihsel ve kültürel dokuyu koruyucu bir yerellik anlayışı, ana/alt sektörlerden bir ya da bir kaçında uzmanlaşmanın gerçekleştirilmiş olması vb.) taşıyan Seferihisar, Ovacık vb. ilçe-şehirler de vitrin şehir olarak betimlenebilir. Ancak bu yazıda vitrin şehir kısıtı. gümrük kapısı olan –kapısına / kapısından açılan- bir sınır şehri olma koşulları olarak belirlenmiştir.
- ⁶ “*Kü-yerel*”, birbirine eklenmeye ve birbirinin boşluğunu doldurmaya uygun küreselleşme ve yerelleşme hareketleri sonucu ortaya çıkan bir birleşim kavramıdır. Kapitalist küreselleşmenin bir uzantısı olarak, örneğin, çok uluslu şirketlerin ulusal sermaye ile kârlı yatırımlar yapması, göçmenlerin çalışmak için gittiği ülkede kültürel değerlerini koruyarak orada çoğulculuğa katkıda bulunmaları, kaynak ülkenin bir üretim yönteminin- teknolojisinin ya da bir tüketim ürünü markasının tüm dünyada kullanılması, gümrük birliği ve serbest bölge pazarlarında üretim etmenlerinin dolaşımı, mali serbestleşme, sınai rekabet, vb.; kısacası devleti kenarda düzenleyici-denetleyici olarak tutan, ekonomide kamuya karşı özel sektörün payını, merkezi yönetime karşı yerel yönetim-sivil toplum payını artıran; üretici ve tüketici grupların ekonomi-politik çıkarlarının ve beklentilerinin liberalleştirilmesi ve ortaklaştırılması bağlamında “küreselin yerelleşmesi” ve “yerelin küreselleşmesi” gerçeğine tanık olunmaktadır. Ayrıca, küreselleşmenin de yerelleşmenin de sınırlarını *kü-yerelleşme* belirlemektedir. Bu bakış açısıyla örtüşen çok sayıda kuram geliştirilmiştir. (Bkz. Milne ve Ateljevic, 2001; Chen, 2006; Robinson, 2010; Cabus ve Hess, 2019.) Küresel katkılarla yerel-bölgesel kalkınma düzeyini artırma çabası içindeki –Silopi gibi- geleceğin vitrin şehirleri, gümrük kapısında yoğun bir girişimci, tüccar ve turist hareketinin yaşandığı şehirler olarak bölgenin ve ülkenin kü-yerel diyalektiğinde yer alırlar.
- ⁷ “*Yıkıcı teknoloji*”, yeni buluşların eskiyi yıkıp hayattan-piyasadan çıkarması demektir. Kömürlü kaloriferden doğalgazlı kalorifere, telgraftan telefona, yelkenli tekneden motorluya, gaz lambasından elektrikli lambaya, daktilodan bilgisayara, faytondan otomobile, baskı fotoğraftan dijitala, teksir makinasından fotokopiye, röntgenden ultrasona, mekanikten elektroniğe, tuşlu telefondan akıllı telefona geçiş sürecinde ikinciler birer yıkıcı ya da yapıcı-yıkıcı teknoloji sayılmaktadır.
- ⁸ “*Şehir/cilik 4.0*”, Sanayi Devrimi’nin 4.aşamasını ve internet çağını temsil eden Sanayi 4.0’dan türetilmiş ya da onun bir benzeri olup Avrupa Birliği, ABD ve Uzak Doğu’da pek çok örneği bulunan akıllı şehirlerin özelliklerini içerir. “*Şehir 4.0*”, Bir şehrin refah ve mutluluğu için arz tedarik zinciri, altyapı, güvenlik, trafik ve her türlü kamusal hizmetin en ileri dijital aygıtlar (otomasyon) ile sağlanması ve ayrıca yerel kalkınma ve gelişmiş dünyayla uyumlu olmak için sürdürülebilir yeniliklerle desteklenmesi demektir. (Bkz. Lpm, Pribyl ve Svitek, 2016; Safiullin, Krasnyuk ve Kapelyuk, 2019.)
- ⁹ Geleneksel konferans türünden farklı olarak “*arama konferansı*”; ortak akıl oluşturmayı, sorunlara çözüm bulmayı, daha iyiye ulaşmak, gelişmek için neler yapılması gerektiğini belirlemeyi ve ortak hedefler seçmeyi sağlayan çok katımlı bir yöntemdir. Çeşitli holding, dernek, şirket ve özel / kamu sektör kuruluşu tarafından kendilerini yenilemek için kullanılan bir uygulama biçimidir. F. Emery tarafından düzenli ve yapıcı düşüncüsü ve grup dinamiği kuramlarına dayandırılarak geliştirilmiş olan bu yöntem göze, çözüme yönelik iddialara ilişkin onlarca uzman ve deneyimli kişiyle ve birkaç günlüğüne çalışmalar yapılır ve bu çalışmalarda elde edilen veriler konferanslarla kamuoyuna iletilir (aramakonferansi.com).

