

Başvuru Tarihi: 31.12.2020
Kabul Tarihi: 19.04.2021

Araştırma Makalesi / Research Article

Yeni Kurumsal Kuram Bağlamında Türkiye'deki Mobil İletişim Şirketlerinin Değişiminin İncelenmesi

Ali Davut ALKAN¹

Öz

Türkiye'de faaliyet gösteren üç mobil iletişim şirketinin tarihsel süreçte yaşadığı değişim ve dönüşüm, mobil iletişim şirketlerinin değişimine neden olan unsurlar ana başlıklar halinde değerlendirilmiştir. Zorlayıcı unsurlar başlığı altında Türkiye'nin beş yıllık kalkınma planları kapsamında mobil iletişim alanındaki gelişmeleri ve geleceğe yönelik öngörülerini ortaya konmuştur. Öykünmecilik unsurlar başlığı altında Türkiye'de ve dünyada mobil iletişim şirketlerinin toplumda görünür olmaya ve meşruiyet kazanmaya çalıştığı alanlara değinilmiş ve sosyal sorumluluk projeleri hakkında bilgi verilmiştir. Normatif unsurlar başlığı altında Türkiye'de mobil iletişim şirketlerinin kontrol ve denetimi süreci hakkında bilgi verilmiştir. Mobil iletişim şirketlerinin çevreyi ve toplumu dönüştürdüğü veya dönüştürme potansiyeli olduğu değerlendirilen alanlar açıklanmaya çalışılmış ve gelecekte yaşanması muhtemel değişimlere değinilmiştir. Mobil iletişim şirketlerinin hem artarak çevreden etkilenmeye devam edecekleri, hem de faaliyet gösterdikleri çevrede ve toplumda köklü değişikliklere yol açabilecek potansiyelini sürdüreceği, yüksek kalitede, az rakıplı bir pazarda, düşük fiyatlı ve kesintisiz hizmet sunsalar bile teknik verimlilik kadar meşruiyet kazanmaktan da vazgeçemeyecekleri değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yeni Kurumsal Kuram, Mobil İletişim Şirketleri, Meşruiyet.*

Examining Change of Mobile Communication Companies in Turkey in the Context of New Institutional Theory

Abstract

Three mobile communication companies which are operating in Turkey in the historical process of change and transformation experienced, the factors causing the change of mobile communication companies are evaluated under main headings. Under the compelling factors heading, Turkey's five-year development plans and developments in the field of mobile communications within the scope of future predictions has been demonstrated. Under the title mimetic elements in Turkey and it has been referred to the area as being visible in the community trying to gain legitimacy in the world of mobile mobile communication companies and in particular given information about the social responsibility projects. Normative elements of the mobile communication companies in Turkey under control and supervision are given information about the process. Areas that are considered to transform or have the potential to transform the environment and society by mobile communication companies are tried to be explained and possible changes in the future are mentioned. It is evaluated that mobile communication companies will continue to be affected by the environment increasingly and that they will continue to have the potential to cause radical changes in the environment and society in which they operate and they will not give up legitimacy as much as technical efficiency even if they offer low-priced and uninterrupted service in a high quality less competitive market.

Keywords: *New Institutional Theory, Mobile Communication Operators, Legitimacy.*

¹ Öğr. Gör., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Özel Güvenlik ve Koruma Programı, alidavutalkan@ohu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9463-8683>

Giriş

Örgütler, çağımızın eşsiz teknolojik imkânlarına sahip olmalarına rağmen faaliyet gösterdikleri alandaki diğer örgütlerle neden benzeşmektedirler? Üstelik pazar olanakları bu kadar genişlemişken örgütlerin bunu yapması nasıl açıklanabilir? Bu benzeşme örgütlerin istekleri dâhilinde mi? yoksa fakında olmadan mı gerçekleşmektedir? Bu değişime örgütleri mecbur bırakan faktörler nelerdir? Bu soruların cevabı, Türkiye'de faaliyet gösteren mobil iletişim şirketleri özelinde, zaman içindeki değişimleri yeni kurumsal kuram bağlamında incelenerek açıklanmaya çalışılacaktır.

Türkiye'deki mobil iletişim şirketlerinin zaman içinde çevrelerine uyumu ve bu uyuma sebep olan unsurlar ana başlıklar halinde incelenerek geleceğe yönelik bir öngörü de oluşturulabilecektir. Araştırmanın amacı, Türkiye'de 2020 yılı itibariyle faaliyet gösteren üç mobil iletişim şirketinin zaman içinde çevreye bağlı olarak yaşadığı dönüşümü ve mobil iletişim şirketlerinin toplumda neden olduğu değişimleri açıklamaktır.

Kurumsal çevrenin mobil iletişim şirketleri üzerindeki etkileri, zorlayıcı, normatif ve öykünmecî unsurlar başlıkları altında incelenmiştir. Her başlık altında ilgili başlık kapsamına giren önemli konular belirtilmiştir. Zorlayıcı unsurlar başlığı altında Türkiye'de kamunun gelecek faaliyetlerini planlaması ve öngörülerini içermesi bakımından önemli olan beş yıllık kalkınma planları da incelemeye dâhil edilmiştir. Mobil iletişim şirketlerinin çevreye ve topluma etkileri başlığı altında, söz konusu şirketlerin hizmetlerindeki kalite artışı, fiyat düşüşü, iletişim hızının artışı vb. unsurların ortaya çıkardığı değişimler açıklanmaya çalışılacaktır.

1. Yeni Kurumsal Kuram ve Kurumsallaşma

Bilimsel yönetim yaklaşımından günümüze, örgütlerde uygulanan yönetim teknik ve yaklaşımları ile bunların örgütlere ele alma şekilleri çok süratli bir değişim göstermiş, birbirlerini takiben popüler hale gelen uygulamaların takip edilmesi dahi zorlaşmıştır (Erel, 2002: 235). Perrow (1986: 164-166)'a göre eski kurumsal kuram, örgütlerin analizine üç noktada önemli katkı sağlamaktadır. Bu üç nokta; örgütleri bütüncül bir bakışla ele alması, örgütlerin sadece bir araç değil başlı başına bir varlık olarak değerlendirilmesine yönelik düşünceleri geliştirmesi, örgütsel yapı ve süreçlerin oluşumunda çevresel koşullara uyumun önemine vurgu yapmasıdır (Özen, 2020: 251). Yeni kurumsal kuram ise 1960 ve 1970'lerde etkili olan davranışsal yaklaşıma tepki olarak doğmuştur. Yeni kurumsalcılık şemsiyesi altında yer alan; rasyonel tercih, sosyolojik, tarihsel ve söylemsel kurumsalcılık

yaklaşımlarının tamamı, kurumların politik ve sosyal neticeler üzerindeki etkisini açıklamaya çalışmaktadır (Dibo, 2019: 29).

Yeni kurumsal kuramı diğer disiplinlerdeki kurumsal yaklaşımlardan ayıran özellikler;

- a. Sektör, ulus ve uluslararası düzeyde örgüt yapısı ve süreçlerini incelemesi,
- b. Kurumları bireysel tercihlerden bağımsız, tarihi ve kültürel bağlama yerleşik kolektif çıktılar olarak ele alması ve ussal seçim dâhil insan davranışlarını meşru eylemi şekillendiren bu kurumların bir yansıması olarak tanımlaması,
- c. Kurumsallaşmış düzenlemelerin seçenekleri sınırlaması nedeniyle sürekliliğinin söz konusu olduğunu ancak makro düzeydeki değişimlere tepki olarak dramatik bir biçimde değişebileceğini kabul etmesidir (Özen, 2020: 285).

Özen (2020: 240-241) yeni kurumsal kuramın temel tezini, örgütlerin yapısal ve süreç içindeki özelliklerinin, örgütlerin içinde bulunduğu kurumsal çevreye uyumları neticesinde şekillenmesi olarak tanımlamıştır. Bu kapsamda, örgütlerin yaşamlarını idame ettirebilmeleri için sadece teknik anlamda verimlilikleri yeterli olmamakta, hayatını sürdürdüğü çevredeki kurumlara uyum göstererek kendi konumlarını meşru hale getirmeleri gerekmektedir. Kazanılan meşruiyetin kaybedilmesi ise başka bir boyutu oluşturmaktadır. Çözülme, kurumsallaşmış bir örgütsel uygulamanın meşruiyetinin aşınması veya kesintiye uğraması olarak tanımlanabilir. Örgütlerde ve örgütsel alanlarda çözülme, işlevsel, politik, ya da sosyal baskılar olduğu durumlarda, kurumsal hale gelmiş olan örgüt uygulamalarının meşruiyeti aşınmaktadır (Çakar ve Danışman, 2017: 273). Yeni kurumsal kuram, işletmelerin çevrelerinden neden ve nasıl etkilendiklerini açıklamaya çalışan, işletmenin pazarlarında işletmeye farklı baskılar uygulayan kurumları ele alan bir örgütsel yaklaşımdır (Apaydın, 2009: 19).

Örgütsel olguların sadece ekonomik değil özünde sosyolojik özellikler barındırdığını, örgüt davranışlarında yaşadığı kurumsal çevrenin şekillendirici bir rol oynadığını ve belki de en önemlisi örgütsel yaşamda meşruluk kavramına dikkat çekmiştir (Yıldırım, 2018: 99). Kurumsal alanda toplumsal olarak inşa edilen normlar, inanışlar ve kaideler, aynı örgütsel alanda faaliyet gösteren örgütlerin çeşitli seviyelerde anlayış ve etkilerini de kapsayan çekişmeler ve bazı durumlarda devlet müdahalesi hep beraber varlığını idame ettirmektedir (Çakar ve Danışman, 2017: 279).

Yıldırım (2018: 99), yeni kurumsal kuram çerçevesinde çevreyi, örgütleri verimli ve etkin bir faaliyet göstermeye yönlendiren teknik ve ekonomik bir çevre olarak değil, örgütün kendini meşrulaştırması gereken kurumsal bir çevre özelliğinde bir çevre olarak tanımlamıştır. Çobanoğlu (2015: 10), örgütler üzerinde etkili olan kurumların örgütleri eş biçimli yapılar haline dönüştürdüğünü ve böylelikle örgütlerin meşruiyetlerini sağlamak için söz konusu kurumları kabul ederek kurumsallaştıklarını, kurumsallaşamayan örgütlerin yaşamlarını sürdürdüğü çevreye uyum sağlayamamalarının örgütlerin sonu anlamına geldiğini vurgulamaktadır. İşletmeler, rekabette üstün konumda olmak, çevrelerinde yaşanan değişim ve gelişime daha duyarlı hale gelmek, geleceğe yönelik hedeflerini gerçekleştirebilmek ve belki de en önemlisi hayatlarını idame ettirebilmek maksadıyla, çatısı altında faaliyetlerini sürdürdükleri kurumsal çevre kaynaklı baskıları dikkate alarak karar vermek durumundadır (Sesliokuyucu, 2012: 75). Saylam ve Lelebici (2017: 102-103), kurumların değişiminde, oluşumunda, varlıklarını devam ettirmede ve meşruluklarını kaybetmelerinde yeni kurumsal kuramda aktör konumunda olan örgütlerin tek başına belirleyici olarak kabul edilmesinin yanlış olduğuna değinmektedir.

