

Konu 8 TELEKOMÜNİKASYON ve KENT

Ertuğrul Murat ÖZGÜR

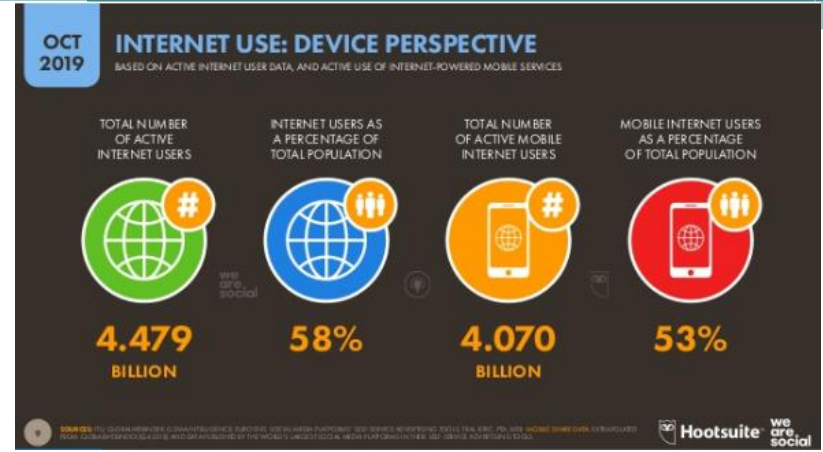
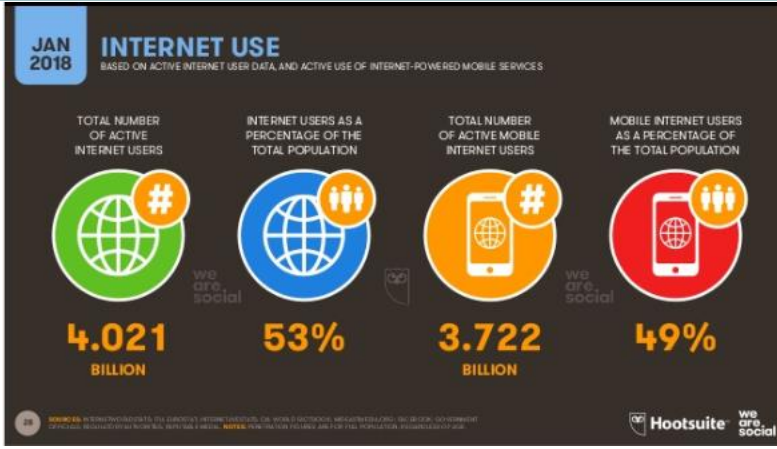
Ankara Üniversitesi
Coğrafya Bölümü
ozgur@ankara.edu.tr





- Büyük boyutlu ana sistem bilgisayarlar, 1960'larda standarttı ve bunları üniversiteler, hükümetler ve büyük bilgi-işlem kuruluşları kullanıyordu.
- Katı hal fiziği; elektronik ve içsel bilgisayar komut işlemleri/kodları, mikro bilgisayarların gelişimine yol açtı. Bunlar ana sistem bilgisayarlara rakip değildi, fakat daha sonra evrim geçirerek kişisel bilgisayarlara dönüştü.
- 1980'ler boyunca kişisel bilgisayar(PC) ve kişisel kullanım için PC yazılımları piyasaya sürüldü.
- Bilgisayarlar son yıllarda bazı değişikliklerle birlikte tablet, telefon gibi çok fonksiyonlu mobil akıllı cihazlara doğru yöneldi.





- **World Wide Web** (kısaca **WWW** veya **web**) birbiriyle bağlantılı, İnternet üzerinde çalışan "www" ile başlayan adreslerdeki sayfaların görüntülenmesini sağlayan bir servistir.
- Dünya çapında ağ (World Wide Web), bir etkileşim aracı ve belgeler sistemi olarak 1993'te geliştirilmesine rağmen; dünya nüfusunun %53'ü (4 milyarı aşan insan) evinde veya işyerinde çevrimiçi(online) bağlantıya sahip oldu. Dünyada 5.1 milyarı aşan mobil kullanıcı bulunuyor (%68)
- Türkiye'de 2018 yılı başında, 54 milyonu aşan internet kullanıcısı vardı ve toplam ülke nüfusunun neredeyse %67'sine karşılık geliyordu.
- Ülkede mobil kullanıcı sayısı, 71 milyona ulaşmış durumdadır (Digital in 2017: Global Overview).

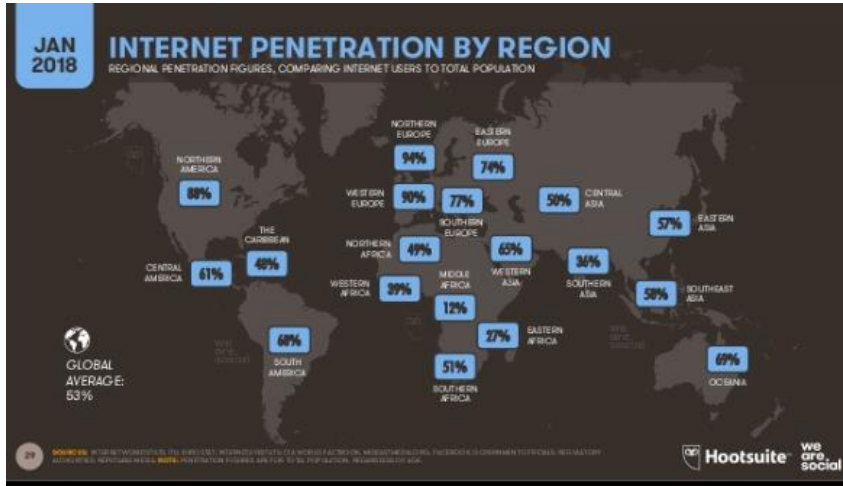




- İnternet, milyonlarca bilgisayarı dünya çapında bağlantı ağları yardımıyla saniyeler içinde birbirine bağlayan bir sistemdir.
- Cenevre'de araştırmacıların 1989 yılında farklı bilgisayarlarda tutulan belgelere ulaşmak için geliştirdikleri sistem, 1993'e kadar dünya ölçeğinde yaygın değildi.
- İnternetin henüz ortaya çıkmadığı dönemde, faks teknolojisi, 1980'lerin sonlarına kadar yaygın biçimde kullanılıyordu.
- Bilgisayar bağlantısı, veri depolama ve erişimine, yedeklemeye olanak tanıyordu.
- 1998'de bakır telefon kablolarının yerini almaya başlayan **fiber optik kablolarla, hızlı ve büyük hacimli telekomünikasyon olanağı doğdu.**



- **Bilgisayar ve internet kullanımındaki olağanüstü artış, iş türlerinde önemli değişikliklere yol açtı.**
- 19. yüzyılda işgücünün önemli bir kısmı tarımda çalışıyordu.
- 20. yüzyılda tarımsal istihdam (birincil sektör) azalırken; hizmet, ama özellikle sanayi işlerinde (ikincil sektör) çalışanların sayısı hızla artış gösterdi.
- Son yıllarda gelişmiş dünyada hizmet(üçüncül sektör) içinde ayrı bir faaliyet alanı olan bilgiye dayalı işlerde (dördüncül sektörde) çalışanlar daha hızlı arttı.
- 1950'lerde çok yavaş başlayan, fakat özellikle 1985 sonrasında, kişisel bilgisayarlara daha yaygın şekilde ulaşılabilmesi nedeniyle **telekomünikasyona dayalı istihdam daha da hızlı büyüyor.**

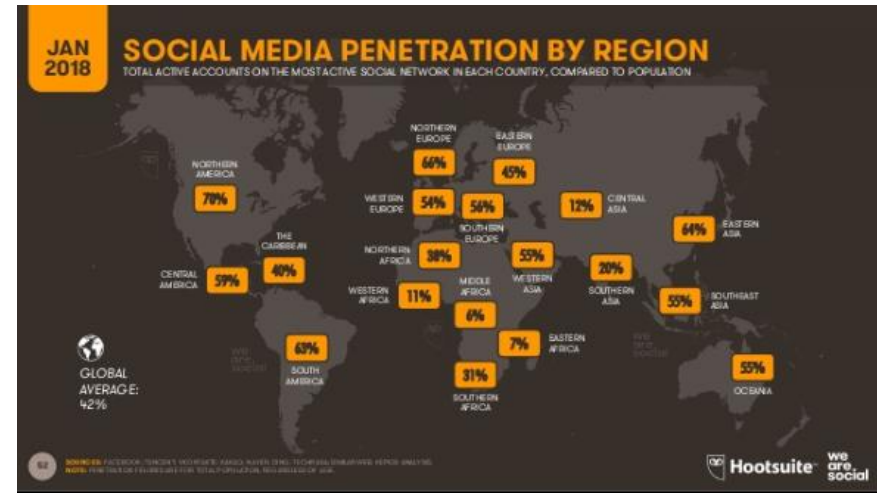
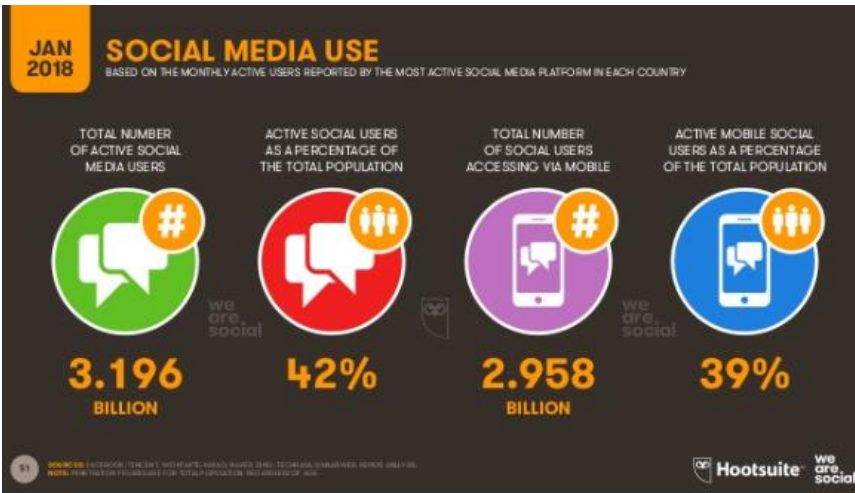


