



**İKİ TEKER ÜZERİNDEKİ ÖRGÜTLER: TÜRKİYE’DE BULUNAN
MOTOSİKLET KULÜPLERİNİN KURUMSAL MANTIK PERSPEKTİFİYLE
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Hazal DUMAN ALPTEKİN

(Doktora Tezi)

Eskişehir, 2021

**İKİ TEKER ÜZERİNDEKİ ÖRGÜTLER: TÜRKİYE’DE
BULUNAN MOTOSİKLET KULÜPLERİNİN
KURUMSAL MANTIK PERSPEKTİFİYLE
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Hazal DUMAN ALPTEKİN

T.C.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

DOKTORA TEZİ

Eskişehir, 2021

T.C.

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Hazal DUMAN ALPTEKİN tarafından hazırlanan “İki Teker Üzerindeki Örgütler: Türkiye’de Bulunan Motosiklet Kulüplerinin Kurumsal Mantık Perspektifiyle Değerlendirilmesi” başlıklı bu çalışma 09.07.2021 tarihinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalı’nda doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Akademik Ünvanı ve Adı Soyadı

Üye

Akademik Ünvanı ve Adı Soyadı

(Danışman)

Üye

Akademik Ünvanı ve Adı Soyadı

Üye

Akademik Ünvanı ve Adı Soyadı

Üye

Akademik Ünvanı ve Adı Soyadı

ONAY

Prof. Dr. Mesut ERŞAN

Enstitü Müdürü

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Hazal DUMAN ALPTEKİN

ÖZET

İKİ TEKER ÜZERİNDEKİ ÖRGÜTLER: TÜRKİYE’DE BULUNAN MOTOSİKLET KULÜPLERİNİN KURUMSAL MANTIK PERSPEKTİFİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

ALPTEKİN DUMAN, Hazal

Doktora - 2021

İşletme Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Umut KOÇ

Motosiklet kulüpleri Amerikan bağlamında ortaya çıkan ve resmi kurumlardan bağımsız şekilde kurulan ve dünyanın farklı bölgelerinde faaliyet gösteren informal örgüt formlarıdır. Bu çalışmada Türkiye’de 2000’li yılların başından itibaren sayıca artış gösteren motosiklet kulüplerinin Türkiye’de sergilediği yapılanma ve bu yapılanmayı şekillendiren kurumsal mantıklar ve söylem ilişkisinin bağlamlar arası değişim dinamikleri ile ele alınması amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda örnek olay metodolojisi temel alınarak Türkiye’nin farklı bölgelerinde bulunan motosiklet kulüpleri ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiş ve ikincil veri kaynaklarından faydalanılmıştır.

Sahadan elde edilen verilerden hareketle Türkiye’de motosiklet kulüplerinin yerel, ulusal ve uluslararası olmak üzere üç sınıfta toplandığı belirlenmiştir. Bahsi geçen kulüpleri Amerika’da yer alan kulüplerden ayıran temel noktalar ise politik duruş, üye profili ve suça karşı duruş olarak belirlenirken, üyelik süreci, örgütlenme yapısı, kadının konumu ve yayılım politikaları bağlamlar arası ortak noktalar olarak öne çıkmıştır.

Çözümleme sürecinde gerçekleştirilen içerik ve retorik analizi sonucunda ise kulüplerini oluşturduğu örgütsel alanda beş ayrı kurumsal mantığın (topluluk mantığı, kardeşlik mantığı, aile mantığı, sürüş mantığı ve yönetimci mantık) öne

çıkıtığı belirlenmiştir. Elde edilen bu mantıklardan sürüş mantığı ve kardeşlik mantığı alana özgü mantıklar olarak öne çıkarken, kardeşlik mantığının topluluk ve aile mantığının etkileşimine dayalı melez bir yapı sergilediği belirlenmiştir. Alanda etkili olan yönetimci mantığın ise ele alınan informal örgüt formunda formalleşmeyi tetiklediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, elde edilen kurumsal mantıkları meşrulaşmasına imkan sağlayan söylemler incelendiğinde, alanda hakim söylemlerin duygusal iknaya (pathos) dayalı şekillendiği bunu ise mantıksal (logos) ve ahlaki (ethos) söylemlerin takip ettiği belirlenmiştir.

Sonuç olarak elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, informal olarak yapılan bir alanda ortaya çıkan kurumsal mantıkların meşrulaşmasında duygulara dayalı söylemin etkili olduğu ve bu söylemlerin kurumsal mantıkların yerleşiklik kazanmasını sağlayarak alanda hakim informal yapıların formel bir yapıya dönüşmesinde de etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Kurumsal Mantık, Motosiklet Kulüpleri, Retorik, İçerik Analizi

ABSTRACT

ORGANIZATIONS ON TWO WHEELS: ASSESSMENT OF MOTORCYCLE CLUBS IN TURKEY FROM THE INSTITUTIONAL LOGIC PERSPECTIVE

ALPTEKİN DUMAN Hazal

Ph.D. Business Administration- 2021

Department of Business Administration

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Umut KOÇ

Motorcycle clubs are kind of informal organizations that emerged in the American context and were established independently of official institutions and operated in different parts of the world.

The aim of this study is to explain the structuring of motorcycle clubs, which have increased in number since the beginning of the 2000s in Turkey and the relationship between institutional logics and discourse that shape this structuring. For this purpose, we were conducted in-depth interviews and we used secondary data sources about motorcycle clubs in scope of the case study methodology.

Based on the data obtained from the field, it has been determined that motorcycle clubs in Turkey are gathered in three classes as local, national and international. The main points that distinguish the mentioned clubs from non-Turkish contexts were determined as political stance, member profile and stance against crime. Moreover, it was determined that membership process, organizational structure, position of women and diffusion policies are common points between Turkey and America.

As a result of the content and rhetoric analysis performed, it was determined that five different institutional logics which are include community logic, brotherhood logic, family logic, driving logic and managerial logic, dominant in the organizational field. While driving logic and brotherhood logic came to the fore as field-specific logics. At this point, it has been determined that the brotherhood logic exhibits a hybrid structure which based on the interaction of the community logic and family logic. In

addition to these findings, it was determined that managerialist logic triggered formalization in the informal structuring process.

Moreover, it was determined that the dominant discourses in the field which helps to legitimize of each logics and their practices, are shaped based on emotional persuasion (pathos), followed by logical (logos) and moral (ethos) discourses.

In conclusion, the findings indicate that emotional discourse have a important role in the legitimation of institutional logics where emerge in an informally structured area and that these discourses also enable informal structure to have a formal structure.

Keywords: Institutional Logic, Motorcycle Clubs, Rhetoric, Content Analysis



İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	vii
ABSTRACT	ix
İÇİNDEKİLER	xi
TABLolar	xiii
ŞEKİLLER	xiv
EKLER LİSTESİ	xv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvi
ÖNSÖZ.....	xvii
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

KURUMSAL MANTIK YAKLAŞIMI

1.1. Kurumsal mantık kavramının tanımı.....	4
1.2. Kurumsal mantıkların oluşumu	6
1.3. Çoklu kurumsal mantıklar	7
1.4. Kurumsal mantıklar ve örgütsel alan ilişkisi	29
1.5. Kurumsal alan ve kurumsal mantık ilişkisinde devletin rolü	31

2. BÖLÜM

MOTOSİKLET KULÜPLERİ

2.1. Motosiklet kulüplerine yönelik alanyazın taraması.....	34
2.2. Kurumsal mantık perspektifinden motosiklet kulüpleri	61

BÖLÜM 3

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın amacı ve araştırma sorusunun kapsamı	65
3.2. Araştırmanın kurumsal mantık açısından katkısı	66
3.3. Araştırma deseni.....	66
3.4. Araştırma örnekleme.....	67
3.5. Saha verilerinin elde edilme süreci	68
3.6. Araştırmada kullanılan çözümleme teknikleri	78
3.6.1. İçerik analizi	78
3.6.2. Retorik analizi.....	79

BÖLÜM 4

ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Türkiye’de motosiklet kulüplerinin oluşturduğu örgütsel alanın temel dinamikleri	82
4.1.1. Yerel motosiklet kulüpleri	82
4.1.2. Ulusal motosiklet kulüpleri	85
4.1.3. Uluslararası motosiklet kulüpleri	91
4.1.4. Türkiye bağlamında yer alan kulüplerin ortak noktaları	94
4.1.5. Motosiklet kulüplerinin oluşturduğu örgütsel alanda devletin rolü	100
4.1.6. Kurumsal mantıklar ve retorik analizine ilişkin bulgular	104
4.1.6.1. Topluluk mantığı	108
4.1.6.2. Kardeşlik mantığı	113
4.1.6.3. Aile mantığı	118
4.1.6.4. Sürüş mantığı	121
4.1.6.5. Yönetimci mantık	124
4.1.7. Örgütsel alanda hâkim retorik stratejilerin genel değerlendirmesi	127
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME	129
KAYNAKÇA	139
EKLER	155

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. 1999-2019 yılları arası kurumsal mantıkları ele alan çalışma örnekleri.....	11
Tablo 2. Motor kulüpleri üzerine son 10 yılda gerçekleştirilen çalışmalar ve temel bulguları	37
Tablo 3. Topluluk mantığının yapısal unsurları: coğrafi ve üyelik tabanlı toplulukların karşılaştırılması	63
Tablo 4. Görüşme yapılan motor kulüpleri ve kişilerin listesi	73
Tablo 5. Topluluk mantığını yansıtan retorik stratejiler.....	111
Tablo 6. Kardeşlik mantığını yansıtan retorik stratejiler.....	117
Tablo 7. Aile mantığını yansıtan retorik stratejiler	120
Tablo 8. Sürüş mantığını yansıtan retorik stratejiler	123
Tablo 9. Yönetimci mantığı yansıtan retorik stratejiler.....	125
Tablo 10. Örgütsel alan kapsamında retorik stratejilerin genel dağılımı	128

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırma süreci adımları	68
Şekil 2. Ulusal kulüplere ait logo örnekleri.	88
Şekil 3. Wild Wolves MC 29 Ekim Yürüyüş Flyeri.....	90
Şekil 4. Motosiklet kulüplerinde temel organizasyon şeması.....	96
Şekil 5. Açık kodlama sonucu belirlenen ortak kelime haznesi ve tekrar sıklığı	106



EKLER LİSTESİ

Ek-1: Görüşme Formu

Ek-2: Etik Kurul İzin Belgesi



KISALTMALAR LİSTESİ

AMA: American Motorcyclist Association - Amerikan Motosikletçi Birliği

CC: Chopper Club – Chopper tarzı motor tercih eden kulüpler

cc: Santilitre - motosikletlerin sahip olduğu silindirin hacmi

FBI: Federal Bureau of Investigation - Federal Soruşturma Bürosu

MC: Motorcycle Club – Türkiye’de katı kurallar ile yönetilen motosiklet kulüplerini tanımlayan kısaltma

MK: Motosiklet Kulübü - Türkiye’de esnek kurallar ile yönetilen motosiklet kulüplerini tanımlayan kısaltma

NWMC: Night Wolves Motorcycle Club

ÖNSÖZ

Doktora sürecimde sahip oldukları bilimsel bilgi birikimleri ile gece gündüz demeden, sabırla beni destekleyen ve tecrübelerinden faydalandığım başta tez danışmanım Doç. Dr. Umut KOÇ olmak üzere değerli, hocalarım Prof. Dr. Ender GEREDE, Doç. Dr. Müjdat ÖZMEN ve Doktor Öğretim Üyesi Onur DİRLİK'e çalışma sürecindeki desteklerinden dolayı teşekkür etmeyi borç bilirim. Ayrıca doktora sürecimde her daim yanımda olan ve bana yeni ufuklar kazandıran Doç. Dr. Behçet Yalın ÖZKARA'ya en içten duygularıyla teşekkürlerimi sunarım.

Gerek sosyal hayatım gerekse eğitim hayatım boyunca desteklerini üzerimden eksik etmeyen ve karşılaştığım her zorlukta yanımda olan babam Mehmet DUMAN'a, annem Nuray DUMAN'a ve kardeşim Yiğit DUMAN'a çok teşekkür ederim.

Ve tabi ki, lisans dönemimden bu güne kadar bana destek olan, beni her zaman motive eden ve gelecekte post doktoramı yaparken de aynı azimle yanımda olmasını istediğim hayat arkadaşım Murat Erkan ALPTEKİN'e en içten dileklerle teşekkürlerimi sunarım.

Hazal DUMAN ALPTEKİN

GİRİŞ

İlk kez 1991 yılında Friedland ve Alford tarafından kavramsal çerçevesi tanımlanan kurumsal mantık kavramı kurumları tamamlayan, örgütsel alanda pratiklerin yerleşiklik kazandırılmasına, sürdürülebilirliğine ve değişimine imkan tanıyan maddi ve kültürel oluşumların bütününe yansıtılmaktadır (Friedland ve Alford, 1991; Thorntorn ve Ocasio, 2008). Kavramın içerdiği geniş kapsam alana girişinden bugüne kadar geçen 30 yıl içerisinde farklı birçok araştırmaya konu olmuştur (Ocasio vd., 2017). Söz konusu çalışmalara baktığımız zaman kamu kurumları (Dunn ve Jones, 2010; Goodrick ve Reay, 2011; McPherson ve Sauder, 2013), sivil toplum kuruluşları (Hartman ve Coslor, 2019), sendikalar (Önder ve Üsdiken, 2016), yayınevleri (Thornton ve Ocasio, 1999; Thornton, 2002), özel işletmeler (Bhappu, 2000; Kroezen ve Heugens, 2018) gibi birbirinden farklı örgütsel alanlarda kurumsal mantıkların işlevlerinin değerlendirildiği görülmektedir.

Gerçekleştirilen bu çalışmaların önemli ortak noktalarından birisi kurumsal mantıkların formal olarak şekillenen örgütsel formlar ve alanlar üzerinde ele almalarıdır. İlgili çalışmaların sağladığı kapsamlı bilgi birikimine karşın informal bir yapılanmadan tetiklenen bir örgütsel alanda kurumsal mantıkların nasıl şekillendiği literatürde dikkate değer bir boşluğa işaret etmektedir. Literatürdeki bu boşluktan hareketle bu tez çalışmasının amacı Amerikan’da doğan ve dünyanın birçok bölgesinde faaliyet gösteren motosiklet kulüplerinin (MC) Türkiye’de oluşturduğu örgütsel alan ve örgütsel dinamiklerin yaşadığı değişimin kurumsal mantık perspektifi ile ele alınmasıdır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın ana hatlarını ortaya koyabilmek için değinilmesi gereken belli başlı gerekçeler söz konusudur.

İlk olarak araştırma birimi olarak MC motor kulüplerinin tercih edilmesinin nedeni uzun yıllardır var olan kulüplerin sahip olduğu tarihsellikten ötürü güçlü normlarla çevrili örgütsel bir bağlama ve informal bir yapılanmaya sahip olmalarından kaynaklanmaktadır (Quinn ve Koch, 2003; Lauchs, 2019). Bu doğrultuda Türkiye bağlamında MC motosiklet kulüplerinin örgütlenme yapılarını ele alan bir çalışma bulunmazken, kulüplerin sahip olduğu temel örgütsel dinamiklerin neler olduğu ve informal olarak yapılanma sürecinde hangi kurumsal mantıkların etkili olduğu

araştırma kapsamında cevaplanması amaçlanan sorulardan ilkinin oluşturmaktadır. Bununla birlikte çalışma kapsamında informal yapılanma olarak tanımlanan örgüt yapısı örgüt içi paylaşılan ilişki ağları ve rollere dayalı öne çıkan informal ilişkileri değil, örgütsel formun ortaya çıkışında düzenleyici ve denetleyici mekanizmalara tabi olmadan kurulan, yazılı kuralların yerine sözlü kuralların hakim olduğu, iş tanımları belli olmayan ve varoluşlarında etkililik – verimlilik dinamiklerinden uzak olan örgüt formlarının sergilediği yapılanma informal yapılanma olarak tanımlanmıştır (Blau ve Scott, 1962; Meyer, 1980).

İkinci olarak, çalışmada cevaplanmaya çalışılan bir diğer soru ise örgütsel alanda hakim olan mantıkların kabulünde ve yaygınlaşmasında hangi retorik stratejilerin etkili olduğudur. Bu kapsamda Amerika bağlamında informal bir yapıda doğan MC motosiklet kulüplerinin (Barker, 2014; Stjärnqvist, 2015; Kuldova, 2018; Rostami ve Mondani, 2019), Türkiye bağlamına taşınmasında etkili mantıkların nasıl bir değişim yaşadığı ve mantıklarda yaşanan değişim sürecinde hangi ikna stratejilerinin etkin olduğu ve alanda ortaya çıkan kurumsal mantıkların kabulündeki etkisinin anlaşılması amaçlanmıştır.

Son olarak, Türkiye bağlamında yapılan kurumsal mantık çalışmalarına baktığımız zaman farklı örgütsel alanlarda devletin kimi zaman girişimci, kimi zaman denetleyici bir aktör kimi zaman ise bir mantık olarak öne çıktığı görülmektedir (Özen, 2014). Bu çalışmalarında ortak noktası devletin rolünü formal örgütsel alanlarda ele alması iken, informal bir yapılanma ile şekillenen örgütsel bir alanda devletin rolünün ne olduğu sorgulanması gereken bir durum olarak öne çıkmaktadır. Diğer bir ifade ile devletin ülke bağlamındaki etkisinden hareketle Türkiye’de yayılımı artan bir örgütlenme formu olan MC kulüplerin ülkemizde oluşturduğu informal örgütsel alan kapsamında devlet rolünün anlaşılmasının literatüre katkı sağlayacağı öngörülmüştür.

1. BÖLÜM KURUMSAL MANTIK YAKLAŞIMI

Yönetim ve organizasyon alanının tarihsel gelişiminde 1970'lerin sonunda ortaya çıkan kurumsal kuram yaklaşımı alanda önemli gelişmelerin yaşanmasına imkân tanımıştır. Örgütlerin var oluş süreçleri ve içinde bulundukları çevre ile ilişkilerini inceleyen kurumsal kuramın gelişim süreci eski ve yeni kurumsal kuram olmak üzere iki ayrı dönemde incelenmektedir. Bahsi geçen dönemsel ayırım kuramın farklı açılardan incelenmesine olanak sağlarken, beraberinde yapı-aktör, düzen-değişim gibi sosyolojik ikilikleri beraberinde getirmiş ve bugün kurumsal mantık olarak tanımlanan çalışma alanının doğuşunu sağlamıştır.

En temel kapsamıyla kurumsal mantık yaklaşımı kurumsal alanda yapının etkisinin ötesinde aktör rolünü, düzen sosyolojinin karşısında ise değişim süreçlerini ele alarak toplumsal hayatın pratiklerini ve eylemlerin altında yatan anlamı açıklama ve anlamaya çalışmaktadır. Diğer bir deyişle kurumsal mantık yaklaşımı Thornton ve Ocasio (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmada belirtildiği gibi homojenlik ve eşbiçimlilik süreçlerinden farklı olarak kurumsal aktörlerin rolüne, örgütsel alanda yaşanan değişim süreçlerine ve heterojenliğe odaklanmaktadır.

Friedland ve Alford'un (1991) çalışmasıyla ilk yapı taşları oluşturulan kurumsal mantık yaklaşımı, bugün literatürde 700'den fazla çalışmaya ev sahipliği yaparak, farklı birçok alanında katkısıyla disiplinler arası bir araştırma akımı oluşturmaktadır (Ocasio vd., 2017).

Kurumsal mantık çalışmalarının yayılımını tetikleyen unsurlara değinecek olursak, temelde maddi ve sembolik değerlere sahip olan kurumsal mantıklar hem topluluk düzeyinde hem de bireylerarası etkileşimde tecrübelerin anlamlandırılmasına imkân sağlamaktadır (Friedland ve Alford, 1991). Thornton (1999), tarafından kural koyucular olarak tanımlanan kurumsal mantıklar eşbiçimlilik akımına kurumsal çoğulculuk yaklaşımı ile alternatif geliştirerek toplum, kurumsal alan, örgütler gibi birçok seviyede incelemeye olanak sunmaktadır.

Kurumsal mantık yaklaşımını çekici kılan bir diğer unsur ise yeni kurumsal kuram kapsamında teknik ve kurumsal çevre ayırımından sapmasıdır. Bu doğrultuda kurumsal mantık perspektifi kurumları ve çevreleri birbirinden ayırmak yerine, çevrenin kurumların etkisi altında olduğunu ve kurumlara yön veren dinamiklerin ise

mantıklar olduğunu ileri sürmektedir (Thornton, 2004). Bu durum toplumsal katmanların altında yatan gerçekleri ortaya çıkarmamıza imkan sağlarken, aynı zamanda ekonomik ve piyasaya dayalı güçlerin çeşitliliğini mantıklar vasıtasıyla açıklamamıza yardımcı olur (Ocasio vd., 2017).

Son olarak ise, kurumsal mantık yaklaşımı yapısal teorinin varsayımlarından kendini sıyrarak, aktör rolünün yani gömülü failliğin anlaşılmasına imkân sağlar. Farklı birçok kurumsal mantık alanda çeşitliliği tetiklerken, alanı paylaşan aktörlerin eylemlerine rehberlik eder (Pache ve Santos, 2013). Lakin burada üzerinde durulması gereken nokta, mantıklar ve aktörler arası etkileşimin tek taraflı olmadığıdır. Diğer bir deyişle mantıkların aktörler üstünde etkisi kadar, aktörlerinde mantıkların şekillenmesinde ve alanın değişiminde etkili olduğu ileri sürülmektedir (Thornton vd., 2012).

Tez çalışmasının bundan sonraki bölümlerinde ilk olarak kurumsal mantık yaklaşımının temelleri, literatürde yer alan çalışmalar, örgütsel alan ve kurumsal mantıklar arasındaki ilişki ele alınacaktır. Ardından motosiklet kulüpleri ve bu kulüpler ile kurumsal mantıklar arasındaki bağlantılara değinilecektir.

1.1. Kurumsal mantık kavramının tanımı

Kurumsal mantık kavramının tanımı öncesinde kurumsal teorinin gelişimini bilmek ve eski-yeni kurumsal teorinin ortak ve farklı yönlerini ayırt edebilmek önemlidir. Temelde eski kurumsal kuram çalışmaları Selznick (1948, 1949) ve Parsons'un (1956) çalışmalarıyla hayat bulmuştur. Bu süreçte kurumsal kuramda yapıların etkisi ön planda iken 1970'lere gelindiğinde ise, Meyer ve Rowan (1977), Zucker (1977) gibi isimlerin yaptığı çalışmalar kurumsal analize kültür ve bilişin rolünü dahil etmiştir. DiMaggio ve Powell (1983) ise çalışmalarıyla yeni kurumsal kuram döneminin kapıları açılmıştır.

Yeni kurumsal kuram anlayışında toplumsal olarak inşa edilen ve kendini yeniden üreten kurallar sistemi olarak ele alınan kurum kavramı ve kurum statüsünü kazanma süreci olarak tanımlanan kurumsallaşma süreci örgütler neden birbirine benzer sorusuna yanıt aramaya odaklanmaktadır. Bu noktada yapılan araştırmalar kurumların dinamiklerine (Scott, 1995), eşbiçimlilik mekanizmasına (Dimaggio ve

Powell,1983; Deephouse, 1996) ve meşruluk türlerine (Suchman, 1995) yoğunlaşarak farklı birçok alanda çalışmalara imkan tanımıştır.

Genel olarak örgütsel alandaki benzerliğin açıklaması ise örgütsel alandaki çeşitliliğin örgütler arası etkileşim, sorunları çözme eğilimi, artan baskılar ve koalisyonların etkisiyle yapılanma gösterdiği yönündedir. Yapılanma sürecinin ise meşru uygulama ve yapıları ortaya çıkararak bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde benimsenmesine ve bu durumun beraberinde kurumsallaşma sürecinin yaşanmasına neden olduğu yönündedir. Her ne kadar yeni kurumsal kuram kurumsallaşma süreci ve yapılara yönelik kapsamlı açıklamalar getirse de kurumsallaşma sürecinde aktörün etkisi, değişimin rolü, nedenleri ve sonuçları toplumsal süreçleri açıklama yeni kurumsal kuramın eksik bir parçası olarak belirginleşmiş ve bu durum kurumsal mantık anlayışının doğuşunu tetiklemiştir.

Kurumsal mantık kavramının alana girmesi ve geniş bir araştırma yelpazesine imkân tanınmasında Friedland ve Alford (1991), Thornton ve Ocasio (1999, 2008), Haveman ve Rao (1997) gibi araştırmacılar öncülük yapmıştır. Yeni kurumsal kuram ve kurumsal mantık varsayımları dikkate alındığında yukarıda bahsi geçen isimlerin çalışmalarında kültürel ve bilişsel yapıların, örgütsel yapılar üzerindeki etkisi iki akımda da ortak payda yaratmaktadır. Buna karşın, kurumsal mantığı yeni kurumsal kuram varsayımlarından ayıran nokta eşbiçimcilikten sıyrılarak farklılıkları ve eyleyenliği öne çıkarmasıdır.

Farklılıkların ve çeşitliliğin altını çizen kurumsal mantığın kavramsal olarak açıklaması ise gene farklılıklara ev sahipliği yapmaktadır. Bu kapsamda Alford ve Friedland (1985), kurumsal mantık kavramını ilk kullanan kişiler olmakla birlikte kurumsal mantığı, kurumları tamamlayan uygulama ve inançlar bütünü olarak tanımlamıştır. Friedland vd. (1991) yaptıkları çalışmada kurumsal mantık kapsamını genişletirken, her kurumun kendi içerisinde örgütsel uygulamaları destekleyen ve aktörleri motive eden kurumsal mantıklara sahip olduğunu belirtmiştir.

Jackall (1988) ise, kurumsal mantıkların karmaşık, deneyimlerle yerleşiklik kazanan ve durumlara bağlı kurallar bütünü olduğunu belirtmiştir. Bu kurallar davranışlarla tekrar edilerek yerleşiklik kazanırken aynı zamanda öngörülebilirliği de bilişsel olarak sağlamaktadır.

Jackall, Friedland ve Alford'un kurumsal mantık yaklaşımlarının ortak noktası mantıkları eylem ve kültüre gömülü olarak ele almalarıdır. Fark ise, Jackall kurumların normatif boyutuna odaklanarak örgüt içi form farklılıkları üzerinden kurumsal mantık varsayımları geliştirirken, Alford ve Friedland kurumsal sistemde sembolik kaynak ve kurumlararası farklılıklara vurgu yapar. Diğer bir deyişle çalışmalar arası fark analiz düzeylerine yönelik yaklaşımdan kaynaklanmaktadır.

Thornton ve Ocasio (1999) ise, kurumsal mantıkları toplumsal olarak yapılandırılan, tarihselliği ön planda olduğu maddi ve kültürel uygulamalar, varsayımlar üzerinden ele alırken, mantıkların toplumsal gerçekliğin anlam kazanmasına yardımcı olduğunu vurgulamışlardır. Bu noktada Thornton ve Ocasio (1999); Jackall (1988), Friedland ve Alford (1991)'un varsayımlarını birleştirerek yapısalcı, normatif ve sembolik varsayımları dikkate alan bir çerçeve oluşturmuş ve kurumsal mantık çalışmalarındaki analiz düzeylerinde farklılaşmanın olağanlığı ve teorik katkısını ortaya koymuştur.

2000'li yıllara gelindiğinde kurumsal mantığın kavramsal açıklamasında aktör rolü daha fazla vurgulanmaya başlamıştır. Glynn ve Lounsbury (2005), kurumsal mantıkların aktörlerin davranışlarını meşrulaştıran bir aracı olarak tanımlamıştır. Benzer şekilde Lounsbury (2007), kurumsal mantıkların örgütsel alanda yer alan aktörlere rehberlik ettiğini belirtmiştir. Reay ve Hinings (2009) ise, örgütsel alanın ev sahipliği yaptığı ilkeleri şekillendiren, kurumlar ve eylemler arası bir köprü olarak kurumsal mantıkları açıklamıştır.

Yukarıdaki temel çalışmalardan hareketle kurumsal mantıklar toplumsal yaşantıda yapı ve aktörlerin eylemlerinin özünü oluşturan ve hem bilişsel hem kültürel olarak kurumları anlamlandıran, örgütsel alanda değişimi açıklamaya yardımcı olan oluşumlardır. Bu oluşumlar tarihselliği, maddi ve sembolik değerleri bünyesinde taşıyarak kurumlarla çevrili dünyamızı anlamlandırmayı sağlar.

1.2. Kurumsal mantıkların oluşumu

Örgütsel alanda yer alan kurumsal mantıklar çeşitli kurumlar ve eylemler arası bağlantıları açıklamaya yardımcı olurken, mevcutta olan çeşitliliğin ortak paydalarını anlamlandırmaya yardımcı olur. Temelde, kurumsal mantıkları, mantık yapan belli dinamikler söz konusudur. Friedland ve Alford (1991), her kurumun örgütsel

uygulamaları destekleyen ve kurumdan beslenerek aktörleri motive eden kurumsal mantıklara sahip olduğunu ileri sürmektedir. Bu noktada kurumsal mantıkların oluşumun temelinde mantığı şekillendiren bir kurum olması söz konusudur. Diğer bir deyişle, toplumdaki her bir kurumu oluşturan ve sürdüren baskın bir mantık söz konusudur. Bu noktada Scott (1995) tarafından belirtilen kurumların temelindeki normatif, regülatif ve bilişsel dinamikler sadece kurumların değil, kurumsal mantıklarında hareket mekanizmasını oluşturmaktadır (Thornton, Ocasio ve Lounsbury, 2012). Bu dinamiklere dayalı ilerleyen meşruluk sürecinde mantıklar toplumun ve aktörlerin davranışlarını maddi ve sembolik değerlerle düzenleyerek kurumsallığın sürdürülmesi ya da değişime imkân sağlamaktadır.

Thornton ve Ocasio (1999) ise kurumsal mantıkların sembolik öğelere, tekrarlanan pratiklere sahip olduğunu ve aktörler tarafından yapılandırılarak etkinleştiğini belirtmektedir. Yazarlara göre, mantıkların sahip olduğu sembolik ve pratik değerler aktörler tarafından tekrar eden etkileşimlerle süreklilik kazanmaktadır. Thornton ve Ocasio (2008) kurumsal mantıkların oluşumuna yönelik varsayımları genişletilirken, kurumlara etki eden tek bir baskın mantık yerine çoklu mantıkların söz konusu olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte yazarlar tüm kurumsal mantıklar için geçerli 4 unsurun altını çizmektedir. Bunlar kolektif kimlik kaynağı, güç ve statü göstergeleri, toplumsal sınıflandırma sistemi ve ilgilenimdir. Bu 4 unsur hem kurumsal mantıkların oluşumunu etkilerken hem de kurumsal mantıkların çeşitlenmesine imkân tanımaktadır (Thornton ve Ocasio, 2008).

Literatüre bakıldığında örgütsel alan içerisinde mantıkların rolü farklılaşmaktadır. Birbiriyle çelişen mantıklar değişim dinamiklerini tetiklerken, birbirlerini destekleyen mantıklar mevcut kurumların güçlenmesine imkan tanımaktadır. Bu noktada kurumsal mantıkların varlıkları çeşitli temellere dayandırılmakta ve bir örgütsel alan içerisinde farklı kurumsal değerleri öne çıkaran birden çok mantığın var olabileceği kabul edilmektedir (Seo ve Creed, 2002; Greenwood vd., 2011).

1.3. Çoklu kurumsal mantıklar

Kurumsal mantıklar sosyal sistemde yer alan bireyler, örgütler ve kurumlar arası ilişkileri açıklamaya yardımcı olur (Thornton ve Ocasio, 1999). Tanımdan hareketle kurumsal mantık çeşitliliğini açıklayacak olursak, içerisinde yer aldığımız dünya mekânsal ve tarihsel olarak birçok sosyal sistemi içerisinde barındırır. 1930’lu

yıllarda Ludwig von Bertalanffy tarafından ortaya atılan ve bugün modern örgüt kuramına önemli katkıları olan genel sistem teorisine göre sistemler birbiriyle ilişki ve etkileşim halinde birçok alt sistemden oluşur ve bu parçalı yapı hem bütünü etkiler hem de bütünden etkilenir (Sargut ve Özen, 2007). Örgütsel bir alanı bir sistem olarak düşündüğümüzde ise, onun var oluşunu besleyen ve etkileşim halinde olan birçok alt sistemde söz konusu olacaktır. Bu sistemler kendi içlerinde kurumları ve bu kurumların dinamiklerini oluşturan mantıklara ev sahipliği yaptığı gibi, bütün sisteme etki eden baskın kurum ve baskın kurumsal mantıklara da sahiptir. Bu çeşitlilik örgütsel alanın işleyişini düzenlerken aynı zamanda alandaki farklı uygulamaların ve değişim mekanizmasının açıklanmasına yardımcı olur.

Friedland ve Alford (1991), çoklu mantıkların alandaki etkisinden yola çıkarak batı toplumlarında hâkim olan mantıkları 5 sınıfta toplamıştır. Bunlar sırasıyla piyasa, bürokratik devlet, demokrasi, çekirdek aile ve Hristiyanlık dini mantığıdır.

Piyasa Mantığı: Makro düzeyde toplumsal bir mantığa işaret eden piyasa mantığı kapitalist ve bireysel değerleri öne çıkaran, meşruluğu fiyat paylaşımı ve paydaş çıkarlarına bağlı toplumsal süreçlere işaret etmektedir. Temel metaforu piyasa işlemleri olan bu mantığın, toplumsal hayata yansımada rasyonelliğe dayalı düzen anlayışları ön plana çıkmaktadır.

Bürokratik Devlet Mantığı: Toplumdaki faaliyetlerin rasyonelleştirilerek düzenlenmesi gerekliliğini öne çıkaran bürokrasi mantığı, yasal ve bürokratik hiyerarşilere dayalı meşruluk mekanizmasına sahiptir.

Demokrasi Mantığı: Eşitliğin temel alındığı demokrasi mantığında toplumdaki bireylerin kontrolü oylama ve çoğunluk anlayışına dayanmaktadır. Bununla birlikte adalet vurgusu bu mantığın öne çıkardığı temel metafordur.

Çekirdek Aile Mantığı: Batı toplumundaki aile yapısını temel alan bu mantıkta toplumsal yapı ve örgütsel alandaki aktivitelerde ilişkisellik ön plana çıkartılır. Bu ilişkisellik ailenin kutsallığı, birbirine bağlılık ve paternalistik değerler üzerinden şekillenir.

Hristiyanlık Din Mantığı: Batı toplumlarında dini değer ve ritüellerin toplumsal düzeydeki etkilerini yansıtan din mantığı, ahlaki değer ve cemaat bütünlüğünü öne

çıkarmaktadır. Bu kapsamda cemaate inanç toplumunda bağlılığın ve sadakatin temelini oluştururken, normatif meşruluk ve buna dayalı uygulamalar yaygındır.

Yazarlara göre birbiri ile etkileşim halinde olan bu beş mantık batı toplumlarına şekil veren kurumların temelini oluşturmakta ve Batı toplumlarında tek bir mantığın değil sıralanan mantıkların farklı kombinasyonlarda etkisi olduğu öne sürülmektedir (Friedland ve Alford 1991).

Friedland ve Alford (1991) çalışmasından hareketle, Thornton ve Ocasio (1999) yayıncılık alanında gerçekleştirdiği çalışmada kurumsal sistem üzerinde etkili 5 mantığa ilave olarak profesyonellik mantığını eklemiştir. Profesyonel mantık örgütsel alanda yer alan paydaşların mesleki değerlerinden, uzmanlık alanlarından hareketle kurumsal dinamikleri şekillendirirken, mantığın meşruluk kaynağı profesyonel birliklerce ortaya konulur. Thornton (2004) ise, kurumlararası sistemde etkin olan mantıkları aile, din, devlet, piyasa, profesyonellik ve işletme mantığı üzerinden ele almıştır. Bu noktada işletme mantığı, gelişen toplumlarda kurumlardan etkilenen ve onları etkileyen bir yapı olarak ortaya çıkarken, meşruluğunun piyasadaki konumundan kaynaklandığı belirtilmiştir.