Yeni kurumsal kuram, sosyolojik bir yaklaşım özelliği taşımaktadır. Kurum; toplumda organize olmuş, yerleşik hale gelmiş, kabul görmüş, kuralları belirlenmiş sosyal ilişkiler düzeni ve topluluğunu tanımlamaktadır. Kurumlaşma, bir bakıma nispi bir özelliktir. Kurumlaşma yaklaşımı, belirli bir çevrede faaliyet yürütmekte olan organizasyonların yapıları ve işleyiş özellikleri ile içinde faaliyet gösterdikleri çevrenin özellikleri arasında zaman içinde bir paralellik ve benzeşme olacağını varsaymaktadır, Kurumlaşma olayının dış çevre ile bu kadar yakın ilişki içinde olması nedeniyle, kurumlaşma yaklaşımı ile ekoloji yaklaşımı arasındaki sınır kaybolmaya yüz tutmaktadır. İşletmecilikte kurumsallaşma, işletmelerde sistem oluşturmakla başlamaktadır (Koçel, 2014: 421-422). Özen (2020: 250)'e göre kurumsallaşmanın en anlamlı tarafı, örgütsel yapı ve faaliyetlerin, verimlilik kaygısı temelli teknik gerekliliklerin ötesinde bir değer kazanmasına yaptığı katkıdır. Kurumsallaşmaya giden yolu açan kurumsal anlayış, bu anlayışın kurumsal girişimcilere sağladığı imkân ve kurumsal girişimcinin kurumsal mantıkla uyumlu kişisel eğilimleri birbirleriyle etkileşime girerek, hem kurumsal mantığın yaşam süresini uzatmakta hem de kurumsallaşma sürecinin özgün bir biçim kazanmasına sebep olmaktadır (Tayşir, 2014: 70). Kurumsal kurama göre kurumsallaşma, genel olarak belirli bir alanda bir örgütün nasıl olması gerektiği ile ilgili alışılmış uygulama ve düşüncelerin yaygınlaşmasıdır. Böylelikle, genel kabul görmüş (alışılmış) uygulamaların hayata geçirilmesi örgütlerde yaygınlaşmakta

ve örgütler birbirlerine benzer şekiller olarak eş biçimli hale gelmektedirler (Çakar ve Danışman, 2017: 270).

Kurumsal kuramla ilgili uygulamalı çalışmalar kurumları açıklamak için izledikleri yaklaşımlara göre sınıflandırılmaktadır. Bunlar varyans (farklılık) ve süreç yaklaşımlarıdır. Varyans (farklılık) yaklaşımı izlenen çalışmalar, temelde gözlenen örgütsel olgunun nedenlerine odaklanmaktadır. Süreç yaklaşımının izlendiği çalışmalarda ise söz konusu etkinin nasıl oluştuğuna odaklanılmaktadır. Varyans çalışmaları, genellikle bağımlı değişken olarak ele aldığı örgütler üzerinde, bağımsız değişken olarak ele aldıkları kurumların etkilerini nedensellik ilişkisi kurarak ve zaman etkisinden bağımsız şekilde incelemektedir. Süreç çalışmaları ise bu etkinin oluşum sürecini zaman boyutunda incelemektedir (Özen, 2020: 298).

Yeni kurumsal kuram alanındaki temel çalışma olarak kabul gören, Meyer ve Rowan'ın 1977 tarihli "Kurumsallaşmış Örgütler: Efsane ve Tören Olarak Biçimsel Yapı" isimli çalışmasının temel amacı, o dönemde hâkim konumda bulunan koşul bağımlılık yaklaşımının, örgütsel yapının yapılan işin yöntem ve teknolojisine bağlı olduğu şeklindeki varsayımını sınamaktır (Özen, 2020: 253). Yeni kurumsalcılık yaklaşımı, formel örgütsel yapıların sadece teknik gereksinimleri ve kaynak bağımlılığını yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda rasyonel mitler, eğitim sistemi ve meslekler yoluyla meşru hale getirilen bilgi, kamuoyu algısı ve hukuk gibi etmenleri de içeren kurumsal güçler tarafından şekillendirildiğini öne sürmektedir (Fidan, 2017: 4). Özen (2020: 244)'e göre kurumsalcı yaklaşım, insanların iktisadi, siyasi veya sosyal davranışlarını şekillendiren ve toplumsal düzenin sağlanmasına katkı sağlayan aygıtları görünür hale getirmektedir.

Yeni kurumsal kuram; "Örgütler neden birbirlerine bu kadar çok benzer?" sorusunun cevabını bulmaya odaklanmıştır. Kuram, örgütlerin ekonomik verimliliklerini azami seviyeye çıkarmak yerine, geniş kurumsal çevrede egemen olan uygulama ve yönelimleri benimseme eğilimi içinde olduklarını vurgulamaktadır (Keskin vd., 2016: 317). Yeni kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramının üzerinde durduğu örgütsel değişimlerin gerçekleşebilmesi için, hem yenilikçilik hem de uyumun sağlanmasında örgütlerin ilk harekete geçme aşamalarında mevcut kurumlardan istifade ettiklerini vurgulamaktadır (Meydan, 2017: 198). Yeni kurumsal kuramın örgüt açısından ele aldığı boyut, müşterek bir kurumsal çevreyi paylaşan örgütleri aktör kabul eden makro düzeyde bir örgütsel alandır ve örgütlerin neden bu kadar çok birbirlerine benzediklerine cevap aramaktadır (Yıldırım,

2018: 99). Özcan (2011: 321), kurumsal çevrenin, son elli yılda küreselleşme ve teknolojideki gelişme gibi iletişim ve etkileşimi artıran süreçlerin tüm dünyayı kapsayan bir çevre kavramı oluşturduğunu ve çevre genişledikçe, uluslararası örgüt ve aktör sayısı çoğaldıkça, kurumların bu geniş rasyonel çevre tarafından belirlendiğini belirtmiştir. Bilhassa küreselleşmeyle beraber sınırların ortadan kalkmasının, uluslararası kurumsal aktörleri müşterek rasyonel eylemin belirleyicisi haline getirdiğine değinmiştir.

Bireyler ve örgütler, çoklu kurumsal mantıklar arasındaki çelişkileri kullanarak toplumdaki kurumsal ilişkileri dönüştürebilmektedirler (Özen, 2020: 289). Meydan (2011: 25) yeni kurumsal kuram kapsamında örgütlerin birbirleri ile etkileşimleri neticesinde örgütsel alanda hâkim bir şekil ve kurumsal eş biçim ortaya çıktığını öne sürmektedir. Örgütsel alan, örgüt içindeki aktörlerin bünyesinde faaliyetlerini sürdürdüğü ortak bağlam özelliklerine ve birbirleriyle olan ilişkilerinin özelliklerine yönelik müşterek bir bilinç ortaya koymaları sonucu meydana gelen bir yapılanma süreci ile yani uygulamaya dayalı bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Erçek, 2004: 132).

Örgütler, faaliyetlerini yürüttükleri geniş kurumsal çevrede yaşamını sürdüren diğer örgütlerin uygulama ve teşkilatlanma biçimleri ile zaman içinde benzerlik göstermeye başlarlar ve bu yapıları benimserler. Bu benzeşme durumu kurumsal eş biçimlilik olarak isimlendirilmektedir (Keskin vd., 2016: 317). Öztürk vd. (2019: 47), kurumsal eş biçimlilikte örgütlerin benzeşmelerinde etkili olan unsurlardan birinin belirsizlikten kaçınmak için farklı alanlarda faaliyet gösteren örgütler arasında bile kurumsallaşmış ve başarılı örgütlerin uygulamalarının kullanılması olduğunu ve söz konusu uygulamayı kullanan örgütlerin de örgütsel çevreyle ilişkilerine bağlı olarak değişim gösterdiğini belirtmiştir. Belirsizlik ortamının bilhassa enerji, bankacılık, sağlık gibi farklı faaliyet alanlarındaki örgütleri şekillendirdiğine değinmiştir. Teknolojideki hızlı gelişim aynı zamanda dünyadaki konjonktürel yapıları ve buna bağlı olarak kurumsal çevreleri de hızla değiştirmekte ve dönüştürmektedir (Akkuzu, 2008: 119).

Bu noktada örgütlerin aynı kurumsal çevrede faaliyet gösterdikleri diğer örgütler tarafından örnek alınması özelliği sebebiyle örgütleri tamamen edilgenlikten çıkararak yaşamını sürdürdüğü kurumsal çevreyi değiştirmeye muktedir aktörler olarak tanımlamıştır. Keskin vd., (2016: 319), örgütlerin çevreleri üzerindeki bu etkisini kurumsal girişimcilik olarak isimlendirmiştir. Özen (2020: 241), örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için yalnız teknik manada verimli olmalarının yeterli olmayacağını, çevrelerindeki kurumlara uyum sağlamak suretiyle örgütlerin meşruiyet kazanmaları gerektiğini vurgulamıştır.

Örgütün bir parçasının kurumsal hale gelmesinin diğer parçaları da meşrulaştırmasına meşruiyetin bulaşıcılığı denilmektedir (Özen, 2020: 277). Keskin vd., (2016: 317), örgütsel yapı ve süreçlerin, etkinlik, verimlilik veya performans gibi örgütsel çıktıları merkeze alarak değil, içinde yaşamını sürdürdüğü kurumsal çevrede kendiliklerinden anlam kazanıp kalıcılık edindiklerini ileri sürmektedir.

Yeni kurumsal kuram, örgütsel düzenleme ve uygulamaların kurumsal çevre ile uyumu sürecini kurumsal eş biçimlilik ile açıklamaktadır (Öztürk vd., 2019: 47). Başka bir deyişle, örgütlerin çevreye meşru görünmeyi, verimlilik ve kârlılığın önüne koyması sonucu birbirlerine benzemelerine kurumsal eş biçimlilik denilmektedir. Eş biçimlilik olarak da adlandırılan bu benzeşmenin temelinde örgütlerin meşruiyet kazanarak varlıklarını daha uzun süre sürdürme istekleri bulunmaktadır. Bolat ve Aytemiz Seymen (2006: 248-249), kurumsal çevrenin, örgütlerin yapı ve işleyişini biçimlendiren ve kendisine benzeten bir perspektif sunduğunu, örgütlerin de bu perspektife bağlı kalarak kurumsal çevrenin kendilerine verebileceği meşruluğu elde etmeye çalıştığını belirtmiştir. Burada bahsi geçen meşruluk, kurumsal çevreyi oluşturan bileşenlerden değer ve kabul görme, destek ve olumlu bir imaj elde etme şeklinde özetlenmiştir.