JAN 2018 INTERNET PENETRATION RANKINGS

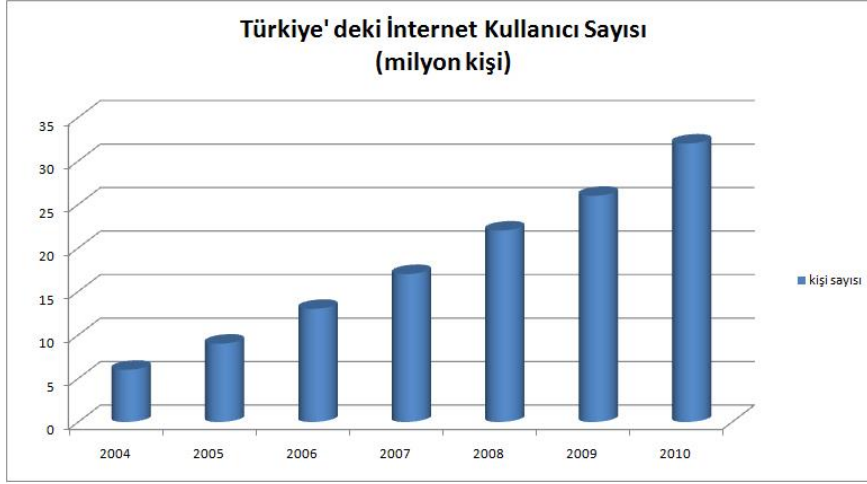
BASED ON INTERNET PENETRATION IN COUNTRIES WITH A NATIONAL POPULATION OF 50,000 PEOPLE OR MORE

#	HIGHEST PENETRATION	%	USERS	#	LOWEST PENETRATION	%	USERS
01	QATAR	99%	2,640,360	213	NORTH KOREA	0.06%	16,000
02	UNITED ARAB EMIRATES	99%	9,376,171	212	ERITREA	1%	71,000
03	KUWAIT	98%	4,100,000	211	NIGER	4%	946,440
04	BERMUDA	98%	60,125	210	WESTERN SAHARA	5%	28,000
05	BAHRAIN	98%	1,499,193	209	CHAD	5%	756,329
06	ICELAND	98%	329,675	208	CENTRAL AFRICAN REPUBLIC	5%	246,432
07	NORWAY	98%	5,222,786	207	BURUNDI	6%	617,116
08	ANDORRA	98%	75,366	206	DEM. REP. OF THE CONGO	6%	5,133,940
09	LUXEMBOURG	98%	572,216	205	GUINEA-BISSAU	6%	120,000
10	DENMARK	97%	5,571,635	204	MADAGASCAR	7%	1,900,000

we are social Hootsuite

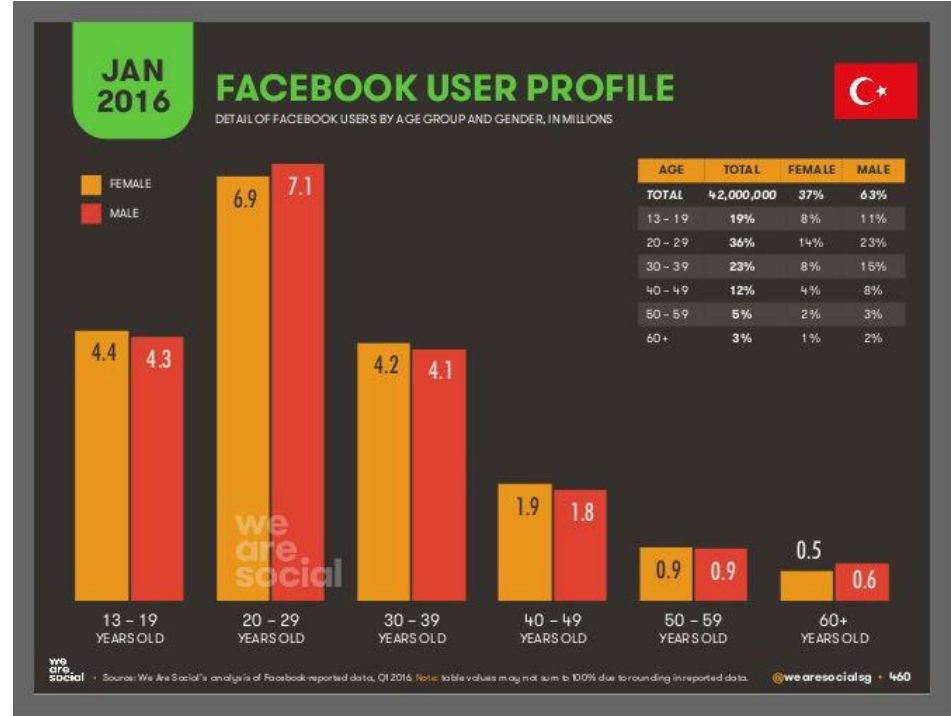
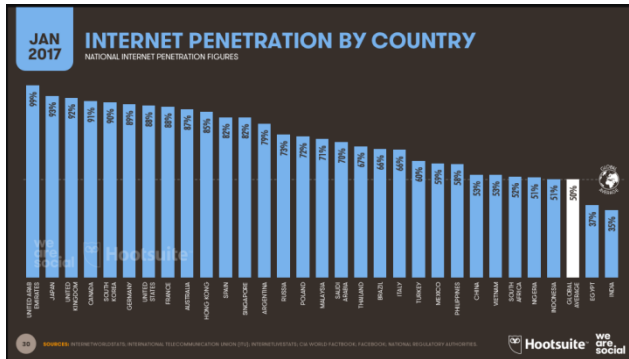
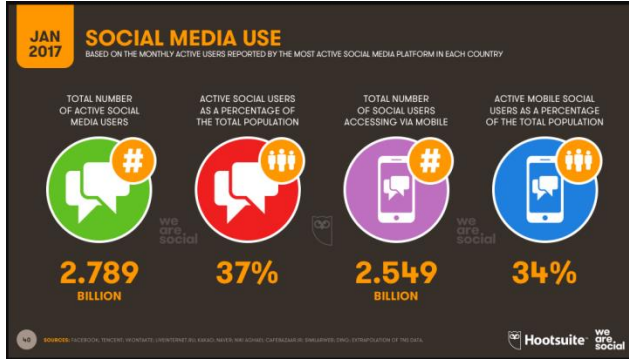


Kaynak: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>



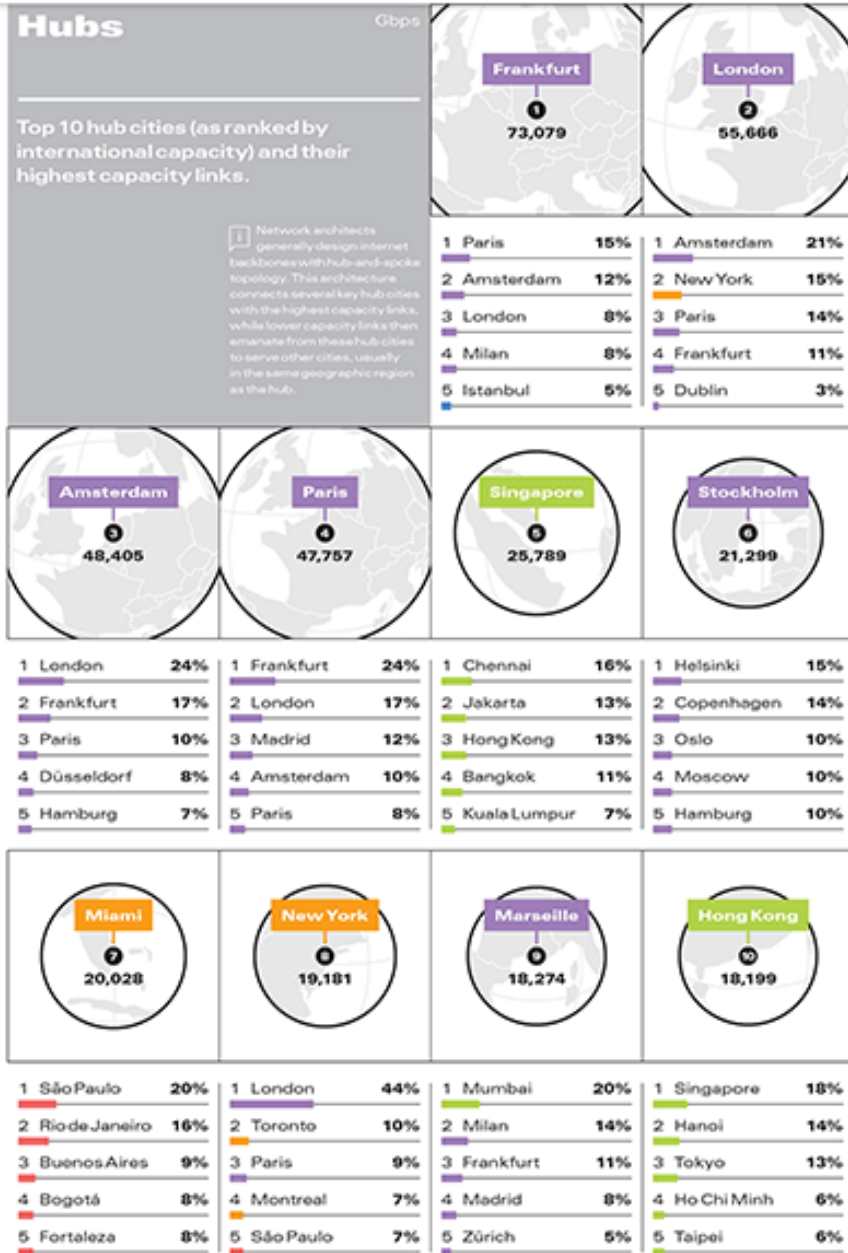
Kaynak: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