Yukarıda bahsi geçen üç çalışmada kurumların yerleşiklik kazanmasına imkan sağlayan temel mantıkları ele alırken, her biri bu mantıkları farklı dinamiklerle değerlendirmiştir. Bu kapsamda, Friedland ve Alford (1991) ele aldığı kurumsal mantıkların sembolik ve maddi değerlere dayalı kültürel bileşenlere odaklanırken, Thornton ve Ocasio (1999), temel metaforlar, meşruluk kaynakları, normlar, temel stratejiler ve kimlik kaynaklarına dayalı mantıkları değerlendirmiştir. Thornton (2004) ise, Thornton ve Ocasio'nun ele aldığı temel dinamiklere ilave olarak mantıkların kontrol mekanizmalarına değinmiştir.

Toplumlarda etkin olan temel kurumsal mantıkları ele alan bir diğer çalışma ise Thornton vd. (2012) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yukarıda ele alınan her bir çalışma gözden geçirilerek, mantıkların dinamikleri revize edilmiş ve topluluk mantığı da kurumlararası sistemde etkin bir mantık olarak öne çıkarılmıştır. Bu kapsamda topluluk mantığı ortak sınırları paylaşan, meşruluğunu ortak inanç birliğine dayandıran ve aktörlerin davranışlarını şekillendiren birlikler olarak tanımlanmıştır.

Yukarıda ele alınan temel kurumsal mantıkların farklı örgütsel alanlardaki etkisi ve mantıkların kapsamı literatürde birçok çalışmaya konu olmuştur. Bununla birlikte süreçte aile, piyasa, din gibi temel mantıkların dışında alanda hakim kurumların dinamiklerine bağlı olarak farklı kurumsal mantıklar ve bu mantıkların işleyiş mekanizmasını ele alan konulardır. Tablo 1’ de kurumsal mantıklar üzerine son 10 yıl içerisinde yapılan çalışmalardan öne çıkanlara yer verilmiştir.



Tablo 1. 1999-2019 yılları arası kurumsal mantıkları ele alan çalışma örnekleri

Araştırma Künyesi	Araştırma Problemi	Araştırma Bulguları
Thornton ve Ocasio, 1999	Tarihsel süreçte kurumsal mantıklardaki değişimin örgüt içi politik unsur ve yönetsel kararlar üzerindeki etkisi nedir?	Yayın sektöründe 1970’lerde yaşanan değişimlerle baskın mantık olan editör mantığının yerini piyasa mantığına bıraktığı belirlenmiş. Baskın mantıklardaki değişimin örgüt içi güç dağımı ve yönetici kararlarındaki değişimi beraberinde getirdiği bulunmuştur.
Bhappu, 2000	Japonya’da etkili olan işbirliği networkleri ve örgütsel pratiklerde aile kavramı kurumsal bir mantık mıdır?	Aile kavramının tarihsel olarak Japon kültürüne gömülü kurumsal bir mantık olduğu ortaya çıkmıştır. Aile mantığının Japonlara özgü yönetim uygulamalarına temel oluşturduğu belirlenmiştir.
Thornton, 2002	Çok bölümlü örgüt yapısının belirlenmesinde kurumsal mantıklardaki değişimin etkisi nedir?	Kurumsal mantıkların, kurumsal baskılar ve örgütsel stratejiler arasındaki ilişkide aracı görevi üstlendiği belirlenmiştir. Çok bölümlü örgütsel yapının benimsenmesinde kurumsal mantıkların değişimini tetikleyen aktör eylemlerinin etkili olduğu bulunmuştur.
Rao vd. 2003	Baskın mantıklar ve mantıklara dayalı kimlik rolleri yeni kurumsal mantık ve kimliklerle	Örgütsel alanda etkili aktivist aktörlerin mantık ve kimlik değişiminde etkili olduğu belirlenmiştir.

	nasil yer değiştirir?	Değişim sũrecinin 4 strateji ile tetiklendiği açıklanmıştır. Bunlar; sosyo-politik meşruluk, yeni rollerin kurumsallaştırılması, eski mantığı benimseyen ncũlerin yen mantık tarafına çekilmesi, ncũlerin kazanımlarıdır.
Reay ve Hinings, 2005	rgũtsel alanda birbiriyle rekabet eden mantıkların radikal değişim sũrelerine etkisi nedir?	rgũtsel alanda varolan rakip mantıkların değişim sũrecini tetiklediği belirtilmiştir. Değişim sũrecinde baskın mantığın alan ũzerinde etkisinin tamamen ortadan kalkmadığı rakip mantık tarafından bastırıldığı ortaya çıkmıştır.
Glynn ve Lounsbury, 2005	rgũtsel alanda var olan rakip mantıkların etkileşiminde retorik rolũ nedir?	Rakip mantıkların etkileşim sũrecinde aktörlerin takip ettiği retorik stratejilerin melez mantıkların doğmasına imkân sağladığı belirlenmiştir.
Djelic ve Ainamo, 2005	Alan dışından transfer edilen mantıkların alanda ortaya çıkardığı sonuçlar nelerdir?	Alan dışından mantık transferinin 3 aşamada meydana geldiği önerilirken, transfer sũrecinin melez mantıkların doğuşunu sağladığı belirtilmiştir.
Haveman ve Rao, 2006	rgũtsel alanda yaşanan kurumsal mantık değişiminde hibrit rgũt formlarının etkisi nedir?	Birbiriyle çelişen mantıkların, ortak paydaları aracılığı ile harmanlaşarak melez bir yapı sunmasının alandaki mantıkları koruduğu belirlenmiştir. Mantıklar arası melez bir yapının oluşturulmadığı durumlarda mantıkların alandan ayrışması ve değişimin tetiklenmesi gözlemlenmiştir.
Lounsbury, 2007	rgũtsel alanda yeni uygulamaların yayılmasında	rgũtsel alanda rakip mantıkların bir arada yer alabileceği ve birbirinden farklı mantıkların yeni uygulamaların yayılma

	rakip mantıkların etkisi nedir?	sürecinde uygulama pratiklerinin çeşitlenmesine imkan sağladığı belirlenmiştir.
Green vd., 2008	Rekabet halindeki mantıklar kurumsal alanı nasıl şekillendirir?	Rekabet halindeki mantıkları paylaşan aktörlerin retorik stratejiler aracılığı ile alanı şekillendirdiği belirlenmiştir.
Reay ve Hinings, 2009	Baskın bir mantık olmadan rakip mantıklar nasıl hareket eder?	Örgütsel alanda birbiriyle rakip mantıkların bir arada bulunabileceği belirtilmiştir. Baskın bir mantığın alanda bulunmamasının rakip mantıklar arası işbirliklerine dayalı melez formların oluşmasına imkan sağladığı ya da alternatif olarak alanda bir mantığın diğerini elemine ederek baskınlaşacağı belirtilmiştir.
Dunn ve Jones, 2010	Bir alanda çoklu mantıklar ne zaman oluşur? Hangi faktörler çoklu mantıklar arası dengeyi sağlar?	Örgütsel alanda çoklu mantıkların bir arada bulunabileceği ve bu mantıkların var oluşlarının alanda etki profesyonellerce sağlandığı belirtilmiştir. Bu noktada profesyonellerin gücünün mantıkların yaygınlaşmasında ve aradaki dengenin sağlanmasında etkili olduğu belirlenmiştir.
Goodrick ve Reay, 2011	Alanda etkin olan aktörlerin eylemleri çoklu mantıklardan nasıl etkilenir?	Örgütsel alanda etkin olan profesyonellerin eylemleri bir ya da daha fazla mantıktan etkilendiği belirlenmiştir. Çoklu mantıklar arasındaki ilişkinin kimi zaman işbirliği kimi zaman ise rekabet halinde olduğu belirtilmiştir.
Tan ve Wang, 2011	Çok uluslu şirketler kuruluş ülkesine dayalı mantıkları misafir ülke faaliyetlerinde nasıl yansıtır?	Kurumsal mantıkların faaliyet gösteren firmanın alandaki konumuna dayalı olarak (merkez/merkez çevre) kurumsal mantıklara dayalı 4 farklı strateji sergiledikleri belirlenmiştir. Kurumsal mantıkların farklı bölgelere transferinde belli değerlerin

		kalıcı belli değerlerinin ise değiştirilebilir nitelikte olduğu belirlenmiştir.
Scaraboto ve Fischer, 2012	Marjinal tüketiciler neden ve nasıl ana pazar akımlarına karşı çıkar?	Kurumsal mantıkların değişimi sürecinde, kolektif kimlik olgusu ve kurumsal girişimcilerin etkili olduğu belirlenmiştir.
Hills vd., 2013	Baskın mantıklar alanda etkisini yitirir mi? Süreçte retoriğin rolü nedir?	Baskın mantıkların tarihsel süreçte etkisinin tamamen ortadan kalkmadığı ve retorik stratejilerin etkisini yitiren mantıkların etkisini arttırabileceği belirlenmiştir.
McPherson ve Sauder, 2013	Kurumsal mantıklar örgütsel alanda günlük birey faaliyetlerini nasıl etkiler?	Farklı mantıklara sahip aktörlerin sorunlar karşısında mantıkları birleştirerek çözüm arama eğiliminde oldukları ve mantıkların aktörlerin eylemleri ve söylemlerinde etkili olduğu belirlenmiştir.
Özseven vd., 2014	Tarihsel süreçte Türk kamu hastanelerindeki yönetsel uygulamalarına dayalı kurumsal mantıklar nasıl değişim göstermektedir?	Kamu hastanelerinde kamu ve piyasa mantığını birleştiren yönetim uygulamalarının yaygınlaştığı ve bunun kurumsal mantıklarda yaşanan bir dönüşüm olduğu belirlenmiştir.
Smets vd., 2015	Aktörler çoklu mantıkları nasıl dengeler ve kendi yararına kullanır?	Birbirinden farklı mantıkların ayrışma, birleştirme ve sınırlama mekanizmaları ile aktörlerce dengelendiği belirtilmiştir. Mantıklar arası çatışma durumunun ise zamanla aktörler vasıtasıyla rutin haline getirilerek kurumsallaştırılabileceği ortaya konmuştur.
Fincham ve Forbes, 2015	Kurumsal karmaşanın yaşandığı örgütsel alanlarda mantıklar arası ilişki nasıldır?	Birbirini destekleyen ve zıt mantıklar arası ilişkinin kurumsal karmaşaya sürdürülebilirlik kazandırdığı ve farklı mantıkları yansıtan bütünleşik mantıklar doğurduğu belirlenmiştir.

Önder ve Üsdiken, 2016	Egemen kurumsal mantıklar karşısında yeni bir mantık alanda nasıl yer edinir?	Sosyo-politik değişimler alanda yeni mantıkların kabullenilmesine imkan sağladığı belirlenmiştir.
Grave ve Zhang, 2017	Örgütler rekabet eden mantıklar karşısında birleşme ve satın alma kararlarını nasıl belirler?	Rekabet halindeki mantıkların farklı uygulamalarının örgütler için alternatif karar opsiyonları ortaya koyduğu belirlenmiştir. Bu noktada firma içi koalisyonlar ve firma sahiplerinin güçlerinin karar mekanizması ve mantıklar arası köprü oluşturduğu ortaya çıkmıştır.
Ünal, 2017	Türkiye’de yükseköğretim alanında egemen mantıklar nelerdir?	Alanda etkin olan mantıkların törensel bir şekilde sürdürülmesinin melez yapıda mantıkların doğuşuna imkan sağladığı belirlenmiştir.
Andersson ve Liff, 2018	Rekabet eden mantıklar karşısında kooptasyon stratejilerinin anlamı nedir?	Farklı kurumsal mantıklar karşısında kooptasyon stratejisinin ana mantığı koruduğu gibi, mantıkların değişiminde etkili olduğu belirlenmiştir.
Arena vd., 2018	İşletmeler tarafından öne sürülen sosyal sorumluluk stratejilerinde kurumsal mantıkların etkisi nedir?	Farklı kurumsal mantıkların ortaya çıkardığı baskılar karşısında sosyal sorumluluk stratejilerinin tek bir mantığı takip etme, melez mantıkların ve ayırma (decoupling) stratejileri ortaya çıkardığı belirlenmiştir.
Kroezen ve Heugens, 2018	Örgütsel alanda etkisi azalan mantıkların tekrar canlanması nasıl deneyimlenir?	Alanda etkisi azalan mantıkların tarihsellik ilişkisi nedeniyle tekrar baskınlık kazanabileceği ortaya konulmuştur.

Gillett ve Tennent, 2018	Futbol kulüpleri için yerel otoriteler nasıl önemli bir paydaş olur?	Bürokrasi mantığına dayalı yerel otoritelerin kurumsal uygulamalar karşı farklı yaklaşımlarının olması melez mantıkların ortaya çıkmasına neden olduğu belirlenmiştir.
Glazer, vd., 2019	Birbirine rakip olan mantıklar örgütsel alanda gerçekleşen uygulamaları nasıl etkiler?	Politik reformlar karşısında yerel bölgelerde devlet mantığı karşısında topluluk mantığının ilişkisel ağlara dayalı olarak uygulamaların şekillenmesinde daha baskın olduğu belirlenmiştir.
Hartman ve Coslor, 2019	Çoklu kurumsal mantıkların harekete geçirilmesinde retorik stratejilerin rolü nedir?	Rakip mantıkların aktörleri harekete geçirmesinde retorik stratejilerin etkili bir yönlendirici olduğu belirlenmiştir.
Wimalasinghe ve Gooneratne, 2019	Çoklu kurumsal mantıklar örgütsel alanda kontrol mekanizmalarını nasıl etkiler?	Çoklu kurumsal mantıkların örgütsel alanda birer kontrol mekanizması rolü gördüğü belirtilirken, mantıklara dayalı çeşitliliğin etkin aktörler vasıtasıyla melez kontrol mekanizmalarını ortaya koyduğu belirlenmiştir.

Tablo 1’den de anlaşılabacağı üzere kurumsal mantık anlayışını farklı yönler ve farklı bağlamlarda ele alan birçok çalışma bulunmaktadır. Tarihsel süreçte bu çalışmaların gelişimini değerlendirecek olursak her bir çalışmanın odak noktasında örgütsel alanda yaşanan değişimi anlamlandırma çabası olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu çaba ise temelde 2 ayrı araştırma akımını karşımıza çıkarmaktadır. Bunlardan ilki kurumsal mantık çalışmalarının ilk yıllarında öne çıkan ve bir örgütsel alanda baskın tek bir mantığın olabileceği yönünde çıkarımları kapsamaktadır. İkinci araştırma akımı ise örgütsel bir alanda tek bir baskın mantığın bulunmasından ziyade alanda birbirlerini destekleyen ya da birbirleriyle rekabet halinde bulunan birden fazla mantığın bulunabileceği varsayımına dayanan araştırmalardan oluşmaktadır.

Örgütsel alanda baskın tek mantığın olduğu çıkarımına dayalı çalışmalara baktığımız zaman, baskın mantığın alandaki dinamikleri ve aktör eylemlerini doğrudan etkilediği öne çıkarken, baskın mantığın meşruluğunun zaman içerisinde zedelenmesinin beraberinde alanda değişimi getirdiği gözlemlenmektedir. Bu duruma örnek olarak Thornton ve Ocasio (1999), yüksek eğitim yayın endüstrisindeki baskın mantık değişimini 1958 – 1990 yıllarını esasa alınarak incelenmiştir. Bu kapsamda endüstrideki editör odaklı mantıktan, piyasa odaklı mantığa geçiş süreci pozisyona, ekonomiye ve ilişkisel unsurlar üzerinden farklı zaman periyotları ile değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda yöneticinin konumunun, ekonominin ve aktörler arası ilişkilerin mantıkların değişimde etkili olduğu belirlenirken güç kavramının sadece kaynak bağımlılığı kuramında değil kurumsal mantık çalışmalarında da etkili bir gösterge olduğu ortaya konulmuştur. 2000’li yıllara geçildiğinde ise Thornton (2002) tarafından tekrar ele alınan yayın sektöründe hâkimleşen piyasa mantığı ile yaşanan değişim, baskınlaşan bir mantığın yönetim biçimi olarak öne çıkışını ele almaktadır. Bu kapsamda yayıncılığı bir zanaat mantığından, ticari bir mantığa dönüşümü ve bu iki mantık arasındaki farklılıkların yönetsel başarıda da farklılıklara neden olduğunu belirtmiştir. Çalışma sonucunda örgütsel alanda yaşanan değişim sürecinde kurumsal mantıkların kurumsal baskılar ve bu baskılara tepki oluşturan örgütsel stratejiler arasında köprü işlevi gördüğü ortaya çıkmıştır. Tek bir mantığın örgütsel alandaki yapılanmaya etkisini ele alan diğer bir çalışma Bhappu (2000) tarafından Japonya’da faaliyet gösteren örgütlerin işbirliği ağları ve örgütsel uygulamalarında ekonomik kurumların etkisini ele almaktadır. Çalışma kapsamında, Japon tarihinde önemli bir dayanak

olan feodal aile sisteminin örgütsel uygulamalarda aile mantığının temel alınmasına zemin hazırladığı belirtilirken, sadakat, yaşam boyu çalışan olma, networkler arası işbirliğinin Japonya'nın ekonomik kurumları arasında yaygın olması aile mantığı ile açıklamıştır. Önder ve Üsdiken (2016) ise, 1947 – 1980 yılları arasında Türkiye'de aktif olan işçi sendikalarının oluşturduğu örgütsel alandaki hâkim mantıklar ve belirlenen periyotlarda mantıkların değişimini incelemişlerdir. 33 yıllık zaman diliminde mantıkların farklılaşması 3 ayrı periyotta ele alınmıştır. Bu kapsamda 1947-1961 yılları arası sendika faaliyetlerinde itaat mantığı hâkim olmuştur. 1962-1973 yılları arasında 1961 anayasası ve grev-toplu sözleşme haklarının tanınmasıyla bağımsız sendikacılık mantığı baskın hale gelmiştir. Son periyot olan 1974-1980 yılları arasında ise siyasi sendikacılık mantığı öne çıkmıştır. Çalışma sonucunda sosyo-politik değişkenlerin mantıklar üzerinde doğrudan etkisi öne çıkarken, alanda yeni ortaya çıkan mantıkların tutunmasında, mantığı destekleyen kitlenin çoğunluğunun mantığın eylem ve pratiklere nüfuz etmesine imkân tanıdığı ve meşruluk kazandırdığı belirtilmiştir.

Alanda hâkim bir mantığın yeni bir mantıkla yer değiştirme sürecini kimlik rollerine yansımaları ele alan Rao vd. (2003) ise, Fransız mutfağını araştırma bağlamı olarak incelemiştir. Geleneksel aşçılık mantığından modern aşçılık mantığına geçiş sürecinde değişimin 4 strateji ile kimlik rollerinin farklılaştırdığı belirlenmiştir. Buna göre değişim stratejileri kurumsal girişimcilerin (elit aşçılar) eylemlerinin etkisi, yeni mantığın kurallarının geri kalan kesim tarafından uygulanabilir ve kabul edilebilir nitelikte olması (yemek pişirme teknikleri, sunum süreci vb.), eski mantık savunucularının yeni mantığın pratiklerine yöneltilmesi ve yeni mantığa geçenlerin kazanımlarının yaygınlaştırılması (gurme yorumları, talep artışları vb.) olarak belirlenmiştir. Benzer şekilde alanda baskın mantığa karşı değişim sürecini ele alan bir diğer çalışma ise Scaraboto ve Fischer (2012) tarafından yapılmıştır. Pazarlama ve yeni kurumsal kuram literatürü birleştirilerek gerçekleştirilen çalışmada moda sektöründe hâkim olan estetik ve güzellik mantıklarına karşı kolektif bir kimlik oluşturma ve kurumsal girişimciler vasıtasıyla alana hâkim mantıkların değişimi ele alınmıştır. Bu kapsamda pazarda hâkim olan ve belli beden ölçülerine yoğunlaşan moda mantığına karşı, şişman modası ve bu modanın savunucularının varsayımları insan hakları mantığı olarak isimlendirilmiştir. Çalışma sonucunda baskın piyasa mantığına alternatif mantık olarak şişmanları temsil eden moda mantığının kolektif

kimliğe dayalı hareketlerle alandaki uygulamaları etkilediği ve değişime imkân sağladı belirlenmiştir.

Baskın mantığın yeni bir mantıkla yer değiştirme sürecine farklı bir bakış açısı getiren Kroezen ve Heugens (2018) ise, baskın mantıkların tarihsel süreçte alandaki etkisini tamamen yitirmeyeceğini öne sürmüştür. Bu kapsamda, Alman biracılığında modern üretim mantığından zanaat mantığına geçiş süreci ele alınmıştır. 1819-2016 yılları arasında gerçekleştirilen araştırmada geleneksel biracılık anlayışını (zanaat mantığı) temsil eden kurumsal dinamikler aile, din, topluluk ve geleneksel profesyonellik olarak belirlenirken bu mantıkların ortaya koyduğu amaç geleneksel olarak bira yapma zanaatıdır. Zanaat mantığına karşın endüstrileşme ile ortaya çıkan modern bira yapıcılığı ise piyasa ve işbirliği dinamiklerine ev sahipliği yapmakta ve biracılığı bir iş olarak görmektedir. Çalışmada 1980'lerde endüstriyel üretime dayalı modern biracılık karşısında geleneksel zanaat mantığını tekrar yükselişe geçmesinde kolektif bir hareket söz konusu olmazken, zanaata dayalı biracılık mantığının canlanmasında geçmişten gelen değer ve biracılık uygulamalarının meşruluk ihtiyacı duymaması ve alana tarihsel olarak gömülü olmasının etkili olduğu belirtilmiştir.

Alanda hâkim mantığın etkisini ele alan çalışmalarda mantığın başka örgütsel alanlara transferi genişleyen mantık literatüründe tartışılan diğer bir konudur. Bu kapsamda Tan ve Wang (2011), baskın mantıkların transfer sürecini çok uluslu şirketlerin faaliyetleri üzerinden ele almıştır. Firmaların örgütsel alan içerisindeki konumunun etkisini vurgulayan yazarlar, alan merkezinde ve merkez çevrede yer alan firmaların mantık transfer sürecinde etik baskılar karşısında sergiledikleri tepkileri 4 ayrı kategoride toplamıştır. Bunlardan ilki meydan okuma stratejisi olup, yüksek derecede etik baskıya maruz kalma riski içermektedir. Temelinde meydan okuma stratejisi orijin ülke mantığının değiştirilmeden ev sahibi ülkedeki faaliyetlerde sergilenmesini içermektedir. İkinci strateji kamuflaj yöntemi olup, orijin ülke mantığının faaliyet sürecinde etkisinin korunması lakin bu sürecin misafir ülkede hakim olan mantıklar ile uyumlu imajı verilerek hareket etmeyi içermektedir. Üçüncü mantık ise hem ev sahibi ülke hem de orijin ülke mantıkları arasında köprü kurmayı içermektedir. Son strateji ise boyun eğme yöntemi olup doğrudan ev sahibi ülke mantıklarının işletme politikalarına empozesi gerçekleştirilmektedir. Çalışma sonucunda merkez çevrede yer alan çok uluslu işletmelerin kamuflaj ve meydan

okuma stratejilerine yakın olabileceği vurgulanırken, örgütsel alan merkezinde yer alan işletmelerin boyun eğme ve uzlaşma stratejileri ile baskın mantıklara dayalı etik baskılarla mücadele ettikleri belirtilmiştir.

Alanda tek bir baskın mantığın hâkim olma varsayımına karşı son 10 yılda kurumsal çoğulculuk ve karmaşayı temel alan çalışmalar yaygınlık kazanmıştır (Ocasio vd., 2012). Gerçekleştirilen çalışmalar çoklu kurumsal mantıkların arasındaki ilişkilere, örgütsel alanda heterojenliğin yapısına ışık tutarken aynı zamanda mikro seviyede aktör eylemlerini anlamlandırmaya imkân sağlamaktadır. Bu noktada çoklu mantık araştırmalarında karşımıza ilk çıkan kavramlardan birisi kurumsal çoğulculuktur (pluralizm). Kurumsal çoğulculuk, örgütsel alanda birden fazla kurumsal mantığın ortaya çıkardığı işbirliği ve rekabet ilişkilerine işaret etmektedir (Kraatz ve Block, 2008). Çoklu kurumsal mantıkların beraberinde getirdiği diğer kavram ise kurumsal karmaşadır. Kurumsal karmaşa ise, farklı kurumsal mantıklar karşısında aktörlerin ve toplulukların eylemlerinin nasıl şekillendiği ve bu mantıklar ile nasıl mücadele edildiğine işaret etmektedir (Greenwood vd., 2011). Tüm bunlardan hareketle kurumsal çoğulculuk ve karmaşa kavramlarının kurumsal mantık çalışmalarına yansımaları Tablo 1’de verilen çalışmalar üzerinden ele alacak olursak, Dunn ve Jones, (2010) örgütsel alanda yaşanan tek bir mantığın egemen olma varsayımına karşı, çelişen mantıkların birbirlerini tamamlayıcılığına ve alanın yapılanmasında çoklu mantıkların etkisine değinmişlerdir. Bu kapsamda 1905-2005 yılları arasında tıp eğitimde öne çıkan sağlık ve bilim mantığını ele alarak eğitim sürecinde iki mantığın farklı dinamiklerle desteklendiğini ve bu mantıkların tıp eğitiminde birlikte gelişiminin altını çizmişlerdir. Yazarlar birbiriyle rekabet halinde olan iki mantığın yaygınlaşma sürecinde ise alanda etkin konumda olan profesyonellerin sahip olduğu networklerin ve alandaki güçlerinin etkili olduğunu ileri sürmüşlerdir. Benzer şekilde Lounsbury (2007), rakip mantıkların örgütsel alanda yeni uygulamaların yayılmasına etkisini incelemiştir. Bu kapsamda rakip mantıkların alandaki kültürel inançlara ve örgütsel pratiklere nasıl yayıldığını yatırım fonu endüstrisi üzerinden incelenmiştir. Çalışmada yatırım fonu piyasasında “Boston vekalet mantığı” uzun dönemli finansal bağlılığı temsil ederken 1950’li yıllara kadar etkisini sürdürmüştür. 1950’li yıllardan sonra ekonomik değişimlerinde etkisiyle New York piyasalarında öne çıkan ve kısa dönemli yatırımlara dayanan “performans mantığı” baskın mantık konumuna geçmeye başlamıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, homojen örgütsel alanlarda

mantıklara dayalı pratiklerinin yayılması daha hızlı olduğu belirlenmiştir. Homojenliğin sağlanamadığı alanlarda ise iki mantık arası melez uygulamaların benimsendiği ve çeşitliliğin yaygınlaştığı ortaya çıkmıştır. Glazer, vd. (2019) ise, çoklu mantıkların alana etkisini Tennessee’de gerçekleştirilen eğitim reform için görevli olan 6 kurum üzerinden ele almıştır. Başarı oranı düşük okullara standart eğitim uygulamalarının ötesinde bir eğitim programı çizen bu kurumların uygulamalarının ortaya çıkardığı mantıklar çalışmanın temel konusudur. Buna göre görevlendirilen kurumların faaliyetleri mevcut eğitim uygulamalarıyla beraber bölgede piyasa, devlet ve topluluk mantıklarının öne çıkmasına imkân tanımıştır. Devlet mantığı yasal ve düzenleyici otoriteden meşruluğunu alırken, yüksek düzeyde hesap verebilirlik ve özerklik anlayışını eğitimde öne çıkartmaktadır. Piyasa mantığı ise velileri bir tüketici olarak sınıflandıran, meşruluğunu finansal uygulanabilir bir eğitime dayandıran yapıya sahiptir. Son olarak topluluk mantığına yerel değer ve normlar meşruluk kazandırırken eğitsel süreçte topluluğun sosyal ve ekonomik standartları, yerel kökenli öğretmenler ve bireyler arası ilişkiler ön plana çıkmaktadır. Çalışma sonucunda eğitim alanında ortaya çıkan rakip mantıkların eğitim ve akademik performansa odaklı olmaktan uzak oldukları belirtilirken, yerel ilişkiler üzerine kurulu topluluk mantığının diğer mantıklara kıyasla alanda daha etkin bir role sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Goodrick ve Reay (2011) ise, örgütsel alanda bulunan farklı mantıkların aktör eylemlerine etkisini ele almıştır. Bu kapsamda araştırmacılar Amerika’da bulunan eczacılık faaliyetleri 1982-2011 yılları arasında 5 ayrı periyodik dönemde incelenmiştir. Çalışmada sonucunda alanı şekillendiren mantıklar işbirliği mantığı, profesyonel mantık, devlet ve piyasa mantığı olarak belirlenirken, aktör eylemlerinin tek bir mantıktan ziyade çoklu mantıklardan eş zamanlı etkilendiği belirlenmiştir. Bu noktada aktörlerin farklı mantıkların uygulamalarını parça parça benimsediği gibi, mantıklar arası ilişkide rekabet halindeki iki mantığı bazen üçüncü bir mantığın aracılık yaptığı gözlemlenmiştir. Benzer şekilde McPherson ve Sauder (2013), çoklu kurumsal mantıkların günlük hayatta aktör davranışlarına nasıl etilediği sorusundan yola çıkarak Amerika’da 2008-2009 yılları arasında uyuşturucu davalarında etkin rol oynayan Stone City mahkemesindeki davalar ve dava sürecinde öne çıkan mantıklar incelenmiştir. Bu kapsamda, adli ceza mantığı, rehabilitasyon mantığı, topluma hesap verebilirlik mantığı ve verimlilik mantığı mahkeme süreçlerinde rol oynayan

mantıklar olarak belirlenmiştir. Yazarlar belirlenen bu dört mantığın karar süreçlerinde etkili olduğunu belirtirken, her mantığın belli kavramlarla toplumsal alanda hâkim kurumlarla ilişkili kurduğu ortaya çıkmıştır. Ufak bir örnekle açıklayacak olursak, adli ceza mantığı, toplumda egemen olan devlet mantığının destekleyici niteliğindedir. Mahkeme sürecinde bu mantığın öne çıkması konuşmalarda kullanılan ifadelerle de yansımakta ve duruşma süresince suçlu, ceza, yaptırım gibi kavramların kullanım sıklığı artmaktadır. Çalışmanın sonuçları toplumda yer alan birbirinden farklı mantıkların günlük hayat pratiklerine nasıl yansıdığını açıklamaya imkân sağlarken, aktörlerin sahip oldukları, inandıkları mantıkların eylemlerin oluş şekliyle etkilediği belirlenmiştir.

Çoklu kurumsal mantıkların alanda aktör eylemlerini etkilemenin ötesinde aynı zamanda aktör ve yapıların eylemlerini denetleyen bir süreç sergilemesi araştırmalarda öne çıkan bir durumdur. Buna göre, Wimalasinghe ve Gooneratne (2019), Sri Lanka’da gerçekleştirilen tarçın üretim endüstrisini ele alan çalışmada örgütsel alanda yer alan kurumsal mantıkların üretim, dağıtım, satış süreçlerinde muhasebe perspektifine dayalı kontrol mekanizması ile bağlantısı ele alınmıştır. Bu kapsamda alanda 3 mantığın öne çıktığı gözlemlenmiştir. Bunlardan ilki aile mantığı olup bireysel sermaye ve aile şirketleri temelinde gelişen mantığı yansıtmaktadır. Tarçın üretim sürecinde aile mantığı babadan oğula geçen işletme sistemine dayandırılırken, yönetim süreçleri tek merkezde toplanmaktadır. Alanda etkin olan bir diğer mantık ise ticaret mantığıdır. Ticaret mantığı kaynak tabanlı hareketi tetiklerken, yatırımcı kapitalizmi ve yatırımcının çıkarları ön plana çıkmaktadır. Üçüncü mantık ise devlet mantığı olup yasal meşruluk ve kural mekanizmasıyla hareket eden ve toplumsal refaha odaklı pratiklere işaret etmektedir. Çalışmada 3 mantığında endüstri içerisinde informal kontrol mekanizmaları ortaya çıkardığı gözlemlenirken, bu kontrol mekanizmalarının üretim döngüsünde yer alan her bir aktör mantığına göre şekillendi belirlenmiştir. Bu kapsamda çiftçiler, kabuk soyucular (tarçın işçileri), köylü satıcılar ve balyacıların aile mantığına dayalı gelenekselci bir kontrol mekanizması oluşturduğu belirlenmiştir. Piyasa ve üretici kesim arasında köprü görevi gören ihracatçılar ise aile ve ticari mantıktan birlikte yararlanarak melez bir kontrol mekanizması oluşturmuştur. Bu aktörler dışında alanda hakim düzenleyici kuruluşlarda ise devlet mantığının hakim olduğu buna

karşın bazı düzenleyici mekanizmaların ise devlet mantığı ve ticari mantığı birleştirdiği belirlenmiştir.

Mantıkların aktör davranışları üzerindeki etkileri dışında aktörlerin mantıklar üzerindeki etkileri alanda araştırılan konulardan bir diğeridir. Bu kapsamda Smets vd. (2015) İngiltere’de bulunan sigorta borsası (Lyords of London) üyeleri üzerinde yaptıkları çalışmada aktörlerin çoklu kurumsal mantıkları kendi çıkarları yönünde kullanmasını topluluk ve piyasa mantığı üzerinden ele alınmıştır. Çalışmada topluluk mantığı Lyords borsasının kurucuları ve üyeleri arasında tarihsel olarak ortaya çıkan normlar, kurallar ve meşruluk kaynakları üzerinden ele alınmıştır. Piyasa mantığı ise topluluğu etkileyen fiyat paylaşımları, paydaş ve yatırımcıların eylemleri ve kar-zarar endeksli pazar mekanizmasına dayalı olarak açıklanmıştır. Alanda kurumsal karmaşaya neden olan bu mantıkların işleyişini ayırma, birleştirme ve sınırlama mekanizmasıyla açıklayan yazarlar çatışan bu mantıkların aktörlerin çıkarları doğrultusunda rutin bir form kazandırılarak kurumsallaştırıldığını belirtmişlerdir.

Alandaki rakip mantıkların örgüt stratejileri ve örgütsel çıkarlara etkisini ele alan Grave ve Zhang (2017) ise, 1980’li yıllarda Çin’de gerçekleşen piyasa reformu ile ortaya çıkan farklı kurumsal mantıkları incelemiştir. Çalışma sonucunda sosyalist devlet mantığından (stabilite, politik kontrol, bütünleşme eğilimi) kapitalist piyasa mantığına (pazar bariyerlerinin, değer yaratma, satın alma eğilimi) geçiş sürecinde firmaların satın alma ve birleşme kararlarında kurumsal mantıkların bir güç göstergesi olarak ön plana çıkarıldığı belirlenmiştir. Buna göre, şirket sahiplerinin çıkarları ve oluşturdukları koalisyonlar sosyal devlet mantığında bir güç ögesi olarak birleşme ve satın alma kararlarını etkilemektedir. Kapitalist piyasa mantığında ise yönetim kurulu kararları ve oluşturdukları yönetici koalisyonları firma kararları üzerinde etkili olmaktadır. Çalışmada vurgulanan asıl nokta ise güç ve bu gücü doğuran koalisyonların kurumsal mantıkların örgüt çıkarları doğrultusunda kullanılmasında etkili bir araç olduğudur.

Yapılan çalışmalarda aktörlerin mantıkları kendi çıkarlarına yönelik benimsemelerinin mantığı oluşturan temel dinamiklerinde değişimine de imkân sağladığı belirlenmiştir. Bu kapsamda, Andersson ve Liff (2018), İsveç sağlık sektörü üzerinde etkili olan yönetsel mantık ve profesyonel mantığın birbiriyle ilişkisini kooptasyon stratejileri üzerinden ele almıştır. Çalışma sonucunda aynı alan

içerisinde birbirleriyle rekabet halinde olan mantıkların, birbirlerinin uygulamaları ve mantık kategorilerini koopte ettiği belirlenmiştir. Bu süreçte profesyonel mantığın koopte ettiği unsurların (örneğin, yönetsel uygulamalar) zamanla mantığın bir parçası haline geldiği, aynı durumun yönetsel mantıkta da geçerli olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte örgütsel alanda bir arada bulunan mantıkların ilişkisi ve değişim süreçlerinin ele alınmasında kooptasyon stratejilerinin önemli bir gösterge olduğu çalışmada öne çıkan bulgulardan biridir.