Kurumsallaşmanın muhtemelen en anlamlı tarafı, örgütsel yapı ve faaliyetlerin teknik şartların ötesinde değer kazanmasıdır (Özen, 2020: 250). Yeni kurumsalcılık yaklaşımı, kurumsal eş biçimlilik kavramına ortaya koyarak, örgütlerin taklit ederek, zorla ve normatif baskıların dayatması yollarından biriyle gittikçe birbirlerine daha çok benzemeye başladıklarını öne sürmüştür (DiMaggio ve Powell, 1983: 150-154). Günümüzde dünyanın çeşitli bölgelerindeki pek çok işletme, küresel düzeyde başarıyı yakalamış Amerikan ve Japon işletmelerinin model, yapı ve uygulamalarını kendi çatıları altında uygulamaya koymaya çalışmaktadır (Çakar ve Danışman, 2017: 273). Saylam (2016: 10), yeni kurumsal kuramın örgütlerin meşruiyetinde bilişsel, normatif, sosyal ve politik unsurları öne aldığını, ancak özellikle bilişsel sürece vurgu yaptığını dikkat çekmiştir.

2. Yöntem

Çalışma nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Nitel araştırma sosyal ya da beşeri bir probleme, bireylerin veya grupların atfettiği anlamları keşfetme ve anlamaya yönelik bir yaklaşımdır. Araştırma süreci; soruların ve işlem basamaklarının geliştirilmesi, genellikle katılımcıların kendi ortamlarından veri toplanması, özel durumlardan genel

temalara ulaşılarak tümevarımsal veri analizi yapılması ve araştırmacının verilerin anlamını yorumlama aşamalarını kapsamaktadır (Creswell, 2017: 4).

Çalışma nitel araştırma desenlerinden durum çalışması desenine uygun olarak tasarlanmıştır. Durum çalışmaları, özellikle değerlendirme süreçleri gibi birçok alanda kullanılan, araştırmacının bir durumu, sıklıkla bir programı, olayı, eylemi, süreci derinlemesine analiz ettiği bir araştırma desenidir (Creswell, 2017: 4).

Çalışma kapsamında Türkiye’de faaliyet gösteren mobil iletişim şirketlerinin faaliyetleri ilgili şirketlerin web adreslerinden ve diğer internet kaynaklarından toplanarak sınıflandırılmış ve yeni kurumsal kuram bağlamında ilgili unsur (zorlayıcı, öykünmecî ve normatif) kapsamında değerlendirilmiştir.

3. Türkiye’deki Mobil İletişim Şirketlerinin Faaliyetlerinin İncelenmesi

Daha önce değinildiği gibi, örgütlerin kurumsal çevreye ve yapıya uygunluklarını veya başka bir deyişle meşruiyetlerini belirleyen faktörler; müşteriler, tedarikçiler, rakipler ile sosyal, ekonomik ve politik unsurlar son olarak teknoloji bileşenleridir. Söz konusu bileşenlerin birbirleriyle ve örgütle olan etkileşimleri değişiklikler göstermektedir (Öztürk vd., 2019: 47). Gittikçe artış gösteren teknolojik gelişmeler, zaman içerisinde toplumların yeni ihtiyaçlarını karşılayabilecek imkânlar sunarak, toplum için geçmişte düşünülmeyen ve gündeme gelmemiş ihtiyaçları kullanıma sunma potansiyeli taşımaktadır (Akkuzu, 2008: 120). Bu ihtiyaçlardan biri de yaklaşık son 30 yıllık dönemde dünyada kullanılan mobil iletişim hizmetleridir. Türkiye’de mobil iletişim, 1994 yılı Şubat ayında Turkcell’in hizmete girmesiyle başlamıştır. Turkcell, 27 Nisan 1998 tarihinde T.C. Ulaştırma Bakanlığı ile 25 yıllık GSM lisans anlaşması imzalamıştır (Turkcell, agis, 2020).

Örnek bir çalışma olarak Leblebici vd. (1991: 360), Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde radyoculuk sektörünün kurumsal değişimini ele aldıkları çalışmalarında, örgütsel alandaki kurumsal hale gelmiş uygulamaların değişebilmesi için dışarıdan gelen bir etkiye gerek olmadığını, örgütsel alanın sahip olduğu özellikler marifetiyle bu uygulamaların değişebileceğini ve böylece çevrenin tek başına belirleyici olmayabileceğini öne sürmüşlerdir. Yeni kurumsal kuramın doğuşunda var olan kurumsal anlayış ikiliği (kurum olarak çevre ve kurum olarak örgüt yaklaşımları), kurama kendi kendini eleştirme ve geliştirme olanağı sağlamış görünmektedir (Özen, 2020: 270). Zucker (1987: 445), kurum olarak çevre ve kurum olarak örgüt yaklaşımlarının, kurumun motifine, kaynağına, mevkiine, çıktıklarına göre farklılaştığını belirtmiştir. Kurum olarak çevrenin, teknik

çevreden ayırma ve etkisizliğe yol açarken kurum olarak örgütün, istikrar ve alternatifler arasında etkin olanın seçimine katkı sağlayacağına değinmiştir.

Arslan (2019: 31), yeni kurumsal kuramı, kurumların nasıl oluştuğu ve değiştiğini göz ardı ederek, örgütsel eş biçimliliği ve meşruiyeti merkeze oturtmasının eleştirmiştir. Ancak Fidan (2017: 12), yeni kurumsal kuramın, kurumların ortaya çıkışına ve örgütsel dinamiklere dair geleneksel yaklaşımların yetersiz kaldığı alanlara ışık tuttuğunu iddia etmiştir. Yorozu (2017: 181), geleceğe yönelik bakış açısının eksikliğinin, yeni kurumsal kuramın zayıf taraflarında biri olduğuna dikkat çekmiştir.

Araştırmanın ilerleyen bölümlerinde sırasıyla, öncelikle mobil iletişim şirketlerinin çevreden etkilenme durumları bazı örneklerle açıklanmaya çalışılacak, sonrasında mobil iletişim şirketlerinin çevreyi hangi alanlarda ve ölçüde değiştirme yeteneği olduğu üzerine kanıtlarıyla bazı örnekler verilecektir.

3.1. Kurumsal Çevrenin Mobil İletişim Şirketlerine Etkileri

Günümüzde, örgütlerin yapısal değişimlerinde rekabet ve verimlilik ihtiyacı gittikçe daha da azalan oranda değişimin başlatıcısı olmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1983: 147). Kurumsal değişim, içsel ve dışsal şartlara, dıştan gelen şoklara ve kurumsal anlayışa bağlı olarak gerçekleşebilmektedir. Kurumsallaşmadaki genel çevredeki değişim ve gelişim, örgüt üzerinde, devletin düzenlediği yasalarla siyasi açıdan veya pazar ve teknoloji şartlarındaki değişim açılarından gerçekleşebilir (Çakar ve Danışman, 2017: 269, 274).

Meydan (2011: 34), örgütlerin içinde faaliyet gösterdikleri kurumsal çevre, ülke, sektör ya da kültürün, örgütün ihtiyaçlarını değiştirebileceği ve bu sebeple de örgütlerin ittifaklara girme nedenlerinin farklılaşabileceğini öne sürmektedir.

3.1.1. Zorlayıcı Unsurlar

Modern örgütlerde yer alan pek çok konum, politika, program ve prosedür, toplum nezdindeki önemli kesimlerin görüşleri, eğitim yoluyla meşrulaştırılan bilgiler, kamuoyu ve yasalar tarafından pekiştirilmektedir (Özen, 2020: 255). DiMaggio ve Powell (1983: 158) politikacıların, çoğulculuk anlayışıyla programlarını belirlerken, bir bütün olarak örgütsel alanların yapısına etki etmesine dikkat etmelerini, kolay yoldan sadece bireysel örgütlere yönelik programlar oluşturmaktan kaçınmaları gerektiğini vurgulamaktadır.

Zorlayıcı unsurlar, genelde devlet gibi örgütsel alanın üzerinde bulunan kurumlardan gelen şekillendirici etkiler, normatif unsurlar daha ziyade meslek grupları ve meslek odaları

mesleki birleşim yapılarından gelen etkileri içermektedir. Kıyık Kıcırcı ve Tonus (2020: 205), devlet tekelindeki karar ve uygulamaların, yasalar ve denetleyici/düzenleyici kurumlar üzerinde, kurumsal değişim ve eş biçimlilik açısından etkili olduğunu belirtmiştir.

Tayşir (2014: 70), makro kurumsal teori kapsamında, alt seviyelerde örgütsel yapıların biçimlenmesinde, örgütün faaliyet yürüttüğü ülkenin devlet, finansal sistem, eğitim ve öğretim sistemi gibi ana müesseselerinin önemli rolüne vurgu yapmıştır. Ayrıca, kurumsallaşma sürecinde kurumsal girişimcilere uygun çevresel uygunluğu sağlayan ilk şartın, makro kurumsal çevrede ülkeye özgü şartlar olduğuna değinilmiştir.

Bu kapsamda Türkiye'de zorlayıcı eş biçimliliğe örnek olaylar;

- a. COVID-19 salgın dönemine başlatılan Biz Bize Yeteriz Türkiyem başış kampanyası kapsamında bütün mobil iletişim operatörleri kendi şebekelerinde 8119 numarasına müşterilerinden gönderilen her mesaj karşılığında 10 TL mahsup ederek kampanyaya aktarmıştır. Turkcell Teknoloji Araştırma ve Geliştirme A.Ş. 43.775.240 ₺, Türk Telekomünikasyon A.Ş. 40.000.000 ₺, Vodafone Dağıtım Servis ve İçerik 10.000.000 ₺, TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş. 8.945.380 ₺, Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. 5.232.290 ₺ tutarında söz konusu kampanyaya başışta bulunmuştur (Biz Bize Yeteriz Türkiyem, agis, 2020).
- b. Doğal afet olaylarında, afet yaşanan bölgede yaşayan halkın kullanımına, hükümetin önerisiyle ücretsiz bir miktar konuşma süresi ve internet kullanımı ücretsiz olarak tahsis edilmektedir.
- c. COVID-19 salgını sürecinde, Milli Eğitim Bakanlığı Eğitim Bilişim Ağı (EBA) platformunda, YÖK tarafından da üniversitelerin uzaktan eğitim platformlarında kullanılmak üzere bütün öğrencilere, bütün mobil iletişim şirketleri tarafından bir defaya mahsus 6 GB internet kullanım hakkı ücretsiz olarak tahsis edilmiştir.