- Türkiye İstatistik Kurumu, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına göre Türkiye nüfusunu **2017 yılı sonu itibariyle 80.810.525** kişi olarak açıkladı.
- We Are Social’daki Türkiye rakamlarına göre **Türkiye’deki aktif internet kullanıcı sayısı ise 54,33 milyon** kişi [nüfusun yüzde 67’si, internete bağlı].
- Türkiye’deki **aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 51 milyon** kişi [nüfusun yüzde 63’ü mobil üzerinden/akıllı telefon ya da tabletler aracılığıyla sosyal medya kullanıyor]
- Türkiye’deki kullanıcılar olarak bir günde PC ya da tabletler aracılığıyla **ortalama 4 saat 14 dakikasını internet üzerinde geçiriyor.**



- Türkiye’deki internet kullanıcılarının yüzde 77’si interneti her gün kullanıyor, haftada 1 girenlerin oranı %16, internete ayda bir kez uğrayanların oranı ise yüzde 3 olarak belirlenmiş.
- Türkiye’deki kullanıcıların en çok kullandığı sosyal platform Facebook oldu. Onun ardından sırasıyla en çok WhatsApp, Facebook Messenger, Twitter ve Instagram kullanılıyor.
- Facebook kullanıcılarının yaş grubu dağılımlarında en çok öne çıkan yaş aralığı 20-29’dır.
- Türkiye’deki Facebook kullanıcılarının yüzde 63’ü erkek, yüzde 37’si ise kadın.


- Telekomünikasyon teknolojisi ve kullanımındaki ilerlemeler, dünya genelinde nispeten az sayıda yerde zengin içerikli bilgiyi topladı.
- New York, Londra ve Tokyo gibi dünya kentleri fiberoptik kablo ve uydu iletişim ağıyla birbirine yoğun biçimde bağlandı.
- Uluslararası yatırım, ticaret ve önemli kentlerdeki finans ve hizmet gereksiniminin artışı, telekomünikasyon fonksiyonlarının artışı sağladı (Sassen, 2006).
- Dev şirketlerin büyük çapta kümelenmeleri ve onların dünya kentlerinde gerekli üretici hizmetleriyle yakın bağları, paylaşımlı fiber optik ağlar tarafından sağlanıyor.
- Aşırı derecede pahalı altyapı yatırımları, ana telekomünikasyon merkezi oluşturma ve koruma gereksinimi doğuruyor ve dünyada az sayıda kent bu fonksiyonlara sahiptir.

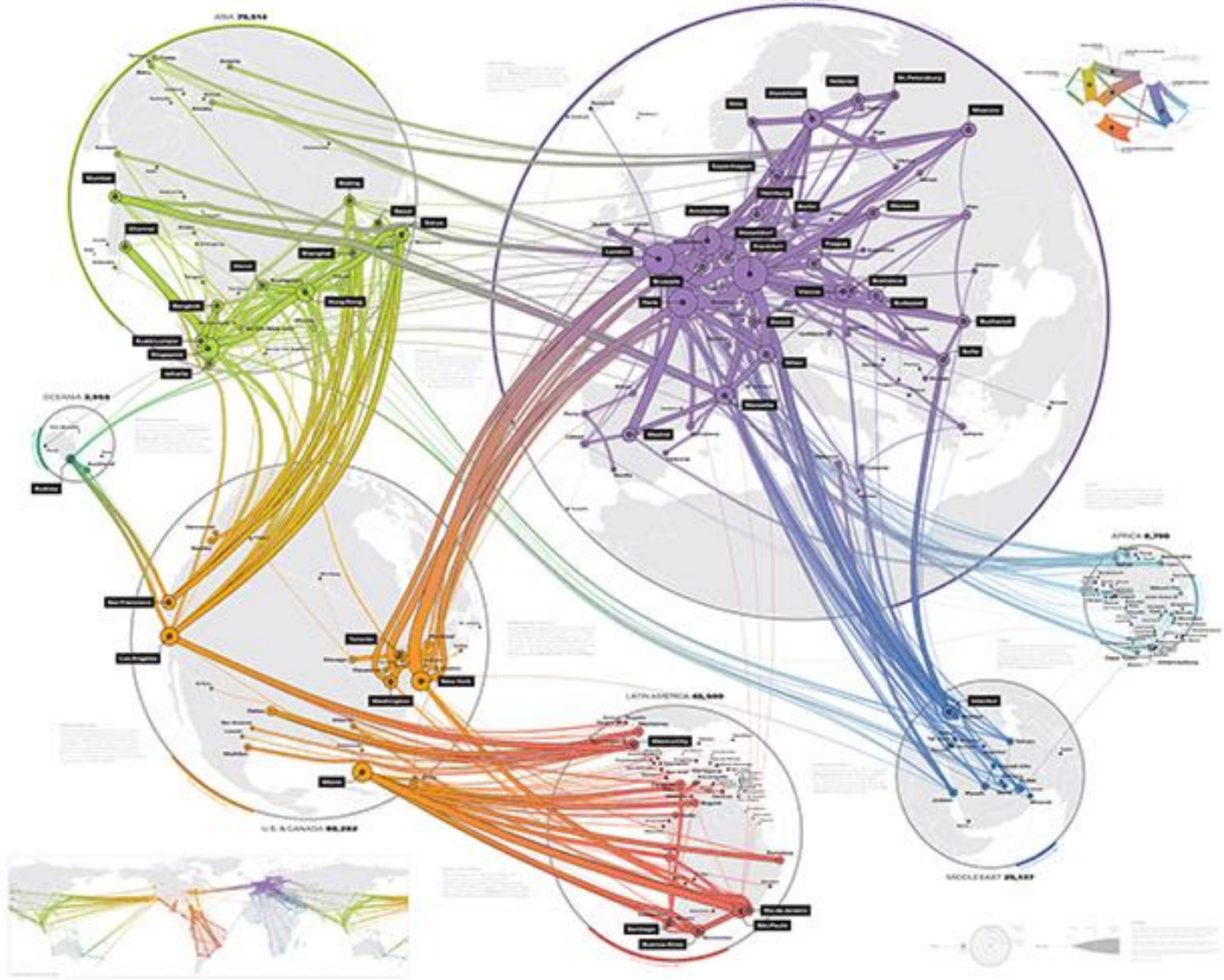


- Dünya kentleri arasında en fazla İnternet bağlantısı, karakter sayısına göre Frankfurt, Londra, Amsterdam, Paris ve Singapur üzerinden yapılıyor.
- İlk on içinde Avrupa'dan, Stokholm ve Marsilya; Kuzey Amerika'dan New York ve Miami; Doğu Asya'dan Hong Kong da yer alıyor.

Global Internet Map 2018

The world's physical backbone architecture shown through its main intercontinental routes.