Örgütsel alanda çoklu kurumsal mantıkların ve kurumsal karmaşanın sonucu olarak melez kurumsal mantıkların yaygınlaşması araştırmalarda öne çıkan bir diğer durumdur. Bu kapsamda melez mantık yapılarının ortaya çıkmasında etkili olan farklı birçok dinamik belirlenmiştir (Djelic ve Aninamo, 2005; Haveman ve Rao, 2006; Reay ve Hinings, 2009; Özseven, 2014; Fincham ve Forbes, 2015; Ünal, 2017; Arena vd., 2018; Gillett vd., 2018). Reay ve Hinings (2009), sağlık sektöründe rakip mantıkları ve bunları bir arada tutan mekanizmaları inceleyen çalışmada 1994-2008 yılları arasındaki değişimler ele alınmıştır. Bu kapsamda doktorlar, devlet ve ulusal sağlık kuruluşları örgütsel alan aktörleri olarak incelenmiştir. Çalışma sonucunda doktorlar ve ulusal sağlık kuruluşlarının tıbbi profesyonel mantığı benimsediği, buna karşın devletin ticari sağlık mantığına sahip olduğu öne çıkmaktadır. Süreçte örgütsel alanda baskın bir mantığın bulunmamasının rekabet halindeki mantıkların melezlenerek öne çıkmasına imkan sağladığı belirtilirken, iki mantık arasındaki melezlenme sürecinde uygulamaların çatışmasının kurumsal karmaşaya neden belirtilmiştir. Benzer sonuçlar Haveman ve Rao (2006) tarafından yapılan çalışmada da öne çıkmıştır. Birbirleriyle rekabet halinde olan mantıkların ortak noktalarının melez mantıkların doğuşuna imkân sağladığı vurgulayan araştırmacılar 1872 – 1928 yılları arasında Kaliforniya’da tasarruf bankacılığını incelemiştir. Çalışma sonucunda ortaya çıkan melezleşme süreci dışında rekabet eden mantıkların hibrit bir yapı sunamaması durumunda değişimin tetiklendiği ve mantıkların alandan ayrıştığı belirlenmiştir. Reay ve Hinings (2005) ise, Kanada’da gerçekleştirilen sağlık reformundan hareketle örgütsel alan ve çelişen mantık ilişkisini ele almışlardır. 1994 öncesi ve sonrası yaşanan hasta doktor ilişkisinden (profesyonel mantık), hastayı tüketici konumuna yerleştiren işletme tarzı sağlık hizmetlerine (piyasa mantığı) geçiş sürecinde alanda yaşanan farklı uygulamaların mantıklardan birinin alanda ortadan kaldırmasından ziyade bir alternatif konumuna geçme durumunu öne çıkarmıştır. Bu

kapsamda yazarlar değişim sürecinde baskın bir mantığın öne çıkmayışının mantıklar arası işbirliğine dayalı melez mantıkları doğurduğunu öne sürmüşlerdir.

Djelic ve Ainamo (2005) ise örgütsel alanlarda dışarıdan transfer edilen kurumsal mantıkların melez mantıkların doğuşuna imkan sağladığını vurgulamıştır. Bu kapsamda iletişim teknolojisi üzerine yaptıkları araştırmada Nokia telefonlarla birlikte alanda hâkim mühendislik mantığının tüketim kültürünün etkisiyle geçirdikleri dönüşüm ve bu dönüşümde telefon piyasasında baskınlık kazana moda mantığını ele almıştır. Çalışmada moda mantığı alana girişıyle mühendislik mantığının ortadan kalkmadığı belirtilirken, alan dışından transfer edilen mantıkların beraberinde melez mantıkların doğuşunu tetiklediğı belirtilmiştir.

Özseven vd. (2014) ise, Türkiye’de bulunan kamu hastaneleri üzerinde yaptıkları araştırmada, Cumhuriyetin ilanından itibaren kamusal mantıkla yürütölen hastane hizmetlerinin, 2003 yılı sonrası piyasa mantığı ile hareket etmesini incelemişlerdir. Hasta kavramından müşteri kavramına, ücretsiz hizmetten ücretli sağlık hizmetlerine geçişı temsil eden süreçte mantıklar arası keskin bir ayrışmadan ziyade hem kamu mantığı hem de piyasa mantığının işaretlerini taşıyan ‘işletme benzeri kurumsal mantık’ uygulamalarının alanı şekillendirdiğı belirlenmiştir. Bu kapsamda ortaya çıkan melez mantığın alandaki değişimden ziyade dönüşümden kaynaklandığı belirtilmiştir. Benzer şekilde sağlık sektöründe yapılan bir diğör çalışma ise Fincham ve Forbes (2015) tarafından gerçekleştirilmiştir. Kurumsal mantıkların örgütsel alanda yer alan paydaşlar arası ilişkileri ve bütünleşmeleri ele almada etkili bir unsur olduğunu belirten yazarlar İskoçya’da akıl sağlığı servisinde kamu ve profesyonel mantık gelişimini incelemişlerdir. Çalışmada kurumsal karmaşadan kaynaklı örgütsel alanda birden fazla mantık bulunmasının mantıklar arası etkileşimi artırdığı belirtilirken ortaya çıkan melez formlar bütünleşik mantık olarak isimlendirilmiştir. Araştırma sonucunda melez yapı sergileyen bütünleşik mantıkların örgütsel alandaki kutuplaşmanın yumuşatılmasında ve bütünlüğün sağlanmasında etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Ünal (2017) ise, birbirleriyle çelişen mantıkların bir arada bulunabileceğı varsayımından hareketle üniversitelerin oluşturduğu örgütsel alanda bulunan mantıkları ele alınmıştır. Bu kapsamda Türkiye’de yükseköğretim faaliyetlerini şekillendiren mantıkların iki sınıfta toplandığı belirtilmiştir. Alanda baskın

mantıklardan biri bilimci/evrenselci mantık olup, uluslararası akademi standartlarını hedef alan ve buna göre öğretim, atama ve yükselme faaliyetlerini sürdüren üniversiteleri kapsamaktadır. Alanı etkileyen ikinci mantık ise kalkıncı/yerelci mantık olup, akademik faaliyetlerde ulus içi gelişmelere bağlı kalan ve kalkınma politikalarını temel alan kesimi kapsamaktadır. İki ayrı mantığın gerek yayın gerek atama kriterleri gibi unsurlarla karşılaştırıldığı çalışma sonucunda mantıklar arası melezleşmenin atama süreçlerinde öne çıktığı, bunun yanı sıra örgütsel alanda farklı yapılara sahip mantıkların törensel bir şekilde benimsenmesinin melez mantıkların doğuşunu hızlandırdığı belirtilmiştir.

Arena vd. (2018), işletmeler tarafından takip edilen kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) stratejileri ve bu stratejiler altındaki kurumsal mantıkları açıklayan çalışmada, 1960 yılında devlet girişimiyle açılan ve 1990'larda özelleştirilen İtalyan bir firma üzerinden çoklu kurumsal mantıkların etkileri ve buna bağlı kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri ele alınmıştır. 1996'dan günümüze kadar geçen süreci 3 ayrı zaman periyotunu inceleyen çalışmada firmanın sosyal sorumluluk stratejilerini etkileyen 4 ayrı mantık öne çıkmıştır. Bunlar piyasa, devlet, topluluk ve profesyonel mantıktır. Piyasa mantığı sosyal sorumluluk stratejileri ile maksimum karlılık amacı güderken, KSS bir araç olarak kullanılmaktadır. Devlet mantığı piyasa mantığının tam tersi bir anlayışla kamusal faydayı amaç edinmektedir. Topluluk mantığı KSS stratejileri ile yerel ve özel grupların çıkarlarına odaklanarak, bu toplulukların desteğini üzerine çekmeye çalışmaktadır. Son olarak profesyonel mantık ise örgütsel alan içerisinde yer alan paydaşlara odaklı KSS stratejilerini tetiklerken, profesyonel bir network sistemi kurmayı amaçlamaktadır. Ele alınan İtalyan firmasının gelişim sürecinde bu mantıklar ayrı ayrı olarak değil belirli aralıklarda birlikte hareket ettikleri ortaya çıkmıştır. 1996-2001 yılını oluşturan ilk zaman periyodunda devlet ve topluluk mantığı, 2001-2009 yılları arası piyasa ve topluluk mantığı, 2009-günümüze kadar geçerli olan süreçte ise piyasa, topluluk ve profesyonel mantığın bir arada hareket ettiği ortaya çıkmıştır. Bu bulgulardan hareketle kurumsal mantıkların alandaki baskılar ve değişimlere bağlı olarak birlikte hareket etme eğilimi içerisinde melezlendiği ortaya çıkmıştır.

Benzer şekilde Gillett ve Tennent (2018), Kuzey doğu İngiltere'de yerel futbol kulüplerinden birinin İngiliz Futbol Federasyonu ile arasındaki finansal süreci ve bu sürece eşlik eden kurumsal mantıkları incelemiştir. Çalışma sonucunda profesyonel

futbol uygulamalarında etkin olan iki mantık ön plana çıkmıştır. Bunlar; elit spor mantığı ve devlet mantığıdır. Elit spor mantığı, taraftar desteğinin ön plana çıktığı, profesyonel ligde devamlı kalmayı amaçlayan bir yapıya sahip olup, futbolu bir sanat kimliğine dayandırmaktadır. Buna karşın devlet mantığı ise, demokratik katılımı öne çıkaran ve kimliğini sosyal ve ekonomik sınıflara dayandıran bir yapıya sahiptir. Çalışmada devlet karşısında yerel otoritelerin finansal süreçlere müdahalesi ve destekçi tavrı elit spor mantığının finansal açıdan fayda sağlamasına ve kamu-spor alanlarında işbirliklerinin karşıt mantıklara rağmen melez bir mantığa dönüşmesine imkân sağladığı belirlenmiştir.

Yukarıda açıklanan çalışmalar bir bütün olarak dikkate alındığında kurumsal mantıkların alanda gelişimi, değişim süreçleri, aktör ilişkilerindeki etkisi ve mantık formları literatürün ana hatlarını öne çıkarmaktadır.

Son yıllarda ise, tüm bu süreçlerin yaşanmasında diğer bir değişle alanda mantıkların meşruluğunu, yayılmasını ve değişimini sağlayan pratiklerin neler olduğu vurgulanmaktadır. Bu kapsamda yaygınlaşan retorik söylemlere dayalı mantıkların ele alınması, toplumsal süreçte mantıklar ve eylemler arası ilişkinin sağlamlaştırılmasına imkân tanımıştır. Temelde bir ikna sanatı olan retorikğin yönetsel ve örgütsel alanda etkinliği hem düzeni hem de değişimi tetikleyen bir öz olarak öne çıkarmaktadır (Hartelius ve Browning, 2008). Bu noktada retorik örgütsel alanda mantıkların sürekliliği veya değişimini açıklamaya imkân tanırken, meşrulaştırıcı etkisi de çalışmalarda konu olmaktadır (Barley ve Kunda, 1992; Green, 2004). Açıklamalardan hareketle kurumsal mantık ve retorik kuramını birleştiren çalışmalara değinecek olursak; Glynn ve Lounsbury (2005), müzik kültürü üzerine yaptıkları çalışmada eleştirmenlerin söylemlerinden hareketle alanda hakim olan estetik mantığının yerini piyasa mantığına bırakma sürecini ele almıştır. Çalışma sonucunda örgütsel alandaki değişime söylemsel faaliyetlerin etkisi ortaya konulurken, birbirleriyle çatışan mantıklara karşı aktörlerin uyguladığı retorik stratejilerin melez mantıkların ortaya çıkmasını tetiklediği belirtilmiştir. Benzer şekilde Hills vd. (2013), Kanada’da bulunan Ontario eyaleti şarap üreticilerini ele aldıkları çalışmada alanda etkin olan mantıklara, aktör ve grupların bağlılığı ve buna dayalı olarak stratejik eylemlerin ve söylemlerin nasıl düzenlediği ele alınmıştır. Yazarlara göre kurumsal mantık literatüründe baskın bir mantığın aktörler üzerindeki tarihsel etkisine odaklanmanın da kurumsal çelişkileri ele almak kadar önemli olduğu

vurgulanmaktadır. Çalışma sonucunda örgütsel alanda alkol üretim mantığı ve zanaat mantığının hâkim olduğu belirlenmiştir. Alkol yapma mantığı doğrudan alkol tüketimi ve arz- talep odaklı piyasa anlayışını yansıtırken, zanaat mantığı, kaliteli şarap üretimi, estetik ve tarihsel dokulara vurguyu öne çıkarmaktadır. Yazarların çalışmada vurguladığı nokta ise 1988 yılından sonra tekrar alanda hâkim olmaya başlayan zanaat mantığının şarap yapım tekniklerini etkilediği gibi söylemde tarihsel dokuya bağlı kaldığı ve alkol yapma mantığı ile ilişkili bir gelişme gösterdiğidir. Diğer bir deyişle çalışmada geçmişte baskın olan bir mantığın gücünün aktörlerin eylemleri ve retorik stratejilerle tekrar güç kazanabileceği ortaya konmuştur.

Green vd. (2008) ise, rakip mantıklar arasındaki ilişkiyi retorik stratejiler üzerinden ele almıştır. 1978-1998 yılları arasında Amerika'da bulunana kurumsallaşmış firmalar üzerinde gerçekleştirilen çalışmada yönetsel kapitalizm ve yatırımcı kapitalizmi olmak üzere iki mantık ön plana çıkmıştır. Yönetsel kapitalizm firma yöneticisini donanımlı ve geniş haklara sahip bir sınıfta değerlendirirken, yönetsel yetkiyi tamamen yönetici tekeline devreden mantığı temsil etmektedir. Yatırımcı kapitalizmi ise yönetsel kapitalizmin tam tersine hissedarların kazancını maksimize etme çabalarını öne çıkartırken, yönetici yetkilerini kısıarak, denetime tabi tutan mantığı yansıtmaktadır. Belirtilen zaman periyotunda iki mantıkta alanda etkisini sürdürürken, bu etkinin yayılmasını ilk olarak duygulara hitap eden pathos stratejisi, mantıkların yaygınlaşma sürecinde mantıksal açıklamalara dayalı logos stratejisi ve mantıkların sürdürülme döneminde karakter ve itibara vurgu yapan ethos stratejisinin benimsendiği ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak çalışmada kurumsal mantıkların retorik stratejiler vasıtasıyla alanı şekillendirdiği belirlenmiştir. Hartman ve Coslor (2019) ise, retoriğin kurumsal mantıkları harekete geçirmedeki etkisini ele almıştır. Amerika'da kadınları yumurta bağışı yapmaya teşvik eden araçların geliştirdiği retorik stratejileri ve bunların altında yatan kurumsal mantıkları ele alan çalışma 2017-2018 yılları arasında bağış amaçlı açılan web sitelerindeki reklamlardan hareketle incelenmiştir. Çalışma sonucunda kadınları yumurta bağışına teşvik etmeyi amaçlayan söylemlerin 2 temel mantığı desteklediği belirlenmiştir. Bunlardan ilki özgecilik ve diğeri ise piyasa mantığıdır. Bu iki mantık arasındaki temel söylemsel farklılıklara değinecek olursak, özgecilik mantığına dayalı söylemlerde verme mantığı vardır. Diğer bir deyişle donör olma eylemliliği bağışta bulunma, çocuk isteyen bir aileye hayallerini bahşetme anlamı taşımakta ve pathos stratejileri öne

çıkılmaktadır. Buna karşın piyasa mantığında satmak fiilinin etkin kullanımı söz konusu olup, ekonomik değişim olgusu ön plana çıkarılmakta ve rasyonelliğe dayalı logos stratejisi takip edilmektedir. Bunun dışında özgecilik mantığına dayalı söylemlerde bağış süreci iyi bir iş yapma, toplumsal meşruluk gibi ifadelerle desteklenirken, piyasa mantığında ise bağışa konu olan yumurtalar bir para birimi, kazanç kapısı olarak empoze edilmektedir.

1.4. Kurumsal mantıklar ve örgütsel alan ilişkisi

Kurumsal kuramın öne çıkardığı kavramlardan biriside alan kavramıdır. İlk dönemlerde yapılan çalışmalarda kurumsal alan (Meyer ve Rowan, 1977), kurumsal çevre (DiMaggio ve Powell, 1991) gibi farklı kavramsal terimlerle anılan alan kavramı Scott (1991) ile örgütsel alan kavramsallaştırılmasıyla araştırmalarda yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Kavramın isimlendirilmesinde ortaya çıkan zenginlik kendini tanımlama sürecinde de göstermiş olup, kurumsal alan kavramı farklı birçok açıklamaya ev sahipliği yapmıştır. Bu kapsamda Scott (2014) tarafından örgütsel alan, aynı kurumlardan etkilenen ve aynı zamanda bu kurumları etkileyen örgütler, tedarikçiler, paydaşlar, devlet ve düzenleyici kuruluşlar gibi birçok unsuru barındıran bağlam olarak tanımlanmıştır. Benzer şekilde Greenwood ve Suddaby (2006) sınırları, kimlikleri ve etkileşimleri içerisinde barındıran örgüt topluluğu olarak örgütsel alan kavramını ele almıştır. Bu tanımların ortak noktası belli aktör ve örgütleri farklı nedenlerle bir araya toplayan bir bağlam üzerine örgütsel alan kavramını oturtmasıdır. Buna karşın son dönemlerde kurumsal alan kavramı belli aktör ve örgütleri bir araya toplayan bağlam olmaktan öte, kurumsal mantıkların etkisiyle ortak anlam birliğine sahip bağlamlar olarak ele alınmaya başlanmıştır (Reay ve Hinings, 2009; Thornton vd., 2012).

Bünyesinde kurumlar ve örgütler arası etkileşimi barındıran örgütsel alan kolektif değer ve inançların tekrarlanmasına imkan sağlar (Berger ve Luckman, 1967). Bu tekrarlanma süreci aynı zamanda örgütsel alanların oluşumunda da bir yaşam döngüsü gibi kendini gösterir.

Temelde örgütsel alanların oluşum süreci aynı ilgilenim ve çıkarlara sahip tarafların bir araya gelerek, alan sınırlarının oluşturulmasıyla gerçekleşebilir. Bunun dışında belli bir bağlamda paylaşılan ortak sorunlara karşı çözüm arayışı ve bu çözümlerin meşrulaşarak kurumsallaşması da örgütsel alan oluşumunu tetikleyebilir. Örgütsel

alandaki yapılanma süreci olarak isimlendirilen bu aşamalar kurumların öne çıkması ve meşruluk kazanmasını sağlarken, zamanla alandaki kurumsal baskıları artırır. (Thornton, 2002). Kurumsal baskılar ise, örgütsel alanda takip edilecek stratejilerin ana hatlarını ortaya koyarken, meşru örgüt yapılarının da nasıl olması gerektiğini alanı paylaşan aktör ve yapılara empoze eder (Tolbert ve Zucker, 1983). Buna karşın, kurumsal baskılarla çıkarları örtüşmeyen aktör ve yapılar ise alanın yeniden yapılandırılması için direnç gösterebilirler. Bu direnç yeni bir alanın oluşumuna imkan sağlayan pratikleri öne çıkarılarak alan sınırlarının yeniden belirlenmesine ve yaşam döngüsünün tekrarlanmasına imkan tanır.

Örgütsel alanların oluşumu hangi dinamiklerle gelişirse gelişsin kurumsal mantıklardan ayrı düşünülemez. Bunun en önemli nedeni mantıkların örgütsel alana gömülü olmasından kaynaklanmaktadır. Asıl mesele ise nelerin alanda mantıkları gömülü hale getirdiği ve alandaki düzeni sağladığıdır. Bu noktada Greenwood vd. (2011) kurumsal altyapı kavramını literatüre kazanmıştır. Kurumsal altyapı bir alanda yer alan her bir paydaşın davranışlarının nasıl şekillendiği ve mantıkların nasıl alana sürdürülebilirlik kazandığıyla ilgilidir. Diğer bir deyişle kurumsal altyapı örgütsel alanın yapılanmasını, alanı paylaşan birimler arasındaki etkileşimi ve alandaki kontrolün hangi dinamiklere dayalı olarak gerçekleştiğini gösteren mekanizmadır. Bu noktada, Hinings vd. (2017) profesyonel hizmet servisi, ormancılık sektörü ve yatırım sektörü üzerinden yaptığı çalışmada kurumsal altyapı ve kurumsal mantıkları bir araya getirerek örgütsel alanları 2'ye ayırmıştır.

Yerleşik (established) örgütsel alanlar: Tek bir baskın mantığın etkili olduğu, kurumsal altyapıların şeffaf ve detaylandırıldığı örgütsel alanlardır. Bu alanlarda formel yapılar kolektif eylemlere yön gösterirken, gücün normatif etkisi ön plandadır.

Çekişmeli (contested) örgütsel alanlar: birden fazla kurumsal mantığın alanda hakim olduğu, kurumsal altyapının parçalı ve farklı kontrol mekanizmaları ile şekillendiği alanlardır.

Her iki alan türünde de kurumsal altyapı ve alandaki etkileşimin kontrol sürecinde örgütlerin kolektif olarak paylaştıkları çıkarlar, düzenleyiciler, informal yönetim organları, alanda etki yaratan olaylar, statü farklılıkları, normlar ve ilişki kanalları alanın oluşumu, değişimi ve sürdürülmesinde etkin rol oynamaktadır (Hinings vd.,

2017). Bununla birlikte yukarıda değinilen her bir boyut örgütsel alanlar ve mantıklar arasındaki ilişkinin ne kadar iç içe geçmiş bir yapıda olduğunu gösterirken aynı zamanda örgütsel alanların yaşamsal süreçlerini daha açık bir şekilde anlamlandırmamızda imkan sağlamaktadır.

Alan seviyesindeki mantıklar örgütlerin ve alanda yer alan paydaşların davranışlarının açıklamasında bir rehber görevi görür (Wooten ve Hoffman, 2008). Diğer bir ifade ile örgütsel alanda kurumsal mantıklar hem sürdürülebilirliği sağlarken, çelişme durumunda değişimin de kapılarını açar ve örgütsel alandaki uygulamaların yayılmasını sağlar.

Çoklu kurumsal mantıklar başlığında ele alınan çalışmalardan da yola çıkacak olursak, yapılan çalışmalar farklı örgütsel alanların beraberinde farklı birçok mantığı getirdiğini göstermektedir. Bununla birlikte belli bir alanda yer alan aktörlerin konumları ve etkilendiği kurumlar da bu çeşitliliği tetikleyerek örgütsel alanda yeni mantıkların oluşumunu, değişimi hatta melez yapıların örgütsel alanda yaygınlaşmasını sağlamaktadır.

Örgütsel alan ve kurumsal mantık ilişkisinde değinilmesi gereken bir diğer husus da kurumsal mantıkların alanda yer alan her aktör ve yapıyı eşit derecede etkilememesidir. Temelinde kurumsal alan farklı birçok oluşuma ev sahipliği yapar, bu çeşitlilik kurumsal mantıklardan doğan baskıların şiddetini farklılaştırır. Alanın merkezinde yer alan yapı ve aktörler kurumsal baskılara ve kurallara daha fazla tabi olurken, merkez çevredekiler kurumsal baskılardan daha az etkilenir (Quirke, 2013). Bu durum örgütsel alanda homojenlikten ziyade heterojenliğe işaret ederken, kurumsal mantık çeşitliliğini de öne çıkartır.

1.5. Kurumsal alan ve kurumsal mantık ilişkisinde devletin rolü

Kurumsal alan ve kurumsal mantık ilişkisinde devletin rolü yapılan çalışmalarda farklı birçok konumlandırmaya sahiptir. Bu çalışmalara değinmeden önce ilk olarak devletin kelime anlamına değinmek devlete yönelik biçimlendirilen rollerin temelini anlamaya yardımcı olacaktır. Bu kapsamda etimolojik köken olarak dilimize Arapçadan taşınan devlet kelimesinin kökü ‘devle’ fiiline dayanmaktadır (Gözler, 2017). Temel anlamıyla devle; sürekli değişim, art arda gelme gibi mastar anlamlarına sahiptir. Bu anlam kalıcı bir devamlılıktan ziyade, süreklilik arzının

değişimine ve devlet rolünün zamansallığına işaret etmektedir. Kelimenin Arapça-Türkçe dil etkileşiminde devlet olarak türetilmesi ile tedavül edilen ve elden ele değişen anlamları kelimeye aşılarmıştır. Buna karşın, devletin kelime anlamları sadece Arapça ile etkileşimle sınırlı değildir. Kelimenin İngilizce karşılığı olan 'state' kavramı ise Arapça ve Türkçe dillerinin sunduğu değişen ve tedavül eden/edilen anlamlarının ötesinde batı dillerinde durağanlığı, sabitliği ve değişmezliği temsil etmektedir (Gözler, 2017).

Tüm bu açıklamalar devlet vasfının ve anlamının değişim ve değişmezliğini temsil eden iki uç nokta arasında şekillendiğine işaret etmektedir. Kelimenin altında yatan bu anlamlar aynı zamanda örgütsel alan ve kurumsal mantık ilişkisinde devletin konumuna biçilen rollerin farklılığını da açıklamamıza yardımcı olacak bir köken vurgusuna sahiptir. Bu kapsamda örgütsel alan dikkate alındığında devletin alandaki rolünü bir kurum olarak ele alan çalışmalar olduğu gibi, devlet alandaki örgütleri şekillendiren, aktör rollerini belirleyen yasal ve düzenleyici güce sahip bir mekanizma ve kurumsal bir mantık olarak da ele alınmaktadır (Wooten ve Hoffman, 2008; Thornton, 2012). Örgütsel alan üzerinde devlete biçilen bu rol devletin sabitliği, değişmezliği ve gücünü öne çıkaran modern batı dillerine dayalı anlamlara işaret etmektedir.

Yukarıdaki açıklamalarla birlikte, kurumsal mantık ve alan ilişkisinde devleti bir aktör olarak değerlendiren ve devletin alan üzerindeki eylemleri değiştirmedeki etkisinde vurgu yapan çalışmalarda söz konusudur. Bu kapsamda örgütsel alanda bir aktör konumuna sokulan devlet alandaki değişimi tetikleyebileceği gibi, çoklu mantıklar arasında dengeyi sağlayarak alandaki düzeni ve meşruluk mekanizmasını da devamlı kılabilir bir niteliğe sahiptir (Hirsch ve Bermiss, 2009; Hampel vd., 2017; Smets vd., 2017). Devletin değişimi tetikleyici bu rolü devlete anlamsal olarak biçilen değişim ve tedavül eden anlamlarına paralellik göstermektedir.

Türkiye bağlamında yapılan çalışmalarda devletin örgütsel alan ve kurumsal mantık ilişkisindeki rolü ise kelimenin sahip olduğu her iki anlamı da taşımaktadır. Diğer bir ifadeyle Türkiye bağlamında gerek iş sistemleri gerekse örgütsel ilişkiler makro kurumsal perspektifte devleti egemen bir aktör olarak konumlandırmaktadır (Dirlik, 2016). Bu durum ülkemizin toplumsal örgütlenme biçimi (Jepperson, 2002) dikkate alındığında alan düzeyine indikçe bir taraftan devletin aktör olarak faaliyet gösterdiği

ve değişim süreçlerini şekillendirdiğine işaret ederken (Özen-Aytemur, 2010), bir taraftan da alanın kökenini oluşturan bir mantık olarak düzen ve rasyonelliği sağladığına işaret etmektedir (Özkara ve Özcan, 2004; Özen, 2014).



2. BÖLÜM

MOTOSİKLET KULÜPLERİ

2.1. Motosiklet kulüplerine yönelik alanyazın taraması

Bir insanın doğumundan ölümüne kadar geçen süre içerisinde farklı insanlarla iletişim kurma, bir gruba dâhil olma arzusu geçmişten günümüze bilinen bir gerçektir. Kimi araştırmacılar bu ihtiyacı bireylerin içsel dürtülerinden hareketle açıklarken (Leary & Baumeister, 2017), kimileri bir gruba ya da bir topluluğa ait olma isteğini çevrenin getirdiği dışsal baskılara, sosyal kimlik kurma çabasına odaklanarak açıklamaktadır (Tajfel, 1974). Bahsi geçen farklı bakış açılarının ortak noktası ise içinde bulunduğumuz dünyanın farklı amaç ve araçlar vasıtasıyla bir araya gelen birçok topluluğa ev sahipliği yaptığıdır. Bu topluluklardan biri olarak motosiklet kulüpleri de farklı kimliklere sahip bireylerin bir araya gelerek hem motor bilgisine dayalı ilgilerini paylaştığı hem de belli değerler ve ortak anlam sistemini paylaştığı bağlamlardır.

Tarihsel süreçte motosikletin icadı ve araç olarak kullanımı 1850'li yıllara kadar dayandırılmakla birlikte, Henry Ford'un T model açılımıyla motosikletler fiyat avantajına sahip olduğu için potansiyel bir ulaşım aracı olarak görülmeye başlamıştır. Dünya savaşları sırasında motosiklete dayalı birliklerin oluşturulması ise bir ulaşım aracı olarak görünen motosiklete görev misyonunu yüklemiştir. Savaşın sona ermesi ile dağılan motorlu birlikler, bulundukları bölgelerde motosiklet kullanımını devam ettirirken, ilk kulüpleşme adımları Amerika'da gerçekleşmiştir (Dulaney, 2005). 1924 yılına gelindiğinde ise motosiklet kulüplerini temsil etmek amacıyla Amerikan Motosiklet Derneği kurulmuştur. Ohio'da kurulan dernek motosikleti bir yaşam tarzı olarak yaymayı amaçlarken, günümüzde 2000'den fazla motorcuya ev sahipliği yapmaktadır.¹

Motosikleti bir yaşam biçimi olarak yansıtan ve günümüzde dünyanın en büyük ve en tehlikeli motosiklet çetesi olarak bilinen Hell's Angels (Cehennem Melekleri) Motor Kulübü (MC) bu topluluk formunun en bilinen örneğini oluşturmaktadır. Kulüp, 17 Mart 1948 tarihinde Amerika'da (Kaliforniya) kurulmuş olup, günümüze

¹ <https://americanmotorcyclist.com/about-the-ama> (Erişim Tarihi: 1.12.2019).

kadar geçen 71 yılda sınırlarını genişletmiş ve Hells Angels Motosiklet Şirketi ismiyle örgütsel bir yapı altında 5 kıta, 57 ülkede faaliyet göstermeye başlamıştır.²

Amerika bağlamında ortaya çıkan ve uluslararası alanda faaliyet gösteren tek motor kulübü Hells Angels olmamakla birlikte, Bandidos MC, Pagans MC, Outlaws MC ve Sons of Silence MC farklı ülkelerde faaliyet gösteren motor kulüplerine örnek teşkil etmektedir (Barker, 2005). Ele alınan bu 5 motor kulübünü diğer motosiklet topluluklarından temel özellik, %1 olarak isimlendirilen armaya sahip olmalarıdır.

%1 arması içerik olarak yasal otoritelerin düzenlemelerine karşı çıkan, topluluk oluşturma sürecinde sadece kendi kural ve düzenlemelerini temel alarak örgütlenen illegal motor kulübü anlamını taşımaktadır. Bu kulüplerin illegal yapısı uyuşturucu ticareti, silah kaçakçılığı, kadın tacirliği gibi çeşitli yasadışı faaliyetlerden kaynaklanmakla birlikte Amerika'da bu kulüplerin faaliyetleri FBI tarafından incelenmektedir.³ Benzer şekilde Almanya'da ise illegal motosiklet kulüplerin işleyişinde devlet müdahalesi söz konusudur.⁴

Motosiklet kulüpleri sadece %1 felsefesine sahip kulüplerden oluşmamaktadır. Farklı amaçlara ya da örgütlenme tarzlarına sahip kulüplerde söz konusudur. Bu kapsamda motosiklet kulüpleri genellikle kendi içerisinde %1 (illegal - outlaw) MC ve Normal MC olarak 2'ye ayrılmaktadır.⁵

% 1 arması taşıyan MC'ler yukarıda açıklanan 5 kulüp ve benzerlerini içerirken, normal MC olarak isimlendirilen kulüpler ise yasa dışı işlere bulaşmayan, fakat örgütlenme ve eylem süreçleri kulüp tüzüklerine bağlı olan topluluklardır. Bu ikili ayrımın dışında motorcuların paylaştığı örgütsel alanda Sürüş Kulüpleri (RC) ve Free Riderslar (FR) da bulunmaktadır.

Free Riderslar herhangi bir kulüpleşmeye gitmeyen motorcuları temsil ederken, sürüş kulüpleri ise belli aralıklarla toplanıp sürüş yapan toplulukları kapsamaktadır. MC kulüpleri bu iki türden ayıran temel özellik ise yaşam tarzı ya da hayat felsefesi olarak motorcuları bir araya getirmesinden öte kulüp yapılarının işleyişidir. Bu kapsamda motor kulüpleri belli tüzükler çerçevesinde, güçlü kulüplerin desteğini

² <https://hells-angels.com/> (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

³ <https://www.hsd.org/?abstract&did=792574> (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

⁴ <https://www.dw.com/tr/almanyada-motorcu-grubuna-yasak/a-18276230> (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

⁵ <http://www.custom-mania.com/motosiklet-kulupleri/> (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

alma zorunluluğuyla kurulmakta olup, grup içi hiyerarşik rol paylaşımları ile faaliyetlerini sürdürmekte ve farklı coğrafyalara yayılarak topluluk kùltürünü sürdürmektedirler.

Kùresel olarak yayılım gösteren motor kulùplerinin bilimsel açıdan incelenmesinde ağırlıklı olarak organize suç eylemlerine dayalı etnografya çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Bunun dışında motor kulùplerinin tarihini, topluluk yapısını ele alan çalışmalarda söz konusudur. Bu kapsamda son 10 yıllık süreçte motosiklet kulùpleri üzerine gerçekleştirilen araştırmalar ve kulùplere ilişkin bulgular Tablo 2’de sunulmuştur. Bununla birlikte literatürün gelişimi için önem arz eden çalışmalara ilişkin açıklamalarda ilerleyen kısımlarda verilmiştir.



Tablo 2. Motor kulüpleri üzerine son 10 yılda gerçekleştirilen çalışmalar ve temel bulguları

Kaynak	Ülke	Kulüplere İlişkin Temel Bulgular
Harris, K. (2020)	Rusya	Rusya devleti tarafından destek görerek şekillenen Night Wolves MC'nin politik bir güç olarak şekillenmesini ele alınmaktadır. Kulüp tıpkı Amerika'daki outlaw kulüplerin yapısal özelliklerine sahip (hanground-prospect-member, hiyerarşi, yazılı ve sözlü kurallar) farkı ise Kremlin sarayı ile bağlantısı ve resmi olmayan bir askeri güç oluşturmastır. Ukrayna'da faaliyetleri yoğunlaşan kulübün devlet ile bağlantısı kulübe ait holding üzerinden yürütülürken, holdingin faaliyetleri ordu ve güvenlik alanında Rus hükümetine sağlanan hizmet ile ilişkilendirilmiştir. Bu kapsamda araştırmada öne çıkan kulüp faaliyetleri siyasi propaganda, milliyetçi düşüncenin yayımı gibi unsurları içermektedir. Çalışmada suç örgütlerinin hükümetle bağlantısı ve bu süreçte özellikle liderlerin rolünün kulübe sembolik bir güç kazandığı belirtiliyor. Bu sembolik güç aynı zamanda Kremlin sarayının politik duruşunun kamuya informal yollarla aktarımı içinde kullanıldığı belirtiliyor. Kulüp başkanının medyada sunulan imajı ve demeçleri kulübün üye sayısına pozitif etki ederken kulüp aynı zamanda gençleri yetiştiren ek bir yapılanmaya da sahip olduğu vurgulanmıştır. Kulübün birçok sosyal sorumluluk ve yardım kampanyası düzeltildiği de

		belirtilmektedir. Bununla birlikte devlet ve kulüp ilişkisinin temelinde kulübün komünist rejime karşı duruşu öne çıkarken, bu duruşun devlet tarafından madalyalandırıldığı belirtilmiştir.
Rostami ve Mondani (2019)	İsviçre	MC kulüplerin yapısının ve işleyiş sürecinin ele alındığı çalışma kapsamında öne çıkan temel grup dinamikleri aşağıdaki gibidir: MC kulüplerde gönüllü olarak kurulan örgüt yapısının sıkı hiyerarşik düzene sahiptir. Bu hiyerarşik düzen hanground, prospect, member seviyelerinden oluşmaktadır. Görev dağılımı: başkan, başkan yardımcısı, sayman, yol kaptanı, güvenlik kuvvetleri gibi birimlerden oluşmaktadır. Birimlerin belirlenmesinde kişisel yetenekler ön planda iken, göreve gelme şartı yelekli üye olmaktır. Kulüp toplantıları ve karar alma süreçlerinde 1 yelekli üye 1 oy anlamı taşımaktadır. Bu kapsamda haftalık, aylık toplantı prosedürleri söz konusudur ve haftalık toplantılara tüm kulübün katılması zorunludur. Bazı kulüplere bağlı support kulüpler yatay genişlemeyi sağlarken aynı zamanda ülkede örgüt bazlı suç yayılımını desteklediği belirtilmektedir. Kulüp yayılımıyla eşgüdümlü suç yayılımını destekleyen support kulüplerde hiyerarşi dağılımı 2'ye ayrılmaktadır. Bunlar üye ve aday sınıfıdır.