Zorlayıcı unsurlar daha önce de belirtildiği gibi yasalar ve yasa koyucular tarafından belirlenen esaslara bağlı olarak kurumsallaşmanın gerçekleşmesi şeklinde tanımlanabilir. Bu noktada, Türkiye'de beş yıllık kalkınma planları ile mobil iletişim sektörüne yönelik yapılan ve yapılması planlanan hukuki düzenlemeler bir çerçeve oluşturabilecektir. Beş yıllık kalkınma planları aynı zamanda mobil iletişim sektörüne yönelik en doğru veri ve istatistikleri içermesi bakımından da önemli bir kaynaktır.

İnternet servis sağlayıcı firmalar aracılığı ile oldukça zahmetsiz ve süratli tesis edilen bireysel ve kurumsal internet aboneliklerinin yaygınlaşması, söz konusu internet

bağlantılarının Wireless Fidelity (Wi-Fi) ile kablosuz olarak dağıtımı, kablosuz olarak internete erişimi, mobil iletişim şirketlerinin tekelden çıkarılmış ve toplumun tamamına yakınının internete erişmesine imkân sağlamıştır. Böylelikle, internet içermeyen ve sadece mobil iletişim amacıyla arama yapma içerikli paketler, müşterilere yeterli gelecek bir hal almıştır. Kaldı ki sadece Wi-Fi internet erişimi ve mobil bir cihazla anlık mesajlaşma uygulamaları kullanılarak, aradığımız kişide de internet bağlantısı olması koşuluyla sesli ve görüntülü görüşme yapılabilir hale gelmiştir. Bu durum, mobil iletişim şirketlerini fiyatlarında indirim yapmaya zorlamıştır.

Türkiye'deki mobil iletişim şirketlerinin durumu, beşer yıllık periyotlarla değerlendirilmiştir. Bu kapsamda 1990 yılından başlayarak kalkınma planları bazında bir değerlendirme yapılacaktır. Aşağıda, 1990 yılından itibaren, Türkiye'nin beş yıllık kalkınma planlarında mobil iletişim sektörüne yönelik öne çıkan düzenleme ve öngörüler sunulmuştur. Söz konusu hususları genel bir değerlendirme ile maddeler halinde sunmak gerekirse;

- a. Türkiye'de devlet eliyle mobil iletişim sektöründe rekabete dayalı ve hizmet kalitesini en üstte tutmaya yönelik adımların atıldığı her beş yıllık kalkınma planında görülmektedir.
- b. Özellikle Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (1996-2000) yer alan, mobil iletişim devlet tekeline olması durumunun sonlandırılarak, özel şirketlerin katılımıyla sektörün serbestleşmesi oldukça önemlidir.
- c. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (2001-2005), mobil iletişim şirketlerinin Avrupa Birliği standartlarına uyumunun öngörülmesi, Türkiye'de mobil iletişimin dünya standartlarını yakalamasına imkân sağlaması bakımından önemlidir. Anılan dönemde Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyeliği başta olmak üzere yoğun bir etkileşim içinde olduğu bir dönemdir.
- d. 2007-2013 yıllarını kapsayan Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planında, Türkiye'de ilk defa mobil iletişim abone sayısının sabit telefon abone sayısını geçtiği belirtilmiştir. Ayrıca bu dönemde, numara taşıma ile ilgili mevzuat düzenlenerek rekabeti artıracak ve müşterilerin tercih değişimi kolaylaştırılmıştır. Bu dönemden beri Türkiye'de üç mobil iletişim şirketi faaliyet göstermektedir. Mobil iletişim abone sayısının istikrarlı bir şekilde devam ettiği belirtilmiştir.

- e. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planında (2014-2018), 3G teknolojisine vurgu yapılmış ve söz konusu teknolojinin yaygınlaşmasıyla ilgili çalışmaların hızlandırılmasının önemi vurgulanmıştır.
- f. On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (2019-2023), 5G mobil iletişim teknolojisinin gelişim hızını yakalamak ve bu teknolojinin kullanımını yaygınlaştırmak için alınması gereken önlemlere değinilmiştir. Ayrıca mobil iletişim abone sayısının 2023 yılında neredeyse %100 seviyesine ulaşacağı öngörülmüştür. Planda dikkat çeken bir diğer nokta da 16-74 arası kadın kullanıcıların mobil internete erişim oranı 2018 yılında %65 seviyesindeyken bu oranın 2023 yılında %90 seviyesine ulaşacağını öngörülmesidir.

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)

1990-1994 yıllarını kapsayan ve 1989 yılında hazırlanan Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planının 707. ve 708. maddelerinde, haberleşme alanındaki yeni teknolojilerin sağladığı hizmetlerin yaygınlaştırılması ve uydu teknolojisindeki gelişmelerin yakından takip edilerek, haberleşme hizmetlerinin her alanında uydu teknolojisinden istifade edebilme imkânlarının araştırılması öngörülmüştür (Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı: 277). Bu plan kapsamında özel olarak mobil iletişim şirketlerine değinilmemiş, genel olarak uydu teknolojisindeki yeniliklere ayak uydurmak için gerekli altyapı ve hazırlıklara değinilmiştir. Zaten Türkiye'nin ilk mobil iletişim şirketi Turkcell 1994 yılında faaliyete geçmiştir.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)

1996-2000 yıllarını kapsayan ve 1995 yılında hazırlanan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında, telekomünikasyon alanında devlet tekelinin devam ettiği vurgulanmıştır. Aynı planda, telekomünikasyon sektörünün serbestleştirilmesi ve kısmen özelleştirilmesi de öngörülmüştür. Telekomünikasyon hizmetlerinde devlet tekelinin kaldırılarak serbest rekabet ortamını sağlamak amacıyla yasal düzenlemeler yapılması planlanmıştır. 1989 yılında 15.606 olan mobil telefon abone sayısı, 1994 yılında 172.800'e ve 1995 yılında 260.000'e ulaşmıştır. 2000 yılında ulaşılacağı tahmin edilen mobil telefon abone sayısı 1.120.000 olarak öngörülmüştür (Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: 152-154). Bu planda serbest rekabet ortamının oluşturulmasına yönelik düzenlemeler yapılmasının planlanması önemli bir gelişmedir. Bu tarihe kadar devlet tekelinde olan mobil iletişim piyasasının, özel şirketlerin de katılımıyla daha rekabetçi bir hal alması planlanmıştır. Bu

kapsamda temel yeteneği mobil iletişim teknolojileri olan işletmelerin Türkiye’de faaliyet göstermesinin, kurulmasının önü açılmıştır.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)

2001-2005 yıllarını kapsayan ve 2000 yılında hazırlanan Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planınının 1232. maddesinde, planın hazırlandığı 2000 yılının sonuna kadar mobil telefon abone sayısının 12 milyon rakamına ve yoğunluğun %17 düzeyine ulaşacağı öngörülmüştür. Aynı planın 1236. maddesinde, Telekomünikasyon Kanunu ile sektörde bağımsız bir düzenleyici otorite kurulması oldukça önemlidir. Bu yeni yapılanma kapsamında, Ulaştırma Bakanlığı genel politika ve lisans verme görevini üstlenirken düzenleyici otorite, verilen lisanslar ve sunulan bütün telekomünikasyon hizmetlerine yönelik teknik, idari ve mali işlemlerin yanı sıra denetim görevini de ifa edecektir. 1237. maddede, mobil telefon pazarında, 2000 yılı içinde 2 yeni lisans verildiği ve bu yolla rekabet ve hizmet kalitesinin artırılması hedeflendiği belirtilmiştir. Aynı raporun 1249. maddesinde, telekomünikasyon pazarının 2003 yılı sonunda tam rekabete açılacağı ve Türk Telekomünikasyon A.Ş.’nin Pazar koşullarında rekabet edebilmesi için bu tarihe kadar kamunun sahibi olduğu hisselerin azaltılması yönünde çalışmalar yapılması öngörülmüştür.

1251. maddede, tüketici taleplerinin mobil telekomünikasyon hizmetlerine kayması sonucu pazarda hızlı bir değişim ve gelişim yaşandığı ve maliyetlerin de düştüğü dikkate alınarak mobil telekomünikasyon hizmetlerine talebin giderek artacağı ve yakın gelecekte internet erişimi ve elektronik ticaret uygulamaları başta olmak üzere hemen tüm telekomünikasyon hizmetlerinin mobil sistemler üzerinden yürütüleceği ve mobil telekomünikasyon altyapısının artacağı öngörülmüştür. 1262. maddede, 2005 yılı sonu itibarıyla mobil telefon abone sayısının 30,5 milyona, abone yoğunluğunun ise %44 düzeyine ulaşacağı öngörülmüştür. 1268. maddede, telekomünikasyon alanında Avrupa Birliği’ne uyum kapsamında gerekli hukuki düzenlemelerin yapılması planlanmıştır (Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: 128-130).

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013)

2007-2013 yıllarını kapsayan ve 2006 yılında hazırlanan Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planınının 175. maddesinde, mobil telekomünikasyon alanında daha önce faaliyetlerini Türk Telekom A.Ş. ile gelir paylaşımı esasıyla ve 1998 yılından itibaren lisans altında yürüten işletmecilerin, 2002 yılında Telekomünikasyon Kurumu ile imtiyaz sözleşmesi imzaladığı, bunun etkisiyle mobil telefon penetrasyon oranlarında hızlı bir

büyüme kaydedildiği belirtilmiştir. 176. Maddede, Türkiye'de ilk defa sabit telefon abone sayısında düşüş gözlenirken, 2000 yılında %20,5 seviyesinde olan mobil telefon abone yoğunluğunun 2005 yılı sonunda %60,5 seviyesine yükseldiği belirtilmiştir. Bu dönemde mobil telefon piyasasında hali hazırda 3 işletmecinin faaliyet gösterdiği belirtilmiştir (Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı: 30).

Aynı planın 345. maddesinde, mobil telefon abone yoğunluğundaki artışın devam edeceği ve 2013 yılı itibariyle bu yoğunluğun %90 seviyesine ulaşacağı öngörülmüştür (Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı: 60). 489. maddesinde ise, mobil telefon sektöründeki rekabeti artırmak amacıyla numara taşıma vb. düzenlemelerin yapılacağı öngörülmüştür (Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı: 76).

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018)

2014-2018 yıllarını kapsayan ve 2013 yılında hazırlanan Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planının 714. maddesinde, 2009 yılında sunulmaya başlanan 3G mobil internet hizmeti abone sayısının 12,2 milyon rakamını aştığı belirtilmiştir. 718. maddede ise elektronik haberleşme sektörüne ilişkin kanunun 2008 yılında yenilendiği ve sektörde rekabetin geliştirilmesi, düzenlemelerin etkin uygulanması, altyapı ve hizmetlerin hız, kalite ve maliyet açısından iyileştirilmesine yönelik ihtiyacın devam ettiği belirtilmiştir (Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı: 95-96).