TeleGeography 



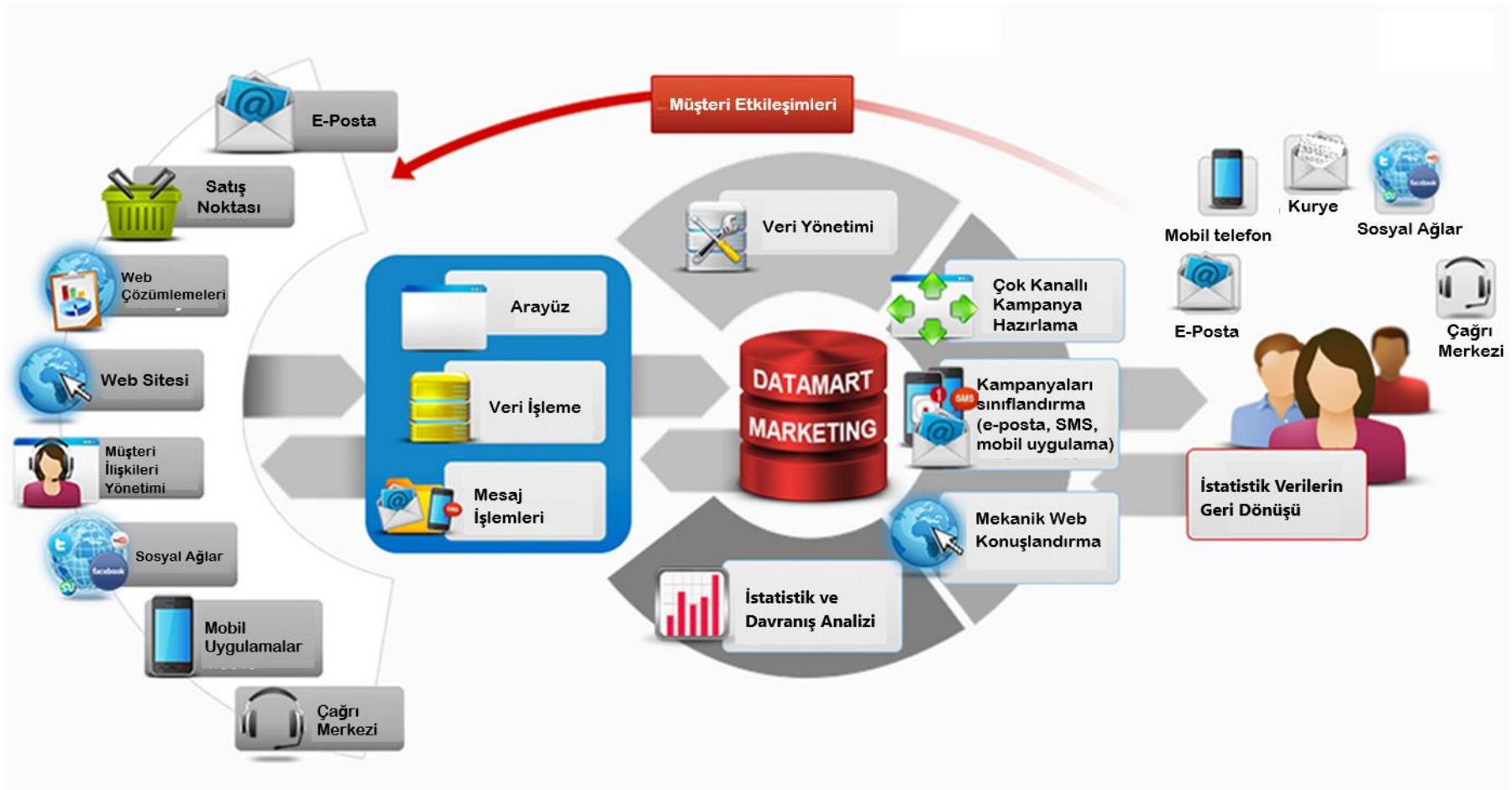
Kaynak: <https://global-internet-map-2018.telegeography.com/>

- İnternetin ortaya çıkışı ve www. sistemine erişimi, **coğrafyanın ölümü** olarak görenler olsa da şimdilik bu doğru değildir.
- **Bilgiye dayalı faaliyetlerde saçılma:** Fiziksel olarak bir yerde; Wall Street'te (New York), veya Türkiye'de bir köyde olmak internete erişimde fark etmemektedir. Bu nedenle bilgiye dayalı faaliyetler dünyanın her tarafına yayılmaktadır.
- **Merkezden uzak lokasyonlarda faaliyetleri yürütebilme:** Telekomünikasyon belirli faaliyetlerin merkezden uzak lokasyonlarda yürütülmesine olanak tanımaktadır.
- Telekomünikasyon sayesinde çalıştığı gazete binasından çok uzaktaki bir gazetecinin haberini/köşe yazısını gazetenin yazı işleri bürosuna uğramadan aktarabilmesi veya müşteriyle yüz yüze ilişki gerektirmeyen çağrı merkezi çalışanlarının işini yapabilmesi mümkün hale geldi.



- Arka ofis faaliyetleri; standartlaşmış, monoton, tekrarlanan rutin veri ve belge işlemlerinden oluşur. Tele-pazarlama, online alış veriş, çağrı merkezleri arka ofis işlemlerine örnek oluşturur.
- Arka ofis işlevleri, ofisin nerede olduğuna bakılmaksızın telekomünikasyon yardımıyla yerine getirilen destek faaliyetleridir.
- Arka ofislerin lokasyon gereksinimi, düşük kiralar ve ucuz arazilerle karşılanır. Küçük kasabalarda ve kırsal alanlarda, kentin arka sokaklarında, küçük alış-veriş merkezlerinde veya bir perakendeci dükkanın ikinci katında (hatta başka bir ülkede) bile yer alabilir.
- Arka ofis işleri, genellikle düşük ücretli işlerdir.
- Arka ofis işlevleri, firmaların piyasa rekabet güçlerini arttırmalarına katkı sağlar.
- Firmaların şikayet işlemlerini, müşteri memnuniyetini ve yönetimini, ürün bilgilendirme ve talep alma/randevu verme, ücret faturalandırma işlemlerini telekomünikasyon yardımıyla yapmalarına olanak tanır.





- Telekomünikasyon sayesinde bazı fonksiyonlar ve işler, toplanma eğilimi gösterir: Ön cephe ofis faaliyetleri, üniversiteler ve web siteleri.
- Arka ofis işlevleri, tekrarlı ve düşük ücretli işlerken; ön cephe ofis faaliyetleri, yüksek beceri ve uzmanlaşma gerektiren işlerdir.
- Ofisler, farklı yerlerden bilgi toplamak ve veri yönetmek üzere şirket karar vericileri tarafından yönlendirilen, uzmanlık gerektiren ve teknik bilgi sahibi, iyi eğitilmiş ve yüksek ücret ödenen profesyonelleri bir araya getirmektedir.
- Ön cephe ofis işlerine örnek olarak; hukuksal ve finansal hizmetler, pazarlama, satış, reklam, halkla ilişkiler, mühendislik-mimarlık ve yönetim faaliyetleri verilebilir.
- Ön cephe ofis işleri, yüz yüze görüşmeyi ve yüksek düzeyli karar vermeyi gerektirdiğinden büyük şirketler gösterişli ve çok sayıda çalışana yer sağlayan geniş ofis binalarını tercih eder.





- **Ön cephe ofisleri**, kentsel hiyerarşinin en tepesindeki **metropoliten alanlarda toplanmıştır**.
- **Ön cephe ofis faaliyetleri**, kent merkezindeki lokasyonlar ve daha yeni yöre kent iş toplanma alanlarındaki **çok katlı binalarda yer alma eğilimindedir**.
- **Uluslar arası hava yolu bağlantıları**, çok uluslu şirketlerin karar mekanizmalarında yer alan insanların yüz yüze iletişimi için bir araya gelmesinde **yaşamsal önemdedir**.
- Düşük kirali alanlarda yer alan arka ofis işlevlerinin aksine; **ön cephe ofis faaliyetleri, dikkat çekici, prestijli ve seçkin lokasyonları tercih eder**. Firmalar seçtikleri yerler için yüksek kira veya mülk bedelleri ödemeye razıdır.
- New York'ta Manhattan Broadway, 5^{inci} Cadde, veya Wall Street; Chicago'da North Michigan Avenue, İstanbul'da Şişli Büyükdere Caddesi'nde olduğu gibi.



- *Ön cephe ofis işleri*
- Hukuksal hizmetler
- Finansal hizmetler
- Pazarlama ve satış
- Reklam ve halkla ilişkiler
- Mühendislik-mimarlık
- Yönetim faaliyetleri





PHOTO: THINKSTOCK



- **Entelektüel beceri, özel sektörün büyük şirketlerinde olduğu gibi önde gelen araştırma üniversitelerinde de rağbet görür.**
- **Büyük şirketlerin bilgiye dayalı ön cephe ofis gereksinimi gibi entelektüel beceri güçlü bir şekilde telekomünikasyona bağlıdır.**
- Akademisyenlik, bilgi ve hiç yoktan değer yaratma işidir. Hızlı ve güvenilir bilgiye ulaşma gereksinimi vardır. Dünya çapında üniversiteler, en parlak ve verimli akademisyenleri kampuslarında bir araya getirmeyi ister.
- Günlük entelektüel temas yoğunluğu, yüksek eğitilmiş, kentli ve kültürel birikimli rafine bir nüfusun varlığı ile ortaya çıkan bilginin yayılması ve entelektüel birikimin paylaşılması, akademisyenlere güçlü bir lokasyon üstünlüğü sağlar.
- Özendirici ve çekici yerel topluluklar, iyi elektronik bağlantılar ve hava yolu hizmetleri, bilgi çalışanlarının toplanmasına neden olur.

İstanbul'da 13 devlet ve 44 vakıf olmak üzere toplam 57 üniversite bulunmaktadır.