		Kulüplerin büyüme stratejisi olarak ele alınan charterlar ise en az 5 üye ile kurulduğu ve ana kulüp charterın kuruluş sürecinde bir görevli atayarak denetimi sağladığı vurgulanmaktadır. MC olarak değerlendirilen kulüplerde ortak değer sistemi tüm kulüplerin (kardeşlik, sadakat, saygı vb.) ortak noktası olarak gösterilmiştir. Kulübe üyelikte sürecinde temel kurallar 18 yaş, Harley Davidson marka motor sahibi olma, erkek olma olarak belirlenmiştir. Çalışmada vurgulanan bir diğer ilginç bulgu ise üyelik sürecinde suça yönelik bakış açısıdır. Bu kapsamda suça dayalı eylemler kulüp kariyerinin bir parçası olarak değerlendirildiği belirtilmiştir. Buna ek olarak, Hells Angles MC İsviçre’de bulunan diğer MC kulüpler için rol model konumunda olduğu vurgulanmıştır.
Lauchs (2019)	Avusturalya	Çalışma kapsamında Avusturalya’daki hukuki düzenlemeler ve MC kulüpler birlikte ele alınmıştır. Bu kapsamda Avusturalya’da 30’dan fazla yasal mevzuatın suç örgütü olarak kabul edilen MC’lerin hareket ve eylemlerini düzenlemeyi içerdiği vurgulanmaktadır. Spesifik olarak araştırma Queensland’daki kulüpleri ele almaktadır. Kulüp üyelerinin neredeyse tamamının mahkumiyeti olduğu belirtilen çalışmada özellikle Hells Angels üyelerinin uyuşturucu tedarikçiliği yaptığı belirtilmektedir. Meşru yürütülen işler ise; dövmecilik, araba kiralama, bar işletme, güvenlik hizmeti gibi iş kollarından oluştuğu vurgulanmaktadır. Ülkede gün geçtikçe artan MC kulüp sayısı 40 kulüp, 6000 motorcu belirtilirken, Vicious Lawless Anti-Disestablishment Act (2013), Serious and Organised Crime (Control) Act

		(2008) bu kulüplerin hiyerarşisini suça dayalı şekillendiğini vurgulamaktadır. Araştırmada aynı zamanda Amerikan bağlamındaki MC kulüpler değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, kulüplerin Amerika’da 2’ye ayrıldığı vurgulanmaktadır. Bunlar AMA’ ya üye olan geleneksel kulüpler ve sapkın kulüplerdir. Geleneksel kulüpler salon kültürünü yansıttığı belirtilirken, sapkın kulüplerin (radikal) %1 olarak da adlandırılan suç örgütleri olup Avusturalya’da radikal olarak sınıflandırılan kulüplerle benzerlik taşıdığı vurgulanmaktadır. Bu kapsamda çalışmada Avusturya topraklarında faaliyet gösteren kulüplerin taşıdığı temel özelliklerin Amerika bağlamıyla uyum gösterdiği vurgulanmaktadır. Bu temel özellikler ise aşağıdaki gibi sıralanmıştır: • Kulübe üye olmak için belli bir süre sınamaya tabi tutulmaları, • Erkek üyeler, • Seçilmiş yetkililer tarafından yönetilen charterlar, • Sıkı gizlilik ve sadakat, • Yüksek cc’ye sahip motor kullanımı, • Kulüp kurallarına ve kıdemli üyelere sıkı disiplin ve itaattir.
Zabyelina (2019)	Rusya	Çalışma kapsamında 1989 yılında kurulan ve Rusya’nın en büyük motor kulübü olan Night Wolves MC (NWMC)’nin ideolojik gelişimi ve hükümet ile ilişkisi ele alınmaktadır. Kulübün tarihsel gelişiminde gelir döngüsü bar fedailikleri üzerinden gerçekleştirirken,

		zamanla kulüpte zenginleşme ve buna bağlı holdingleşme gözlemlenmiştir. Kulübün gelişim sürecinde devletle ilişkileri güçlü olan bu holding aynı zamanda siyasi süreçte ve Rus dış politikasında kurumsal olmayan bir yapı olarak etkili olmaya başladığı vurgulanmaktadır. Kulübün günümüzdeki ideolojisi ultra ulusalcı bir yaklaşım ve Ortodoks inançlarına dayandırılırken, yazar kulübü devlet destekli bir proje olarak değerlendirmekte ve Putin hükümeti için informal bir güç kaynağı olarak kullanıldığını vurgulamaktadır. Çalışma kapsamında öne çıkan diğer vurgular ise kulübün milliyetçi değerlerini sadece üyelere aşılamadığı aynı zamanda ülke içinde farklı bölgelerde çeşitli milliyetçi eğitimler ve destek projeleri gerçekleştirdiği vurgulanmaktadır. Benzer şekilde kulübün dini değerlere vurgusu öne çıkarken, kulüp kendini Ortodoks değerlerini Rus toplumu için koruyan bir yapı olarak tanımladığı belirtilmektedir. Kulübü suç örgütü olarak nitelendirilen MC kulüplerden farkı ise dini ve siyasi yönünün dışında suça karşı tutumuna dayandırılmıştır. Özellikle kulübün gelişim sürecinde NWMC başkanının hükümetle bağı nedeniyle 2015 yılında ülkeye yabancı kulüplerin girişinin yasaklanmasını, hükümetten talep ettiği belirtilmektedir. Bu kapsamda hükümet henüz net bir onay süreci gerçekleştirmezken, yazarlar uluslararası kulüplerin Rusya iç işlerine yönelik faaliyetleri nedeniyle kapatılma kararının alınabileceğini ve suç örgütü kararı alınabileceğini vurgulamaktadır. Kulüp aynı zamanda Rusya'nın bir dış politika aracı olarak Ukrayna'da
--	--	--

		illegal bir örgüt olarak tanımlanmıştır.
Grundvall (2018)	İsviçre	Yerel motor kulüplerinin temel dinamikleri ele alındığı çalışmada standart bir motor kulübünden yasa dışı örgüte dönüşme süreci tartışılmaktadır. Bu kapsamda yazar kulüplerin varoluş nedenini ait olma ihtiyacı ve bireylerin gücünü pekiştirme arzusundan kaynaklandığını belirtmektedir. Geleneksel ve suça dayalı olmayan bir kulübün temel unsurları birlikte vakit geçirme ve buna dayalı bireylerin sevgi, yakınlık ve beraberlik ihtiyaçlarının tatminine dayandırılmaktadır. Bununla birlikte, kulüplerin ethosu kulüp değerleri ve tutumları üzerine kurulduğu ve bunun tüm üyelere kardeşlik değerine dayalı aktarıldığı belirtilmektedir. Üye kabulünde düzenlenen törenlerin bağlılık ve sadakat değerleri için önemli bir ritüel olarak tanımlayan çalışmada özellikle outlaw kulüp ismi taşıyan kulüplerde bu sürece gelmenin daha zor olduğu belirtiliyor. Adaylar sadakatlerini kulübe ispatlamak için farklı testlere tabi tutulduğu vurgulanmaktadır. Çalışmada dünyada var olan motor kulüplerinin charterlarında 25 üyeden fazlasının çok nadir gözüktüğü belirtiliyor. Bu kapsamda motor kulüpleri ilkel topluluk ya da gruplar olarak değerlendiriliyor. Üye sayısının artması kardeşliği besleyen bağlılık ve paylaşım süreçlerini azaltacağı belirtiliyor.

		Çalışmada kulüplerin toplum normlarını bildiği belirtilirken, bu normların kulüplerin kendi yorumuyla içlerinde şekillendiği belirtiliyor. Kulüplerin topluma ve yasalara karşı duruşunun gizli bir topluluk havası yarattığı ve ortaya çıkan gizemin üyeler arası güveni beslediği belirtiliyor. Çalışma sonucunda, yerellikten suça dayalı gelişen kulüp yapılarında tüm bu unsurların ve özellikle kulübe kabul ve hiyerarşik sistemin suç temelini güçlendirdiği, üyelik kazanmak amacıyla kulübe dahil olmak isteyenlerin suça yakınlaştırıldığı sonucuna ulaşılmıştır.
Geurtjens, Nelen ve Vanderhallen, (2018)	Almanya Hollanda Belçika	Avrupa’da tarihsel olarak motor kulüplerinin gelişimi değerlendirildiği çalışmada, ele alınan her 3 ülkede de yasadışı (%1) motor kulüpleri devlet otoriteleri tarafından suç örgütü olarak değerlendirildiği vurgulanmaktadır. Bahsi geçen bu kulüplerin temel yapılanması hiyerarşik ve 3 aşamalı üyelik olarak Amerika bağlamıyla benzerlik gösterdiği öne çıkarılırken, kulüplerin yayılım sürecinde başka kulüpleri kendilerine bağlamaları önemli bir büyüme strateji olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte kulüplerin kurucularının genellikle farklı ulusal kulüpler altında üyelik yapmış kişiler olduğu çalışmada öne çıkarılan bir diğer bulgudur. 2000’li yıllardan itibaren Avrupa’da yasadışı MC döneminin başladığını vurgulayan yazarlar ele alınan 3 ülkede artan suç oranıyla kulüplere yönelik bireysel suçların organize suç kapsamına alınmaya başladığını belirtmektedir. Kulüpler ise illegalliklerini toplum nezdinde

		sosyal sorumluluk projeleri üstlenerek meşrulaştırmaya çalıştıkları elde edilen bir diğer bulgudur.
Kuldova (2018)	Avrupa	Outlaw kulüplerin temel özelliklerini ele alan çalışmada; üyelerine aitlik sunmaları, kardeşlik, aile duygusu, askeri benzeri örgütlenme, ortak anlam birliği, Harley ve Amerikan yapımı motorlara karşı tutku kulüplerin temel özellikleri olarak belirlenmiştir. Çalışmada motor kulüplerinin uluslararasılaşma sürecinin beraberinde meşrulaşma amacıyla politik söylemleri getirdiğini belirtmektedir. Bu kapsamda devlet ve yasal otoritelere karşı fan kulüplerin yaygınlaştırılması, sosyal sorumluluk projeleri gibi eylemlerle hareket ederken bir yandan da neo-liberal bir tutum sergileyerek markalarının ticarileşmesine imkan sağladığı belirtilmektedir. Yazarların öne çıkardığı bir diğer vurgu ise kulüpler tarafından gerçekleştirilen ritüeller, uluslararası sürüşler vs. üyelerin kulübe ve topluma yönelik mitleştirici bir algı yaratırken, kulüpler daha fazla taraftar toplamasına yardımcı olması ve bu sürecin kamuoyunu bölerek motorculara yeni bir imaj yarattığı yönündedir.
Koetsenruijter ve Burger (2018)	Hollanda	Çalışmada MC'leri medyada ele alan 2 ana perspektif olduğu belirtilmektedir. Birincisi, organize suç çerçevesidir. Bu kapsamda medya polis ve kamusal birimlerle kulüpler arası ilişkilere suça dayalı bir retorik kullanıldığı vurgulanmaktadır. Retorikteki temel kelimeler

		para aklama, aşırı büyüklük, kitle, kulüp üyeliğine vurgu olduğu öne çıkan bulgulardandır. İkinci çerçeve ise, kulüp başkanları ve kulüp avukatları tarafından öne çıkarıldığı belirtilirken, bu süreçte hobiye sahip bir grup imajı çizildiği çalışmada vurgulanan bir durumdur. Karşı çerçevenin retoriğini oluşturan temel kelimeler ise kardeşlik, kulüp aktiviteleri, bağışlar, masumluk, efsaneler ve mitler, yalan, sürüş olarak belirlenmiştir.
Kuldova ve Quinn (2018)	Amerika Avrupa	Araştırmada Amerika ve Avrupa’da bulunan illegal motor kulüplerinin topluma karşı izledikleri meşrulaşma stratejileri ele alınmaktadır. Araştırma bulguları kapsamında kulüplerin dünya çapında yaygınlaşmasıyla birlikte hem toplumda var olan olumsuz bakış açısını değiştirmek hem de büyümeden kaynaklı kulüp içi çatışmaları engellemek amacıyla kulüp başkanlarının “hobiye sahip adamlar” söyleminin yaygınlaştırıldığı belirtiliyor. Bu yönelim toplumda %1 kulüp destekçilerinin artmasına ve illegal aktivitelerin legal faaliyetlerle gizlenmesine imkân sağladığı çalışmada vurgulanan bir diğer noktadır. Çalışmada ünlülerin kulüp üyeliklerine alınması, kulüp sembolleri ve tişörtlerinin ticarileştirilmesi, belgeseller gibi aktivitenin meşruluk girişimlerine ve destekçi kapasitelerinin artmasına imkan sağladığı belirtilmiştir. Bu destekçi kitlesini arttırmak için izlenen temel faaliyetler ise aşağıdaki gibi sıralanmıştır: • Uyuşturucu karşıtı kampanyalar • Kimsesiz çocuklara Noel’de hediye alma

		• PR çalışmaları ile kulüplerini tanıtmaya buna bağlı olarak kulüplerde PR ve sosyal medyayı yöneten üyelerin görevlendirilmesi • Kulüp evinde demeç verme ve medyayı davet etme • Kask yasası gibi motor kulüplerini ilgilendiren durumlarda lobicilik faaliyetleri sergileme, • Kulübe ait blok ve sitelerin oluşturulması, kulüp üyeleri ve ailelerinin bir araya getirilmesi, Facebook, Twitter gibi sosyal medya kanallarında dijital imaj oluşturma kulüplerin toplumda var olan kötü imajını değiştirmeye ve yayılmalarını normalleştirmeye yönelik meşruluk stratejileri olarak ele alınmıştır.
Piano (2017)	Amerika	Hells Angels'ın örgüt yapısını iktisat teorisi bağlamında ele alan çalışma da kulübün yapılanma biçimi dikey hiyerarşi üzerinden ele alınırken, kulübün başka örgüt ve kurumlarla resmi ilişkilere girmediği ve bu güvensizlik yapısının aşılmasında hiyerarşik örgüt yapısının yayılımı ve kulüp faaliyetlerine yönelik engelleri ortadan kaldırıldığı belirtilmektedir. Bununla birlikte yeraltı ekonomisinde geniş bir paya sahip olan Hells Angels'ın sahip olduğu örgütlenme yapısının işlem maliyetlerinin (vekalet problemi, varlık özgünlüğü, fırsatçılık davranışları vb.) azaltılmasında etkili olduğu çalışmada altı çizilen bir diğer durumdur. Kulübün sunduğu kartel yapısında hiyerarşinin illegaliteye dayalı faaliyetlerin yarattığı riski

		azalttığı vurgulanırken, kulüpler kuruluş maliyeti düşük yapılanma olarak ele alınmış, hiyerarşinin gözetim ve cezalandırma maliyetlerini düşürdüğü belirtilmiştir. Bununla birlikte, kulüplerin chapterlarla yayılması ve her chapterın kendi içinde özgürlük alanının olması monopolistik kazancı güçlendirirken, rekabetin yayılma sürecinde engellediği ortaya çıkarılmıştır.
Perälä (2016)	Finlandiya	Kolluk kuvvetleri ve kulüpler arası ilişkilerin ele alındığı çalışmada bir kulübe üye olmanın devamında çeşitli ülke giriş çıkışlarının engellenmesi ya da vatandaşlık alma gibi yasal süreçlere engel olduğu belirtilmektedir. Çalışmada medyada motor kulüplerine biçilen suç örgütü karakterinin polis tarafından tetiklendiği öne çıkartılırken, kulüp üyelerinin devamlı polis kontrolüne tabi tutulduğu, evlerinin izlendiği, kulüp evlerine kontrole gelindiği ve yasal olmadan telefonlarının dinlendiği belirtilmiştir. Çalışmada vurgulanan bir diğer nokta ise, Finlandiya hukukuna bağlı olarak yürütülen mahkemelerde kulüp üyelerinin her hangi bir şekilde şüpheli olması bile hapse girmek için yeterli olduğudur. Bu durum suçlu suçsuz ayrımını ortadan kaldırdığını vurgulayan yazar aynı zamanda kulüplerin politik bir yapısı olmadığı vurgulamaktadır.
Stjärnqvist (2015)	Amerika Avusturalya	Çalışmada legal ve illegal olarak faaliyet gösteren motosiklet kulüplerinin benzerlik ve farklılıkları ele alınmaktadır. Bu kapsamda; • Legal kulüplerin yapılanması hakkında ortak nokta motosiklet ilgilenimi olduğu, bu

		kulüplere üyelik sürecinin AMA'nın (Amerikan Motosiklet Federasyonu) kurallarına uyum ve motor sahibi olarak belirtilirken, illegal kulüplerde hanground, prospect ve member'lık kademeleri bulunurken, bazı illegal kulüplerin üye adaylarına sadakatlerini göstermek amacıyla suç işlettiği, • Her iki kulüp formunda da (legal ve illegal) sekreter, başkan, disiplin gibi farklı görevlendirme departmanları olduğu, • Kadının konumu legal kulüplerde daha genişken illegal kulüplerde mama ya da old ladies rolü ile sınırlı kaldığı, • Her iki kulüp türünün de değerlerini ve motor kültürünü yansıtan sembollere sahip olduğu belirtiliyor. Bunlar, motosiklet, teknik yeterlilikler, deri ve kota dayalı giyim, kulüp renkleri ve patchler. Tüm bu semboller iki ayrı yapının da ortak noktasını oluşturduğu, • Kardeşlik mantığının her iki kulüpte de olduğu legal kulüplerde birlikte sürme mantığına yakınlığı, • Her ikisinin de temeli sadakat, birliktelik, topluluk, ötekileştirme değerleri ile ilişkili ancak bu değerlerin yorumlanması farklılık arz ettiği, • Legal kulüplerde sadakat ve birliktelik kulüp kuralları ve yasalarla uyumu, iyi bir motorcu olmayı kapsadığı, buna karşın illegal kulüplerde sadakat beraberinde birlikteliği getirdiği ve gerekirse kardeşler için ölmeyi de kapsadığı,
--	--	--

		Legal kulüpler toplumun tüm değerlerini üzerinde taşıırken karşı çıkma sürecinin zayıf olduğu, illegaller kulüplerin ise sapkınlık ve kriminal davranış biçimlerine ve genel Amerikan normlarına karşı bir yapıya sahip olduğu vurgulanan temel ayrımlardır.
Barker (2014a)	Amerika	Yasa dışı örgüt olarak tanımlanan (%1) kulüplerin genel çerçevesi çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Bu kapsamda makalede yasa dışı olarak genel kabul görmüş 4 kulübün olduğu ve kulüpçülüğün önemli bir kodu olan kardeşliğin, polis karşısında sırları korumak amacıyla önemli bir silah olduğu vurgulanmaktadır. Öne çıkan bir diğer bulgu ise, kulüplerde bir üyenin önemli bir suça karışması ve bu durumun faturasının kulübe kesilmesi üyenin patchin kaybetmesine neden olduğu belirtiliyor. Bunun önüne geçmek içinse kulüplerde kapalı sistem bir yönetim ve gizlilik esasa alındığı vurgulanıyor.
Barker (2014b)	Amerika	Geleneksel motor kulüpleri ve yasa dışı motor kulüplerini tarihsel olarak değerlendiren çalışmada kulüplerin yasa dışı damgasını kazanmasında AMA'nın önemli bir etkisi olduğu belirtiliyor. Bu kapsamda geleneksel motosiklet kulüpleri AMA'ya üye ise illegal olmadığına dair bir bakış açısı kamuoyuna sunuluyor. Süreçte medyanın halka sunduğu mesajlar, polis ve devletin kulüplere karşı negatif tutumunun motor dünyasında legal ve illegal yapı ayrımını doğurduğu vurgulanıyor.
Shabanowitz (2013)	Amerika	Araştırmada motor kulüplerinde hâkim olan ölüm, yas kültürü ve ritüellerin önemi ele

		alınmaktadır. Bu kapsamda ele alınan temel cenaze ritüelleri geçit töreni, kortej, araç selamlama, kulübün renklerinde giysiler giyilmesi, parti ya da kutlama, cenazenin kulüp üyeleri tarafından taşınması, kulüp renklerinin üzerine siyah bant takılması, askeri onur, kulüp renkleriyle ölünün gömülmesi, kulüp üyeleri tarafından konuşma yapılması, ölen kişi için sürüşler düzenleme olarak belirtilmiştir. Kulüpler tarafından ritüeller içinde en yaygın olanın kortej ve araç selamlama olduğu araştırma da öne çıkan bir bulgudur. Araştırmaya katılan motorcular gerçekleştirilen bu eylemlerin kardeşlik bağı ile ilişkili ve aile olarak kulüp için ayrılmaz bir süreç olduğunu belirtmişlerdir. Bununla birlikte araştırmada motorcuların birbirinin cenazesine katılması katılımcılar açısından kardeşlik, anma, saygı, aile değerleri ile ilişkilendirilmiştir.
Thompson (2012)	Amerika	Çalışma kapsamında motor kulüpleri ve motor kültüründe kadının tarihsel olarak değişen rolünü ele alınmıştır. Bu kapsamda %1 tarzı MC kulüplerin hala kadını içlerine almama durumunun devam ettiğini belirtilmektedir. Çalışma kapsamında kadınların MC kültüründe 3 grupta ele alındığı belirtilmektedir. En altta “Mamas” olarak isimlendirilen kadınlardan oluşmaktadır. Mamas’ı, Sweetbutts ve Old Ladies takip etmektedir. Mamas’lar kulüpte tüm üyelerin birlikte olabileceği yeri geldiğinde işlerini yaptırdıkları kadınlar olarak tanımlanmıştır. Sweetbutts olarak isimlendirilen kadınlar ise Mamaslardan daha genç olan ve genellikle

		kulüpte tek bir kişi veya birkaç kişiyle birlikte olan kadınları temsil etmektedir. Aynı zamanda Sweetbutts olarak isimlendirilen kadınlar kulübe para sağladığı vurgulanmaktadır. Son olarak Old Ladies olarak sınıflandırılan kadınlar ise kulüpte sadece 1 kişiye ait olan kadınlardır. Old Lady’lerin kulübe para sağlayıp sağlamayacağına ona sahip olan kulüp üyesi karar verirken, Old lady’ler bazı kulüplerde “chick” olarak da isimlendirildiği belirtilmektedir. Bu 3’lü sınıflandırmanın dışında yazarlar bazı kulüplerde “Sheep” olarak isimlendirilen kadınların bulunduğunu belirtmektedir. Bu kadınlar başka bir kulüp tarafından kulübe hediye edilen kadınlar olarak tanımlanmıştır. Yapılan araştırma kapsamında MC kültüründe kadınların bir sex objesi veya hizmetçi olarak konumlandırıldığı öne çıkarılmaktadır. Günümüzde ise motor kültüründe yer alan bu kadınların konumları değişiyor. Yazarlar günümüzde motor dünyasındaki kadınları 2 sınıfa ayırıyor. Birinci grup artçıları yani birinin arkasında oturan motorcuları oluşturuyor. Diğer grup ise kendi motorlarına sahip kadınlar. Çalışmada mc kültüründe kadınların kendi konumlarını motorun başına geçerek değiştirdiğini belirtirken aynı zamanda kültüre kendi değerlerini kattıklarını, motorlarının renkleri, kıyafetleri ve takılarıyla değişim gerçekleştirdiğini belirtilmektedir.
Harris (2012)	Avusturalya	Çalışmada motor kulüplerinde baskın bir söylem olan kardeşliği nelerin zayıflattığı temel

		alınmıştır. Bu kapsamda patch over, grup dinamiklerinin değişmesi, kulübün dış ilişkileri ve polis baskısı kardeşlik mantığını zedeleyen unsurlar olarak belirlenmiştir. Yazarların dış ilişkiden kastı üyelerin sosyal çevresine işaret etmektedir. Bu kapsamda eş, sevgili veya aile gibi bireyin ilişkide olduğu topluluklar kardeşlik inancını zayıflatabilir. Bununla birlikte üyelerin farklı bir ortamda da sosyalleşmeye başlamasının içinde bulundukları norm sistemini sorgulamalarına ve kardeşlik anlayışının zayıflamasına neden olabileceği belirtilmektedir. Polis baskısı ise kulüpler için iki boyutta ele alınmıştır. Baskı hali kulüp içi bağlılığı artırabileceği gibi kulüp içinde kardeşlik anlayışını da zedeleyerek karışıklığa neden olabileceği vurgulanmıştır. Patch over kavramının genellikle kulüpler arası çatışmalarda bölgesel bir güç kazanmanın yöntemi olarak kullanıldığı belirtilmektedir. Bu kapsamda küçük kulüpler yeleklerini ve patchlerini bırakarak büyük bir kulübün altına girer ve genellikle tekrar prospectlik seviyesinden kulübe bağlılıklarını göstermeye çalışırlar. Kulübün hızlı büyümesi ve buna bağlı olarak fazla sayıda üyenin hızlı bir şekilde üyelik statüsüne getirilmesi kulüp işleyişini ve buna bağlı olarak kardeşlik değerlerini zedelediği vurgulanmaktadır. Kulüp içi statünün
--	--	--

		getirdiği güç ve ego zamanla kardeşlik değerlerinin azalmasına neden olan bir diğer unsurdur.
Quinn ve Forsyth (2011)	Kuzey Amerika Avrupa Avusturalya	Motor kültüründe kulüpler arası ilişkilerde önemli yer tutan savaş mantığının anlamını ve tarihsel süreçte nasıl değiştiği %1 kulüpler üzerinden ele alınıyor. 1960’lardan bu yana savaş mantığının motor kültüründe motorcuları etkileyen bir kavram olduğu belirtiliyor. Kulüplerin ulusal ve yerel hiyerarşilerinin kaynak aktarımı (silah, üye sayısına bağlı güç vs.) bölge kontrolünde önemli bir unsur olduğu vurgulanıyor. Bu kapsamda bir kulüp savaş kararı aldığında ulusal, uluslararası ve yerel kendine bağlı tüm charter ve supportların desteklemesi zorunluluğu olduğu vurgulanıyor. Tüm bu süreçte, savaş mantığının tarihsel olarak motorcuların sadakatini ve bağlılığını güçlendirdiğini belirtirken aslında kriminal davranışlara da altyapı sağladığı öne çıkarılıyor. Çalışma aynı zamanda kulüplerin örgütsel hiyerarşilerinin rasyonel olduğunu belirtirken, karizmatik lider etkisini de öne çıkartmaktadır. Bu noktada rasyonel örgütsel yapı ve karizmatik unsurların uzun çete savaşlarında isyancı ve kıskanç kişilerin etkileşimi ile ortaya çıktığı belirtiliyor. %1 kulüplerde hiyerarşinin formal ve informal güce dayandığını belirtirken, bu durum kulüp ilişkilerinin düzenlenmesi ve yasa dışı faaliyetlerin yürütülmesini kolaylaştırdığı vurgulanmaktadır. Bu kulüplerde güç olgusu ise cinsel itibarından kullandığı motora kadar

		uzanan bir bütünü kapsadığı vurgulanıyor.
Austin, Gagne ve Orend (2010)	Amerika	Yasa dışı olmayan motor kulüpleri üzerine yapılan araştırmada kulüplerin 2'ye ayrıldığı belirtiliyor. Birinci grup yasa dışı kulüplere özenenler diğer ise yasa dışı kulüplerin sunduğu kültüre karşı direnen kulüpler olarak belirtilmiştir. Yazarlar motor kulüplerini bir tüketici kabilesi olarak ele alırken, kulüpleri değerlendirme sürecinde Veblen'in gösterişçi tüketim kuramından faydalanmışlardır. Bu kapsamda Veblen üst sınıfa ait ürün ve sembollerin kullanımının statü ve gösteriş getirdiği ve talebi arttırdığını belirtirken, yazarlar kültür enstitüsü bakış açısıyla Amerika'da günümüz motorcularının aslında alt sınıfa ait değerlere biat ettiği ve Veblen'in savının aksine bir süreç işlediğini belirtmişlerdir. Motorculara karşı toplumsal bakış açısının gelişmesinde ise devletin, sinema filmlerinin ve Harley, Honda gibi motor üreticilerinin önemli bir rolü olduğu ve 1960'larda devletin ötekileştirdiği motorcuların günümüzde bir Amerikan yaşam tarzına dönüştüğü belirtilmiştir.
Thompson (2008)	Amerika	Çağımızın motorcuları ile geçmiş zamanda var olan motorcu kültürünü karşılaştırarak ele alındığı çalışmanın temel sorgu noktalarından birisi sapkın bir grup olarak tanımlanan motor kulüplerinde günümüzde neden üst ve orta sınıfta bulunan, iyi eğitim almış kişilerin bulunduğudır.

		Yazar yeni dönem motorcularının eski motor kültürünü yansıtan ve sapkınlığa işaret eden sembollerini bir statü sembolü olarak kullandıklarını vurgulamaktadır. Bu kapsamda yeni motorcular orta direk Amerika'nın temel değer ve normlarına kısmi olarak karşı çıkan asiler olarak görünse de kapitalizm, tüketim, özgürlük gibi değerlere de inançlarını sürdürdüğü belirtilmektedir. Günümüzdeki motorcuların çoğunluğu geçmişteki gibi erkek popülasyonundan oluşmaktadır. Kardeşlik kavramı ise aynı aktiviteyi etkinliği paylaşma ya da tanışmanın ötesine geçen bir ilişki ağına dönüştüğü belirtilmektedir. Motor kültürünün ayrılmaz parçası olan sembollerinde değişime uğradığını belirten yazar kirli pantolonların yerini şık jeanlerin, klasik motorların yerini lüks motorların aldığını belirtiyor. Geleneksel motor kültüründe dövme önemli bir unsurken, günümüzde kulüp dövmesi bulunan kişiler olsa da çoğunluğunun kişisel zevklere göre dövme kullandığı belirtilmektedir. Günümüz motorcularının beladan uzak duran ve yasaya sadık kişiler olduğu vurgulanmaktadır. Bununla birlikte güvenli sürüş anlayışının hakim olduğu belirtilmektedir.
--	--	--

Motosiklet kulüplerine ilişkin ilk dönem çalışmalarına baktığımızda Dulaney (2005), 4 yıllık bir süreçte gerçekleştirdiği etnografya çalışmasında illegal motor kulüplerinin Amerika'daki tarihsel gelişimini 3 ayrı dönemde ele almıştır. 1901-1944 periyodu bisikletten motosiklet üretimine geçiş ve bu geçişin doğurduğu sonuçları ele almaktadır. Dönemde Indian motosiklet şirketinin seri motosiklet üretimine geçmesi ile kulüpleşme sürecinin ilk adımları atılmıştır. Şirket aktivitelerini iki yıl sonra Harley Davidson adıyla yürütmeye başlamıştır. Seri üretimle ve pazarlama faaliyetleriyle birlikte kullanım alanı genişleyen motorlar süreç içerisinde kulüpleşmeleri tetiklemiştir. 1903 yılına gelindiğinde Amerika'da New York Motosiklet kulübü ve Brooklyn'de kurulan Alpha Motosiklet kulübünün ortaklaşa çabalarıyla Amerika motosiklet kullanıcıları federasyonu (FAM) açılmıştır. FAM'ın amacı motosiklet sürüş koşullarını geliştirmek olarak açıklanırken, tüm bu yapılaşma örgütsel alanda regülatif kuralların belirlenmesine imkân tanımıştır. Araştırmada kurulan ilk illegal motor kulübü 1936 yılında kurulan McCook Outlaw olarak belirtilmiş olup, Pearl Harbour saldırısının etkisi ile motosiklet kulüplerinin yayılmasında duraklama dönemi yaşanmıştır.

1945-1957 yılları arasında ele alınan motosiklet kulüplerinin gelişim süreci ise, 2. Dünya Savaşı sonra evlerine dönen motorlu birliklerin sosyal hayata adapte olma sürecinde motosikletlerin etkisine odaklanmaktadır. Bu kapsamda savaş sürecinin ortaya çıkardığı vatansever duygular ve motorlu birliklerde etkin konuma sahip kardeşlik bağlarının, savaş sonrası süreçte kulüpleşerek devam ettirildiği ortaya çıkmıştır.

Son periyot ise 1958 yılından günümüze kadar olan süreyi kapsamaktadır. Bu periyot motor kulüplerinin küresel bazda yarattığı kültürel dinamiklerin altını çizmektedir. Çalışmada günümüzde de etkisini sürdüren %1 arması ve armanın dayandırıldığı mitlerin bu dönemde ortaya çıktığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda, %1 arması taşıyan kulüplerin sayıca artışı ve kulüplerin yatay olarak genişlemesinde aile, kardeşlik gibi değerlerin kültürel yayılmayı da beraberinde getirdiği belirlenmiştir. Bununla birlikte ele alınan her üç periyotta da Amerikan tarihinde toplumda etki bırakan olay ve gelişmelerin kulüplerin yapılanması ve kültürel değerlerinin şekillenmesinde etkili olduğu çalışmada öne çıkan bulgulardan biridir.

Schouten ve McAlexander (1995) ise farklı bir bakış açısıyla motor kulüplerinin kullandığı motor türleri ve bunlara dayalı tüketim kültürünün kulüp üyelerinin kimlikleri üzerindeki etkileri ele almıştır. 1990 – 1993 yılları arasında Harley Davidson motor kullanıcılarının örneklem alındığı çalışma sonucunda, Harley Davidson motorların kulüplerde sosyal hiyerarşinin oluşmasında tetikleyici olduğu vurgulanmıştır. Bununla birlikte motor tercihinin kulüp üyelerinin rollerinde etkili olduğu ortaya çıkarken, Harley motorların kişisel özgürlük, vatan sevgisi ve Amerikan mirası, maçoluk (adamlık) gibi değerleri motorculara empoze ettiği çalışmada ortaya çıkan diğer bir sonuçtur.

Schouten ve McAlexander'ın bulgularıyla paralellik gösteren Quinn ve Forsyth (2009) çalışması ise %1 arması taşıyan Amerikan kulüpleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kulüplerin mottolarının, sembollerinin, kullanılan renklerin bireyleri birbirine bağlamada etkili olduğu ortaya çıkarken, kulüpler salon toplumu olarak yani birbirlerine sıkı sıkıya bağlı, resmi yasallığın dışında kendi ve sokak kurallarıyla yönetilen bir örgütlenmeye sahip olduğu belirlenmiştir. Yazarlar kulüplerin sahip olduğu gücün, kulübü yer aldığı örgütsel alanda etkili bir aktör haline getirdiğini belirtirken, güç derecesinin belirlenmesinde üye sayısı, ün, hâkim olduğu bölge gibi unsurların temel dinamikler olduğunu vurgulamıştır. Aktörler tarafından paylaşılan değerler sisteminde ise mekanik yeteneklerinin (custom yapma, motor süreçlerine ve sürüşüne hâkimiyet), erkek egemenliğin, korkusuzluğun ve içinde bulundukları toplumu yansıtan ana akım tarzdan farklı hareket etmenin motor kulüplerinde baskın olduğu öne çıkan bir diğer sonuçtur.