On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023)

2019-2023 yıllarını kapsayan ve 2019 yılında hazırlanan On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planının 465. maddesinde, ticari olarak geniş bant altyapılarının ulaştırılmadığı bölgelerde bu hizmetin devlet desteğiyle kurulup işletileceği belirtilmiştir. 466/2 maddesinde ise frekans kaynaklarının, 5G ve ötesi mobil haberleşme teknolojilerine geçiş sürecinde teknolojik gelişmeler ve uluslararası kuruluşların kararları doğrultusunda tahsis edileceği belirtilmiştir. 468.3 maddesinde, 5G ve ötesi teknolojiler için yerli üretim destekleri sağlanacağı ve 5G hizmetlerine yönelik yetkilendirmelerde belirli oranda yerlilik şartı getirileceği öngörülmüştür. 480.2 maddesinde, sayısal bölünmenin azaltılmasına yönelik elektronik haberleşme tarife kampanyalarının ilgili düzenlemeler çerçevesinde destekleneceği belirtilmiştir (On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: 114, 115, 118).

Aynı planda, 2018 yılında %74,5 olan mobil geniş bant abone yoğunluğunun 2023 yılında %100 seviyesine ulaşacağı öngörülmüştür. 16-74 yaş aralığındaki kadınlar içerisindeki internet kullanım oranı 2018 yılında %65,5 düzeyindeyken bu oranın 2023

yılında %90 seviyesine erişmesi beklenmektedir (On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: 118).

Türkiye’de mobil iletişim şirketlerinin gelişen teknolojiye bağlı olarak zorlayıcı eş biçimlilik koşullarını sağlamak zorunda olduğu söylenebilir. Bu çerçevede yasal düzenlemelerle asgari şartlar belirlenmiş ve bu standartlar zamanla yükselmiştir denilebilir.

3.1.2. Öykünmecî Unsurlar

Öykünmecî unsurlar, belirsizlik koşullarında karar verirken örgütlerin başarılı olanları örnek almaları yoluyla kendini gösteren etkileri kapsamaktadır (Erçek, 2004: 132-133). Yıldırım (2018: 99), örgütlerin çevrelerini taklit ederek meşrulaşmaya çalıştıklarını, örgütlerin bir yandan yaşamlarını sürdürdükleri çevre tarafından biçimlendirilirken diğer taraftan da çevreleriyle çeşitli etkileşimleri aracılığıyla mevcut çevreyi yeniden şekillendirerek değiştirdiklerini vurgulamaktadır. Ancak Zucker, kurumsallaşmanın bir süreç olduğunu, dolayısıyla bu süreçte şu veya bu ölçüde kurumsallaşmış sistemlerin, dışsal bir etmen nedeniyle değişmekten ziyade, kendi yapısındaki inşa ve çözülme (entropi etkisi) dengesi içinde bir değişim geçirdiğini vurgulamaktadır (Özen, 2020: 276-277).

Günümüzde dünyanın çeşitli bölgelerindeki pek çok işletme, küresel düzeyde başarıyı yakalamış Amerikan ve Japon işletmelerinin model, yapı ve uygulamalarını kendi çatıları altında uygulamaya koymaya çalışmaktadır (Çakar ve Danışman, 2017: 273). Öykünmecî unsurlar ise belirsizlik koşullarında karar verirken örgütlerin başarılı olanları örnek almaları yoluyla kendini gösteren etkileri kapsamaktadır (Erçek, 2004: 133).

İnternetin mobil iletişim araçlarında kullanılmaya başlamasıyla birlikte anlık ses ve görüntü aktarımı sağlayan programlar kullanılmaya başlanmıştır. Bu programların ilk temsilcilerinde olan Skype başlangıçta mobil cihazlarda kullanım imkânı sunmazken zaman içinde mobil iletişim cihazlarının ve bu cihazlarda kullanılan internet hızının elverişli hale gelmesiyle, söz konusu cihazlarda kullanılacak anlık ses ve görüntü iletme programları yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde bu alanda en çok bilinen ve kullanılan uygulamalardan biri WhatsApp uygulamasıdır. Mobil iletişim şirketleri bu eksikliklerini fark ettikten hemen sonra, kendi operatörlerince sağlanan ve altyapısı kendilerine ait bu uygulamaya benzer çeşitli uygulamalar geliştirmeye başlamışlardır. Ancak söz konusu bu uygulamalar (Turkcell BİP, Vodafone Message+, Türk Telekom LAFF) WhatsApp

uygulamasının mevcut hâkimiyetini sonlandıramamıştır. Oldukça kısıtlı sayıda abone tarafından kullanılan bu uygulamalar, dünyada hızla gelişen anlık mesajlaşma akımının gelişim hızına ayak uydurulamadığı için çok sonra geliştirilmiş, bu nedenle de pazar hâkimiyetini elinde bulunduran uygulamaların çok gerisinde kalmıştır. Bu durum, yeni kurumsal kuram kapsamında örgütlerin yaşadıkları çevrede meşruiyet kazanmak amacıyla gösterdiği çabaların sonucu olarak yaşanan değişime bir örnek teşkil edebilir.

Türkiye'de faaliyet izni bulunan üç mobil iletişim şirketi (Turkcell, Vodafone, Türk Telekom) de müşterilerine ayrıcalıklı hizmetler (çekici, çilingir, lounge, kişiye özel müşteri temsilcisi vb.) içeren özel paketler sunmaktadır. Bu paketler, isimlerinin sonlarına gelen ifadelerle (Turkcell Platinum, Vodafone Red, Türk Telekom Prime) tanımlanmaktadır. İnsanların en temel ihtiyaçlarından biri olan iletişim ihtiyacını karşılamaya yönelik sunulan hizmetler çeşitlendirilmektedir. Bu çeşitlendirmede her şirket bir diğerinin sunduğu hizmetleri yakalamak ve geçmek için çaba sarf etmektedir. Benzer şekilde ekonomik paketlerde de bir mücadele yaşanmaktadır. Her operatör, bir diğerinin sunduğu düşük bütçeli paketlere benzer paketleri topluma sunmakta, tabir yerindeyse taklit etmektedir. Benzer taklit etme durumu gençlere yönelik seçeneklerde de yaşanmaktadır. Gençlerin kullanım alışkanlıklarına yönelik yapılan ve özellikle internet erişim olanağı daha yüksek olan seçenekler gençlerin beğenisine sunulmaktadır. Söz konusu seçeneklerde, genel olarak internete erişim kotası haricinde sosyal medya platformlarında kullanılmak üzere ek kotalar da sunulmaktadır.

Turkcell firmasının GNÇ olarak sınıflandırdığı bu seçenekler, sadece internet ve konuşma süresi içermektedir (Turkcell, agis, 2020). Türk Telekom firması, Selfy adına verdiği gençlere yönelik paket seçeneklerinde internet ve konuşma süresinin yanında SMS kullanım kotası da sunmaktadır (Selfy Türk Telekom, agis, 2020). Vodafone firmasının Freezone olarak isimlendirdiği gençlere yönelik tekliflerinde ise internet, konuşma ve SMS kullanımının yanında, sosyal medyada kullanılacak internet kotasına ek olarak, internet üzerinden oynanan bazı eş zamanlı oyunlarda kullanılmak üzere internet kullanım kotası sunulmaktadır (Vodafone Freezone, agis, 2020).

Mobil iletişim şirketleri, dünyada genellikle ikamesi olmayan bir hizmet sağlamaktadır. Bu kapsamda, ilgili ülkede yetkilendirilen şirketler karşısında başka alternatif bulunmamaktadır. Bu da söz konusu şirketleri sadece teknik verimliliğe ve kazanca odaklanan şirketler haline getirebilmektedir. Rekabette üstünlüğü yakalamak ve potansiyel müşterilerden oluşan toplum nezdinde meşruiyet kazanmak için bahse konu şirketler

kitlelerin beğenisini kazanan ve toplumun kahir ekseriyeti tarafından takip edilen mecralarla reklam anlaşmaları yapmaktadır. Bu mecralara belki de en güzel örnek futbol endüstrisidir. Mobil iletişim şirketleri, Türkiye’de ve dünyada popüler olan spor dallarında sponsorluk anlaşmaları yaparak, halk nezdinde kendilerine duyulan sevgiyi artırmaya, böylelikle meşruiyetlerini sağlamlaştırmaya çalışmaktadırlar.

Her bütçeye göre mobil iletişim seçenekleri sunulması kapsamında servis sağlayıcı şirketlere küçük çaplı bazı firmalar eklenmiştir. Bunlardan ilki, perakende market alanında Türkiye geneline yayılmış marketleri aracılığıyla hizmet çeşitliliğini artırmayı hedefleyen BİM marketler zinciri tarafından sunulan BİMCell seçeneğidir. İkincisi, iletişim alanında tarihi tecrübeye sahip olan PTT’nin, günümüzde mobil iletişim alanında yeni faaliyet göstermeye başlayan PTTCell seçeneğidir. Üçüncü örnek, petrol ürünlerinin nihai tüketiciye satışı alanında yıllardır ülkemizde faaliyet gösteren Petrol Ofisi firması tarafından, Türk Telekom altyapısı kullanılarak seçenekler arasına katılan POCell seçeneğidir. Bütün bu alternatif seçenekler ülkemizde Türk Telekom altyapısını kullanarak hizmet sağlamaktadır. Bu mobil iletişim seçenekleri, Türk Telekom firmasının ilgili firmalarla yaptığı karşılıklı anlaşmalarla hizmet vermeye başlamıştır. Ancak, özellikle düşük ve alt orta gelir grubuna hitap ederek, diğer iki mobil iletişim operatörü (Turkcell ve Vodafone) için ciddi alternatif oluşturmuştur. Rakip firmalar da buna bağlı olarak hizmetlerini ve ücretlendirme politikalarını belirli oranda düzenleme yoluna gitmek zorunda kalmıştır. Ancak mobil iletişimde kesintisiz ve süratli hizmet almayı önceliği olarak belirleyen müşteriler, daha yüksek fiyata daha hızlı ve kesintisiz hizmeti tercih edebilmektedir. Ancak bu küçük çaplı firmaların halen ya da geçmişte kamu kontrolünde olması, bu kurumların adıyla mobil iletişim hizmeti sunmak üzere kurulan küçük çaplı firmaların altyapı desteği sağladıkları firmanın başlangıçta bir dönem kamu kurumu olan Türk Telekom üzerinden sağlanmasına yol açmıştır. Bu durum, nispeten ucuz hizmetin, farklı firma isimleriyle sunumunda, başka bir deyişle taklit edilmesinde diğer firmaların önüne bir engel olarak çıkmıştır. Diğer firmalar ise buna karşılık farklı isimlerle ekonomik seçenekleri ürünlerinin arasına yerleştirmiştir.