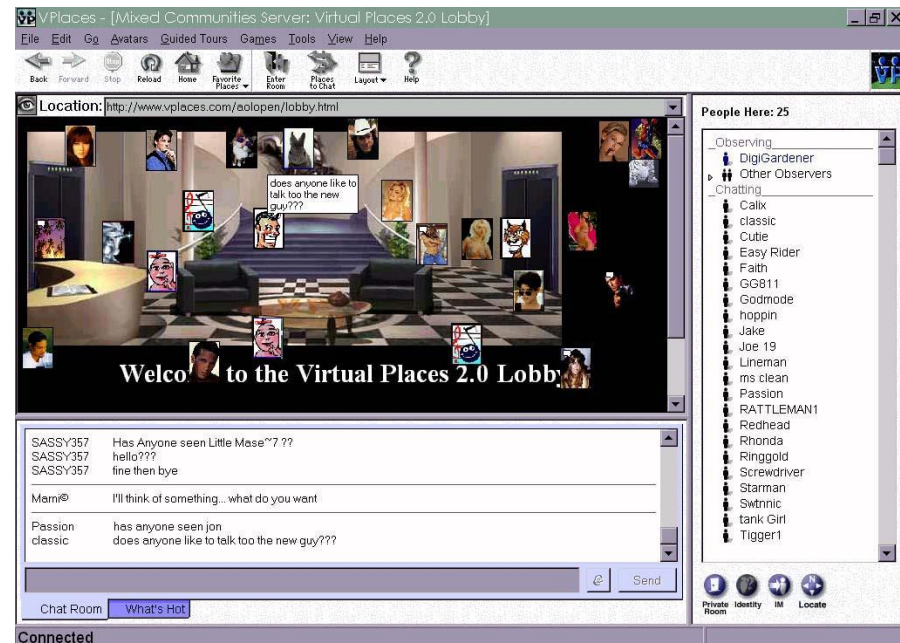
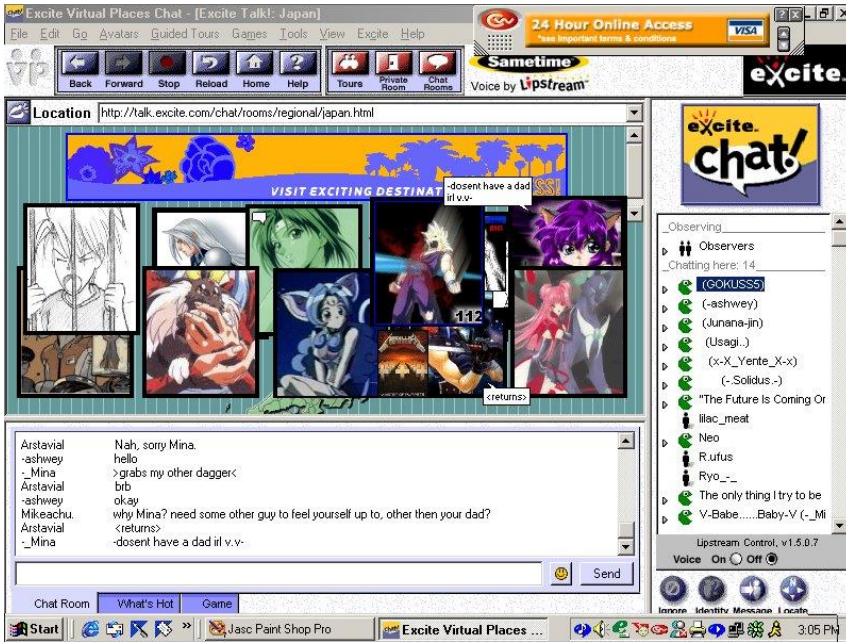




- İnternetin sanal bir toplanmaya yol açtığına ilişkin diğer bir kanıt da web sitelerinin kullanımudur.
- *Web* de yeni biri rahatlıkla linkler arası geçiş yapabilir ve zamanla az sayıdaki web sitesine odaklanarak web sörfçüsü haline gelebilir.
- Daha belirgin olarak internet kullanıcılarının çoğunluğu, düzenli olarak haberleri, spor karşılaşmalarının sonuçlarını, hava tahminlerini, stok listelerini, seyahat bilgilerini elde etmek için *webde* belirli sayıda siteye başvurur.

- İnternet, web sitesi olarak sanal yerler oluşturur ve bu siteler, onlara interaktif bir karakter kazandıran çeşitli iletişim araçlarını (sohbet kutuları, web kameraları ve video odaları gibi) içerir.
- İnsanlar web sitelerinde toplanıp iletişim kurabilir. Web siteleri yüksek enformasyon yoğunluğu ve etkileşimli karakteri nedeniyle kendi başına yerdir. Ancak bunlar fiziksel olarak içine yerleşilemeyen sanal yerlerdir; fiziksel mekânda yoktur.
- İki tür sanal yer vardır. Birinci tür, **temsili sanal yerleri** kapsar. Bu web siteleri, sanal dünyadaki fiziksel yerlerin temsilidir. Bu web sitelerini ziyaret etmek fiziksel yerlerde yaşamamanın sanal bir yoludur.
- Okul, hastane gibi kurumların web siteleri, sanal yerlere örnektir. Bu web siteleri, kendi işleriyle ilgili bilgileri okumalarını, resim galerisinde işyerinin resimlerine bakmalarını ve web mail yoluyla meslektaşlarına e-posta göndermelerini sağlar.

- ***Yeni sanal gerçeklikler***, sanal yerlerin ikinci türünü oluşturur (sanal yerde tamamen yeni mekânsal gerçeklikler olan web siteleri).
- Bu mekânsal gerçeklikler, fiziksel olarak var olan yerlerle bağlantılı değildir, kendi mantıklarına sahiptir.
- Bu sanal gerçekleri yaşayan insanlar, belirli fiziksel yerlere dayalı sosyal gruplar değildir.
- Oyun siteleri, sohbet kutuları vb.

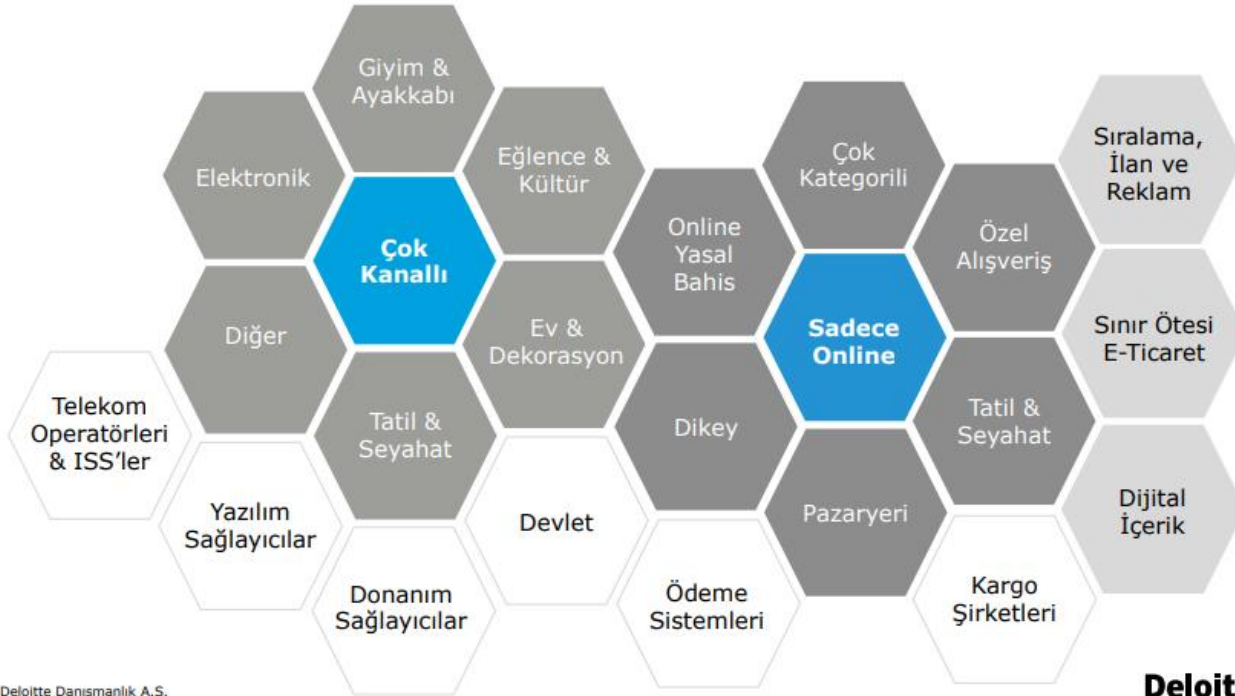


- **Kentin sosyal ve ekonomik görünümü, karmaşık telekomünikasyon teknolojileri sayesinde değişiyor.**
- Telekomünikasyon ağları, zengin ayrıcalıklı sınıfın gücünün artmasına, toplumun zayıf üyelerinin ve yoksulların gücünün azalmasına yol açıyor.
- Zengin ve yoksul gruplar, kentte aynı alanlarda yaşasalar dahi onların sosyal ve ekonomik ağları neredeyse tümüyle ayrılıyor.
- İnternet kullanımında zengin-yoksul arasındaki fark, “**dijital uçurum**” diye isimlendirilecek kadar belirginleşiyor.
- Elektronik teknoloji, zenginleri diğer zengin insanlarla etkileşim ve ilişki halinde olmaya; yoksulları da kendileri gibi insanlarla yaşamaya özendiriyor.
- İnternet kullanan ve kullanmayanlar kentlerin farklı bölümlerinde yer alıyor (ABD’de toplum, beyaz-azınlık, genç-yaşlı, erkek-kadın farkına dayalı olarak bilgisayar zengini ve yoksulu diye bölümleniyor).