Örgütlenme yapısı ve kulüp kültürünü ilişkilendirerek %1 amblemi taşıyan Amerikan kulüplerini inceleyen Shields (2012) ise, kulüplerde üyelere statü sağlama sürecinin bağlılığı arttırdığı, charterlarla sağlanan yayılma ile güç ve üye kapsamının genişletildiğini tespit etmiştir. Yönetmelik açıdan charterların kendi içlerinde özerk olmasına karşın tüm tarafların kulüp kuralları çerçevesinde ortak hareket ettiği belirtmiştir. Bununla birlikte charterların sahip olduğu örgütsel kademelerin hanground, prospect ve member olmak üzere 3 ayrı üye rütbesinden oluştuğunu ve her üyenin rütbesine göre farklı faaliyetlerden sorumlu tutulduğu ortaya çıkmıştır.

Motor kulüpleri açısından paylaşılan değerler ve ritüeller araştırmalarda önemli yer tutsa da asıl ilgiyi suç ve suça dayalı eylemler oluşturmaktadır. Bu kapsamda

Sanderson vd. (2014), Kanada'nın Quebec eyaletinde aktif faaliyet gösteren Hells Angels Motor Kulübünün (Montreal Chapteri) suça dayalı yapısına ve uyuşturucu kaçakçılığı kapsamında yürüttüğü faaliyetleri ele almıştır. Quebec eyaletinde 6 chapter'a sahip olan ve bir support kulübü bulunan Hells Angels'in uyuşturucu, adam kaçırmaya – öldürme, kaçak para, hırsızlık, silah kaçakçılığı gibi illegal eylemlere dayalı faaliyetlerinin bulunduğu araştırma sonuçlarında öne çıkmıştır. Bununla birlikte, yapılan suç işleme matrisi ile kulübün chapterlar aracılığıyla yayılmasının doğru orantılı olarak bölgede suç işleme oranlarında artışı tetiklediği belirtilmiştir. Örgütlenme yapısı ve suç ilişkisini ele alan bir diğer çalışma da Barker (2005) tarafından yapılmıştır. Amerika'da bulunan Hells Angels, Bandidos MC, Outlaws MC, Pagans MC ve Sons of Silience MC dahil olduğu çalışma sonucunda illegal kulüplerin suç eylemlerinde yerel bölgelere yayılan support kulüpleri ve charterların etkili olduğu belirtilmiştir.

Quinn ve Koch (2003) ise %1'lik kulüplerin örgüt yapısı ve suça yönelik eylemler arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. Örgüt yapıları açısından, kulüplerin 3 ayrı koldan yapısal gelişme gösterdiği belirlenmiştir. Bunlar yerel charterlar, ulusal charterlar ve support kulüplerdir. Ulusal charterlar, ana kuruluşu temsil etmekte ve üyelik şartlarına şekil vermektedir. Yılın belli dönemlerinde toplanarak karar süreci işleten ulusal charterlar, kulüp değerlerini, kulübe üyelik süreçleri, kulüp yasalarını temellendiren kesimdir. Yerel charter ise kendi içinde otonomiye sahip olup, ulusal chartera bağlı olarak hareket etmektedir. Yerel charterlarda işleyişin düzenlenmesinde ulusal charterın belirlediği kural ve yasaklar geçerli iken, üyelerin değerlendirme süreci kendi idarelerindedir. Üçüncü yapılanma ise support kulüplerdir. Bu kulüpler ulusal chartera bağlılık gösteren, temel değerlerini benimseyen ancak kendi içlerindeki süreçlerde özerk olan kulüplerdir. Yerel charterlar ve support kulüpler arasındaki temel fark ise, yerel kulüpler ulusal kulübün ismi altında faaliyet gösterip, aynı yekek ve armaları taşımakla yükümlüdür. Support kulüpler desteklenen kulübün adını taşımak zorunda olmayıp, farklı isimle sahiptir. Ancak bağlılığın temsili için yekeklerinde hangi kulübe destekçi olduğunu support armasıyla belirtmek durumundadır. Bu şekillenmenin yanı sıra kulüpler içinde farklı rol ve statü dağılımları da öne çıkmaktadır. Bu kapsamda bir kulüpte yol kaptanı, sekreterlik, başkan, başkan yardımcısı, disiplin kurulu, sayman gibi birimlerin bulunma yükümlülüğü her kulübün kendi tüzüğünde belirtilmektedir. Araştırmacılar

kulüplerin alanda yapılanma şeklinin, yayılmayı ve suç organizesini arttırdığını belirtmektedir. Bununla birlikte kulüp değerlerinin (kardeşlik, sadakat vb.) hiyerarşik bir kontrol mekanizması oluşturduğu öne çıkmıştır. Çalışmada sonucunda kulüp yapılarına dayalı yaygın suçlar 4 farklı kategoride toplanmıştır. Bunlar; anlık eylemlere dayalı suçlar (bar kavgası), planlı eylemlere dayalı suçlar (birbirine düşman grupların eylemleri), kısa süreli araçsal eylemler (motor hırsızlığı) ve devam eden araçsal girişimlerdir (uyuşturucu üretimi, dağıtımı).

Quinn ve Koch tarafından oluşturulan suç tipolojisinden yola çıkarak Barker ve Human (2009), Amerika’da yoğun faaliyet gösteren 4 büyük illegal motor kulübünün (Hells Angels MC, Outlaws MC, Bandidos MC ve Pagans MC) suç eylemlerini incelemiştir. Silah ve uyuşturucu kaçakçılığı faaliyetlerinin dört kulüpte de yaygın olarak gerçekleştirildiği ve gelir kapısı olduğu belirtilirken, support kulüplerin ağırlıklı olarak planlı eylemlere dayalı suçlar ve kısa süreli araçsal suçlar işlemeye eğilimli olduğu gözlemlenmiştir.

Kulüplerin karıştığı organize suçlar kadar suç işleme nedenleri de ilgi çeken bir konudur. Bu kapsamda illegal motosiklet kulüplerinde organize suç işlemenin nedenlerini araştıran Quinn (2001), kulüp üyelerini suça yönlendiren ve kulüpler arası çatışmaları ateşleyen temel dinamiğin sadakat değerinden kaynaklandığını belirtmiştir. Yazara göre sadakat olgusu organize suçlar ve kulüp kardeşliği arasında bir katalizör görevi görmektedir. Bu kapsamda, üyeler kendisini ispatlamak ve kardeşlik yeleklerini hak etmek için organize suç eylemlerine girmekten korkmamaktadır. Çalışmada kulüplerin suç olan faaliyetlere eğilimini ise çete savaşlarının aşırı derecede maddi kayıplara yol açmasını ve bu kayıplar sonucu nakit akışını sağlamak amacıyla suç eylemlerine eğilim gösterdiği şeklinde açıklanmıştır.

Motosiklet kulüpleri üzerine gerçekleştirilen ilk dönem çalışmalarına ilişkin açıklamalardan da görüldüğü üzere kulüplerin gelişimi ve suça dayalı faaliyetleri öncelikli temalar olarak ön plana çıkmaktadır. Son 10 yılda gerçekleştirilen çalışmaların çıktılarına baktığımızda ise (Tablo 2) araştırmaların Amerikan bağlamı dışında da yayıldığı ancak takip edilen temaların ağırlıklı olarak suça ilişkin faaliyetler ve kulüplerin değerlerine odaklandığı görülmektedir (Quinn ve Forsyth, 2011; Stjärnqvist 2015; Perälä, 2016; Geurtjens, vd., 2018) . Bu noktada gerçekleştirilen çalışmalar kulüplerin öne çıkardığı temel değerlerin, örgütlenme

yapısının suç işleme potansiyelini arttırdığını gösterirken, son yıllarda motosiklet kulüplerinin 2 sınıf altında toplandığını göstermektedir (Austin vd., 2010; Barker, 2014b; Kuldova ve Quinn, 2018). Bunlardan ilki suç örgütü olarak isimlendirilen MC kulüpler ve hobi odaklı kulüpler olarak isimlendirilmektedir. Her iki yapı toplumsal değer ve kurallara karşı farklı duruşlar sergilemesine karşın kardeşlik, sadakat, aile gibi değerlerin her iki yapılanmada da ortaklık teşkil ettiği görülmektedir (Quinn ve Forsyth, 2011; Harris, 2012; Rostami ve Mondani, 2019)

Yukarıda değinilen çalışmaların bir diğer ortak noktası ise motor kulüplerine dayalı oluşan alt kültürün ve kulüp değerlerinin kulüp üyeleri dışında paylaşımının yaygın olmayışdır (Schouten ve McAlexander, 1995; Barker, 2005; Shields, 2012; Sanderson vd., 2014). Bu durum Simmel (2017) tarafından gizliliğin ve sırların topluluk yapıları üzerindeki etkisine dayalı açıklanmıştır.

Geleneksel olarak doğruluk ve açıklık üzerine kurulan toplulukların birlik, beraberlik ve uyum yansıtacağı kabul görse de mahrem özelliklere sahip ilişkilerin, karşılıklı sır saklama ve koruma güdüsünün toplulukları birbirine bağladığı Simmel'in temel tezini oluşturmaktadır. Simmel'e göre, bir topluluk gizliliği esas aldığı topluluğa dâhil olmak için bireyler öncelikle belli etkinliklerden, yüklü miktarda ödemelerden ve grubun her üyesi sadece belli görevlerden sorumlu tutulur. Görev farklılıklarına dayalı bu topluluklar alışılmış topluluk algısının ötesinde özel bir amaca sahip olup, gizliliği temel alan sosyolojik bir oluşum sergiler. Bu sosyolojik oluşum içerisinde topluluğun temelini oluşturan gizlilik anlayışı bireyler arasında paylaşılan ilişki derinliğini arttırırken, eylemlerin sorgulanmasının önüne geçer ve üyelerin fedakârlık kapasitesini arttırır.

Topluluk formunda gizliliğin ele alınışı eşitsizliklerin üstünü örtmeye yararken, kültür açısından gizlilik unsuru topluluk kültürünün merak uyandırması ve daha hızlı yayılmasına imkan tanır. Tüm bunlardan hareketle Simmel (2017), gizliliğe dayalı toplulukların temel dinamiklerini aşağıdaki gibi belirlemiştir:

- Üyeler arasında karşılıklı ve devamlı güven anlayışının kurulması,
- Yüksek ahlaki değerlere ve güvene dayalı yoldaşlık yapısı,
- Gizliliği teşvik etme amacıyla yemin ve ceza gibi çeşitli kuralların öne çıkarılması,

- Topluluk içi ayrımların ve eğitici unsurların ortaya konulması, ömezlere gizliliği içselleştirecek şekilde sessizlik sanatının öğretilmesi,
- Aşamalı üyelik anlayışı ve hiyerarşik yapı ve rütbe sistemi,
- Üyeler için ezbere bilinmesi gereken ve yazıya dökülmesi yasaklanan kurallar,
- Topluluğun geleneklerinin sadece üyeler arası aktarımını sağlayan uygulamalar (üyelіđe kabul yeminleri vs.),
- Sosyalleşme aracı ile gizliliğin teşvik edilmesi, birlik duygusunun teşviki
- Topluluk yapısında topluluk sembolleri, tanımlama işaretleri, birlik kardeşlerinin isimleri, törensel uygulamalar eşliğinde amaç ve topluluk karakterinin oluşturulması,
- Yer aldıkları toplumdaki zıtlıkları yansıtmak temel alınırken, oluşturulan yapı iirişinde büyük yapıların (karşı çıkılan) tekrar edilmesi, toplumla bağlantıya karşı bir antitez oluşturulduğunun savunulması,
- Özgürlük vurgusu,
- Topluluğun kuruluşundan itibaren bir toplum olma bilinciyle hareket etmesi,
- Karmaşık tanıma işaretleriyle belli bir topluluğa ait olduğunu gösterme, bireysel kimliğin önüne topluluk kimliğini ortaya ıkarma,
- Ağırlıklı olarak erkeklerden oluşma ve kadınlardan farklılıklarını vurgulama,
- Sırlarını muhafaza etme amacıyla ceza sistemi oluşturma,
- Topluluk kurucularının bir aristokrat grubu, sınıfı oluşturma ve bunun özel damgasını taşıması (giysileriyle bu üyelerin farklılaşması gibi),
- Topluluğun sayısal büyüklüğünü gizlemek,
- Bütünlüğün sağlanması için merkezileşme,
- Üyeler arasında eşitsizlik unsurunu örten kardeşlik anlayışının yerleştirilmesidir.

2.2. Kurumsal mantık perspektifinden motosiklet kulüpleri

Motosiklet kulüpleri ister illegal bir yapı sergilesin isterse gizlilik anlayışına dayalı olsun temelde bir topluluk formunun bütün yapı taşlarına sahiptir. Bu durum motosiklet kulüpleri ve kurumsal mantık anlayışı arasında bir köprü kurmaya imkan sağlamaktadır.

Sosyolojik olarak topluluk kavramı Marquis vd. (2011) tarafından sosyal ve kültürel kaynakları kendi kolektif amaçları doğrultusunda şekillendirmeyi amaçlayan, aktörlerin belli değer vasıtasıyla hareket ettiği oluşumlar olarak tanımlanmaktadır. Brint (2001) ise toplulukların kolektif amaçlarından çok paylaştıkları ortak değerlere odaklanmış olup, toplulukları sadakat, paylaşılan kimlikler ve yaşantısal ortaklıklara dayalı birliktelikler olarak tanımlamıştır. Her iki tanımın da ortak noktası ait olma ihtiyacı ve kimlik paylaşımına dayalı unsurlardır (Baumeister ve Leary, 1995). Bu iki unsur toplulukları, toplumsal alanda yer alan diğer örgütlerden de ayıran temel noktadır. Çünkü bireylerin bir araya gelişi sonuç odaklı araçsal değerlere değil, ortak kimliklere dayalı paylaşılan değerlere dayanmaktadır. Bununla birlikte toplulukların ele alınmasına yönelik çalışmalar 2 ayrı araştırma akımı eşliğinde şekillenmektedir. Bunlar coğrafi ve üyeliğe dayalı topluluklara yönelik araştırmalardır (Brint, 2001). Coğrafi toplulukları, belli bir coğrafi alanda hâkim kurumlardan etkilenen, yerel ilişki ağları ön plana çıkan topluluklar olarak tanımlanmaktadır. Üyeliğe dayalı topluluklar ise, sınırların net olarak ortaya konulamadığı, yüz yüze iletişimin sınırlı olduğu gönüllü olarak üyelik anlayışının hâkim olduğu, değerlerle birbirine bağlanan geniş ağları olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte, hibrit topluluk olarak isimlendirilen ve her iki topluluğunda yapısal değerlerini paylaşan bağlamlarda söz konusudur (Almandoz vd., 2016).

Her bir topluluk türü için de kurumsal mantıklar, özellikle de topluluk mantığı paylaşılan kültür, normlar ve maddi kaynakların üretim mekanizması ve davranış kalıplarının harekete geçirilmesinde etkilidir (Greenwood vd., 2011; Nigam ve Ocasio, 2010).

Topluluk ve kurumsal mantık ilişkisinden hareketle Almandoz vd. (2016), coğrafi ve üyelik tabanlı toplulukların benzerlik ve farklılıklarını kurumsal mantık perspektifiyle ele almıştır. Çalışmada Thornton vd. (2012) tarafından öne sürülen kurumsal mantıkların dayandığı temel kategoriler temel alınmış olup, Tablo 3’de çalışma sonuçları, temel kategorilere göre gösterilmiştir.

Tablo 3. Topluluk mantığının yapısal unsurları: coğrafi ve üyelik tabanlı toplulukların karşılaştırılması

Topluluk Mantığının Yapısal Unsurları	Coğrafi Topluluklar	Üyelik Tabanlı Topluluklar
Temel Metafor	Ortak coğrafi sınırlar	Bilinçli bağlılık ve farklı kişisel nedenlere dayalı inançlar
Meşruluk Kaynağı	Güven ve karşılıklı inanç	Topluluk amaçları için irade birliği
Otorite ve Norm Kaynakları	Değerli bir topluluğa ait olma	Topluluğa ait değer ve kimliklere ait olma
Kimlik Kaynakları	Topluluk itibarı ve üyeler arasındaki duygusal bağ	Topluluğun hedefleri ve topluluk itibarı
Strateji ve Çıkarların Temeli	Birbiriyle ilişkili geniş alanlarda topluluğun statü ve saygı kazanmasına yönelik yatırımlar	Sınırlı bir alanda topluluğun statü ve saygı kazanmasına yönelik yatırımlar

Kaynak: Thornton vd. (2012).

Tablo 2’de ele alınan coğrafi ve üyelik tabanlı toplulukların benzerlik ve farklılıklarına değinmeden önce, tablonun yapılandırılmasına imkân sağlayan yapısal unsurlara değinmek gerekmektedir. Thornton vd. (2012) kurumsal mantık perspektifini ele aldığı kitabında, kurumsal sistemi oluşturan mantıkların dayandığı unsurları metaforlar, kimlik kaynakları, stratejiler, normlar, otorite ve meşruluk kaynakları üzerinden incelemişlerdir. Bu kapsamda 7 ayrı mantığı (aile, topluluk, din, devlet, piyasa, meslek ve işbirliği) ele alan yazarlar, her bir mantığın kendi içerisinde bahsi geçen unsurları içerdiğini belirtirken, bu unsurların kurumlararası sistemde mantıkların yaratılması, sürdürülmesi ve değişimini şekillendirdiğini belirtmişlerdir.

Almandoz vd. (2016) ise, topluluk mantığını temel alarak yapısal unsurların işleyişine yoğunlaşmıştır. Çalışma sonucunda her iki topluluk türünün de

güçlenmesinde topluluğun tanımlanma şekli, yönetim biçimleri, topluluk için önemli olaylar, güven derecesi ve topluluk liderlerinin etkili olduğu belirtilmiştir. İki topluluk türünün yapısal farklılıkları Tablo 2'deki gibi açıklanırken, ortak paydanın ise dışsal çevreye karşı topluluk kimliği ve network yapılarının genişletilmesi, açık prosedürler ve iletişim kanallarıyla kolektif amaçların empozisi, eylemlerin görünürlüğünün sağlanarak topluluk içi güvenin sağlamlaştırılması, topluluk kültürünü yayma amacıyla topluluk liderlerinin etkili olması olarak belirlenmiştir. Bunların dışında çalışmada Harley Davidson markasının yarattığı toplulukların yani motor kulüplerinin araştırılması topluluk türleri ve mantık ilişkisine katkı sağlayacağı yazarların önerileri arasında yer almaktadır.

Sonuç olarak, yukarıdaki açıklamalardan hareketle kurumsal mantık perspektifi, bir topluluk ve örgütlenme formu olarak motor kulüplerinin örgütsel alanda kurumsal mantıklardan nasıl etkilendiğinin anlaşılması ve kulüplerin sürdürdüğü mantıkların kurumsal altyapı ve buna dayalı örgütsel alan üzerindeki etkisinin ortaya çıkarılmasında toplumsal seviyede bir bakış açısı sağlayabileceği araştırma kapsamında öngörülmüştür.

BÖLÜM 3

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın amacı ve araştırma sorusunun kapsamı

Bu tezin ana amacı çeşitli örgütsel formların farklı bağlamlara yayılma sürecinde, bu örgütsel formaların kabul edilmesi ve meşrulaşmasına imkân sağlayan kurumsal mantıkların yeni örgütsel alanlarda nasıl şekillendiği ve alanla ilişkisinin ortaya koyulmasıdır. Bu kapsamda bir örgüt türü olarak motosiklet kulüpleri kabul gören ve yaygın örgütsel formlara kıyasla benzerlerine rastlanmayan örgütsel form özellikleri taşımaktadır. Spesifik olarak, motorcuların çeşitli hobi ve ilgi alanlarına dayalı olarak bir araya gelmesiyle ortaya çıkan bu kulüpler, informal bir kuruluş süreci ve yapı sergilemesine karşın, işleyiş süreç ve prosedürleri tamamen formal yapı özellikleri sergilemektedir. Bununla birlikte yabancı literatürde öne çıkan bir bulgu olarak motosiklet kulüplerinin resmi kurumlara ve devlete karşı duruşları, devletin baskın bir rol oynadığı bağlamlarda bu örgütsel formların yayılmasında ve meşrulaşmasında hangi mantıkların etkili olduğu sorusunu öne çıkarmaktadır.

Tüm bu açıklamalardan hareketle tezin ana sorunsalı farklı bağlamlardan aktarılan informal örgütlenme sürecinde kurumsal mantıkların yaşadığı değişim nasıl şekillenmektedir olup, bu soru araştırmanın amacı ve araştırma bağlamıyla paralel olarak kendi içinde alt sorunsallara sahiptir. Bunlardan ikisi “Türkiye bağlamında motosiklet kulüplerinin oluşturduğu örgütsel alan ve örgüt yapılarına ilişkin temel dinamikler nelerdir?” ve “Türkiye bağlamında motosiklet kulüplerinin oluşturduğu örgütsel alanda hâkim mantıklar ve bu mantıkların destekleyen söylemler nelerdir?” olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın üçüncü alt sorunsalı ise “devletin baskın olduğu alanlarda devlete ve baskın kurumlara karşı duruş sergileyen örgüt formlarını nasıl yayılmaktadır?” olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda devletin gerek örgütsel alanlarda gerekse örgütsel pratiklerin şekillenmesinde etkin rol oynadığı Türkiye bağlamında motor kulüplerinin oluşturduğu örgütsel alanın ve farklı bağlamlardan aktarılan mantıkların nasıl şekillendiği açıklanmaya çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın kurumsal mantık açısından katkısı

Yeni kurumsal kuram üzerine yapılan çalışmalarda devlet hem kurumsal bir girişimci, hem baskın bir mantık hem de düzenleyici bir otorite olarak ele alınmaktadır. Diğer bir deyişle, örgütsel alanda devletin sadece bir aktör olmadığı aynı zamanda yasal zorlama kabiliyetine sahip farklı bir aktör olduğu vurgulanmaktadır (Lawrence ve Suddaby, 2006; Scott, 2008). Bu varsayımdan hareketle, Türkiye’de farklı örgütsel alanlarda ve çeşitli örgüt formlarının şekillenmesinde devletin etkisini inceleyen çalışmalar mevcuttur (Özen, 2010; Şenyuva, 2012; Özseven vd., 2014; Koç vd., 2017; Yalçınkaya ve Taşcı, 2020). Bu çalışmaların ortak noktası, formal örgütlerin (STK’lar, hastaneler, üniversiteler, belediyeler, kalkınma ajansları, özel sektör işletmeleri vb.) oluşturduğu örgütsel alan ve bu alanlarda etkin mantıkları odak noktalarına almalarıdır. Buna karşın informal yapılanmalara sahip örgütlerin oluşturduğu örgütsel alanlar ve bu örgütlenme formlarının işleyişinde etkin mantıkların neler olduğu alan yazına önemli kuramsal katkılar ve yeni bakış açıları kazandırma potansiyeline sahip olmasına karşın gerek araştırma kısıtları gerekse bu tarz örgütlenmelere ulaşma problemleri nedeniyle literatürde oldukça az yer kaplamaktadır. Literatürde niş bir araştırma alanına işaret eden bu açıklamalardan hareketle, ilgili tez kapsamında Amerika bağlamında doğan ve günümüzde Türkiye bağlamında da faaliyet gösteren motosiklet kulüplerinin oluşturduğu informal yapılanmaya dayalı örgütsel alan dinamikleri ve bu dinamikleri harekete geçiren kurumsal mantıkların Türkiye bağlamında yaşadığı değişim sürecinin derinlemesine ele alınması araştırmanın özgün değerini oluştururken, bu değerın literatüre yansıtılmasının kurumsal mantık perspektifine teorik katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

3.3. Araştırma deseni

Araştırmanın amacı ve sorunsalları dikkate alındığında informal bir yapılanmaya dayalı örgütsel bir alanın ve bu alanı şekillendiren mantıkların ele alınması dışardan bir bakış açısından çok, alanda hâkim olan örgütlerin içsel deneyimlerini aktarmayı gerekli kılmaktadır. Bu gereklilikten hareketle derinlemesine bir çözümlemeye imkân tanıyan nitel araştırma desenlerinden iç içe geçmiş bütüncül örnek olay araştırması (case study) ilgili tez kapsamında araştırma deseninin temelini

oluşturmaktadır (Yin, 2009). İç içe geçmiş bütüncül örnek olay araştırması belli bir olay veya durumu kendine özgü ve kimi zaman toplumsal bağlama aykırı dinamikleri ile anlamaya ve açıklamayı amaçlamaktadır (Cresswell, 2003; Yin, 2009). Bununla birlikte iç içe geçmiş bütüncül örnek olay araştırmasının temel odak noktası aynı bağlamı paylaşan aktör, örgüt ya da toplulukların, aynı bağlam dinamikleri içerisinde bir durum ve bu duruma bağlı iç içe geçmiş deneyimleri derinlemesine ele almaya ve farklı birimlerin bağlamda gelişen olay örüntüsündeki deneyimlerini derinlemesine aktarmaya imkan tanımaktadır (Yin, 2009).

Tüm bunlardan hareketle bu çalışmada örnek olay olarak konumlandırılan durum motosiklet kulüplerinin Türkiye bağlamında yayılımı olarak belirlenirken, sürece dahil olan farklı kulüplerin bağlamda yaşadığı iç içe geçmiş deneyimler ve bu deneyimlerden hareketle örgütsel alanı şekillendiren kurumsal mantıklar ve bağlama dair ayrıntılar okuyucuya aktarılmaya çalışılmıştır.

3.4. Araştırma örnekleme

Motosiklet kulüpleri dünyada yaygın olduğu kadar ülkemizde de geniş bir faaliyet alanına sahiptir. Ülkemizde MC/MK etiketine sahip motor kulüplerinin yanı sıra sürüş kulübü, chopper kulüpleri, racing kulüpleri, enduro kulüpleri gibi birçok motor kulübü bulunmaktadır. Bu kulüplerin işleyiş mekanizmaları ve yönetim biçimleri birbirinden değişmekle birlikte ülkemizde kaç tane kulüp bulunduğu, bu kulüplerin nerelerde olduklarına dair resmi bir kaynak bulunmamaktadır.

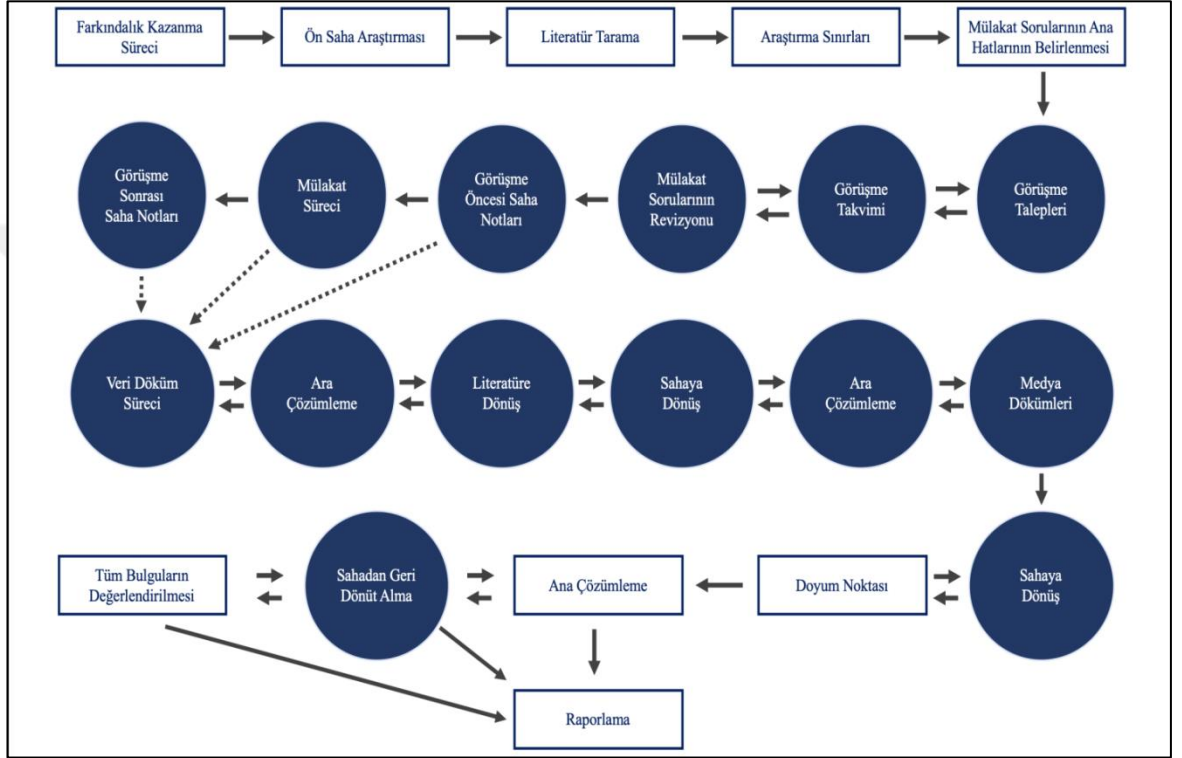
Araştırma evreninin genişliği ve çalışmanın kuramsal alt yapısı dikkate alınarak araştırma sürecinde kuramsal örnekleme tekniğine başvurulmuştur. Bu kapsamda araştırmanın kuramsal dinamikleri dikkate alınarak Türkiye’de bulunan yerel, ulusal ve uluslararası MC/MK niteliğine sahip motor kulüpleri örneklem olarak belirlenmiştir. MC/MK motor kulüplerinin tercihi ise yönetim pratiklerinin diğer kulüp türlerine göre belirgin olması etkili olmuştur.

Araştırma sürecinde kuramsal örneklemenin gereklilikleri doğrultusunda sahadan elde edilen veri ve örneklem ilişkisi devam ettirilmiş, gerekli noktalarda kuramsal katkı sağlayabileceği düşünülen ve örnekleme dahil olmayan birimler de sürece dahil edilmiştir. Bununla birlikte, nitel araştırmanın doğası gereği çalışmanın güvenilirliğini

arttırmak ve kuramsal örnekleme desteklemek amacıyla kartopu örnekleme tekniğinden de araştırma sürecinde faydalanılmıştır.

3.5. Saha verilerinin elde edilme süreci

Çalışma kapsamında saha verilerinin elde edilmesi ve bu verilere ulaşmadan önce ve sonra takip edilen süreç akışı Görsel 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırma süreci adımları

Şekil 1’de verilen araştırma sürecini açıklamadan önce görsele ilişkin açıklanması gereken bir takım hususlar bulunmaktadır. Öncelikle her ne kadar araştırma süreci doğrusal bir diyagramda verilse de, nitel araştırmanın doğası gereği tüm araştırma süreci devamlı tekrar eden, döngüsel bir yapıya sahiptir. Saha ve literatür arasında geçen bu döngüsellüğün aktarımı için görselde yuvarlak şemalar içerisinde gösterilen adımlar araştırma sürecinde devamlı tekrar eden işlem basamaklarına işaret etmektedir. Şekilde verilen dikdörtgen açıklama adımları ise araştırma sürecinin temel basamaklarına işaret etmektedir.

Yukardaki açıklamalardan hareketle bu araştırmanın oluşmasında ilk adım, araştırma sorunsalının belirlenmesini temsil eden farkındalık kazanma süreci ile başlamıştır. Bu kapsamda araştırmanın ilk tohumları 2017 güz döneminde gerçekleştirilen “Örgüt

Kuramı” dersi kapsamında atılmış ve farklı bağlamlardan aktarılan örgüt formlarının yeni bağlamlarda nasıl şekillendiği?, Kurumsal mantıkların sürece etkisinin ne olduğu?, İnfomal örgütlenmelerin süreçteki yeri gibi sorular ve araştırmacının sahip olduğu sosyal bağlardan hareketle Türkiye’de yayılımı artan motosiklet kulüplerinin araştırılmasına yönelik bir farkındalık geliştirilmiştir.

Sürecin ilk basamağında temelleri oturtulan araştırmanın bilgi birikimi açısından literatüre dayalı yapılan incelemelerde, Türkiye’deki infomal bu örgüt yapılanmasına yönelik bir birikim elde edilememesi, araştırma kapsam ve sınırlarını belirlemek amacıyla bizleri ön saha araştırmasına itmştir.

Ön saha araştırması sürecinde motosiklet kulüplerinin sahip olduğu çeşitli grup dinamikleri ilk ele alınmaya çalışılan konu olmuştur. Bu kapsamda Türkiye’de racing motosiklet kulüpleri, gezici motosiklet kulüpleri, enduro motosiklet kulüpleri, MC ve MK olarak isimlendirilen farklı birçok motosiklet kulübünün var olduğu belirlenmiştir. Bu kulüpler içerisinde örgüt yapılarına ilişkin olarak MC ve MK motosiklet kulüplerinin diğer motosiklet kulüplerinin taşıdığı hobi amaçlı topluluk kapsamından farklılaştığı, Amerikan bağlamından ülkemize geldiği ve infomal bir yapılanma ile yayıldığı belirlenmiştir. Ön saha araştırması sürecinde bu kulüplere ilişkin görüşmeler ağırlıklı olarak araştırmacının yakın olduğu, aracı kişiler ile gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte kulüplerin birbiriyle ilişkisini, sosyal bağlamlarda hareketlerini incelemek amacıyla bir araya geldikleri kafe, bar gibi platformlarda dışardan gözlemler yapılarak araştırmanın kapsamı netleştirilmeye çalışılmıştır. 6 ay süren ön saha araştırmaları sonrasında literatürde bu kulüplere ilişkin bilgiler, yapılan araştırmalar, belgeseller incelenerek araştırmanın sınırları Türkiye’de yer alan MC ve MK kulüpler olarak netleştirilmiş ve tez öneri sürecinde jüriye sunulmuştur.

Jüri onayı sonrasında sahaya inmek için gerekli olan ilk hazırlık yanı mülakat sorularının belirlenmesi gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış olarak hazırlanan mülakat sorularının kapsamı kulüplerin örgüt yapılarına, günlük pratiklerine, değer ve inançlarına, sözlü ve yazılı uygulamalarına dayalı olarak hazırlanmıştır (Ek1). Bununla birlikte mülakat soruları görüşülen her kulübe göre revize edilmiş ve sahadan elde edilen verilerden hareketle devamlı bir kapsam değişimine ev sahipliği yapmıştır.

Mülakat soruları belirlendikten sonra ilk adım görüşülecek kulüpler ile irtibatın sağlanması olmuştur. Bu süreçte kulüplerin web sayfaları üzerinden paylaştıkları iletişim adreslerine ve sosyal medyada yer alan sayfalarına mail atılarak görüşme talep edilmiştir. Talep edilen görüşmelere dönüt olmaması bizleri aracı vasıtası ile kulüpler ile irtibat kurmaya mecbur bırakmış olup, bu aşamada da bir dönüt alınamamıştır. Görüşme sürecindeki bu engelin nedeninin belirlenmesi için yapılan görüşmeler sonucunda alanda baskın olan kulüplerle ilk görüşmelerin yapılması diğer kulüpler ile iletişim sağlamada faydalı olacağı kanısını ortaya çıkarmıştır. Bu kapsamda başka bir kulüpte başkanlık görevi yapan bir aracı vasıtası ile kulüplerce en etkin MC olarak gösterilen kulübün başkanı ile iletişime geçilmiş ve görüşme günü ayarlanmıştır. Görüşmeler kapsamında alanda güçlü olarak gösterilen bu kulüple yapılan mülakat, diğer kulüplerinde kulağına gitmiş olup, farklı kulüplerin kapılarının araştırma sürecimize açılmasını sağlamıştır. Bu görüşme ağının oluşturulmasında alanda baskın olarak gösterilen kulübün başkanının diğer kulüplerle iletişime geçmesi görüşme süreçlerini hızlandırmıştır. Bu duruma bağlı olarak, farklı şehirlerden kulüplerle, tekrar iletişime geçilmiş ve bir görüşme takvimi oluşturmuştur. Takvimde belirlenen bu günler kimi zaman kulüpler tarafından değiştirilmiş ve sürecin tekrar edilmesine neden olmuştur. Ancak araştırma sürecinde verimli görüşmeler elde edebilmek için 1 gün içerisinde 2’den fazla görüşmenin yapılmamasına müsamaha gösterilmemiş ve görüşülen her kulübün temel özellikleri görüşme öncesi tekrar incelenerek mülakat soruları revize edilmiştir.