3.1.3. Normatif Unsurlar

Normatif baskı, temelde profesyonel anlayıştan kaynaklanmaktadır. Normatif eş biçimlilik, profesyonelleşmeden yola çıkarak meslek haline gelme ve bu doğrultuda belirli meslek gruplarının çeşitli norm ve standartları belirlemeleri yoluyla bu standart ve normların

örgütlerde yaygınlık kazanmasıyla ortaya çıkmaktadır (Çakar ve Danışman, 2017: 273). Normatif unsurlar daha ziyade meslek grupları ve meslek odaları mesleki birleşim yapılarından gelen etkileri içermektedir (Erçek, 2004: 132). Bu kapsamda, Türkiye’de mobil iletişim şirketleri ile ilgili yetkilendirme, denetleme, uzlaştırma, tüketici haklarını koruma, rekabetin tesisi ve korunması, teknik düzenlemeler, spektrum yönetimi ve denetimi işlemleri, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı bünyesinde yer alan Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) tarafından yürütülmektedir.

Telekomünikasyon sektörünü düzenleme ve denetleme fonksiyonunun bağımsız bir idari otorite tarafından yürütülmesi amacıyla, 2813 sayılı Telsiz Kanununda değişiklik yapan 27.01.2000 tarihli ve 4502 sayılı Kanunla Telekomünikasyon Kurumu kurulmuştur. Kurum, 10.11.2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ile yeni bir düzenlemeye tabi tutulmuş ve adı BTK olarak değiştirilmiştir. 2813 sayılı Telsiz Kanununun adı yeni bir düzenlemeyle, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun Kuruluşuna İlişkin Kanun olarak değiştirilmiştir (BTK, agis, 2020). BTK, Türkiye’de mobil iletişim şirketlerinin kontrolü, izlenmesi, denetlenmesi, ruhsatlandırılması, teknik gerekliliklerin karşılanmasının sağlanması, tüketicilerle ilgili yasal süreçlere müdahil olma, rekabetin düzenlenmesini içeren bütün konularda yetkili tek kurumdur. Bu yönüyle BTK, mesleki otorite konumunda bulunmakta ve BTK tarafından belirlenen standartlar normatif unsurlar altında değerlendirilmektedir.

Mobil iletişim şirketlerinin kullanıcılara sunduğu tarife ve paketler, BTK bünyesindeki Erişim ve Tarifeler Daire Başkanlığı tarafından incelenip değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, mobil iletişim şirketleri münferit hareket edememekte, sundukları paket ve tarife teklifleri birbirine oldukça yakın özellikler taşımaktadır (BTK, agis, 2020). BTK Yetkilendirme Dairesi Başkanlığı; mobil iletişim şirketlerinin ruhsatlandırılması, zaruri hallerde işletmeci faaliyetlerinin geçici veya sürekli durdurulması gibi yetkilere sahiptir (BTK, agis, 2020).

Geçmişte, düzenleyici bir kurumun olmadığı dönemlerdeki fiyat ve paket seçeneklerinin mukayese edilmesinin, hem kamu denetimi olmaması, hem de mobil iletişim şirketlerinin bazı hizmetleri döviz bazında alması gibi sebeplerle günümüzde anlamlı bir sonuç vermeyeceği değerlendirilmiştir. Ancak rekabet arttıkça fiyatların düştüğü ve hizmet kalitesinin arttığı açıktır. Sonuç olarak BTK, Türkiye’de mobil iletişim şirketleri açısından profesyonel meslek otoritesi konumunda bulunmaktadır. BTK tarafından hayata geçirilen her türlü düzenlemeyi normatif unsur olarak değerlendirmek yanlış olmayacaktır. Yukarıda

açıklanan eş biçimlilik örnekleri bağlamında Türkiye'deki mobil iletişim şirketlerinin çevreye olası etkileri sıradaki bölümde incelenmeye çalışılmıştır.

3.2. Mobil İletişim Şirketlerinin Çevreye Olası Etkileri

Özkara (2000: 15), kurumsal çevreye uyarlanarak değişimin, diğer bir deyişle kurumsallaşmanın örgütlere bir katılık ve durağanlık kazandırdığını, döngüsel olarak daha fazla kurumsallaşmak için değişen örgütlerin sonuçta değişime direnen katı bir yapıya kavuştuklarını öne sürmektedir. Şenyuva (2012: 7), yeni örgütsel formların artmasının, toplulukta yoğunluğun da artışına işaret ettiğine değinmektedir. Yıldırım (2018: 99), örgütlerin çevrelerini taklit ederek meşrulaşmaya çalıştıklarını, örgütlerin bir yandan yaşamlarını sürdürdükleri çevre tarafından biçimlendirilirken diğer taraftan da çevreleriyle çeşitli etkileşimleri aracılığıyla mevcut çevreyi yeniden şekillendirerek değiştirdiklerini vurgulamaktadır. İnternet devrimi siyasi partilerden ziyade mühendisler tarafından yönlendirilmiş olsa da internet dünyayı 1990'lardan bu yana herhangi başka bir etkenden çok daha fazla değiştirdi denilebilir (Harari, 2018: 23).

Mobil iletişim şirketleri özelinde, örgütlerin toplumun memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini anlık iletmelerine olanak sağlaması bakımından toplumsal olaylarda ciddi bir fonksiyonu yerine getirebileceği öngörülebilir. Bu durumun örnekleri, yakın geçmişte başta Arap Baharı, Fransa'daki ve ABD'deki göçmenlerin yaptığı gösteriler olmak üzere pek çok toplumsal olayda görülmüştür. Mobil iletişim şirketleri üzerinden kullandıkları sosyal medya mecraları üzerinden organize olan topluluklar, pek çok toplumsal olayın çekirdek grubunu oluşturmaktadır. Zaman zaman dünyanın çeşitli ülkelerinde toplumsal olayların hemen öncesinde ve toplumsal olaylar devam ederken internet hızının yavaşlaması veya internetin tamamen kullanılamaz duruma getirilmesi, bazı sosyal medya platformlarının kullanımının yavaşlatılması/durdurulması konunun önemini doğrular nitelikte örnekler olarak değerlendirilebilir.

Türkiye'de, 01 Temmuz 2020 tarihinde bizzat Cumhurbaşkanı tarafından bazı sosyal medya mecralarının kaldırılması/kontrol edilmesi/düzenlenmesine yönelik yasal bir düzenleme yapılması için çalışma başlatıldığı dile getirilmiştir (NTV, agis, 2020). Bu haber doğrudan mobil iletişim şirketleri ile ilgili olmasa da, muhtemel düzenleme sonrası internet

kullanımı ile ilgili konularda söz konusu şirketlerin de hizmetlerinde köklü bir değişim yaşanacağı kuvvetle muhtemeldir. Bu durum, toplumun çoğunlukla mobil hatları kullanarak eriştiği mobil internet üzerinden gerçekleştiği için yakın gelecekte toplumdaki kullanım alışkanlık ve eğilimlerinin dönüşümüne bağlı olarak mobil iletişim şirketlerinde aşağıda öngörülen kurumsal değişikliklerin yaşanabileceği tahmin edilmektedir.

- a. Mobil iletişim şirketlerinin hukuk bölümlerinin genişlemesi,
- b. Aboneleri ile yaptığı sözleşmelere bazı yeni maddeler eklemesi ya da mevcut maddelerin kapsamını geliştirmesi,
- c. Yasadışı kullanımlarda, adli makamlarla suça konu olan iletişim trafiklerinin paylaşılması,
- d. Muhtemel suç teşkil edecek kullanımların izlenmesi vb.

Her bütçeye uygun mobil iletişim paket tekliflerinin sunulması ile bu alanda toplumda bir fırsat eşitliği oluştuğu söylenebilir. Ayrıca, internet servis sağlayıcı firmalar aracılığı ile oldukça zahmetsiz ve süratli tesis edilen bireysel ve kurumsal internet aboneliklerinin yaygınlaşması, söz konusu internet bağlantılarının Wi-Fi ile kablosuz olarak dağıtımı, kablosuz olarak internete erişimi, mobil iletişim şirketlerinin tekelden çıkarmış ve toplumun tamamına yakınının internete erişmesine imkân sağlamıştır. Böylelikle, internet içermeyen ve sadece mobil iletişim maksadıyla arama yapma içerikli paketler, müşterilere yeterli gelecek bir hal almıştır. Kaldı ki sadece Wi-Fi internet erişimi ve mobil bir cihazla anlık mesajlaşma uygulamaları kullanılarak, aradığımız kişide de internet bağlantısı olması koşuluyla sesli ve görüntülü görüşme yapılabilir hale gelmiştir.

Mobil iletişimin yaygınlaşmasına bağlı olarak mobil cihazların artması ve internet erişimin kolaylaşması, her kullanıcıyı bir muhabire dönüştürmüştür. Ana akım televizyon kanallarının hemen hepsinde, mobil cihazlarla ses ve görüntü iletmeye yönelik ihbar hatları mevcuttur. Bu durum, suçun önlenmesi ve tespitinde bazı avantajlar sağlamakla birlikte, kişi hak ve özgürlüklerinin ihlaline uygun bir zemin hazırlamaktadır.

Bazı durumlarda mobil iletişim şirketleri müşterileri olan halk nezdinde meşruiyet kazanmaya çalışırken, bazı sosyal sorumluluk projelerine de imza atmaktadırlar. Bu çerçevede, Turkcell firması tarafından 2000 yılında başlatılan Kardelenler Projesi kapsamında on binlerce kız öğrenciye bursa verilerek eğitim hayatlarına devam etmeleri sağlanmıştır. Projenin amacı, ailelerinin ekonomik yetersizliği nedeniyle öğrenimlerine devam edemeyen kız çocuklarına eğitimde fırsat eşitliği sağlanması, meslek sahibi ve ufku

açık bireyler haline getirilmesi amaçlanmıştır (Turkcell, agis, 2020). Benzer şekilde Vodafone şirketi de sosyal sorumluluk faaliyetlerini, Türkiye Vodafone Vakfı aracılığı ile yürütmektedir. Söz konusu vakfın 2020 yılı itibariyle devam eden en büyük iki projesi Yarını Kodlayanlar ve Girişimcilikte Önce Kadın projeleridir. Yarını Kodlayanlar, 7-14 yaş aralığındaki çocukların evde kodlama öğrenmelerine destek olunması amaçlanmaktadır. 01 Temmuz 2020 tarihi itibariyle, Türkiye genelinde 60 ilde, 44.000 çocuğa kodlama eğitimi bu proje kapsamında verilmiştir. Girişimcilikte Önce Kadın projesi ile de kadınların hobi olarak başlanan çalışmalarının gelir getiren faaliyetlere dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. Proje kapsamında 81 ilde 37.000 kadının başarısı hikâyesine destek sağlanmıştır. Söz konusu kadınların ürünlerini satmaları için dijital mağazalar oluşturulmuştur (Vodafone, agis, 2020).