- Telekomünikasyon, sadece insan yaşamını, iş hayatını, sosyalleşmesini ve alış-verişini etkilemedi; aynı zamanda ev içinde, iş yerlerinde, okulda, mali kurumlarda ve hatta taşıt araçlarının içindeki faaliyetlerin türlerini değiştirdi.
- İleri iletişim sistemleri, internet, hızlı ve bilgisayarlı ulaştırma sistemleri, eş zamanlı olarak **mekânsal toplanma ve kent merkezinden uzaklaşmaya** olanak sağladı.
- Dünya genelinde, ülkelerin her tarafında, metropoliten alanların içinde ve onların arasında **yeni kentsel biçimlerin ve ağların coğrafyasını başlattı.**

- Telekomünikasyon sayesinde insanların ticaret yapma şeklinde değişiklikler oldu ve elektronik ticaret ve iş yapma yükselişe geçti.
- E-ticaret, “mal ve hizmetlerin internet üzerinden alım-satımı” olarak tanımlanıyor. E-ticaret olarak değerlendirilen işlemler arasında perakende ticaretin yanı sıra, seyahat harcamaları, dijital uygulama indirme, tüketiciler ya da işletmeler arası platformlarda gerçekleşen alışverişler de bulunuyor.
- E-ticaret faaliyetleri, alışverişi gerçekleştiren oyuncuların niteliğine göre 2 gruba ayrılıyor:
 - İşletmeler arası ticaret: Business to Business (B2B)
 - İşletme ile tüketici arasındaki ticaret: Business to Consumer (B2C)

E-Ticaret ekosistemi



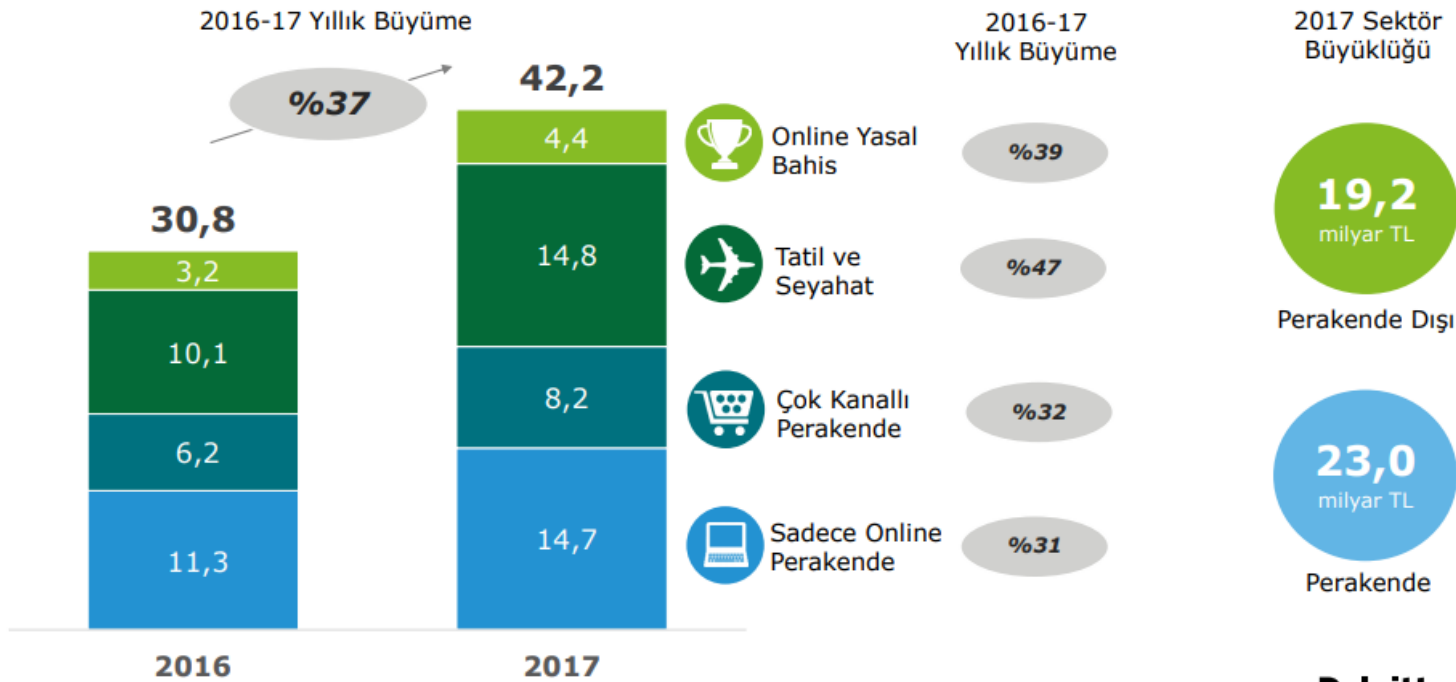
Türkiye'de e-Ticaret Sektörünün Yurtiçi Pazar Hacmi, 2012



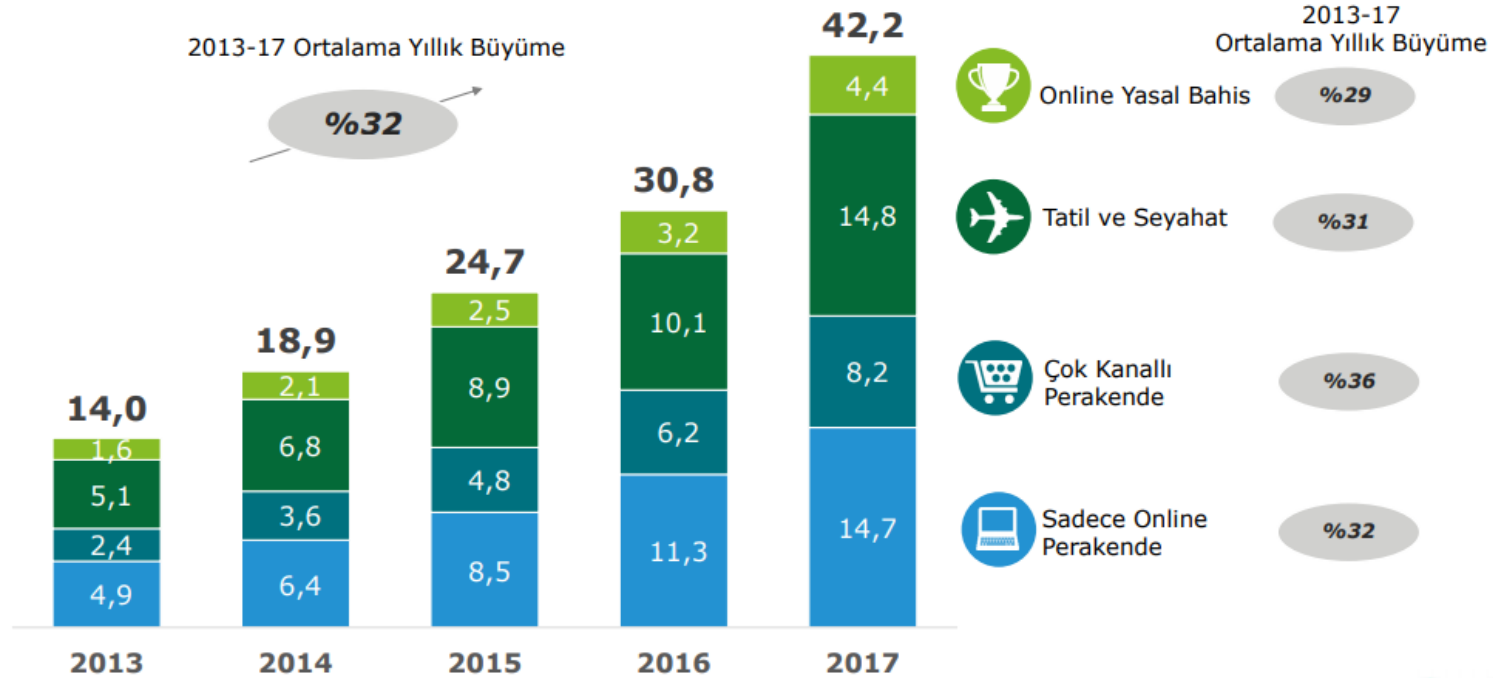
Faaliyet Grubu	Online alışveriş tutarı (milyon TL)
Elektrik-elektronik eşya, bilgisayar	2.215
Mobilya ve dekorasyon	621
Market ve alışveriş merkezleri	529
Giyim ve aksesuar	332
Sağlık/sağlık ürünleri/kozmetik	244
Kuyumcular	236
Eğitim / kırtasiye / ofis malzemeleri	188
Yemek	188
Yapı malzemeleri, hırdavat, nalburiye	105
Çeşitli gıda	31
Toplam I	4.689
Seyahat acenteleri/taşımacılık	1.507
Telekomünikasyon	1.397
Konaklama	417
Toplam II	8.010

Kaynak: BKM, 2012

Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar TL)



Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar TL)



12 | © 2018 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

Deloitte. etid

E-Ticaret Karşılaştırma (2017)



Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende	Sabit Genişbant Penetrasyonu	Mobil Genişbant Penetrasyonu	Online Alışveriş Yapanlar	Mobil Alışveriş Yapanlar	Kişi Başı Gelir \$ PPP	Nüfus (mn)
İngiltere	%15,7	%38,6	%89,0	%78	%40	\$44,1K	66,0 mn
ABD	11,8	33,6	128,6	67	36	59,5	325,7
Almanya	Ortalama %9,8*	39,4	78,6	74	23	50,4	82,9
Fransa	8,3	42,0	81,2	61	17	43,8	64,6
Japonya	7,9	30,8	157,4	63	24	42,8	126,7
İspanya	4,0	30,5	92,7	59	26	38,3	46,5
Çin	20,4	23,0	60,2	45	39	16,7	1.390,1
Polonya	Ortalama %4,8**	18,3	87,2	57	22	29,5	38,4
Hindistan	4,9	1,4	14,8	26	20	7,2	1.321,0
Brezilya	6,3	12,9	94,0	45	27	15,6	209,3
Rusya	4,8	19,1	82,0	46	23	27,8	144,5
Türkiye 2016	3,5	13,0	64,8	43	31	24,9	79,8
Türkiye 2017	4,1	14,7	69,9	43	30	26,9	80,8

Türkiye'nin online perakende / toplam perakende oranı bu çalışma kapsamında hesaplanan perakende e-ticaretin toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır. Toplam perakende sektörü büyüklüğü için Euromonitor verisi baz alınmıştır. Genişbant penetrasyonu Türkiye verileri BTK'dan alınmıştır ve abone sayısının nüfusa oranlanmasıyla hesaplanmıştır. Kişi Başı Gelir, Satınalma Gücü Paritesine göre hesaplanmıştır. Online alışveriş yapanlar verisi bir önceki ay internet'ten alışveriş yaptıklarını ifade edenleri içermektedir. *Ülke gruplamaları World Economic Situation and Prospects, 2017 klasifikasyonuna göre düzenlenmiştir. Gelişmiş ülke ortalaması ağırlığını Avrupa ülkelerinin oluşturmuş olduğu 32 ülke verisi kullanılarak hesaplanmıştır. **Gelişmekte olan ülkeler Çin hariçindeki 46 ülkeden oluşmaktadır. Kaynak: Worldbank, Euromonitor, IMF, OECD Genişbant portalı, GlobalWebIndex, BTK, GSMA Intelligence, ve Deloitte analizi.