Görüşme sürecine ilişkin önemli bir nokta da görüşmelerin kiminle yapılacağına belirlenmesi olmuştur. Bu kapsamda kulüplerin hiyerarşik yapıları dikkate alınmıştır. Bu sürece netlik kazandırmak gerekirse, MC/MK motor kulüpleri kendi içerisinde hiyerarşik bir düzene sahiptir. Bu hiyerarşi kulüpten kulübe farklılık göstermekle birlikte her kulüpte genelde 3 ana kademe ve bunlara dâhil üyeler bulunmaktadır. Bu kademeler sırasıyla yekekliler (member), prospectler ve hanground’lardır.

Hanground: Kulübe yeni katılan ve kulüple birlikte sürüş yapmasına izin verilen üyelerdir. Hiyerarşide en alt tabakada bulunurlar. Her türlü angarya iş bu kişiler tarafından gerçekleştirilirken, kulüp içerisinde oy hakkına ve fikirlerini sunma hakkına sahip değillerdir.

Prospect: Hangroundlar gibi oy ve söz hakkına sahip olmayan üyelerdir. Kulüp içerisinde gerçekleştirilen toplantılara katılma zorunlulukları bulunur ancak oy hakkına sahip değildirler.

Yeekliler (Member): Kulüp kurallarına uyduğu sürece tam oy ve söz hakkına sahip üyelerdir. Kulübe dair önemli yönetim mekanizmalarında yeekli üyeler bulunur. Bu üyeler aynı zamanda kulübün diğer kulüplerle etkileşiminde, yerel, ulusal ve uluslararası toplantılarda etkin rol sergilerler.

Yukarıda açıklanan hiyerarşik düzen, kulüp işleyişine hakim ve söz sahibi olma durumları dikkate alınarak araştırmanın görüşme yapılacak kişiler yeekli üyeler, daha spesifik olaraksa kulüp başkanları ve başkan yardımcıları olarak belirlenmiştir. Konum ve deneyim faktörlerinin yanı sıra kulüp başkanlarının ve yardımcılarının diğer kulüp başkanları ile etkileşim halinde olması, il bazında ve ulusal bazda düzenlenen toplantılarda kulübü temsil etmesi analiz birimi olarak kulüp başkanlarının tercih edilmesinde etkili olmuştur. Bununla birlikte, bazı mülakatlarda görüşülen kulübün istekleri dikkate alınarak toplu mülakatlar gerçekleştirilmiş ve bu süreçte kulübün tüm üyeleri ile bir arada görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşme sürecine ilişkin bir diğer önemli nokta ise araştırmanın geçerliliğinin sağlanmasına yöneliktir. Nitel araştırmanın doğası gereği geçerlilik oluşturma süreci nicel araştırmadan farklılaşmaktadır (Cresswell, 2003; Gürbüz & Şahin, 2014; Cresswell ve Cresswell, 2017). Bu kapsamda, araştırmada çoklu veri elde etme tekniklerinin kullanılması geçerliliğin sağlanmasında yardımcı olacağı göz önünde tutularak üçleme (triangulation) tekniğine başvurulmuştur. Üçleme tekniği kapsamında görüşmelerin kapsamı artırılmış olup, daha önce MC/MK kulüplerde yer almış ve ayrılmış kulüp başkanları, MC/MK formatına sahip olmayan kulüpler ve süreçte devletin düzenleyici rolünü belirleyebilmek amacıyla trafik şube müdürlüğü (kartallar timi) ve Narkotim ile görüşmeler gerçekleştirilmiş, online platformlarda paylaşılan kulüp röportajları veri setine dahil edilmiştir. Bunlara ek olarak kulüp logolarının içerikleri, kulüp tüzükleri (paylaşmayı kabul eden kulüplerden elde edilmiş), kulüplerin web sayfalarındaki paylaşımları da araştırma sürecinde faydalanılmıştır. Üçleme sürecine ilişkin son bir adım ise kulüplerin alt düzey üyeleriyle görüşme olarak belirlenmiş ancak kulüplerde yer alan yetkililer üyeleriyle görüşme yapmamıza izin vermemişlerdir.

Sonuç olarak iki yıla yakın süren görüşme sürecinde gerçekleştirilen mülakatlar ve bu mülakatlara ilişkin bilgiler Tablo 4’de sunulmuştur.



Tablo 4. Görüşme yapılan motor kulüpleri ve kişilerin listesi

Motor Kulübü	Kulüp Türü	Etkinlik Alanı	İl	Kuruluş Tarihi	Görüşülen Kişi	Mülakat Türü	Mülakat Süresi
Hells Angels	MC	Uluslararası	Eskişehir	2015	Başkan Yardımcısı	Bireysel	44 dk.
Türk Chopper Motosiklet Kulübü (TCMK)	MC	Ulusal	Eskişehir	2011	Başkan Başkan Yardımcısı Yol Kaptanı Sayman Üyeler	Toplu	1 sa. 11 dk.
Türk Riders Chopper Club (TRCC)	CC	Ulusal	Eskişehir	2015	Başkan	Bireysel	1 sa. 8 dk.
Wild Wolves	MC	Ulusal	Eskişehir	2018	Başkan	Bireysel	28 dk.
Black Hawks	MC	Support	Eskişehir	2018	Başkan Yardımcısı Üyeler	Toplu	1 sa. 43 dk.
Black Cat Choppers	CC	Yerel	Antalya	2017	Başkan	Toplu	1 sa. 10

					Başkan Yardımcısı		dk.
Türk Chopper Motosiklet Kulübü (TCMK)	MK	Ulusal	Antalya	2011	Başkan Başkan Yardımcısı Yol Kaptanı Sayman Üyeler	Toplu	44 dk.
Bursa Choppers Club Association	CC	Yerel	Bursa	2011	Başkan Başkan Yardımcısı	Toplu	59 dk.
Darkriders Brotherhood Chopper Motor Clup	Brotherhood	Yerel	Bursa	2015	Başkan Başkan Yardımcısı Üye	Toplu	57 dk.
Sancak Chopper	MK	Ulusal	Bursa	2015	Başkan	Toplu	37 dk.

					Başkan Yardımcısı		
Mother of Motorcycle	CC	Yerel	Bursa	2011	Başkan Başkan Yardımcısı Üye	Toplu	55 dk.
Anatolian Soldiers	MC	Ulusal	Çorlu	2017	Başkan	Bireysel	1 sa. 38 dk.
Riders of Bilgi Motorcycle Club	Sürüş Kulübü	Yerel	İstanbul	2013	Kurucu Başkan	Bireysel	56 dk.
Hells Angels İstanbul	MC	Uluslararası	İstanbul	2010	Başkan	Online ⁶	10 dk
Turks	MC	Ulusal		-			
Freedom Riders	MC	Ulusal		2011			
Solotürk	MK	Ulusal		-			

⁶ https://www.youtube.com/watch?v=OpGhKbeM_E (Erişim tarihi: 10.04.2020)

Harley Owners Group - HOG	MC	Uluslararası	Ankara	2005	Başkan	Bireysel	51 dk
Eski Kulüp Üyesi	Görev: başkan					Bireysel	40 dk
Ankara Emniyet Müdürlüğü Trafik Uygulama ve Denetleme Şube Müdürlüğü, Şahinler Timi	Görev: Ankara Şahinler Timi Emniyet Amiri ve Ekibi					Toplu	30 dk
Ankara Emniyet Genel Müdürlüğü Trafik Uygulama ve Denetleme Şube Müdürlüğü, Şahinler Timi	Görev: Ankara Şahinler Timi Kurucusu ve İlk Kadın Emniyet Amiri					Bireysel	36 dk
Ankara Emniyet Genel Müdürlüğü, Narkotik Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı, Narko Timi	Görev: Ankara Narko Tim Emniyet Amiri ve Ekibi					Toplu	55 dk
Toplam Süre						1012 dk	

Görüşme süreçlerine ilişkin araştırma basamaklarına baktığımızda karşımıza çıkan ilk adım görüşme öncesi saha notlarına ilişkindir. Bu kapsamda görüşme süreçlerinde görüşmenin yapılacağı yer kulüpler tarafından belirlenirken, görüşmeci mümkün olduğunca görüşme saatinden en az yarım saat önce buluşma noktasına giderek ön saha notları oluşturmaya çalışmıştır. Bu süreçte genellikle görüşme yerine erken gidildiğinde kulüp üyelerinin orada olması ve görüşmeye ilişkin üyeler ve başkanla gerçekleştirilen ön sohbetler kulüplerin daha açık davranmasına imkan sağlamış, ancak ilgili süreçlerde kulüp yetkilileri ses kaydı alınmasına izin vermemiştir. Görüşme süreçlerinde ise görüşülen kişiden izin alınarak ses kayıtları alınmıştır. Yapılan görüşmeler kapsamında minimum 30 dakika, maksimum 1 saat 43 dakika derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler sonrası en kısa sürede görüşme sonrası saha notları kaleme alınarak görüşmeye ilişkin davranış örüntüleri, kulüp tutumları veri setine dahil edilmeye çalışılmıştır. Ardından yapılan her görüşmenin ses kayıtlarının dökümü alınarak ara çözümlemeler ve bir sonraki görüşmelere katkı sağlaması öngörülen başlıklar literatürle eşgüdümlü olarak belirlenmiştir. Sahaya ve literatüre dönüşleri kapsayan bu zaman diliminde anlaşılmayan veya literatürde bulunamayan konularla ilişkili olarak görüşülen kulüpler ile telefon ve internet aracılığı ile irtibata geçilmiş ve araştırma sürecinde karşımıza çıkan sorunların çözümü sağlanmıştır.

Mülakat süreçlerini kapsayan iki yıllık dönemde ara çözümlemeler verilerin birikerek yığılmasının veya veri içerisinde boğulmanın önüne geçmeye yardımcı olmuştur. Bu kapsamda her mülakat ilk kendi içinde çözümlenirken, ardından mülakat sayıları artıkça çözümlemeler birleştirilerek sahaya ilişkin çıkarımlar artırılmaya çalışılmıştır.

Mülakat sürecinin bitirilmesinde doyum sürecine ilişkin araştırmacının farkındalık geliştirmesi etkili olmuştur. Diğer bir ifade ile gerçekleştirilen mülakatlarda aynı bulguların tekrara düşmesi ve sahaya ilişkin yeni bir yol haritası çizmenin imkansız olması süreçte doyum noktasına ulaştığımızın göstergesi olmuştur.

Doyum noktasına ulaşma ile birlikte ana çözümleme süreci başlarken, bu süreçte sahadan ve online platformlardan elde edilen tüm bulgular birleştirilerek bağlama ilişkin bilgiler ve retorik söylemler ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar sahada yer alan iki kulüple paylaşarak dönüt alınmıştır. Bu noktada kulüpler sahanın genel çerçevesinin uyumlu olduğunu belirtirken, kuramsal

açıklamalara ilişkin bir dönütte bulunmamışlardır. Sonuç olarak sahadan, literatürden elde edilen bulgular ve bulgulara ilişkin katılımcı yorumları dikkate alınarak teze ilişkin yazınsal içerik oluşturup, bulgular eşliğinde araştırma soruları cevaplanmıştır.

3.6. Araştırmada kullanılan çözümleme teknikleri

3.6.1. İçerik analizi

Tez kapsamında elde edilen verilerin çözümleme sürecinde, içerik analizini oluşturan temel basamaklar dikkate alınmıştır (Cresswell, 2003; Cresswell ve Cresswell, 2017). Bu kapsamda sahadan elde edilen veriler, verilerin elde edilme süreci ile eşgüdümlü olarak kodlama, kategorilerin belirlenmesi ve kategorilerle bağlantılı temaların oluşturulmasına dayalı çözümleme adımlarına tabi tutulmuştur. Gerçekleştirilen her bir mülakat sonrası tekrarlanan bu işlem ardından, bütüncül olarak gerçekleştirilmiş ve tüm saha verileri bir arada incelenmiştir.

Kodlama sürecinde veri dökümanları ilk olarak açık kodlamaya tabi tutulmuş ve birbirini tekrar eden kavramlar belirlenmiştir. Belirlenen kavram ve kelimelerin deşifre notlarında sergilediği sıklık ardından seçici kodlamaya dayalı süzgeçten geçirilmiş ve bağlama özgü kavramlar belirlenmiştir. Kodlama sürecinde gerçekleştirilen seçicilik belirlenmiş kodlama ya da araştırma problemine dayalı bir kodlama sürecine dayalı değil, verilerden hareketle kodlama felsefesine dayandırılmıştır (Miles ve Huberman, 1994). Bu aşamada amaç kurumsal alanda hakim olan söylemlere ilişkin kelime hazinesinin ortaya koyulması (başlık 4.1.6'da sunulmuştur), kodlardan hareketle kategori ve temaların ortaya koyulması olarak belirlenmiş ve herhangi bir yazılım programından destek alınmamış olup, elle kodlamaya gidilmiştir.

Kodlama aşamasının tamamlanması ile elde edilen dökümanlardaki kategorilerin belirlenmiştir. Kategori oluşturma sürecinde kodlamaya dayalı belirlenen kelime haznesindeki kavramların metin parçaları ve bu metin parçalarındaki benzerlik ve farklılıklar ele alınarak her bir mülakat sonrası geçici kategoriler belirlenmiştir. Belirlenen geçici kategoriler saha araştırması sürecinde bağlama ilişkin daha derinlemesine bilgi elde etmeye yardımcı olurken, ilgili kategorilerin nihai hali veri toplama aşaması sona erdikten sonra tüm kategorilerin bir arada değerlendirilmesi ile belirlenmiş ve 151 metin kategorisi temel alınmıştır. Takip edilen bu çözümleme

stratejisi bağlama ilişkin küçük parçalardan büyük parçalara hareket imkanı sağlarken, aynı zamanda sahaya ilişkin elde edilen veri doyumunun yani alanla ilişkili daha fazla kategori elde edilip edilmeyeceğinin anlaşılmasında da yardımcı olmuştur.

İçerik analizinin son aşamasında ise sahadan elde edilen 151 metin kategorisinin temalarının incelenmesi gerçekleştirilmiştir. Kategorilere dayalı temaların oluşturulmasında ilk olarak metin kategorilerinin bağlama özgü yansıttıkları alt kategoriler olarak değerlendirilirken, ardından alt kategorilerin ilişkisellikleri çözümlenerek ve araştırmada takip edilen kuramsal çevre ile yorumlanarak 21 ana temalar ortaya konuşmuştur.

Sonuç olarak, içerik analizi sürecinde elde edilen bulgular öncelikle kulüplerin temel doğasını ortaya çıkartmaya dayalı ele alınmıştır. Diğer bir deyişle, kulüplerin yayılım süreçleri, yönetim mekanizmaları ve birbirleri ile ortak ve farklı yönleri ortaya çıkartılmıştır. Bu sayede Türkiye’ye Amerikan bağlamından aktarılan ve günümüzde örgütlenme esaslı görünürlükleri yaygınlık kazanan MC/MK örgüt formlarının şekillenışı ele alınmaya çalışılmıştır. Bu süreçten elde edilen sonuçların aktarımında görüşülen kulüplerin isimleri sayılar ile kodlanarak (örneğin: K1, K20 vb.) görüşülen kulüp başkan ve yardımcılarının kimliği korunmaya çalışılmıştır.

İçerik analizine dayalı bulguların tez kapsamında yararlanıldığı ikinci kısmında ise, elde edilen veriler ilk olarak her bir kulüp için kulübün şekillenmesine imkân veren kurumsal mantıkların ortaya çıkarılmasında faydalanılmıştır. Bu kapsamda 151 metin kategorisi ve bu kategorilere ilişkin temalar kurumsal mantık perspektifi ile değerlendirilerek, örgütsel alanda şekillenen ve kulüplerin Türkiye bağlamına yaşadığı değişimde etkili olan kurumsal mantıklar konumlandırılmıştır.

3.6.2. Retorik analizi

Retoriğin temelleri Antik Yunan’a kadar dayanmakla birlikte, kurumsal kuram kapsamında uygulanışı son dönem çalışmalarına tekabül etmektedir (Suddaby ve Greenwood, 2005; Özen ve Berkman, 2007). Yeni kurumsal kuram dışında yönetim uygulamalarının yayılması ve yönetsel söylemlerin ele alınması üzerine de çalışmalar bulunmaktadır (Barley ve Kunda, 1992; Abrahamson, 1997; Green, 2004). Bu kapsamda retorik kurumların toplumsal düzeni nasıl sağladığı, yönetsel ve sosyal

davranışı nasıl anlamlandırdığı ve kurumsal mantıkların kurumsal işler vasıtasıyla alanı nasıl şekillendirdiğini diğer bir deyişle değişim süreçlerini söylemler aracılığıyla anlamamıza yardımcı olmaktadır (Lawrence ve Suddaby, 2006). MC/MK motor kulüplerinin topluluk esasına dayandığı dikkate alındığında, kulüplerin Türkiye bağlamında yayılma sürecinde etkili aktörlerin örgütsel alanda hangi söylemlerle kulüp yapılarının meşruluğunu sağladığı, yönetim pratiklerinin nasıl topluluk üyeleri açısından kabul edilebilir yapıya getirildiğinin anlaşılmasında retorikğin etkin bir çözümleme aracı olabileceği öngörülmüştür.

Temelde retorik paylaşılan ortak değerlerden biri olarak dilin sosyal eylemleri yapılandırmadaki etkisini ele almaktadır. Bu kapsamda retorik söylemlerin bir alt birimi olarak değerlendirilebilirken, fark retorikğin bilişsel meşruluk süreçlerinde birey eylemlerini ve söylemlerini manipüle etmedeki etkisinden ve sembolik çevreyle etkileşiminden kaynaklanmaktadır (Suddaby ve Greenwood, 2005).

Tüm bunlardan hareketle araştırmada içerik analizi sonucu elde edilen alanda hakim kurumsal mantıklardan hareketle kelimenin örtük anlamı Aristo tarafından geliştirilen klasik retorik analizinin 3 formuna (ethos, pathos, logos) dayalı kodlanmıştır (Cheney vd., 2004; Aristo, 2006 ; Çadırcı ve Avukat, 2010; Green vd., 2010).

Ethos stratejisinin dayandığı söylemde kulüplerin karakterini ve bağlama dayalı değerleri vurgulayan kelimeler ve bu kelimelerin söylem pratiklerinde dışa vuruşu dikkate alınmıştır. Bu kapsamda alanla bağlı olarak ethos vurgusu kültür, aile, kardeşlik, kulüpçülük, insan-insanlık, yelek, Türk/Türklük, milliyetçilik gibi kelimelerin söylemlerdeki vurgusu ile bütünleştirilmiştir. Pathos ise kulüplerin paylaştığı bağlamda bu kulüplerde yer alan bireylerin paylaştığı duygu yüklü kelimeler ve buna dayalı söylemler ile yapılandırılmıştır. Bu kapsamda sadakat, güven, özgürlük, ego, korunma-korumak, saygı ve serseri gibi bağlama özgü anlamları olan ve hitap sürecinde duyguları hareketlendiren argümanlar ikna sürecinde pathos kategorisinde konumlandırılmıştır. Son olarak Logos ise, bilişsel yönden topluluk ruhunun mantıksal argümanlarını içermektedir. Bu kapsamda kulüplerin paylaştığı teknik bilgiye dayalı değerler dikkate alınmıştır. Bu ikna stratejisini temellendiren başlıca kelimeler ise kural, hiyerarşi, yönetim, toplantı, charter/chapter/teşkilat, sürüş, motor, chopper, eğitim olarak belirlenmiştir.

Retorik analizinin gerçekleştirilme sürecinde son olarak elde edilen kategorilerin bahsi geçen örgütler bağlamında içerdiği anlama dayalı olarak yorumlanmıştır. Bununla birlikte elde edilen kategorilerin netleştirilmesinde tez jürisi ve dışarıdan bir araştırmacı tarafından kodlamaların ve bunlara dayalı kategorilerin netleştirilmesi sağlanmıştır.



BÖLÜM 4

ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Türkiye’de motosiklet kulüplerinin oluşturduğu örgütsel alanın temel dinamikleri

Araştırma kapsamında içerik analizi iki temel amaçla kullanılmıştır. Bunlardan ilki Türkiye bağlamında motor kulüplerinin nasıl bir yapılanma gösterdiği ve kulüplerin sergilediği örgütsel formlara dayalı dinamiklerin anlaşılmasıdır.

Dünyanın farklı noktaların yayılım gösteren kulüplerin şekillenmesinde en önemli benzerlik payının yapılanma sürecinde ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Bu noktada günümüzde farklı bağlamlarda MC amblemi taşıyan kulüpler devlet ve diğer yasal otoritelerden bağımsız informal bir yapıda örgütsel alan düzeyinde şekillenirken, örgütsel düzeyde ise formal ve katı bir hiyerarşik düzene sahiptir (Harris, 2020; Rostami ve Mondani, 2019; Piano, 2017; Barker, 2014b; Quinn ve Forsyth, 2011).

Türkiye bağlamına baktığımızda ise kulüplerin örgütsel alan düzeyinde birbirinden farklı yapısal form, örgütsel pratikler sergilemeleri ve devlet – yasal otoritelere karşı kulüplerin tutumları Türkiye bağlamındaki yapılanmanın Amerika ve Avrupa bağlamından farklılaştığını göstermektedir.

Gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda Türkiye’de faaliyet gösteren yerel, ulusal ve uluslararası MC kulüplerin birbirinden farklı yapılanma formlarına ve farklı örgütsel pratiklere ev sahipliği yaptığı gözlemlenmiştir. Diğer bir deyişle, Türkiye’de yer alan yerel, ulusal ve uluslararası MC kulüplerin ortak ve meşru bir yapılanma sergilemediği, aksine kulüplerin faaliyet gösterdiği çevrenin yapılanma süreçlerinde ve faaliyetlerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

4.1.1. Yerel motosiklet kulüpleri

Türkiye’de faaliyet gösteren yerel kulüpler faaliyet alanı belli bir ili kapsayan ve farklı illerde şubeleşme (charter/chapter) göstermeyen kulüplerdir. Yerel kulüplerin sergilediği örgütsel yapılanma her ne kadar informal bir süreç izlese de, yerel kulüplerin sergilediği örgütsel pratikler katı bir hiyerarşiden ziyade ortak bir hobiyle bir araya gelen bireylerin oluşturduğu bir yapılanma göstermektedir. Bu noktada

Türkiye bağlamında şekillenen yerel kulüplerin Thompson (2008) tarafından çerçevesi oluşturulan ve yeni motorcu alt kültürü (new biker subculture) olarak isimlendirilen dinamikleri sergilediği gözlemlenmiştir.

Thompson'a (2008) göre yeni motorcu alt kültürünü, MC kulüplerin şekillenmesinden ayıran en önemli noktalar suça karşı yapıları, güvenli sürüş anlayışını öne çıkarmaları olarak belirlenirken, bu kulüpler aynı zamanda MC kulüplerde kültleşmiş değerlerle mücadele eden beyaz yaka bir sınıfı da yansıtmaktadır. Örneğin kardeşlik olgusu MC kulüpler için kan bağı ile kazanılan kardeşlikten üstün tutulurken, yeni motorcu alt kültüründe kardeşlik birlikte motor sürmenin getirdiği yakınlık ve dostluk olarak konumlandırılmaktadır. Benzer şekilde yeni motorcu alt kültürü MC kulüplerde egemen olan erkek üyelik sisteminin ötesinde, kadınlarında sürece dahil olabileceğini vurgulayan pratikler sergilemektedir.

Türkiye'de yer alan yerel kulüp yapıları incelendiğinde bu kulüplerin ağırlıklı olarak kadın kulüpleri, üniversite kulüpleri, dernekleşen kulüpler ya da daha önce başka MC kulüplerde yer alan ve bu kulüplerden ayrılarak yeni yapılanma oluşturan kulüpler ön plana çıkmaktadır. Yerel kulüplerde kendi içlerinde farklı uygulama ve özellikler sergileseler de, bu kulüpleri bir araya getiren nokta baskın olan MC örgütlenmesi ve pratiklerine karşı direnişleridir. Yerel kulüp olarak sınıflandırılan bazı kulüpler ilgili direnişlerini ve kuruluş amaçlarını şu sözler ile ifade etmişlerdir;

“Aslında hepimizin yaşadığı büyük problemler vardı. Yani bu motor kulüplerinde görmüşsündür zaten hani kadın çok fazla alınmıyor ya da kadına çok değer verilmediğini düşünüyoruz. Yani full patch olamazsın gibi bir sürü şeyler var. MC kulüplerde hiçbir şekilde kadın alınmıyor. O yüzden dedik ki biz yapalım neden olmasın.” (K15).

“Biz sivil bir kulüp değiliz işte... Sonuçta burası bir üniversitenin motosiklet kulübü... Biz yaptığımız şeyleri doğru ve örnek olmak, örnek olmak için demeyim doğru yapmaya ve bir örnek teşkil ederek yapmaya çalışıyoruz.” (K8).

Yerel kulüplerin yansıttığı hobiye sahip topluluk niteliği ve yeni motorcu alt kültürüne dayalı olarak öne çıkan bir direniş noktası ise informal olarak alanın yapılanmasına ilişkindir. Bu kapsamda kulüplerin kuruluş, işleyiş sürecinde devletten ve denetleyici yapılardan bağımsız olmaları ve özellikle toplumda hakim kurumlara

karşıtlıkları literatürde bu tarz grupların sapkın gruplar olarak ele alınması ile sonuçlanmıştır (Wolf, 1991; Quinn ve Koch, 2003; Dulaney, 2005; Barker ve Human, 2009; Thompson, 2008; Stjärnqvist, 2015; Lauchs, 2019). Uluslararası arenada kulüplerin sahip olduğu bu etikete karşın, Türkiye’de yer alan yerel kulüplerde toplumdan ayrılmış bir grup olma özelliği bir direnç noktası olarak karşımıza çıkmaktadır. Alanda bu direnişe karşı çıkma süreci yerel kulüpler bazında formal bir yapıda faaliyet gösterme anlayışıyla şekillenmektedir. Bu kapsamda bir yerel kulüp başkanı formalleşme süreçlerini şu şekilde ifade etmiştir;

“...2011 yılında dedik ki bu böyle olmaz (kulübün informal yapısı kastediliyor), ben hukukçuyum sonuçta bu kulübün bir ciddiyeti yok yani... Dernek olduğu zaman bunu bir resmileştirelim, kamu kurumlarıyla irtibat kurarken, ondan sonra aidatları toplarken, resmi defteri kitabı olsun yani bir başkanı olsun, başkanı beğenmediğiniz zaman insanlar bir araya gelip değiştirebilsin gerekirse bir kurumsal yapı içerisinde bu işin devam edilmesi gerektiğini iddia ettim. Sonra o yapıya döndük... Bizim tarzımız hayattan zevk alıp motoru zevk amaçlı görmektir...” (K13).

Her ne kadar kulüplerin kuruluş ve işleyiş süreçlerini formal bir yapıya kavuşturmak ve alandaki hâkim kurumlarla ilişkileri güçlendirmek yerel kulüpler için meşrulaşma yolu olarak öne çıksa da, bu uygulamalar sayıca az yerel kulüpte kendini göstermektedir. Bununla birlikte yerelden uluslararası kulüplere gidildikçe de meşrulaşma çabaları formal yapılara dönme yerine, Türkiye bağlamına gömülü değerleri uygulamalarına empoze etmeye döndüğü tespit edilmiştir.

Alanda yer alan yerel kulüplerin yapılarına baktığımızda Amerikan ve Avrupa bağlamında faaliyet gösteren kulüplerden farklılaştığı daha net çizgiler ile belli olmaktadır. Bu kapsamda MC kulüplerin Türkiye dışı bağlamlarda mekanik örgüt yapısı sergiledikleri ön plana çıkarken, Türkiye bağlamında ise mekanik yapılanma yerini organik yapılanma ile birleşmiş melez bir forma bırakmaktadır.

Diğer bir ifade ile yerel kulüpler organik ve mekanik yapı dinamiklerini bir arada sergilerken, yapısal formların oluşmasında organik yapıya ilişkin göstergeler daha baskın bir konum sergilemektedir. Bu kapsamda örgüt içlerinde belli bir hiyerarşi olmasına karşın bu hiyerarşik düzende sınırlar belirsiz, iletişim kanalları ağırlıklı olarak yatay olup yazılı kurallardan çok sözlü kural ve gelenekler yapının işlevlerini oluşturmaktadır.

Araştırma sürecinde öne çıkan bir diğer durum ise kulüplerin taşıdığı MC, MK, chooper ya da brotherhood gibi ayrımlarında yapının mekanik ya da organik olma durumuyla ilişkili olduğudur.

Spesifik olarak motosiklet kulüplerinin Amerikan bağlamındaki şekillenişinde kulüplerin ortak isimlendirmelere sahip olduğu ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda Amerika’da yer alan ve MC olarak isimlendirilen kulüpler mekanik yapının en keskin örneğini sergilemekte ve farklı kulüp yapılarından (Racing kulüpler, Endurocular) ayrılmaktadır (Shabanowitz, 2013; Stjärnqvist, 2015; Grundvall, 2018). Türkiye’de ise kulüplerin isimlendirilmesinde MC, MK, CC, Brotherhood gibi birçok kulüp unvanının söz konusu olduğu belirlenmiştir.

Saha araştırmasının ilk dönemlerinde bu farklı isimlendirmelerin kulüplerin tercih ettikleri dille ilişkili olabileceği çıkarsanmıştır. Ancak ilerleyen görüşmelerde her bir kulüp unvanının (MC, MK vb.) kulüpler açısından farklı anlamlara işaret ettiği belirlenmiştir. Bu kapsamda kulüpler isimsel ayrımın dinamiklerini açıklarken *“MC kulüpler kurallarına çok iyi uyan ve hakikaten yapılması zor bir kulüpçülüktür. Biz işimiz gereği veya statümüz gereği MK olarak kurduk biz. Ancak MK yapabiliyoruz çünkü yani sadece dediğim gibi hayranlıkla bakabiliyoruz.”*(K4), *“...MK kulüpler var, MC kulüpler var. Şimdi senin dünya standartlarında global dünyada tanınman ve buradayım ben demen için MC olman gerek...”* (K9) gibi açıklamalar öne sürmüşlerdir. Görüşülen kulüplerin çoğunluğunda isimsel ayrımın yapısal özelliklere işaret ettiği kabul edilse de bazı kulüpler isimlendirme farkının dile dayalı ortaya çıktığını *“MC ile MK arasında hiçbir fark yok. Şimdi şöyle bir şey söyleyeyim. MC ye bakar, sözlüğü açar, çevirirsiniz der ki size motosiklet kulübü”* (K14) sözleriyle ifade etmektedir.

Elde edilen bu bulguları kulüplerin yapılandırmaları ve konumları ile ilişkili ele alacak olursak, yerelden uluslararası kulüplere doğru gidildikçe MC olarak isimlendirilen ve mekanik örgüt formu ve işleyişini yansıtan kulüplerin ön plana çıktığı belirlenmiştir. Buna karşın yerel ve bazı ulusal kulüplerin ise MK olarak nitelendirilen ve daha çok organik yapısal unsurlara sahip kulüplerden oluştuğu belirlenmiştir.

4.1.2. Ulusal motosiklet kulüpleri

Yerel kulüpler dışında ulusal kulüpler bugün Türkiye’de bölgeler arası önemli bir yayılım göstermektedir. Ülkemizdeki en büyük ulusal motor kulübü Türk Chopper Motor Kulübü olup, 19 Mayıs 2007 tarihinde İzmir ilinde kurulmuştur. Kulübün bugün 39 ilde faaliyet gösterdiği bilinmektedir.

Ulusal motor kulüpleri ülke içerisinde charter, chapter ya da teşkilat ismi verilen şubelerle yatay bir yayılım gösterirken, açılan bu şubeler ana kulübe ve ana tüzüğe bağlı hareket etmektedir. Bununla birlikte bu şubeler kendi içlerinde karar alma mekanizmaları açısından bağımsız hareket etmektedir.

Ulusal kulüpleri yerel kulüplerden ayıran en önemli noktalardan birisi sahip oldukları örgüt yapısı ve işleyişinin katılığıdır. Daha spesifik olarak ulusal kulüplerin yapılanması, yerel kulüpler gibi melez bir form (organik + mekanik) sergilemesine karşın, mekanik yapıya ilişkin unsurlar örgütsel faaliyetlerde ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda ulusal kulüplerde kulüp tüzüklerini şekillendirilen yazılı kurallar, kulüp içinde hâkim sözlü kurallar, hiyerarşik yapılanma, dikey yönlü iletişim, formalleşmiş görev tanımları yapıya ilişkin temel dinamikleri oluşturmaktadır.

Yerel kulüplere kıyasla MC kültürüne daha yakın olan ulusal kulüpleri, Amerikan bağlamındaki kulüplerden ayıran en önemli özelliklerden biri ideolojik tutumları ile ilişkilidir. Bu kapsamda literatürdeki çalışmalara baktığımızda motor kulüplerinin apolitik bir yapıya sahip olduğu ve toplumda baskın ideolojik değerlerden kendilerini ayrı tuttukları ön plana çıkmaktadır (Kuldova ve Quinn, 2018; Perälä, 2016). Bununla birlikte motor kulüplerinin politik duruşlarına ilişkin tek istisna Rusya’da devlet desteği ile kurulan ve siyasi bir araca hizmet eden Night Wolves MC ile ilişkili çalışmalarda kendini göstermektedir (Zabyelina, 2019; Harris, 2020).

Türkiye bağlamına baktığımız zaman ise bazı ulusal kulüplerin doğrudan devlet desteği ile politik bir tutum sergilemese de milliyetçilik, Atatürkçülük gibi ideolojileri üyelerine ve çevrelerine yaymaya çalıştıkları tespit edilmiştir. Bu durumla ilişkili olarak kulüplere belli bir ideolojiye sahip olup olmadıkları sorulduğunda bazı kulüp başkanları şu açıklamaları yapmıştır;

“...Kesinlikle ideolojimiz var. Türk kültürünü, Türkiye’ye ait olan her değerın korunmasının arkasındayız. Önceliğimiz bizim bu. Ama hiç kimsenin dinine, diline, ırkına bakmayız. Asla bakmayız. Yabancılar gelirler üstte Türk bayrağı olur (üyelik

yeleğinden bahsediyor). Altına kendi bayrağını takabilir. Onda bir sıkıntı yok. Ama bizim değerlerimiz bunlar ve asla değişmez...” (K14).

“...Şuan da tek düşüncemiz Türkçülük. Türkçülüğü insanlara aktarmak, göstermek... Biraz ırkçılık gibi anlaşıyor Türkçülük dediğin zaman ama bir bayrak sevgisi var, bir vatan sevgisi var, bir milliyetçilik var, bir Türkçülük var. Bunların hepsini bir arada toplamamız önemli bizim için ve hepsini bir arada toplayabiliyoruz...” (K17).

Kulüplerin sahip olduğu örgüt formunun farklı bağlamlardan yayılma sürecinde öne çıkan ideolojik yönelimler Türkiye bağlamına özgü bir dinamik olarak değerlendirilmiştir. Ülkemizin politik yapısı ve değerleri dikkate alındığında ulusal kulüplerin yansıtmaya çalıştığı ideolojik tutumlar, sayıları gün geçtikçe artan bu kulüplerin alanda meşruluk kazanmasına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte kulüpler sadece kuruluş amaçlarında ideolojik duruşlara yer vermemekte, yer aldıkları bağlamın değer ve inançlarını da kulüp pratiklerine yansıtmaktadır. Örneğin bir kulüp kuruluş sürecinde isim belirleme tartışmalarını ve kulüp isimlerine nasıl karar verdiklerini “...Napalım ne koyalım... Dedik ki Anatolian... Anadolu biziz yani... Biz Anadolu topraklarından yetişmiş insanlarız. Tabii birçok isim fikri geldi. Dedik ki ya Anadolu Askerleri olalım... Biz yeri geldiği zamana silahaltına girecek bir sürü insan değil miyiz bu ülke için?...”(K9) ifadeleriyle açıklamıştır. Temelde yapılan bu açıklamalar bir kulüp isminin belirlenmesinden öte, kulübün bulunduğu bağlamı ve içinde yer alan değerlerin kulüp yapısına aktarılmasına işaret etmektedir. Bu aktarım süreci sadece mevcut değerlerin yansıtılmasını sağlamamakta aynı zamanda da aktarılan değerler kulüp ismi ile görünürlük kazanarak bağlamda ilgili örgüt formuna dayalı kabullenişleri ve meşruluk sürecini hızlandırmaktadır.