Türkiye’de, mobil iletişim şirketleri tarafından hayata geçirilen sosyal sorumluluk projelerinden belki de en önemlisi, Vodafone tarafından gerçekleştirilen Kırmızı Işık projesidir. Söz konusu proje kapsamında oluşturulan uygulama ile şiddete uğrayan ve güvenliği konusunda endişe duyan kadınlara destek sağlanması amaçlanmıştır (Türkiye Vodafone Vakfı, agis, 2020). Türkiye’de son dönemin belki de en önemli sosyal sorunların biri kadına şiddettir. Kadına şiddetin önlenmesine yönelik kamu girişimlerinin neredeyse tamamı sonuçsuz kalmıştır. Bu çerçevede kamu tarafından hayata geçirilen projelerin özel sektör tarafından desteklenmesi büyük önem arz etmektedir. Bu yolla mobil iletişim şirketleri de toplum nazarında meşruiyet kazanacak ya da mevcut meşruiyetlerini idame ettireceklerdir.

Türk Telekom şirketi ise daha çok engellilere yönelik projeleri ile öne çıkmaktadır. Bu çerçevede öne çıkan sosyal sorumluluk projeleri; Telefon Kütüphanesi, Günışığı ve Sesli Adım projeleridir. Telefon Kütüphanesi projesi ile bilgiye erişimde fırsat eşitliği ilkesinden hareketle, yüzlerce sesli kitap Boğaziçi Üniversitesi Görme Engelliler Teknoloji ve Eğitim Laboratuvarı (GETEM) işbirliği ile görme engellilerin kullanımına ücretsiz olarak sunulmuştur. Günışığı projesi ile az gören çocukların erken müdahale eğitimi ile başka birinin yardımı olmadan yaşamlarını sürdürmesini, görme engelliler okulu yerine kaynaştırma eğitimine devam ettirilmeleri amaçlanmaktadır. Sesli adımlar, görme ve işitme engellilerin, AVM, kampüs, havaalanı gibi karmaşık yerlerde yardım almadan hareket etmelerine olanak sağlayan bir akıllı telefon uygulamasıdır (Türk Telekom, agis, 2020).

Doğrudan mobil iletişim şirketleri ile ilgili olmasa da, bazı uygulamaların bu şirketler üzerinden yapılması itibariyle doğrudan bu şirketlerin belirleyici olduğu söylenebilir. Bu

kapsamda; Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA), özel günlerini kutlamak istenen kişiler adına fidan bağıışı yapılarak sertifika düzenlenmesine yönelik bir uygulamayı hayata geçirmiştir. Uygulama kapsamında, çeşitli kutlama ve tebrikleri kabul edecek kişi tarafından oluşturulan kare kod aracılığıyla tebrik etmeyen isteyen kişiler mobil cihazlarından www.tema.org.tr adresine yönlendirilmekte ve fidan bağıışı olanağı sağlanmaktadır. Bağıışlanan fidanlara ait sertifika, tebrikleri kabul eden kişiye de ulaştırılarak süreç tamamlanmaktadır (TEMA, agis, 2020).

Mobil iletişim şirketlerinin hizmetlerindeki gelişime bağılı olarak toplumun pek çok alışkanlığında köklü değişiklikler yaşanmıştır. Bunlardan en ilginç ve güncel olanlardan biri de, 05 Temmuz 2020 tarihinde, yeni bir siyasi partinin açılışının internet üzerinden canlı yayınlı yapılacak olmasının sosyal medya aracılığıyla duyurulmasıdır. Kaynak olarak sosyal medya hesabı paylaşımı esas alındığından kaynakçaya eklenmemiştir. Yakın gelecekte, oy kullanma işleminin de fiziki olarak yer değiştirmeden kişi adına kayıtlı cep telefonu üzerinden yapılmasına yönelik çalışmalar başlatılmıştır. Ayrıca cep telefonu üzerinden e-imza kullanımı ile resmi işlemlerin yapılabilmesi ve cep telefonu üzerinden temassız uygulamalar aracılığıyla ödeme yapılması gibi alanlarda çalışmalar devam etmektedir. Halen pek çok kamu kurumu (Milli Savunma Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü vb.) vatandaşlara işlemleriyle ilgili SMS ile anlık bilgilendirme sağlamaktadır. Bu hizmeti de mobil iletişim şirketleri aracılığı ile sunmaktadır.

Bütün bu örnekler, toplumun geleneksel alışkanlıklarını ciddi manada değiştirmiştir. Toplumun, hızlı ve güvenli bir şekilde özel/kamu işlemlerini yapmalarına imkân tanımıştır. Ancak, mobil iletişim şirketlerinin hizmetlerinin çeşitlenmesinin, hızlanmasının ve ucuzlaşmasının bazı olumsuz yönleri de mevcuttur. Özellikle son beş yıllık dönemde, ülkemizde ve dünyada inanılmaz bir hızla gelişen telefon dolandırıcılığının ana öznesi de mobil iletişim şirketleridir. Söz konusu şirketlerin teknik güvenlik açıklarından faydalanan dolandırıcılar, cep telefonu aracılığı ile ulaştıkları kurbanlarına telefonu kapatmamalarını söyleyerek, kişilerin düşünme ve muhakeme yeteneklerini kısa süreli kullanmaz hale getirmektedirler. Bu süreçte nakit ya da ziynet eşyalarını belirtilen yere/kişiye bırakmaya insanlar bir şekilde inandırılmaktadır. Ayrıca bazı dolandırıcılar, kurbanlarını polis ve jandarma gibi kamu kolluk kuvvetlerinin kullandığı telefon hatlarından arıyormuş gibi teknik hileleri kullanarak, dolandırıcılığı anlaşılması ve tahmin edilmesi oldukça zor olan bir üst boyuta taşımışlardır.

Yukarıda örneklerle açıklandığı üzere, mobil iletişim şirketlerinin hizmetlerinin toplumu hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilediği ve geleneksel alışkanlıklara çok daha hızlı ve kolay alternatifler sunduğu bir gerçektir. Özellikle son günlerde Türkiye’de tartışılan bazı sosyal medya mecralarının kullanımı ile ilgili sınırlama ve kapatılma iddiaları, Türkiye’de ve dünyada bu etkilerden en büyüğünün sosyal medya kullanımı ile ilgili hususlar olduğunu göstermektedir. Bu duruma dünyadan örnek vermek gerekirse, Harari (2018: 92-93) Facebook’un sahibi Mark Zuckerberg’in, insanlar için topluluk kurmayı kolaylaştıracak araçları uygulamaya koymayı planladığını, günümüzde pek çok şirketin para kazanmaya odaklandığı böyle bir çevrede bu girişimin takdire şayan olduğuna değinmiştir. Bu kapsamda, Zuckerberg ve Facebook’un çabaları, Facebook bünyesindeki verilerin üçüncü şahıslar tarafından toplanarak dünyanın çeşitli yerlerindeki seçimleri manipüle edildiğini ortaya çıkaran Cambridge Analytica skandalıyla akamete uğramıştır. Ancak Facebook’un sahibi Mark Zuckerberg’in bu çabası, gelir durumu ve dünya pazarındaki yeri dikkate alındığında, her işletme için meşruiyetin ne kadar önemli olduğunu göstermesi açısından oldukça önemlidir. Teknolojik devrim kısa süre içinde milyarlarca insanı iş dünyasının dışına atıp mevcut hiçbir ideolojinin nasıl başa çıkılacağını bilmediği, ani toplumsal ve siyasi değişimlere neden olacak genişlikte işlevsiz bir kitle oluşmasına yol açabilir (Harari, 2018: 33).

Sonuç olarak, mobil iletişim şirketlerinin, birincil veya ikincil aktör olarak, toplumun değişiminde ve dönüşümünde sanılandan çok daha büyük bir rol oynadıklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Yeni kurumsal kuramın, örgütlerin maruz kaldığı süreçlerde belirsizlikten kaçınmak ve hayatını sürdürdüğü kurumsal çevreye uyum sağlamak amacıyla belirgin bir strateji geliştirdiklerini, bunun yaşanması kaçınılmaz değişimin yönetilmesi açısından bilinçli bir tercih olduğunu ve belirledikleri bu stratejinin örgütleri çevrenin belirsizliğinden koruyan bir rol üstlendiği söylenebilir (Yıldırım, 2018: 100). Tempel ve Walgenbach (2007: 19), yeni kurumsal yaklaşımı benimseyenlerin, çeşitli uygulamalarla farklı iş kollarını yorumlamadaki süreçleri daha iyi inceleyebileceğini öne sürmüştür. Bu gerçekleşirken, iş sistemi destekçilerini, aktörleri, yerel ve uluslararası inanç sistemlerini nasıl sentezleyeceklerine daha çok ışık tutabilirler.

Yeni kurumsal kuramın yapısal bileşenleri, kurumsal eş biçimlilik (isomorphism) ve ayırma (decoupling), örgüt teorisi alanındaki araştırmalarda baskın konumdadır, ancak son dönemdeki araştırmalarda kuramın düşünsel bileşenleri olan rasyonelleştirilmiş mitler, meşruiyet ve sorgusuz kabul etme yer bulmaya ve tartışmalara dâhil olmaya başlamıştır (Suddaby, 2010: 16). DiMaggio, yeni örgütsel formların, uygulamaların doğması, yeniden üretilmesi, kurumsallaşması veya kurumsallaşmış formların çözülmesinin politik bir süreçte gerçekleştiğini öne sürmüştür (Özen, 2020: 277).

Gelecekte yapılacak çalışmalarda, müşteri, paydaş ve üye memnuniyetsizliklerinin örgütleri nasıl, ne şekilde ve hangi hızda bir değişime yönlendirdiği, değişimin şeklini ve hızını belirleyen unsurların sektörlere göre neler olduğu gibi konular üzerine detaylı araştırmalar yapılabilir. Ayrıca, uygulamaya konulan hangi sosyal sorumluluk projesinin, örgütlerin toplum nezdindeki meşruiyetini ne denli artırdığının tespitine yönelik çalışmalar yapılabilir.

Toplum nezdinde meşruiyetin önemini anlatan belki de en önemli söz, Bosch beyaz eşya firmasının sahibi Robert Bosch tarafından söylendiği iddia edilen; “İnsanların güvenini kaybetmektense para kaybetmeyi tercih ederim” sözüdür. Toplumun güvenini kazanmanın maddi kazançtan çok daha önemli olduğunu vurgulayan bu söz, yeni kurumsal kuramdaki meşruiyet kazanmanın önemini ortaya koymakta bizlere yol gösterebilir.

Gelecekte, gittikçe artan kullanım oranıyla, mobil iletişim şirketlerinin hem kendi değişimlerinin hem de kurumsal çevreyi ve toplumu değiştirme kabiliyetlerinin artarak devam edeceği öngörülmektedir. Bu çerçevede mobil iletişim şirketlerinin gelecekteki muhtemel hizmetlerinin neler olabileceği, söz konusu muhtemel hizmetlerin yasal altyapısı ve bu değişimlerin toplum üzerindeki olası etkileri üzerine araştırmalar yapılabilir.