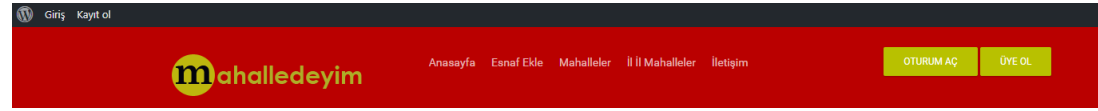
- Türkiye’de 12 bine yakın e-ticaret sitesi faaliyet gösteriyor (Şat-Sezgin, 2013)
- İnternette alışverişin tüketiciye sağladığı başlıca avantajlar :
 1. Hızlı alışveriş
 2. Daha fazla ürün seçeneđi
 3. İndirim fırsatlarını izleyebilme
 4. Farklı ödeme olanakları
 5. Fiyat karşılaştırması yapabilme
 6. Ürünü almadan önce hakkındaki yorumları okuyabilme

- **Telekomünikasyon yoluyla** kentsel mekânda yaşanan değişimler, **eski kent planlama ve politika yaklaşımlarının da değiştirilmesine neden oluyor.**
- Kentin birbirinden bağımsız ve ayrı ikametgâh, ticaret, sanayi kentsel arazi kullanım kuşaklarından oluştuğunu kabul eden planlama yaklaşımı, telekomünikasyon çağında hükümünü yitiriyor.
- Bilgisayarlar, otoyollar, hava limanları, alış-veriş merkezleri temalı parklar, enerji ve su hizmetleriyle birlikte hızla alt yapının bir parçası haline gelerek mekânı ve lokasyonu etkiliyor.

OMNİCHANNEL (ÇOK KANALLI) PAZARLAMA



- **Çağdaş büyük kent**, mesafesiz iletişim ve mesafenin ölümüyle yok olmak şöyle dursun; **bilgisayarlar topluluğu oluyor ve diğer büyük kentlere bağlanıyor.**
- **Telekomünikasyon, kentlerin ölümü anlamına gelmeyen fiziksel mesafenin nispeten anlamsızlaşmasına olanak tanıyor.** Kentlerin özellikle de büyük kentlerin baskınlığına yol açıyor.
- İnternetin bir sonucu olarak belirli hobileri, inançları ve deneyimleri paylaşan **insanlar, sosyal iletişim ağları oluşturabiliyor.**



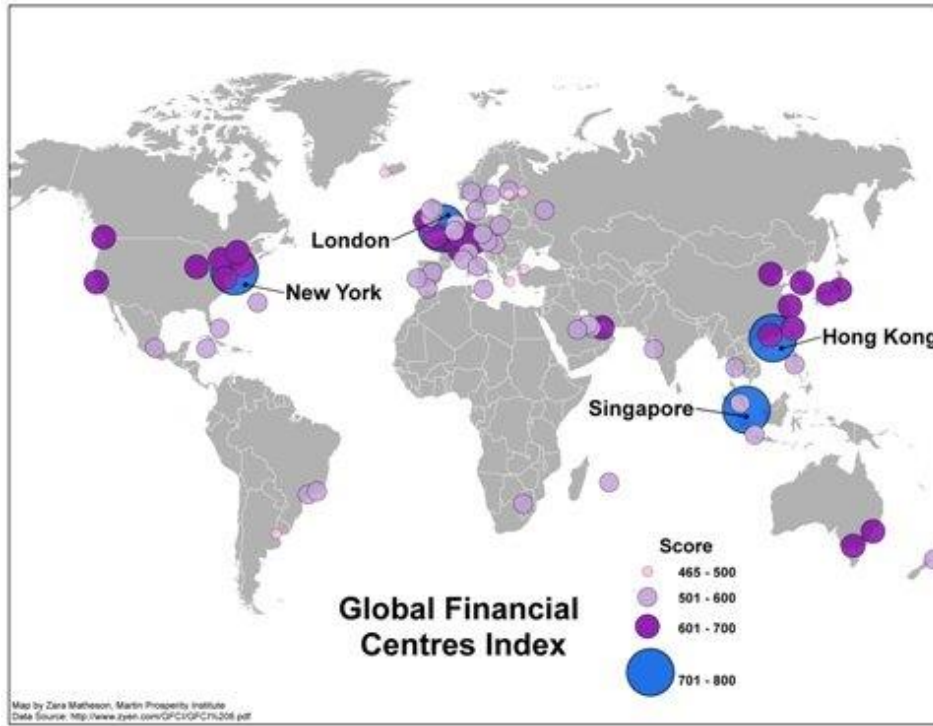
- **Telekomünikasyon sayesinde kentte yaşayan yerel topluluklar ortak faydalar için örgütlenebiliyor**, mahalle bilgisini paylaşabiliyor.
- Yakın yaşayan insanları birbirine daha da yaklaştırırken, daha uzakta yaşayan insanlar arasında güçlü bağlar yaratabiliyor.
- **Telekomünikasyon, kentlerin kültürel ve sembolik içeriklerini ve imajlarını yükseltiyor ve turizm sektörünü geliştiriyor.**
- Uydu ve fiber optik telekomünikasyon, imaj üretimi (New York ve Washington DC), film üretimi ve müzik kayıt işleri (Los Angeles), kadın giyim modası (New York, Paris) için **yaratıcı küresel kültürel bir ekonomi yaratıyor.**



- E-Devlet: Evrak takibi, bilgi edinme, başvuru, sonuç öğrenme vb.
- *Adalet Bakanlığı (dava dosyası)*
- *İçişleri Bakanlığı (trafik, pasaport işlemleri)*
- *Milli Savunma Bakanlığı (askerlik ve seferberlik işlemleri)*
- *Gelir İdaresi Başkanlığı (İnternet Vergi Dairesi)*
- *Tapu ve kadastro Genel Müdürlüğü (tapu bilgileri)*
- *SGK (emeklilik bilgileri ve işlemleri)*
- *Kredi ve Yurtlar Kurumu (başvuru ve sonuç öğrenme)*
- *ÖSYM (başvuru, tercih, sonuç)*
- *Milli Eğitim Bakanlığı (kayıt, bilgilendirme, sorgulama)*
- E-Okul ve E-Üniversite (Uzaktan Eğitim, Açık Öğretim vb. uygulamalar)
- E-Sertifika
- E-Kütüphane
- E-Kitap (matbaacılık)
- E-Bankacılık (İnternet Bankacılığı)
- E-Ticaret
- E-Medya, E-Gazete
- E-Belediye

- Modern kapitalizm, mekân ve zamanın üstesinden gelmek zorundadır ve bunu geçmişte daha iyi ulaşım teknolojilerinin kullanılmasıyla aşmıştır (daha hızlı büyük jet uçaklar, büyük kamyonlar, otoyollar vb).
- **Telekomünikasyon, bu gün çağdaş küresel kapitalizmin coğrafi ve ekonomik işlevleri için bir gereklilik haline gelmiştir.**
- Canlı ve anlık iletişim; kurumsal güç ve kontrolün, bilimsel araştırmanın, kapitalist ekonominin yönetsel meşruiyetinin temel formu olmuştur.
- Küresel kapitalizm ideali, bir yerdeki tüm kentleri işlevsel olarak içine alan boşluksuz bir dünya yaratmıştır.
- **Dünyanın devasa kentleri için kent ötesi ulusal ve küresel ilişkiler, yerel kent hinterlandının ilişkilerini aşmıştır.**





Kaynak: http://www.creativeclass.com/_v3/creative_class/2010/10/14/new-world-financial-order/

- Kentler arası bağlantılar, finansal piyasalar arasındaki sermaye akışlarıyla ifade edilebilir. Üç dünya kenti, **New York, Londra ve Hong Kong, Singapur, Tokyo gibi kentler, küresel finans piyasalarına hakimdir ve onlar piyasaların kalbini oluşturur:**
- Bu merkezler ve diğer önemli küresel kentlerdeki sermaye piyasaları arasındaki finansal işlemler, ileri telekomünikasyon sistemleriyle gerçekleştiriliyor.

- Telekomünikasyon ağları dünya çapındaki finansal yatırımcıları, hisse senedi değeri ve değişim oranlarında önemli dalgalanmaların avantajına çekiyor.
- Finansal yatırımcılar, yüksek oranlı ve gecikmesiz geri dönüşleri dünya çapında araştırıyor.
- Dijital ticaret sistemleri, müşteri ile anlık iletişime olanak tanıyor. Bu nedenle küresel finansal işlemlere katılmış kentler, yerel ve bölgesel ekonomilerde iş görenlere göre birbirleriyle daha bağlantılı hale geliyor.