Bununla birlikte bağlama özgü dinamiklerin aktarımı sadece kulüp isimleri ve kuruluş amaçları ile sınırlı değildir. Motor kulüplerinin en görünür unsurları olan kulüp logoları, kulüp yelekleri gibi birçok materyal unsurda Türkiye bağlamına ait semboller ve anlamları içinde barındırmaktadır (Görsel 2).



Şekil 2. Ulusal kulüplere ait logo örnekleri.

Kaynak: <https://www.facebook.com/T%C3%BCrk-Chopper-MK-141147552577713/>;
<https://www.facebook.com/bursachopper/> (Erişim tarihi: 11.04.2020)

Şekil 2’de ulusal bazda faaliyet gösteren 3 kulübün logoları verilmiştir. Yukarıdaki açıklamalardan hareketle kulüp logolarını değerlendirdiğimiz zaman Amerika bağlamında hâkim olan MC yapılanmasına ilişkin sembollerin ve Türkiye bağlamına özgü sembollerin bir arada kullanıldığı görülmektedir. Amerikan ve Avrupa bağlamında yer alan kulüplerde bağlama ilişkin değerleri gösteren sembollerin kulüp yapılarına aktarımının yaygın bir pratik olmadığı literatürde vurgulanan bir durumdur. Bu kapsamda farklı bağlamlarda kuru kafa, melek kanatları, chopper motor ve motor aksamalarına ilişkin semboller kulüp logolarında ağırlıklı olarak yer verilen unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Sobana, 2017). Buna karşın Türkiye bağlamında faaliyet gösteren ulusal ve yerel motor kulüplerinde farklı bağlamlardan aktarılan sembollerle (kurukafa, melek kanadı) beraber Türk bayrağı, ay-yıldız, geleneksel ya da ideolojik motiflerin yaygınlığı dikkat çekmektedir.

Şekil 2’de yer alan Türk Chopper MK’nın logosuna baktığımız zaman kulüp ismini de yansıtan Türk vurgusunun chopper motor sembolü ile bütünleştirildiği, “ü” harfinin ay yıldız olarak karakterize edildiği görülmektedir. Spesifik olarak ise ilgili kulübün üyeleri kulübün logosunun taşıdığı anlamı şu şekilde ifade etmişlerdir;

“...bizi bir arada tutan 3 tane öğemiz var saygı, sevgi, sadakat. Yani birbirimize saygımız olacak. Bir araya geliyorsak birbirimize karşı bir sevgimiz olacak, kardeşliğin vermiş olduğu bir zorunluluk. Bir de bağlılığımız olacak, sadakatimiz olacak. Biz bu 3 şeyin altında “birlikteliğimiz, gücümüzdür” bizim sloganımız. Logomuzu oluştururken bunlar temel alınmış. Burada bizim 3 tane okumuz var. Bu 3 okun anlamı saygı, sevgi, sadakat. Birlikteliğimiz gücümüzdür diyoruz. Saygı, sevgi,

sadakati bir araya getiren gidonumuz var. Yani bu 3 okumuzu gidonumuzun altında toplamışız. Daha sonra işte “ü” harfini oluştururken bayrak kullandık. Yıldızla kırmızı-beyazı kullandık. Bu yıldız aynı zamanda sancağımızın üzerinde bulunan bir yıldız, Türk bayrağını simgeliyor. Altta da tekerde 4 c harfi görürsünüz. Motorda “c” harfini görürsünüz. Ondan sonra “o” harflerini görürsünüz, burada chopper’ı genel olarak okursunuz. Kırmızı-beyaz Türk bayrağının rengidir. Bu egzoz kısmı da gümüştür, krom şey... Gücümüz şeyden makinadan... Kromun da vurgusu görselliğine, güzelliğine inanırız...”

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere kulüplerin yapılanma ve yayılma süreçlerinde doğrudan aktarılan ve farklı bağlamlardan köken alan değerlerle birlikte bağlama özgü değerlerin sentezi ve yayılımı da söz konusudur. Benzer durum Görsel 2’de verilen Black Hawks ve Sancak Chopper logolarında da söz konusudur. Bu kapsamda Black Hawks logosunda ortada yer alan şahin sembolü 70’li yıllarda Amerika’da üretimi yapılan Flighting Facon isimli F16 uçağının Türkiye’deki imalat sürecine işaret etmektedir. Kelime anlamı olarak flighting facon savaşan şahin anlamında kullanılırken, kulüp Türk havacılık tarihindeki gelişmeleri kendi kimliklerinin de bir parçası haline getirerek şahin figürünü metaforik anlamda öne çıkartmaktadır. Benzer şekilde Sancak chopper logosunda ise gizil bir sembolleştirmenin yerine Türk bayrağı vurgusu doğrudan sergilenmektedir.

Kulüplerin çevrede kabul görmesinde ve meşruluk kazanmasında etkili olan bu sembollerin yanı sıra kulüplerin örgütsel alanda sürdürdükleri faaliyetler de Amerika ve Avrupa bağlamındaki kulüplerin faaliyetlerinden farklılaşmaktadır. Bu kapsamda Türkiye’de yer alan ulusal kulüplerin sürüş faaliyetlerini Türkiye için öneme sahip olan günler ile birleştirmeleri (23 Nisan, 19 Mayıs, 10 Kasım, 29 Ekim vb.) alan araştırmasında ve sosyal medya taramalarında öne çıkan bir durum olarak belirlenmiştir. Kulüplerin sergilediği ve toplum bütünleşme faaliyetlerine örnek olarak Şekil 3’de Wild Wolves isimli kulübün 29 Ekim için hazırladığı online flyer verilmiştir.



Şekil 3. Wild Wolves MC 29 Ekim yürüyüş flyerı

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=BqgRiWX0eaw> (Erişim tarihi: 25.10.2019)

Şekil 3’de gösterilen flayer Wild Wolves Bursa chapterının 29 Ekim tarihindeki yürüyüş etkinliğini içermektedir. İlgili yürüyüş Bursa’da faaliyet gösteren “Ötükenden Kızıl Elmaya Derneği” ile birlikte gerçekleştirilmiş olup, zafer bayramına işaret eden tarih kulübün milli değerlere yönelik eğiliminin kulüp faaliyetlerini şekillendirmesine örnek teşkil etmektedir.

Görselin solunda yer alan kulüp logosuna baktığımızda ise, en belirgin sembolün kurt figürü olduğu öne çıkmaktadır. Bu noktada kurt figürü ülkemizde hâkim milliyetçi ekolde bozkurt üzerinden ele alınırken, evcilleştirilemeyen bir hayvan olarak bilinen bozkurtlar Türklerin tarihsel simgesi olduğu gibi bir yandan da özgürlüğü simgelemektedir.

Kulüp logosunda öne çıkan bir diğer husus ise kurdun yelesindeki shanyrak (şanırak) sembolüdür. Shanyrak sembolü Türklerin geçmişteki göçebe yaşam tarzına işaret ederken, Kazak ve Kırgız Türkçesinde göçebe süreçte shanyrak ağacından yapılan çadırı ve ev anlayışını temsil etmektedir (Şimşir, 2013; Biray, 2008). Bununla birlikte ilgili sembol anlamsal içeriğini daha net anlamak amacıyla Türk mitolojisi çalışan bir uzman ile de paylaşılmış olup, ilgili uzman sembolün anlamı hakkında “...bu eski bir simge değil, sanırım yeni bir yorum (shanyrak üzerinde yapılan). Ortadaki haç değil, 4 damgası. (Yaşamın dört hali: gök-ışık-töz toprağa düşer, bitki, hayvan, insan ve ölümden can göğe yükselir.) ayrıca 4 yönü ve elementi (ateş, su, toprak, hava) simgeler. Daire ise dişiliği, doğurganlığı, bereketi simgeler. Büyük ihtimalle inanan (Türk-İslam sentezci gibi) biri tarafından tasarlanmış. Böyle eski

bir damga, petroglif yok...” yorumunda bulunmuştur. Bu iki ayrı sembolik yorumdan hareketle kulübün kullandığı bu figürün MC kültürüne aktarımı göçebelik vurgusu ve yaşam tarzı metaforu üzerinden yorumlanmıştır. Bununla birlikte kurdun yelesinde yer alan çemberin içerisinde Göktürk alfabesi ile yazılan Türk kelimesi bulunmaktadır. İlgili figürün kulüp için anlamı sorulduğunda, kulübün ideolojisini yansıttığı vurgulanmıştır.

Tüm bu semboller ve kulübün gerçekleştirdiği faaliyetin kapsamı bir arada değerlendirildiğinde Türklük değerlerinin ve alanda sürdürülen pratiklere katılımın kulüplerin varlıklarını ve faaliyetlerini meşrulaştırmaya katkı sağladığı belirlenmiştir.

Kulüplerin meşruluk arayışındaki önemli nedenlerden birisi Türkiye dışı bağlamlarda MC formatına sahip kulüplerin suç örgütü kategorisinde değerlendirilmesinin etkisi bulunmaktadır (Kuldova, 2018). Bununla birlikte kulüplerin ortaya çıkış sürecinden bugüne kadar geçen zamanda kulüplere üye kişilerin toplum tarafından serseri, işe yaramaz ya da tehlikeli gibi sıfatlarla damgalanması son yıllarda kulüplerin meşrulaşma çabalarını tetiklediği literatürde öne çıkan bir bulgudur (Kuldova ve Quinn, 2018). Benzer çabanın Türkiye bağlamında yer alan ulusal ve yerel kulüpler tarafından da sürdürüldüğü saha çalışmasında öne çıkan bir durum olarak değerlendirilmiştir.

4.1.3. Uluslararası motosiklet kulüpleri

Türkiye kapsamında motor kulüplerinin bulunduğu örgütsel alanı şekillendiren kulüp yapılarından biri de uluslararası kulüplerdir. Araştırmada uluslararası kulüp kapsamı doğrudan yurt dışında oluşumunu sağlayan ve Türkiye’ye giriş yapan kulüpler üzerinden ele alınmıştır. Bu kapsamda Türkiye bağlamında uluslararası kulüp vasfına sahip olan tek kulübün Hells Angels MC olduğu tespit edilmiştir.

MC kültüründe önemli bir paya sahip olan Hells Angels kulübü dünya çapında 5 kıta, 59 ülke ve 86 bölgede faaliyet gösterirken, Hells Angels’a bağlı hareket eden support kulüpleriyle birlikte dünyada toplam 467 chartera sahip en büyük motosiklet kulübüdür (Hells Angels, 2020).

Hells Angels’ın geniş yayılımı dışında kulüp üzerine yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak kulübün suç örgütüne dayalı yapısına odaklanmaktadır. Bu kapsamda Avrupa’nın çeşitli bölgelerinde Hells Angels’ın faaliyet göstermesi resmi organlar

tarafından yasaklanırken (Rostami ve Mondani, 2019; Geurtjens vd., 2018; Kuldova, 2018), Avrupa'yla birlikte Amerika'da da kulüp resmi kayıtlarda bir suç örgütü olarak değerlendirilmektedir (Kuldova ve Quinn, 2018; Barker, 2014a; Quinn ve Forsyth, 2011).

Kulüp üzerinde son dönem yapılan çalışmalara baktığımızda ise, kulübün medya ve hükümetler tarafından öne sürülen suça ilişkin söylemler karşısında faaliyetlerini meşrulaştırmaya yönelik bir yol izlediği belirtilmektedir (Kuldova ve Quinn, 2018; Kuldova, 2018; Grundvall, 2018; Lauchs, 2019). Bu kapsamda Hells Angels altında yer alan kulüp başkanları hobiye sahip adamlar imajını güçlendiren, kulüp aynı zamanda Hollywood yıldızları gibi toplum tarafından değer gören kişilerle film, konser sponsorluğu gibi çeşitli iş birlikleri ve sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedir (Kuldova, ve Quinn, 2018). Benzer şekilde Kuldova (2018) Avrupa'da illegal motor kulüplerinin politik söylemlerini incelediği çalışmasında Hells Angels'ın gerek faaliyetleri, gerek verdiği demeçler ve sosyal medya kanalları üzerinde gerçekleştirdiği faaliyetlerinin yayılmalarını engellemeye yönelik sorunlara karşı politik bir söyleme ve meşruluk kazanma çabasına işaret ettiği vurgulanmaktadır.

Amerika'da 1948 yılında kurulan kulübün ülkemize girişi 2009 yılında gerçekleşmiş olup, ilk Hells charterı İzmir'de açılmıştır. Kulüp İzmir'den sonra sırasıyla İstanbul (2010,2011), Bodrum (2014), Eskişehir (2015), Bursa (2016), Antalya (2016) ve Ankara'da (2019) olmak üzere toplam 8 charter ile kulüplerin oluşturduğu örgütsel alanda yerini almıştır. Kulübün ana charterları dışında bu charterları destekleyen kulüplerin sayısı resmi olarak bilinmemekle birlikte, charterları olmayan bölgelerde de faaliyet göstermektedirler.

Kulübün kuruluş sürecinde yurt dışında Hells Angles'da yer alan üyeler ve Support 81 gibi Hells Angels'ın destekçi kulüplerinin etkili olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda ilgili kulübe kuruluş süreci sorulduğunda “... *Biz zaten hazır bir kadroyduk support bir kulüp olarak yani destekçi bir kulüp olarak. Avustralya'dan bizim başkanımız... Onla irtibata geçtik, görüştük, konuştuk. Zaten support kulüp olduğumuz zaman istediğimiz zaman görüşebiliyoruz*” şeklinde cevap vermiştir. İlgili kulübünde yanıtından hareketle uluslararası bir kulübün Türkiye bağlamına girişinde, farklı ülkelerdeki kulüpler ile (charterlar) bağlantının korunduğu ön plana

çıkılmaktadır. Benzer durum alan görüşmeleri esnasında da kendini göstermiştir. Bu kapsamda Hells Angels gibi kulüplerin farklı ülkelerde yayılma sürecinde diğer ülkelerde yer alan kulüplerin onayının alınması, yeni açılacak kulübün diğer ülkelerdeki charterları ziyaret etmesi gerektiği gibi prosedürlerin olduğu çeşitli kulüpler tarafından da belirtilmiştir.

Uluslararası bir kulübün yapısal formu ve diğer kulüp formları (ulusal, yerel) kıyaslandığında ulusal ve yerel kulüplerin sergilediği organik-mekanik yapılanmanın aksine, uluslararası kulüplerdeki örgütsel yapının tamamen mekanik bir temele oturtulduğu dikkat çekmektedir. Bu kapsamda uluslararası bir kulüp olarak faaliyet gösteren yapılarda değişmeyen yazılı ve sözlü kuralların hâkim olduğu, üyeler arasındaki ilişkilerin dikey bir iletişimle şekillendiği ve hiyerarşik düzenin kulübün tüm faaliyetlerine yansıdığı dikkat çekmektedir.

Bu konu ile ilişkili saha notlarından bir örnek vermek gerekirse, gerçekleştirilen görüşmelerde yerel kulüplerin sergilediği ilişkilerin mülakat sürecinde tüm kulüplerin bir arada görüşme süreçlerine dahil olması, kulüp deneyimlerinin paylaşılmasında birbirlerine karşı takındıkları tavır ilişkilerin dostluk ve ortak bir hobi çerçevesinde kurulduğunu ön plana çıkarmaktaydı. Ulusal kulüplerde ise üyeler arası ilişkiler samimi bir çerçevede çizilse de üyeler arasındaki rütbe farkları söze girme, masadan kalkma gibi anlık davranışlarda izin süreçleri ile gerçekleşiyordu. Bununla birlikte hem yerel hem de ulusal kulüpler ile yapılan görüşmelerde kulüp başkanları tüm kulübün bir arada olması gerektiğini görüşme öncesi vurgulayarak, kendi düşüncelerinin kulüp ile şekillendiğini vurgulama çabası içindeydi. Tüm bunlara karşın MC formatına sahip uluslararası kulüplerle yapılan görüşmede gerek görüşme yapılan atmosferin havası gerekse görüşme sürecindeki ilişkiler yerel ve ulusal kulüplerin görüşme süreçlerinde rastlanmayan pratiklere ev sahibi olmuştur. Örneğin gerçekleştirilen bir görüşmede konuşmacı (uluslararası kulüp başkanı) kulübünden hiçbir üyeyi sürece dahil etmezken, benim sözüm kulübün sözüdür ifadelerini kullanmıştır. Benzer şekilde başka bir görüşmede, mülakat süresince bir kulüp üyesi (prospect) fedai gibi kulüp başkanının başında, ayakta bekleyerek başkanın bireysel ihtiyaçlarını (sigarasını yakma, çayını getirme vb.) karşılamaya çalışmış, yönlendirilen sorulara başkanın onayı olmadan hiçbir reaksiyon vermemiştir. Bu durum alanda hâkim birçok görüşmeci tarafından öne sürülen MC ve MK kulüp yönetimindeki sertlik ayrımının bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Bu çıkarımı

destekler şekilde MC kulüplerin sahip olduğu katı yönetim sürecine ilişkin bir kulüp başkanı ise sahip oldukları mekanik yapıyı “...Yani bizde çok katıdır her şey. Kimsenin de ayrıcalığı yoktur. Sıfır toleransla yürür her şey...” (K7) ifadeleriyle anlatmıştır.

Uluslararası kulüplerin örgütsel pratiklerinde diğer kulüplerden ayrılan bir diğer unsur ise üyelik süreçlerine ilişkindir. Yerel ve ulusal kulüplere kıyasla uluslararası kulüplerin üye kabul etme prosedürlerinin daha sıkı kurallara bağlı olduğu görüşmelerde öne çıkan bir durumdur. Bu sıklığın temelinde ise kulüplerin üye kabul süreçlerinde yeni bir kişinin aralarına katılma anlayışından çok, kulübe kardeş kazanma inancı yatmaktadır. Bahsi geçen kardeşlik MC kulüpler için kan bağına dayalı ilişkinin üstünde tutulmaktadır. Kardeşliğe dayalı değer anlayışı aile, sadakat gibi farklı değerler ile desteklenerek uluslararası kulüpler ile yapılan görüşmelerde öne çıkartılırken, yerel ve ulusal kulüplerde kardeşliğin anlamı sürüşe dayalı yakınlık olarak konumlandırılmıştır.

4.1.4. Türkiye bağlamında yer alan kulüplerin ortak noktaları

Görüşmeler sürecinde kulüplerin sergilediği ortak noktalardan ilki informal yapılanma olarak öne çıkmıştır. Sosyal bağlamda var olan örgüt formları içerisinde motor kulüplerini diğer örgütsel formlardan ayıran en önemli özellik informal olarak yapılanmalarına karşın, formal bir işleyiş sürecine sahip olmalarıdır. Literatüre baktığımız zaman informal yapılanma ağırlıklı olarak formal bir örgüt yapısının içerisinde, insan ilişkilerine dayalı şekillenen gayri resmi dinamiklerden oluşmaktadır (Nickerson ve Zenger, 2002; Gulati ve Puranam, 2009). Buna karşın motor kulüplerinin sergilediği yapısal form, bir örgütün ortaya çıkışında da informalliğin etkili olabileceğini ve informal bir yapılanma sürecinde formal yapı karakteristiklerinin örgüt içi ilişkileri düzenlemeyi sağlayabileceğini göstermektedir.

Gerçekleştirilen görüşmelerde bir yerel kulüp dışında hiçbir kulübün resmi bir kuruluş süreci içerisine girmediği belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile ülkemizde bireysel olarak motosiklet kullanımına dair gerekli yasal koşullar bireysel düzeyde ele alınırken, MC kulüplerine yönelik doğrudan yasal bir prosedür bulunmamaktadır.

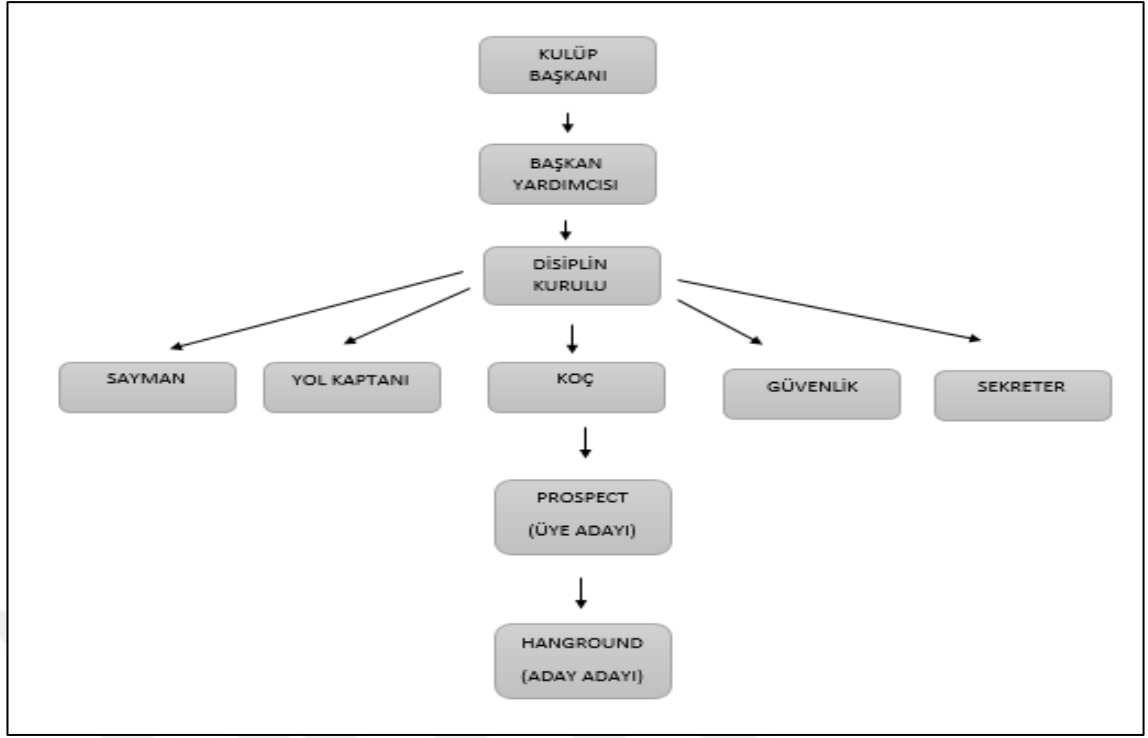
Kulüpler topluluk yapısına dayalı değerlendirildiğinde ise Sivil Toplumla İlişkiler Müdürlüğüne bağlı İl Dernekler Müdürlüğüne çoğu kulübün kayıt yaptırmadığı ve

bunu istemedikleri gözlemlenmiştir. Süreçte resmi bir zorunluluk olmaması, alanda devlet rolünü zayıflatırken aynı zamanda kulüpler için yasal bir boşluk doğurmuştur. Bir avukat olan ve aynı zamanda kulüp başkanlığı yapan bir katılımcı örgütsel alanda hakim informal yayılmayı aşağıdaki sözler ile ifade etmiştir;

“...Yani bir defa bir kurumsal yapı içerisinde olması lazım chopper’ın. Bu en büyük zaafı şu anda, şu anda Türkiye’deki en büyük eksikliği ki, Türkiye’deki en büyük chopper kulüp ismini vermiyorum, sen biliyorsun, bu bir dernek olmadığını öğrendim geçenlerde, şimdi bir defa bu yanlış. Bunların bir kurumsal yapıya kavuşması lazım en büyük eksiklik bu Türkiye’deki...” (K13)

Türkiye bağlamında denetimden yoksun olan ve yasal bir prosedüre tabi tutulmayan kulüplerin süreçle ilişkili genel kanısına bakıldığında ise uluslararası bağlamda da öne çıkan resmi bir yapıya kavuşmama eğiliminin öne çıktığı görülmektedir. Bu kapsamda başka bir kulüp başkanı ise, *“...Yani şöyle bir şey dernekleşmek çokta bir şey değil aslında... Derneği kurmak çok basit, derneği bozmak çok zor... Şey gibi evlenmek çok kolay, boşanmak çok zor böyle bir şey dernek aslında...” (K7)* şeklinde görüşlerini aktarmıştır.

Kulüplerin paylaştıkları ortak noktalardan biri de kulüp içi görev dağılımları ve üyelik süreçleriyle ilişkilidir. Bu ortak nokta sadece Türkiye bağlamı ile sınırlı olmayıp, Amerika ve Avrupa’da yer alan kulüpler üzerine yapılan çalışmalarda da benzer yapılaşmanın öne çıktığı belirlenmiştir (Piano, 2017; Stjärnqvist, 2015). Bu kapsamda görüşülen kulüplerde örgüt hiyerarşisi ve görev dağılımlarının genel formu Görsel 4’de gösterilmiştir.



Şekil 4. Motosiklet kulüplerinde temel organizasyon şeması

Şekil 4’de görüldüğü üzere kulüp başkanı, yönetimde en üst düzey hiyerarşiyi temsil etmekle birlikte, kulüpteki faaliyetlerin, toplantıların, görev atamalarının takibini sağlamak ve kulüp tüzüğüne takibi, kulüp içi yazılı ve yazılı olmayan kuralların işleyişini düzenlemekle sorumludur.

Başkan Yardımcısı: Başkandan sonra en yetkili kişi olup, kulüp üyeleri ve başkan arasındaki iletişimi sağlarken, başkanın olmadığı durumlarda idareyi devralan aktörü sergilemektedir.

Disiplin: kulüp içerisindeki kuralların işleyişini takip eden ve üyelerin yazılı ve yazılı olmayan kurallara uymaması durumunda ceza şartlarını (para cezası, yelek dondurma, yelege el koyma, yol cezası vb.) belirleyerek ve oylamaya sunmakla yükümlüdür.

Sayman: kulüp dâhilinde gerçekleşen her türlü ödeme ve aidat işlemleriyle ilgilenir. Bir başka deyişle kulübün muhasebe işlemlerinden sorumludur.

Yol Kaptanı: kulüp kapsamında yapılan yolculuklarda yolculuk öncesi belli olan sürüş düzenini gözden geçirir. Gidilecek güzergâhın belirlenmesi, yola çıkış saatleri ve sürüş esnasında üyelere öncülük yapmak temel görevleri arasında yer almaktadır.

Koç: kulübe yeni girecek üyelerin kaydı, takibi ve yönlendirmelerini yapmakla sorumlu kişidir. Bu noktada hangroundlık ve prospectlik süreçlerindeki aday ve aday adaylarının gözetiminden sorumludur. İlgili adaylar süreçlerini tamamladığında koç yönetim kurulunun toplanmasını ve üyelik kabul değerlendirilmesinin yapılmasından sorumludur.

Güvenlik: Kulübü ve kulübe ait maddi yapılarının (kulüp evi, kulübün işletmesi vb.) güvenliğinden ve korunmasından sorumlu kişi veya kişileri kapsamaktadır.

Sekreter: Kulüp içi ve kulüpler arası iletişimin sağlanması ve takibinden sorumlu kişilerdir.

Yukarıda sayılan tüm görevlendirmeler sadece üye olarak kabul edilen yani hangroundlık ve prospectlik aşamalarını tamamlayan bireyler tarafından yerine getirir. Bu kişiler aynı zamanda yönetim kurulunun genel çerçevesini oluştururken, her bir kişinin kulüp kararlarında 1 oy hakkı vardır. Bu noktada bazı kulüp kararları oy çoğunluğuyla değerlendirilirken, bir prospect'e yelek verilerek üye yapılması gibi önemli karar süreçlerinde tüm üyelerden tam oy alınması beklenmektedir.

Son olarak kulüplerin gerek uluslararası bağlam gerekse kendi içlerinde sergiledikleri bir diğer ortak payda ise üyelik süreçlerinde kendini göstermektedir. Görsel 4'de de görüldüğü üzere kulübe üyelikte hangroundlık, prospectlik ve üyelik olmak üzere 3 aşamalı bir süreç hakimdir.

Kulüplerin yapısına göre (MC, MK vb.) üyelik sürecinin zorluk derecesi farklılaşırken, aşamalı üyelik süreci aynı zamanda Simmel (2017) tarafından vurgulanan gizli toplulukların bir dinamiği olarak da kendini göstermektedir. Simmel'e göre gizliliği bünyelerinde barındıran topluluklarda aşamalı üyelikler grubun parçası olmada bir sınav mahiyeti taşıırken, aşamaların beraberinde getirdiği zorluklar belli yapılar altında toplanan bireyler arası ilişkileri güçlendirerek, konumunu hak etme anlayışını geliştirmektedir. Gerçekleştirilen görüşmelerde kulüplerin aşamalı üyelik süreçlerine bakış açısı ise birbirinden farklılaşmakta olup, bazı kulüp başkanları bu süreç hakkında aşağıdaki yorumlarda bulunmuşlardır;

“Biz kulübe üye almıyoruz, biz ailemize kardeş alıyoruz. Dolayısıyla bunun süreci biraz uzun. Bu bir supportluk döneminden geçiyor. Akabinde de hangroundlık döneminden geçiyor. Hanground döneminden sonra prospectlik dönemi var.

Bunlarda hemen hemen bütün kulüplerde aynı süre işlerdir. 6 aylık hanground, 1 yıllık prospect. Ama bu minimum süreçler. Yani altı ay üç sene de olabilir, ya da o bir sene beş sene de olabilir. Bu tamamen o kişinin bu camiadaki kardeşlerime kendini ne kadar kabul ettirmesiyle alakalı bir durum. Oylama da çünkü tamamından onay alması gerekiyor. Kardeşlerimin bir tanesi bile kabul etmezse biz ailemize kardeşi almıyoruz” (K6).

“...Siz nasıl evinize herkesi sokmazsanız, bizde kulübümüze herkesi sokmuyoruz yani. Biz çünkü kulübümüze aldığımız kardeşimize namusumuz da dahil her şeyimizi emanet ederiz. Arkamızı döner gideriz yani, hiç zerre kadar kafamızda soru işareti olmaz. Zaten onu taşıyamayacak insan, o kulübe giremez yani...” (K7).

“...Herkes kapımız açık herkesin belirli aşamalardan geçmesi lazım. Ama bu aşamaları bir, kişi kendi isteğiyle geçebilir sadece ve sadece. Çünkü adanmışlık burada başlar. İki, bir açığı varsa yani açığı derken ben 7 yıldır birini tanıyorum ve seni yeni tanıyorum... Sen kendini bana bir ay içerisinde onu 7 yılda tanıdığımdan daha iyi tanıtabilirsin. Bu da senin elinde olan bir şey...” (K20)

Kulüplerin söylemlerinden de anlaşıldığı üzere üyelik sürecindeki adımlar hem kulübün bireyi tanınmasına hem de kulüplere ait kardeşlik, aile, sadakat, saygı ve güven gibi temel değerlerin adaya aktarılma sürecine işaret etmektedir. Bu noktada hangroundluk aşaması ağırlıklı olarak kulüp içi ayak işlerinin yaptırıldığı ilk eğitim aşamasıdır. Hatta bu süreci askeri sistemimizdeki acemi birliği olarak ele alabiliriz. Bu süreç MC kulüpler tarafından minimum 6 ay olarak değerlendirilirken, çeşitli yerel ve ulusal kulüplerde bu süre değişebilmektedir.

Acemi birliğinden sonra usta birliğini temsil eden prospectlik dönemi ise adaylığın kazanıldığı bir süreçtir. Bir kulüp başkanı prospectlik sürecindeki bir adayı “*bu kişinin kabahat işleme hakkı yoktur ama kusuru olur. Kusuru olduğu zaman biz kendi iç düzenimizde mutlak suretle gerekli uyarılarda bulunuruz. Ha direk sen hata yaptın, direk kırmızı kart değil. Yaptığı hatanın hata olduğunu bilmesi lazım...*” (K16) şeklinde tasvir etmiştir. Başka bir kulüp başkanı ise kendi prospectlik sürecini “*...yani temizlik sırası vardır ve yaparsın. Kulübün temizliği vardır yaparsın. Binlerce asker gelip geçmiştir ellimden ama kulübümde bulaşık da yıkamışım, mangal da yakmışım, eşya da taşımışım, motosiklet yıkamışım, motosiklete benzin almışım. Bir yerden bir yere şoförlük de yapmışım. Yani en şey anımız*

altı saat nöbet tutmuştum sanırım, motor başında. Unutulmuştuk...”(K9) şeklinde anlatmıştır.

Kulüp başkanları üyeliğe giden bu 3 aşamanın altında bireyin egosunun kırılması ve kardeşlik değerinin aşılması vurgusu yaparken, aslında üyelik kazanılan üçüncü aşamanın daha zorlu bir süreç olduğunun vurgusunu yapmaktadır. Bunun nedeni sorulduğunda kulübe dair sorumluluğun arttığı vurgulanırken “...*Kulüp üyesi olduysanız, o kuralların tamamını bilmek zorundasınız. Yani ben bunu bilmiyordum, yasak olduğunu bilmiyordum, yanlış olduğunu bilmiyordum deme hakkınız yoktur. 30-40 senelik üyeler bile ilk hata yaptıklarında atılırlar kulüpten...*” (K7) ifadeleri kullanılmıştır.

Üyelik süreçleriyle ilişkili olarak değinilmesi gereken bir diğer husus ise üye profillerine ilişkindir. Uluslararası bağlamda kulüpler üzerine yapılan çalışmalar dikkate alındığında motor kulüplerinin üye profillerinin ağırlıklı olarak mavi yaka, suç işleme potansiyeli yüksek bireylerden oluştuğu vurgulanmaktadır (Austin vd., 2010; Baker, 2014a; 2014b, Perälä, 2016). Bununla birlikte son dönem yapılan çalışmalarda hobiye sahip adamlar imajı çizen motosiklet kulüplerinde beyaz yaka insanların ön plana çıktığı belirtilmektedir (Thompson, 2008). Türkiye kapsamında incelenen kulüplere bakıldığında ise üye profillerinin tüm kulüp türlerinde beyaz yaka ve belli gelir düzeyine sahip bireylerden oluştuğu görülmektedir. Bununla birlikte uluslararası bağlamda kulüpler polis karşıtı bir zihniyette konumlandırılırken, görüşülen kulüpleri de yönetim kurulunda olan üyelerin çoğunluğunun havacı askerlerden ve polislerden oluştuğu gözlemlenmiştir.

Kulübe üyelik süreçleri aynı zamanda genel kuralları da kapsamaktadır. Bu kapsamda çoğu kulüp 18 yaş şartı, cinsiyet şartı (erkek), chopper tarzı motor sahibi olma, kulüp tüzüğünde belirtilen kilometre sınırıncı kulüple birlikte sürüş yapma ve kulüp tarafından gerçekleştirilen tüm toplantılara iştirak etme olarak sıralanabilir. Sıralanan bu kurallar Türkiye’de yer alan kulüplerin çoğunda benzerlik göstermektedir.