Sonuç olarak mobil iletişim şirketleri, rekabetin yüksek rakibin görece az olduğu Türkiye pazarında, teknik altyapı olarak dünyadaki örneklerine yakın yüksek kaliteli benzer hizmetler sunsalar da, sosyal sorumluluk projeleri ve kamu uygulamalarını destekleyerek toplum nezdinde meşruiyet kazanıp bu meşruiyeti sürdürmeyi hedeflemektedirler. Bu amaçla, toplumda hassasiyet gösterilen ve eksiklik yaşanan hususları seçerek bu hususlarda faaliyetler yürütmektedirler.

Kaynakça

- Akkuzu, H. (2008). *Mobil İletişim Sektöründe Kurumsal Kuram Açısından Değişim: Türk GSM Sektörü Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Apaydın, F. (2009). Kurumsal Teori ve İşletmelerin Kurumsallaşması. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), 1-22.
- Arslan, S. (2019). Realist ve Kurumsalcı Düşünce Tartışmalarında Yeni Kurumsal Kuram Nerede Durmaktadır? Yeni Kurumsal Kuramın Düşünsel Kökleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 7(1), 17-34.
- Bolat, T. ve Aytemiz Seymen, O. (2006). Yönetim ve Örgüt Düşüncesinde Kurumsalcılık, Yeni Kurumsalcılık ve Kurumsal Eşbiçimlilik. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 223-254.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) (2020). Kuruluş, Web: <https://www.btk.gov.tr/kurulus>, Erişim Tarihi: 29.06.2020.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) (2020). Birimler ve Görevleri, Web: <https://www.btk.gov.tr/birimler-ve-gorevleri>, Erişim Tarihi: 01.07.2020.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) (2020). Erişim ve Tarifeler Dairesi Başkanlığı, Web: <https://www.btk.gov.tr/erisim-ve-tarifeler-dairesi-baskanligi>, Erişim Tarihi: 02.07.2020.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) (2020). Yetkilendirme Dairesi Başkanlığı, Web: <https://www.btk.gov.tr/yetkilendirme-dairesi-baskanligi>, Erişim Tarihi: 02.07.2020.
- Biz Bize Yeteriz Türkiyem (2020). Biz Bize Yeteriz Türkiyem, Web: <https://bizbizeyeteriz.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 23 Haziran 2020.
- Creswell, J.W. (2017). *Araştırma Deseni Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları* (Çev. S. B. Demir). Ankara: Eğiten Kitap. (Eserin Orijinali 2012'de yayımlandı).
- Çakar, M. ve Danışman, A. (2017). Kurumsal Kuram. H.C. Sözen ve H.N. Basım (Editörler). *Örgüt Kuramları*. Dördüncü Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., ss. 257-286.
- Çobanoğlu, S. (2015, 6-8 Mart). *Örgüt Kuramı Çalışmaları Üzerine Bir Okuma: Kurumsal Kuramdan Yeni Kurumsal Kurama Geçiş*. 6. Uluslararası Öğrenci Kongresinde sunuldu, Antalya.
- Dibo, M. (2019). Yeni Kurumsalcı Bakış Açısından Düzenlemeler ve Düzenleyici Otoriteler. *Fiscaoeconomia*, 3(3), 26-41.
- DiMaggio, P.J. and Powell, W.W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Erçek, M. (2004). Çeviri, Aktör Ağları ve Eksik/Öncül Kurumsallaşma: Türkiye'deki Mesleki Personel/İnsan Kaynakları Söyleminin Yeniden Kurgulanması, 1960-1999. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 129-195.
- Erel, D. (2002). *Kurumsal Çevre-Örgüt İlişkileri Türkiye'deki Sanayi İşletmelerinde ISO 9000 Serisi Kalite Güvence Sistemi Uygulamaları Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Fidan, T. (2017). Kurumsalcılık Yaklaşımları ve Yeni Kurumsalcılık Perspektifinden Eğitim Örgütleri. *Medeniyet Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1-16.
- Harari, Y.N. (2018). *21. Yüzyıl İçin 21 Ders*. (2. Baskı). İstanbul: Kolektif Kitap, Bilişim ve Tasarım Ltd. Şti.
- Keskin, H., Akgün, A.E. ve Koçoğlu, İ. (2016). *Örgüt Teorisi* (1. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kıyık Kıcı, G. ve Tonus, H.Z. (2020). Türkiye'de Radyo Yayıncılığının Yeni Kurumsal Kuram Bağlamında Değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 191-208.
- Koçel, T. (2014). *İşletme Yöneticiliği*. (15. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Leblebici, H., Salancik, G.R., Copay, A. and King, T. (1991). Institutional Change and the Transformation of Interorganizational Fields: An Organizational History of the U.S. Radio Broadcasting Industry. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 333-363.

- Meydan, C.H. (2011). Kaynak Bağımlılığı, İşlem Maliyetleri, Örgütsel Ağ ve Yeni Kurumsal Kuram İle Örgütlerin İttifak Oluşturma Sebepleri Üzerine Bir İnceleme. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 9(2), 17-40.
- Meydan, C.H. (2017). Kaynak Bağımlılığı Kuramı. Sözen, H.C. ve Basım H.N. (Editörler). *Örgüt Kuramları*. Dördüncü Baskı. İstanbul. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., ss. 179-204.
- Meyer, J.W. and Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.
- NTV (2020). Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Sosyal Medya Açıklaması, Web: https://www.ntv.com.tr/turkiye/cumhurbaşkanı-erdogandan-sosyal-medya-aciklamasi.zgl2xh4mZEmoPX2vb_hqJw, Erişim Tarihi: 01.07.2020.
- Özcan, K. (2011). Kurumsal Söylemin Rasyonel Temelleri: Yeni Kurumsal Kuram Bağlamında Rasyonelite Tartışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2011(13), 297-326.
- Özen, Ş. (2020). Yeni Kurumsal Kuram: Örgütleri Çözümlemede Yeni Ufuklar ve Yeni Sorunlar. A.S. Sargut ve Ş. Özen (Editörler). *Örgüt Kuramları*. Dördüncü Baskı. Ankara. İmge Kitabevi, ss. 237-330.
- Özkara, B. (2000). Kurumsallaşma Teorisinde Örgütsel Değişim Sorunu. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-17.
- Öztürk, A.O., Kara, S. ve Kara, H.T. (2019). Belirsizliklerin Örgütlere Etkisi: Yeni Kurumsal Kuram Ekseninde Bir Değerlendirme. *Sayıştay Dergisi*, 2019(114), 33-51.
- Saylam, A. (2016). 1920-1938 Yılları Arasında Türkiye'de Sanayi ve Ticaretin Bakanlık Düzeyinde Kurumsallaşması: Kurumsal Kuram Bağlamında Bir İnceleme. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Saylam, A. ve Leblebici, D.N. (2017). Kurumsal Kuram ve Kurumsal Girişimci. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2017(53), 94-106.
- Selfy Türk Telekom (2020). Selfy, Web: <https://www.selfy.com.tr/>, Erişim Tarihi: 02.07.2020.
- Sesliokuyucu, O.S. (2012). *Yeni Kurumsal Kuram Çerçevesinde Elektronik Ticaretin Benimsenmesi Üzerinde Etkili Olan Faktörler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Suddaby, R. (2010). Challenges for Institutional Theory. *Journal of Managemenet Inquiry*, 19(1), 14-20.
- Şenyuva, Z. (2012). *Türkiye'de Derhanelerin Yayılma ve Meşrulaşma Süreci*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tayşir, E.A. (2014). Kurumsal Kuramın Kurumsallaşması: Türkiye Kaynaklı Kurumsal Kuram Çalışmalarına İlişkin Genel Bir Değerlendirme. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 41(1), 53-74.
- TEMA (2020). Web: http://www.tema.org.tr/web_14966-2_1/index.aspx, Erişim Tarihi: 20 Haziran 2020.
- Tempel, A. and Walgenbach, P. (2007). Global Standardization of Organizational Forms and Management Practices? What New Institutionalism and the Business-Systems Approach Can Learn from Each Other. *Journal of Management Studies*, 44(1), 1-24.
- Turkcell (2020). Genel Bakış, Web: <https://www.turkcell.com.tr/tr/hakkimizda/genel-bakis?place=footer>, Erişim Tarihi: 23 Haziran 2020.
- Turkcell Yatırımcı (Kardelenler Projesi) (2020). Web: <http://yatirimci.turkcell.com.tr/2010/daha-fazla-sosyal-sorumluluk/kardelenlerb944.html?o=DahaFazlaSosyalAlt01&osa=dfs01>, Erişim Tarihi: 25 Haziran 2020.
- Turkcell (2020). GNÇ, Web: <https://www.turkcell.com.tr/gnctrkcell/tr/paket-detay>, 02.07.2020'de alınmıştır.
- Türk Telekom Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri (2020). Web: <https://www.turktelekom.com.tr/hakkimizda/sosyal-sorumluluk/sayfalar/kss-projeleri.aspx>, 29.06.2020'de alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Be%C5%9Finci-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1985-1989.pdf>, Erişim Tarihi: 23.06.2020.

- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Alt%C4%B1nc%C4%B1-Bes%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1990-1994%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 23.06.2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Yedinci-Bes%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1996-2000%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 23.06.2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Sekizinci-Bes%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2001-2005.pdf>, Erişim Tarihi: 24.06.2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013), <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Dokuzuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2007-2013%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 24.06.2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018), <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Onuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2014-2018.pdf>, Erişim Tarihi: 24.06.2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023), <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/On-Birinci-Kalkinma-Planı.pdf>, Erişim Tarihi: 25.06.2020.
- Türkiye Vodafone Vakfı (2020). Projeler, Web: <http://turkiyevodafonevakfi.org.tr/projeler/>, Erişim Tarihi :01.07.2020.
- Türkiye Vodafone Vakfı (2020). Kırmızı Işık, Web: <http://turkiyevodafonevakfi.org.tr/projeler/diger-projeler/kirmizi-isik/>, Erişim Tarihi: 02.07.2020.
- Vodafone Freezone (2020). Vodafone Freezone, Web: <https://www.vodafone.com.tr/freezone/>, Erişim Tarihi: 02.07.2020.
- Yıldırım, A. (2018). Örgütsel Değişimin Yönetilmesi Bağlamında “Çevre-Uyum İlişkisi”. Yeni Kurumsal Kuram İle Kaynak Bağımlılığı Kuramları Arasında Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(44), 89-102.
- Yorozu, C. (2017). New Institutional Entrepreneurship and A Celebrity CEO: The Role of Institutional Actors in Japan. *Journal of Organisational Transformation & Social Change*, 14(2), 165-185.
- Zucker, L.G. (1987). Institutional Theories of Organization. *Annual Review of Sociology*, 13, 443-464.