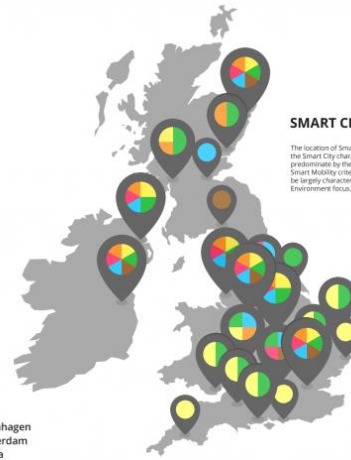
- İletişim teknolojilerinin sağladığı altyapı kentleri bu ekseninde dönüştürüyor ya da yeni kentsel yapıların ortaya çıkmasına neden oluyor (Hindistan'daki Dholera SIR gibi).
- Bu bağlamda akıllı kentler, bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı olarak, çok paydaşlı bir temelde belediyelerle işbirliği yaparak kamu sorunlarına çözüm üreten merkezler şeklinde yeniden yapılandırılıyor.

WHAT IS A SMART CITY?

A CITY MAY BE CALLED 'SMART' WHEN INVESTMENTS IN HUMAN AND SOCIAL CAPITAL AND TRADITIONAL AND MODERN COMMUNICATION INFRASTRUCTURE FUEL SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH AND A HIGH QUALITY OF LIFE, WITH A WISE MANAGEMENT OF NATURAL RESOURCES, THROUGH PARTICIPATORY GOVERNANCE.

SMART CITY CHARACTERISTICS

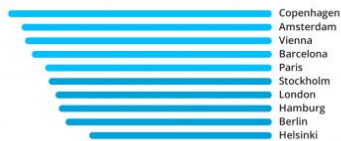
<p>SMART GOVERNANCE</p> <p>Inter connected within-city and across-city governance, including ICT-enabled services and interactions between public and private sectors.</p>	<p>SMART ECONOMY</p> <p>E-business and e-commerce, ICT-enabled manufacturing and delivery of services, as well as new products, new services and business models.</p>	<p>SMART MOBILITY</p> <p>ICT supported and integrated transport and logistics. Sustainable, safe and interconnected systems for public transport, cars, bicycles and pedestrians.</p>
<p>SMART ENVIRONMENT</p> <p>Smart energy including renewables, ICT-enabled energy grids, pollution control and monitoring, green buildings and green urban planning.</p>	<p>SMART PEOPLE</p> <p>Those with e-skills, working in ICT-enabled roles, having access to education and training, human resources and capacity management.</p>	<p>SMART LIVING</p> <p>ICT-enabled lifestyles, behaviour and consumption, healthy and safe living in a culturally vibrant city with good quality housing.</p>



SMART CITIES IN THE UK

The location of Smart Cities in the UK by the Smart City characteristics. British cities predominantly by the Smart Economy and Smart Mobility criteria. They can also can be largely characterised by a Smart Environment focus.

THE 10 SMARTIES CITIES IN EUROPE



ADVICE TO WANNA-BE SMART CITIES

Ensure that information is shared and that smart options are put in place, or at least considered, from the design and inception stages of new initiatives. This will foster understanding of what has been successful and enable expanded deployment of smart city technology.

#eMunicipality
f eMunicipality
www.emunicipality.com

Source: Mapping Smart Cities in the EU, European Parliament
The 10 Smartest Cities in Europe, Boyd Cohen

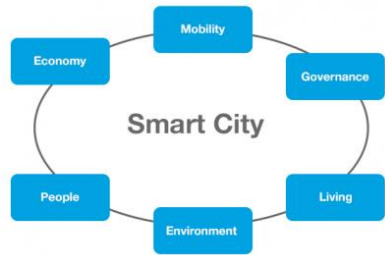


Dholera SIR



- Akıllı bir kent girişiminde aşağıdaki 6 özellikten biri veya daha fazlası bulunur:

1. Akıllı **yönetişim: Katılım**
2. Akıllı **ekonomi: Rekabetçilik**
3. Akıllı **hareketlilik: Taşımacılık ve BİT**
4. Akıllı **çevreler: Doğal kaynaklar**
5. Akıllı **insanlar: Sosyal ve beşeri sermaye**
6. Akıllı **yaşam: Yaşam kalitesi**



4. **Akıllı çevreler:** Yenilenebilir, BİT’le etkinleştirilmiş enerji şebekeleri, ölçüm, kirlilik denetimi ve izlemeyi içeren akıllı enerji kullanımı. Binaların ve güzelliklerin yenilenmesi, yeşil binalar ve yeşile duyarlı kentsel planlama.
5. **Akıllı insanlar:** Yaratıcılığı, geliştiren ve yeniliği özendiren kapsayıcı bir toplum içinde; e-nitelikli, BİT’lerle etkinleştirilmiş görevlerde çalışan, eğitim ve öğretime erişebilen, insan kaynakları ve kapasite yönetimine sahip olan insanlar.
6. **Akıllı yaşam:** Çeşitli kültürel tesisler ve iyi kalitedeki konutlarla kültürel olarak canlı bir kentte BİT’le etkinleştirilmiş yaşam tarzları, davranış ve tüketim. Sağlıklı ve güvenli yaşamlar. Yüksek düzeyde sosyal uyum/bağlılık ve sosyal sermaye için bağlantı kurma

(1) Yersizleşme veya yere bağıın azalması (*deteritorialization*)

- Yersizleşme kavramı, bir yere veya mekânla ilişkili toplumlara (aile, mahalle, kent, metropol, bölge ve hatta ülke) bağıın zayıflaması, hatta kaybolması anlamında kullanılmaktadır. Bazıları bu kavramı sınırların olmadığı bir dünyanın yaratılması ve coğrafyanın sonu şeklinde yorumlamaktadır.

(2) Bir yerle yeniden ilişkilene (reterritorialization)

- Yeniden bir yerle ilişkilene kavramı ise; yeni biçimde ve ilişkiler içinde sosyo-mekânsallık ve bir yere bağı kimlik oluşumu anlamındadır. Çoğu kere bu oluşumlar, eskisinin yenilenmesi olmayıp, yeni yapıların ortaya çıkması şeklindedir.

- **Yersizleşme ve bir yerle yeniden ilişkilene süreçleri, kentlerdeki eski yerleşme kalıplarının yerini yenilerinin almasını sağlıyor:**
 - Kentsel bölgeye yayılan kentlerin sınırlarının ve nüfus büyüklüklerinin belirlenmesi imkânsız hale gelmesi
 - Gelişmenin kentsel bölgeye yayılması nedeniyle kent sınırlarının anlamını yitirmesi
 - Sanayi, bazı iş yerleri ve konut alanlarının kent çeperlerine saçılması
 - AVM'lerle perakende ticaretin çevreye yayılması ve merkezin çöküşü
 - Üst ve orta gelir gruplarının, yöre kentlerde yer alması
 - Nitelikli çalışanlar için konut ve konut çevresi üretimi
 - Konut ve sanayi ile birlikte ticaret, diğer bazı tüketim, kültür ve iş hizmetlerinin de yöre kentlere yerleşmesi, yöre kentlerin yaşam kalitesinin yükselmesi

- Kentsel bölgede, kır-kent ayrımının ortadan kalkması ve bu bölgenin tümüyle kentleşme sürecine girmesi.
- Metropoliten merkezin banliyölerinden kırsal alana kadar uzanan bölgedeki yerleşmelerin, telefon, TV, bilgisayar/internet gibi elektronik araçlar ve medya olanaklarıyla birbirlerine bağlanarak ekonomik ve kültürel bütünlük oluşturması.
- Enformasyon teknolojilerinin ilerlemesiyle beraber işyerine gitmeden bilgisayar bağlantısıyla evden çalışma (*tele-working*) eğilimi
-
- Alış-veriş, banka veya vergi, nüfus gibi devlet dairelerinde yapılması gereken işlerin internet üzerinden gerçekleştirilebilmesi
- Bu gelişmelere paralel olarak çalışma amaçlı yolculukların, okul yolculuklarının, alış-veriş ve banka amaçlı yolculukların sayısında gelecekte önemli bir azalma olasılığı.

- Kaplan, D., Wheeler, J.O. ve Holloway, S. (2009). *Urban Geography*. 2nd Edition, Wiley.
- Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK (2013). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2013. Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni, Sayı: 13569 22 Ağustos 2013
- Şat-Sezgin, A.G. (2013). Dünyada ve Türkiye’de E-Ticaret Sektörü. Türkiye İş Bankası, İktisadi Araştırmalar Bölümü Raporu. 11.11.2015 tarihinde https://ekonomi.isbank.com.tr/userfiles/pdf/ar_04_2013.pdf adresinde erişildi.
- Emunicipality (2015). Infographic: Is your city a smart city? The European perspective. 11.11.2015 tarihinde <http://www.emunicipality.com/city-smart-city-european-perspective/> adresinde erişildi.

- Günümüzde kentlerde deneyimlediğiniz/gözlediğiniz teknoloji-kentsel mekan ilişkisini örneklerle (mümkünse farklı büyüklükteki kentler arasında karşılaştırmalar yaparak) ele alan bir metin hazırlayınız.
- Hazırlayacağınız ödevi 7 Aralık 2018 tarihine kadar dersin öğretim üyesine A-4 çıktı olarak teslim ediniz.



Copyright: Feedback Infra