Gerek kulüplerin örgüt yapısı gerekse üyelik süreçleri sadece yazılı kural ve kulüp tüzüklerine dayalı gelişmemektedir. Yazılı olmayan kurallar ve kulüp değerleri örgütsel alanda kulüplerin yapılanmasına ve yayılmasında önemli bir role sahiptir. Bununla birlikte kulüplerin görüşmeler esnasında açıklamaktan çekindiği sözlü

kuralların varlığı aynı zamanda informal olarak yapılanmanın etkisini kulüplerin paylaştığı bağlama taşırken, bir yandan da gizli topluluk formunun korunmasına yardımcı olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

4.1.5. Motosiklet kulüplerinin oluşturduğu örgütsel alanda devletin rolü

Literatürdeki çalışmalara baktığımızda yurt dışı bağlamında kulüplerin kimi ülkelerde yayılması yasalar ve kolluk kuvvetleri tarafından kontrol alınırken, kimi ülkelerde MC formatında kulüplerin kuruluşu resmi organlarca yasaklanmıştır⁷. Örneğin, Perälä (2016) Finlandiya’da gerçekleştirdiği etnografya çalışmasında MC bir kulübe üye olarak, bu üyeliğin beraberinde getirdiği baskıları açıklamaya çalışmıştır. Bir yıldan fazla süren saha deneyiminde araştırmacının kulüple ilişkili her hangi bir suç eylemine karışmamasına rağmen polis tarafından evinin izlendiği, telefonlarının dinlendiği belirtilirken, MC bir kulübe üye olan kişilerin her hangi bir davada şüpheli olmasının hapse girmek için yeterli bir bağlantı oluşturduğu vurgulanmıştır. Bu çalışma her ne kadar kulüplerden ziyade regülatif organların kulüplere yönelik tutumları değerlendirilse de, Amerika ve Avrupa bağlamında gerçekleştirilen araştırmaların çoğunluğu MC formatına sahip kulüplerin suç temelli olduğuna işaret etmektedir (Barker, 2005; Harris, 2012; Stjärnqvist, 2015).

MC kulüplere yönelik suç algısı ve resmi organların tutumundan hareketle alan araştırması kapsamında örgütsel alanda düzenleyici ve denetleyici faaliyetlerin nasıl gerçekleştiği sorusu bizleri farklı birimlerde görev yapan kolluk kuvvetleri ile görüşmeye yönlendirmiştir. Bu kapsamda ilk olarak, Ankara Emniyet Müdürlüğü Trafik Uygulama ve Denetleme Şube Müdürlüğü, Şahinler Timi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Şahinler Timi’nin temel görev alanı trafikte yaşanan suçlara ilişkin olmakla birlikte, ilgili kolluk kuvvetlerinin motorlu ekiplerden oluşması bağlama ilişkin süreçlerin ele alınmasında daha etkili olacağı düşünülmüştür. Şube müdürü, ekip üyeleri ve şube kurucusu ile gerçekleştirilen görüşmelerde MC kulüplerin denetlenme sürecinde doğrudan bir yasal prosedür bulunmadığı belirtilmiştir. Bununla birlikte Türk hukukunda suçun birey odaklı ele alınması, doğrudan bir kulübün suçla ilişkilendirilmesinin önüne geçtiği belirtilmiştir.

⁷ <https://www.dw.com/tr/almanyada-motorcu-grubuna-yasak/a-18276230> (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

Resmi kurumlar ile görüşmelerin ikinci ayağında Narkotik şubeye bağlı Narko timler ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin temel odağı literatürde sıklıkla altı çizilen MC kulüplerin uyuşturucu ticareti üzerine gerçekleştirdiği faaliyetler etkili olmuştur. Ekip müdürü ve ekip üyeleri ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda Trafik şube ile benzer şekilde kulüplerin denetlenmesi ve suça dayalı eylemler ile ilişkisine dair bir açıklama ortaya konulamamıştır.

Görüşmelerin üçüncü adımında ise organize suçlar şubesiyle iletişime geçilmiş ancak, ilgili müdürlük motor kulüplerine ilişkin faaliyetlerin kendi görev alanları ile ilişkili olmadığını belirterek görüşmeyi kabul etmemişlerdir.

Her ne kadar birbirinden farklı görev alanlarına sahip denetleyici birimlerle görüşme yapılsa da söz konusu birimler ile görüşmelerde bazı ortak tepkiler vuku bulmuştur. Örneğin kolluk kuvvetleri ile görüşmeler yapılmadan önce geçen küçük sohbetler de tüm katılımcılar motor kulüpleri ile suç ilişkisine anlamsız ve görev alanları dışında yaklaşmıştır. Bununla birlikte kolluk birimlerinin motor kulüplerine yönelik sergiledikleri tutum, nötr bir eğilimden çok pozitif bir yönelime sahip olduğu gözlenmiştir.

Kulüplerin oluşturduğu alanda resmi kurumların ve devletin doğrudan bir role sahip olmaması alanda yer alan belli aktörlerin düzenleyici ve denetleyici devlet rolünü üstlenmesini beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda araştırma sürecinde karşımıza çıkan Türkiye'nin Renkleri Toplantısı MC ve MK kulüplerinin il bazında aylık, yıl bazında ise belli dönemlerde bir araya gelerek, alanla ilgili kararları aldıkları bir yapılanmaya işaret etmektedir.

Üye sayısı gittikçe artan renkler toplantısı alanda ilişkilerin belli bir kontrol altına alınması imkân sağlarken, aynı zamanda alanda genel kabul gören bir kural mekanizmasının da oluşmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda kulüplerden atılan üyelere, arasında sorun olan kulüplerin ilişkilerine kadar birçok konu renkler toplantılarının gündemini oluşturmaktadır. Bu düzenleme mekanizmasının içeriğini örneklendirecek olursak, kulüpler de üyelik süreçleri nasıl bitiyor sorusuna katılımcılardan biri “...Out (kulüpten çıkarma) ettiğin zaman bizim renkler toplantımız oluyor bilirsin... Orada alınmış bir kararımız var. Out edilen veya bad out (kulüpten kötü şekilde ayrılma) edilen bir kişi hiçbir kulüp, chopper kulübünde yelek giyemiyor. Yani alınan karar bu... Bizim yakın zamanda bir arkadaşımız bad

out edildi ve şuanda bulunduğumuz il kapsamında hiçbir yerde yelek giyemiyor ki şehiri terk etti...” (K16) cevabını vermiştir. Aslında bu cevap Renkler toplantısında alınan kararların ne kadar sert ve genel bir hüküm olduğuna ve kulüplerin iç ilişkilerini de etkilediğine işaret etmektedir.

Temelde renkler toplantısı farklı birçok coğrafyadaki kulübü bir araya getiren bir oluşum sergilemektedir. Bir kulüp bu durumu “*Biz ulaşılmaz zannettiğimiz kulüpler, buna deşebilir miyiz? Canlı mıdır bu? Dediğimiz, çekindiğimiz kulüplerin ne kadar mütevazi olduğunu ne kadar dost olduğunu, biz Türkiye’nin renklerinde öğrendik*” (K4) ifadeleriyle dile getirmiştir.

Her ne kadar bu toplantılar alandaki hâkim kural ve ilişkilerin yönünü çizse de süreç bununla sınırlı kalmamaktadır. Renkler toplantısı aynı zamanda hangi aktörlerin alanda bulunması gerektiğine karar kılınan bir mekanizmaya işaret etmektedir. Bu noktada toplantıların amaçları şu şekilde açıklanmıştır;

“Öncelikle birbirini tanımayan kulüplerin ilişki kurmasına vesile oluyor. Tanımadığınız kulüpler hakkında bir sürü fikir sahibi olursunuz. Uzaktan bakarsanız yanlış fikirlere kapılabilirsiniz. O masaya oturursanız o kulüpleri tanıma fırsatınız olur. Yanlış ve doğruyu o masada çözersiniz. Doğrusu varsa o masada görürsünüz. E şimdi dışarda kalan bir kulübü ki seçimi buysa zaten yalnız kalmaya mahkûmdur ve bir şekilde kaybedecektir. Bu masanın en büyük amacı zaten birlikteliğı korumak... Bu kültürü doğru insanların eline teslim etmek... Bir sürü insan kulüp kuruyor. Doğru mu yapıyor, yanlış mı yapıyor bilmiyoruz. Bunu anlamak o masadan geçiyor. Doğrusunu yapsın diye uğraşıyoruz. Her önüne gelen kulüp kurmasın, mümkün olduğu kadar var olan kulüplere katılsın diye uğraşıyoruz” (K14).

Uluslararası literatüre baktığımızda ise MC kulüpler arası bir toplanma mekanizmasının Almanya’da 1996 yılında 8’li konseyi isminde ilk kez faaliyete geçirildiğı tespit edilmiştir (Geurtjens vd., 2018). Konsey günümüzde faaliyet göstermemekle birlikte, etkin olduğu süreçte ilgili bölgelerde hangi kulüplerin kapanacağı ya da kimlerin patch takabileceğine karar veren bir düzenleme mekanizması olarak faaliyet göstermiştir. Bunun dışında Amerikan bağlamında yapılan çalışmalarda MC kulüpleri bir araya toplayan bir oluşumun olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda Türkiye’nin renkleri isimli oluşumun ülkemizde şekillenen örgütsel alana ve bağlama özgü bir durum olarak yorumlanmıştır.

Renkler meclisi ve buna dayalı toplantıların oluşturulmasında Hells Angels etkin bir konumda olduğu ve bu konunun kulübe alanda daha fazla güç sağladığı görüşme süreçlerinde öne çıkan bir durum olarak değerlendirilmiştir. Kulübün alanda tek uluslararası kulüp olması bu gücü artırırken, kulüp örgütsel alandaki merkezi konumunu başka uluslararası kulüplerin ülkeye girmesini engellemeye çalışarak koruma altına almaya çalıştığı gözlemlenmiştir. Bu noktada kulüp “*ya biz... Uluslararası hiçbir kulübü sadece Türkiye de istemiyoruz. Onun haricinde her türlü oluşuma destek olabiliriz...*” ifadelerini kullanırken, nedeni sorgulandığında “*internette gördüğünüz şeylerin buraya taşınmaması için...*” cevabı verilmiştir. Bu noktada yapılan vurgu Amerika bağlamında gerçekleşen çete savaşları ve kulüp mücadelelerine işaret etmektedir. Quinn ve Forsyth (2011), savaş ve çatışma söyleminin MC kulüplerin üyeleri arasında birliktelik ve kardeşlik değerlerini güçlendirdiğini belirtirken, aynı zamanda faaliyetlerini meşru kılma ve gücünü devam ettirmenin bir yöntemi olduğunu vurgulamaktadır. Türkiye bağlamında kulüpler arasında bugüne kadar (Amerika’ya kıyasla) bir çete savaşı yaşanmamış olmasına karşın Hells Angels’ın öne sürdüğü savaş söyleminin alanda hâkim güç olma durumunu devam ettirme stratejisi olarak değerlendirilmiştir.

Görüşmelerdeki bulgular Hells Angels’ın, düzenleyici faaliyetlerinin sadece uluslararası kulüplerin ülkeye giriş potansiyeli ile ilişkili olmadığını göstermektedir. Süreçte alanda aynı zamanda kulüplerin kuruluş sürecinde bir icazet geleneğinin olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda icazet alma doğrudan bir onaylama sürecine değil bildirme sürecine işaret etmektedir. Bu noktada kulüplere açılış sürecinde diğer kulüplerle irtibata geçilip geçilmediği sorulduğunda;

“...Bu işin ağa babası Hells Angels hani... Eğer bölgenizde Hells varsa onlarla bunun konuşmasını yapmalısınız. Sıkıntı yaşamamak için. Ha bu sıkıntı illa gelip sizi dövmezler belki, ama tanımak isteyecekler sizi mutlaka ki onun için... Hells ile diğer kulüplerle çoğuyla tanışıyorduk zaten hepsiyle görüşüldü, konuşuldu, davet edildi hep birlikte bir etkinlikle açılışımız yapıldı...” (K18)

“Tabii, diğer kulüplerle iletişime geçiliyor, konuşuluyor işte bu şekilde kuracağımızı söyleyip, bilgilendiriyoruz diğer kulüpleri. Genelde kötü dönmez bu şekil şeyler, destek olurlar sağ olsunlar... Biz, çok fazla sorun yaşamadan, zorluk yaşamadan rahatça kurduk...” (K11)

“İşte MC dediğimiz kulüplerden zaten icazet almamız gerekiyordu. Biz bir kişi, bir kulüpten icazet aldık. Hani usulen olsun diye zaten onlar da destekledikleri için bir problem çıkmadı” (K15) şeklinde cevaplar verilmiştir.

Sonuç olarak tüm bulgular değerlendirildiğinde yeni oluşan bir örgütsel alanda devlet mantığının baskın olmaması beraberinde devlet rolünü üstlenen aktörlerin doğuşuna imkân sağladığı sonucu çıkartılmıştır. Ele alınan bağlam kapsamında bu durum Hell Angels’ın 2009 yılında alana girmesiyle harekete geçerken, günümüze kadar gelen süreçte alandaki temel mekanizmaların idaresi ve düzenlenmesinde kulüp, örgütsel alanda resmi olmayan bir devlet pozisyonuna ulaşmıştır.

4.1.6. Kurumsal mantıklar ve retorik analizine ilişkin bulgular

Amerikan bağlamında doğan ve Türkiye’de son 10 yılda yayılmaya başlayan motosiklet kulüpleri sadece örgüt yapısı ve yönetim pratiklerini beraberinde getirmemiş aynı zamanda yapı ve pratiklere şekil veren farklı değerlerin de örgütsel alana girişini sağlamıştır. Bu noktada yapılan görüşmeler sürecinde örgütsel alanın şekillenme sürecinde yazılı kuralların ötesinde yazılı olmayan kurallar ve kültürel bileşenlerin alanda hâkim kurumsal mantıkların şekillenmesinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Uluslararası literatüre baktığımızda MC kulüp formunu oluşturan temel bileşenlerin kardeşlik, aile, sadakat, saygı, güven, gizlilik, beraberlik ve teknik beceriler olduğu öne çıkmaktadır (Lauchs, 2019; Grundvall, 2018; Kuldova, 2018; Stjärnqvist, 2015; Barker, 2014b; Dulaney, 2005; Harris, 2012; Quinn ve Forsyth, 2009; Quinn ve Koch, 2003). Koetsenruijter ve Burger (2018), kulüplerin öne çıkardığı değerlerin sadece kulüplerin yapılanmasında etkili olmadığını, aynı zamanda kulüplerin topluma karşı geliştirdiği söylemlerde de etkili olduğunu ve özellikle illegal olarak sınıflandırılan uluslararası kulüplerin yasadışı faaliyetlerini meşrulaştırma sürecinde de hobiye sahip bir topluluk imajını çizmeye yardımcı olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde Kuldova (2018) kulüplerin temel değerlerini üyelerine aitlik sunmaları, kardeşlik, aile duygusu, askeri örgütlenme, ortak anlam birliği, Harley ve Amerikan yapımı motorlara karşı tutku olarak ele alırken, bu değerlerin kulüplerin yayılmalarını meşrulaştırma sürecinde politik bir söylemlerle pekiştirildiğini ortaya koymuştur. Thompson (2008) tarafından yeni nesil motorcuları ve motor kulüplerini ele alan çalışmada ise yasa dışı MC kulüplerinin kökeninde var olan aile, kardeşlik,

sadakat gibi temel değerlerin günümüzde illegal faaliyetlerden sıyrılarak hareket eden yeni nesil kulüplerde de devam ettiğini belirtmiştir. Gerek literatürde var olan bulgular gerekse saha verilerinden elde edilen bilgiler ışığında Türkiye bağlamında kulüp kültürü ve değerlerine bağlı gelişen mantıklar ve bu mantıkları yansıtan söylemlerin anlaşılması amacıyla yapılan retorik analizinin ikinci aşamasında açık kodlama yapılarak her bir kulübün kullandığı ve söylemlerini şekillendiren kelimeler belirlenmiştir. Bu süreçte toplam 77 kelime (kardeşlik, aile, kulüp, motor, yardım, destek vb.) belirlenmiş olup, görüşülen kulüp sayısının yarısından fazlasında tekrar eden 47 kelime ortak kelime haznesi olarak belirlenmiş ve ortaklık teşkil etmeyen kelimeler listeden çıkartılmıştır (şekil 5).



	HELLS ANGELS				BLACK HAWKS (HELLS SUPPORT)				Bursa Chopper	Dark Riders	SANCAK CHOPPER		ANATOLIAN SOLDIER	HARLEY OWNERS	RIDERS OF BİLGİ	TOPLAM
TEKRARLAYAN KELİMELER	ESKİŞEHİR	TCMK ESKİŞEHİR	TRCC ESKİŞEHİR	WİLD WOLVES ESKİŞEHİR	ESKİŞEHİR	BLACK CAT ANTALYA	TCMK ANTALYA	Association	BURSA	BURSA	MOTHERS OF MOTORCYCLE BURSA	TRAKYA	GROUP	İSTANBUL	TEKRAR EDİLME SIKLIĞI	
Kulüp/kulüpcülük	38	38	59	44	121	51	43	57	60	54	73	71	15	237	961	
Motor	3	85	65	8	64	38	20	86	36	17	21	49	29	74	595	
Member/Üye	18	21	22	19	28	13	9	10	3	7	23	52	76	82	383	
Kardeş	30	29	17	37	33	26	28	4	22	7	29	94	3	6	365	
İnsan	14	9	44	4	30	23	26	19	9	5	21	50	49	24	327	
Yelek	7	18	48	9	25	26	28	2	14	1	8	22	0	5	213	
Türkiye	19	22	21	21	13	10	16	11	1	14	11	29	4	20	212	
Kural	10	14	19	12	38	13	11	3	12	3	36	3	11	18	203	
Başkan	4	25	19	7	8	28	6	20	1	7	7	36	12	14	194	
Kadın	1	4	6	11	6	70	2	2	11	4	42	6	0	3	168	
Chopper	0	16	12	0	18	19	26	51	5	6	3	5	2	2	165	
Toplantı/toplanma	3	25	19	9	7	16	12	3	12	0	29	18	0	6	159	
Aile	19	0	8	0	16	11	0	7	3	0	22	22	14	0	122	
Sürüş	0	18	9	10	11	6	10	6	7	8	1	3	15	17	121	
Sayı	5	6	21	5	26	5	7	2	7	0	5	20	6	3	118	
Yönetim	0	0	2	6	0	9	3	10	1	14	7	16	25	20	113	
Kültür	3	3	9	14	18	7	10	1	1	4	2	21	8	10	111	
Chapter/Charter/Teşkilat	9	14	10	5	2	0	10	1	0	1	0	0	54	0	106	
Destek	12	5	11	0	11	16	2	4	3	1	22	2	8	8	105	
Patch/yama	5	10	6	4	22	11	0	2	6	11	11	4	2	4	98	
Hanground/çaylak	6	7	11	16	15	11	14	1	4	1	1	10	0	0	97	
Türk/Türklük	0	30	5	6	3	0	25	12	3	1	4	6	0	0	95	
Kurul	0	3	4	9	0	15	0	2	0	2	7	10	0	39	91	
Prospect/çırak	6	2	10	11	13	2	10	0	3	1	4	20	0	3	85	
Support	5	8	3	4	26	25	0	1	5	3	1	0	0	2	83	
Oybirliği/ oy/ oylama	0	7	15	2	6	9	8	3	4	12	3	3	1	5	78	
Görev	3	9	4	11	4	1	11	0	2	6	2	12	4	3	72	
erkek	3	4	3	1	4	15	1	6	2	1	21	3	0	2	66	
Eğitim	0	2	2	5	7	1	6	11	4	11	0	5	0	11	65	
Marka	0	1	1	0	4	1	0	4	0	0	0	8	3	31	53	
Bad out	0	3	4	0	16	4	3	0	0	4	10	0	0	0	44	
Ayrılma	0	2	1	0	5	2	2	4	4	2	8	9	1	3	43	
Güven	3	2	14	0	3	3	0	0	1	0	8	1	2	5	42	
Tüzük	0	0	10	1	0	2	4	0	8	9	0	5	0	1	40	
Özgürlük/özgür	0	7	1	0	1	2	2	11	9	1	0	1	4	0	39	
Kavga	2	0	11	2	3	2	0	2	4	1	3	4	0	1	35	
Ego	0	0	3	0	1	12	0	6	2	0	0	4	3	0	31	
Hiyerarşi	1	0	1	7	0	8	0	6	0	0	0	3	3	0	29	
Tecrübe	5	1	4	0	0	0	0	4	2	1	0	4	5	2	28	
Korumak	11	0	0	0	0	1	3	0	0	0	6	6	0	0	27	
Sersemi	6	0	3	0	4	2	2	1	2	1	0	2	0	0	23	
Karakter/Kişilik	1	0	1	2	1	3	5	5	1	0	0	4	0	0	23	
Sadakat	0	6	0	0	4	0	0	0	0	1	0	7	0	0	18	
düşman/düşmanlık	0	0	0	1	1	2	4	1	1	0	5	1	1	0	17	
savaş	1	0	1	4	0	5	0	0	0	0	1	4	0	0	16	
Ceza	1	0	2	3	3	3	1	0	2	0	0	0	0	0	15	

Şekil 5. Açık kodlama sonucu belirlenen ortak kelime haznesi ve tekrar sıklığı

Şekil 5’den de anlaşılacağı üzere kulüplerin söylemlerini şekillendiren 47 kelime ortak bir payda çizerken, kulüpçülük, üye, motor, kardeşlik, aile gibi kavramların kulüpler tarafından sıklıkla telaffuz edilen kelimeler olduğu görülmektedir.

Nitel araştırmanın doğası gereği analiz sürecinde sıklıkla tekrar edilen bu kelimelerin altında yatan örtük anlamın anlaşılması amacıyla tüm görüşme dokümanları tekrar gözden geçirilmiştir. Bu süreçte kelimelerin şekillendirdiği cümle grupları dikkate alınarak toplamda 151 metin kategorisi elde edilmiştir.

Metin kategorilerinin belirlenmesinin ardından bu kategorilerin temsil ettiği kurumsal mantıklar sınıflandırılmış ve her bir kurumsal mantığın alanda şekillenmesine ve yayılmasına imkân tanıyan söylemler belirlenmiştir. Söylemlerin belirlenmesinde yönetim bölümünde de açıklandığı üzere Aristo tarafından geliştirilen 3 retorik strateji (Ethos, Logos, Pathos) temel alınmıştır. Retorik stratejilerin tespiti sürecinde literatürde daha önce retorik üzerine gerçekleştirilmiş çalışmalar ve takip ettikleri çözümleme stratejileri dikkate alınmıştır (Green vd., 2008; Özen ve Berkman, 2007). Spesifik olarak Ethos yani ahlaki söylem stratejilerinin gruplandırılmasında metin kategorilerinde milli ve ulusal vurgulara, geleneklere ve anonim olmuş değerlere yönelik vurguların öne çıkması dikkate alınmıştır. Örneğin, Atatürkçülük, milliyetçilik, Türkçülük gibi milli değerler ve Türk örf ve adetleri ile ilişkilendirilen saygı, namus gibi vurguların önde olduğu metin grupları ahlaki söylem kapsamında değerlendirilmiştir. Logos yani ussal söylem stratejilerinin kodlanma sürecinde kulüplerin paylaştığı bağlama özgü temel kural kalıpları, yönetsel vurgular (hiyerarşi, başkanlık, charter/chapter vb) üzerinden alanda hakim pratiklere yönelik gerekçelerin etkinlik ve etkililiğine ilişkin açıklamaları dikkate alınmıştır. Son söylem stratejisi olan pathos yani duygusal retorik stratejisinin kodlanma sürecinde ise korku, gizem, güç, acı, birliktelik gibi duyguları öne çıkaran vurgular dikkate alınmıştır. Örneğin, *“Sen kardeş olduğunu düşündüğün bir insanın sana kardeşlik yapmadığını hissettiğin anda ailenin içinde durmasında bir anlam taşımaz”* ifadesinde kardeşlik duygusu ve bu duygunun karşılıksız kalması durumundaki hayal kırıklığı ve öfke ön plana çıkmaktadır. İlgili metin parçasındaki duygusal uyarılma temel alınarak pathos stratejisinin ön planda olduğu belirlenmiştir. Örnek de verildiği gibi diğer metin kategorileri içerisinde de okuyucu-dinleyicide duygusal uyarılmayı tetikleyen parçalar pathos olarak kodlanmıştır.

Sonuç olarak gerçekleştirilen çözümleme sonucunda motosiklet kulüplerinin paylaştığı örgütsel alanda 5 farklı kurumsal mantığın ön plana çıktığı tespit edilmiş ve mantıklar ilişkilendirildikleri metin kategorileri ile uyumlu olarak isimlendirilmiştir. Bu kapsamda elde edilen mantıklar topluluk mantığı, kardeşlik mantığı, yönetimci mantık, aile mantığı ve sürüş mantığı olup, her bir mantığın genel kapsamı ve mantıkları meşrulaştırıcı söylemlerin dağılımı aşağıda başlıklar halinde açıklanmıştır.

4.1.6.1. Topluluk mantığı

Bireylerin ait olma duygularını tatmin eden ve davranışlarını şekillendiren topluluk mantığı Marquis ve Battilana (2009) tarafından paylaşılan bir konum, normlar ve bu normların dayandığı kültürel motifleri içeren bir oluşum olarak tanımlanmıştır. Almandoz (2012) ise topluluk mantığını bireyler arası şekillenen duygusal bağlar ve ait olma sürecinde fedakârlığa dayalı eylemlerle ilişkilendirmiştir. Benzer şekilde Thornton vd. (2012) topluluk mantığının kurumlar arası sistemde yerini ve etkisini değerlendirirken paylaşılan ortak sınırlar ve meşruluk kazanana ortak anlam birliğinin mantığın temel dinamikleri olduğunu belirtmiştir.

Thornton'un (2012) çalışmasından hareketle topluluk mantığını coğrafi ve üyelik temelli değerlendiren Almandoz vd. (2016) ise topluluk mantığında bireylerin birbiriyle ilişkilerinin yakınlığı ve kapsamını öne çıkarırken, normlar ve meşruluk kaynakları ötesinde topluluk mantığının bilinçli bağlanmaya dayalı metaforlara ev sahipliği yaptığı ve belli bir otorite ve kimlik sağladığını belirtmiştir. Tüm bu açıklamalara dayalı olarak ele alınan bağlamda kulüplerin paylaştığı örgütsel alana şekil veren topluluk mantığı temelde tüm kulüplerin uyum sağladığı ve etkilendiği bir yapı sergilemektedir. Diğer bir deyişle içerik ve retorik çözümleme sonucu ortaya çıkan 5 mantık içerisinde topluluk mantığının diğer 5 mantığında şekillenmesine imkân sağladığı söylenebilir. Bu kapsamda ele alınan bağlamda topluluk mantığı gerek kulüplerin coğrafi dağılım yapıları gerekse üyelik tabanlı faaliyet süreçlerinin bir arada olması nedeniyle Almandoz vd. (2016) tarafından sunulan ikili topluluk ayrımı yerine melez bir yapıya işaret etmektedir.

Ele alınan bağlamda topluluk mantığının şekillenmesinde kulüplerin paylaştığı temel değerler (sevgi, saygı sadakat, bağlılık, kardeşlik, yelek vb.) topluluk mantığını oluşturan temel kategoriler olarak öne çıkmıştır. Bununla birlikte topluluk mantığının

yansıttığı örgütlenmenin doğuşu, amacı, topluluğun sağladığı fayda ve kulüplere karşı toplumun duruşu öne çıkan diğer kategoriler olarak belirlenmiştir.

Topluluk mantığı kapsamında öne çıkan önemli bir olgu ise “gizlilik” anlayışında kendini göstermektedir. Bu kapsamda motor kulüpleri belli ortak noktalara sahip bireylerin oluşturduğu bir bağlamdan ziyade sırlarla ve gizemle bağlılıklarını güçlendiren bir topluluğa işaret etmektedir. Bu durumu basit bir örnekle açıklayacak olursak, kulüplerle görüşme sürecinde yazılı olmayan kulüp kuralları sorulduğunda çoğunluk bu soruya cevap veremeyeceğini belirtmiştir. Benzer durum kulüplere üye sayıları hakkında sorular sorulduğunda da gözlemlenmiş ve *“Hiçbir kulüp sana sayı vermez. Bu da bizde olmazsa olmaz olarak, bir kural olarak görmek lazım. Her kulübün kendine yeteri kadar memberı vardır. Cevap bu yani bizde...”* (K4), *“Sayı o kadar da önemli değil aslında dostum ya... Sorulması da çok fazla bir anlamı yok. Çünkü 5 kişi de olsan, 55 kişi de olsan, 155 kişide olsan zaten kardeşlik olgusu ve bilinciyle kenetlenmişsen çokta önemli değil sayı burada. Biz yeterinceyiz. Bende sana klasik cevabı vereyim yani...”* (K6) ya da *“Yeteri kadar diyelim buna...”* (K7) şeklinde yanıtlar alınmıştır.

Kulüplerin yukarıda verilen örneklerdeki gibi bilgi saklama ya da paylaşımından kaçma davranışı sadece örgüt büyüklüğü ile ilişkili olmayıp, yazılı olmayan birçok kuralında paylaşıma kapalı olduğu görüşmeler sürecinde gözlenmiş ve kulüplerin değerlerine ve ritüellerine yönelik sorular karşısında bu mesela kulübü ilgilendirir, paylaşamayız yanıtı alınmıştır. Her ne kadar verilen cevaplar basit bir durum olarak algılansa da, topluluklardaki sır saklama davranışını Simmel (2017) gizli toplulukların, kartel yapıların en temel özellikleri olarak değerlendirmiştir. Bu nokta da Simmel’e (2017) göre toplulukların öne sürdüğü sırlar hem o topluluğa karşı bir merak uyandırırken, hem de üyeler arasında ortak bir sırrı paylaşmanın birleştirici etkisini sağlamaktadır. Benzer durum ele alınan bağlamda da gözlemlenmiş olup gerek kulüp kararlarının belli bir yönetim seviyesi ile paylaşılarak tüm kulübe yayılmaması, gerekse de kulüp bilgilerine karşı derin sessizlik ve bunu bozmanın sadakatsizlik olarak değerlendirilmesi kulüplerin gizli bir topluluk formu öne çıkarmasına imkân sağladığı ve bu durumun topluluk mantığını güçlendirdiği belirlenmiştir.

Ele alınan bağlamda topluluk mantığının hangi söylemler ile şekillendiğinin anlaşılması için gerçekleştirilen retorik çözümleme kapsamında 24 metin kategorisinin topluluk mantığını yansıttığı tespit edilmiştir. Topluluk mantığının söylemsel olarak yaygınlaştırılmasında ise ahlaki söylem (ethos) stratejilerinin en çok yararlanılan ikna stratejisi olduğu ve bu ikna stratejisini duygusal söylemlerin (pathos) takip edildiği belirlenmiştir. Bu noktada retorik stratejilerin metin kategorilerine oranla yüzdelik dağılımları ve ilgili metin kategorilerine ilişkin örnekler Tablo 5’de sunulmuştur.



Tablo 5. Topluluk mantığını yansıtan retorik stratejiler

Örnek Metin Kategorisi	Tema	Retorik Strateji	Frekans (%)
Yani cumhuriyetine bağlı, Türklüğüne bağlı, milliyetçiliğine bağlı, halkçılığına bağlı, devletçiliğine bağlı, laikliğine bağlı, inkılapçılığına yani cumhuriyetin temel ilkelerine kendini hedef edinmiş bir kulübüz.	Kulüplerin Temel Değerleri	Ethos (Ahlaki Retorik)	% 45,9
Mesele şu kapıdan içeri girdiğiniz zaman kendi beklentileriniz var, üstünüzde bir kıyafetiniz var, endamınız var, cebinizde paranız var vesaireniz var filan filan filan... yani sokakta gezen herhangi bir insansınız kapıdan içeri girdiğinizde. Halbuki olma süreci şudur... Artık cebinizdeki parada kulübün parasıdır, üstündeki kıyafette kulübün kıyafetidir. Aklınızdan geçen fikirde kulübün menfaatidir, kulübün fikridir.	Kulüplerin Temel Değerleri	Pathos (Duygusal Retorik)	% 37,5
2000'lerden sonra motosikletçiliğin artık genel bir kültür haline geldiğini görmeye başlıyoruz. Çünkü artan bir trafik baskısı, artı alternatif arayışları efendime söyleyeyim işte insanların ekonomik durumlarındaki bazı değişiklikler, piyasaya sürülen motosikletlerin fiyatlarının ucuzlaması gibi etkiler neticesinde	Topluluğun Doğuşu	Logos (Ussal Retorik)	% 8,3

motosikletcilik artık genel bir kültür haline geldi. Bu süreçte bir kulüpçülük kavramı da oturdu.			
Türkiye cumhuriyeti devletinin her şeyi ile varız ama bölünüp şu ideoloji bu ideoloji yok. Biz bayrağa sevdalıyız. Burada benim kardeşlerim içerisinde bir sürü farklı siyasi görüşte insan var. Herkes birbirinin hayatına saygılıdır. Sen A dersin öteki B der ama benim kardeşimi etkilemez	Kulüplerin Temel Değerleri	Ethos (Ahlaki Retorik) Pathos (Duygusal Retorik)	% 8,3

Tablo 5'den hareketle topluluk mantığı kapsamında retorik stratejilerin alana yansması dikkate alındığında toplumda paylaşılan ana akım ideolojilerin, milli değerlerin ön plana çıkarılarak kulüplerin temel değerlerinin ahlaki bir retorikle şekillendirdiği (%45,9), bu ikna stratejisini ise duygulara dayalı olarak topluluk mantığını yansıtan pathos stratejisinin (%37,5) takip ettiği görülmektedir. Bununla birlikte alanda topluluk mantığını yansıtan ve meşrulaşmasında ahlaki ve duygusal söylemlerin bir arada da kullanıldığı (%8,3) ve belli durumlarda alanın şekillenişinin mantıksal söylemler (%8,3) ile yansıtıldığı belirlenmiştir.

4.1.6.2. Kardeşlik mantığı

Kulüplerin ortaklaşa etkilendiği ve etkilediği tek kurumsal mantık topluluk mantığı değildir. Bu kapsamda kardeşlik mantığı alanın şekillenmesinde etkili olan bir diğer mantık olarak belirlenmiştir. Kardeşlik motosiklet kulüplerinin Amerika'da doğuşundan günümüze sürdürdüğü ve hak etmeye dayalı bir sisteme işaret etmektedir (Quinn, 2001; Quinn ve Koch, 2003; Barker, 2005; Shields, 2012; Sanderson vd., 2014; Rostami ve Mondani, 2019). Grundvall (2018) motor kulüplerinde kardeşliği sadakat değeri ile şekillendirilen ve karşılıklı güvenin en önemli göstergesi olarak değerlendirmiştir. Barker (2014a) ise kulüplerin en önemli unsurlarından biri olan kardeşliğin, kulübe dahil olma sürecinde hangroundlık ve prospectlik aşamalarını geçtikten sonra hak edilerek elde edildiğini belirtirken, özellikle suç örgütü olarak değerlendirilen kulüplerde kardeşliğin bilgi saklama ve polis karşısında kulüp sırlarını muhafaza etmenin önemli bir silahı olduğunu vurgulamıştır. Farklı bir bakış açısıyla Simmel (2017) ise gizli toplumların dinamiklerini ele alırken örgüt üyeliğinin sadece erkeklerden oluştuğu, hiyerarşik bir yapı öne çıkartmıştır. Simmel'e göre bu hiyerarşik yapı içerisinde bireysel farklılıkları örten ve üyeler arasında belli kişilerin ulaştığı kardeşlik anlayışının eşitsizlikleri ortadan kaldırdığı ve güven anlayışını pekiştirdiği belirtilmiştir (Simmel, 2017).

Tüm bunlardan hareketle ele alınan mülakat verilerinde kardeşlik kavramı en çok telaffuz edilen dördüncü kavram olarak ortaya çıkarken, retorik analizi sürecinde bu kavramın yelek, koruma ve güven gibi kelimelerle ilişkilendirildiği belirlenmiştir. Bu ilişkinin detaylarına baktığımızda kulüplerin sergilediği kardeşlik mantığının iki farklı anlama işaret ettiği öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki MC kulüpler olarak

isimlendirilen, sert hiyerarşi ve katı kuralların bulunduğu kulüplerde sergilenen kardeşlik mantığıdır. Bu mantık kardeş olarak statü kazanan üyelerin sonsuz güvenine ve sadakatine işaret ederken, aradaki kardeşlik bağı kan bağına dayalı kardeşlikten üstün tutulmaktadır. Bu kapsamda çeşitli kulüp üyeleri kardeşliğin ne demek olduğunu açıklarken şu ifadeleri kullanmıştır;

“Sizin için aile ne demek? Anneniz babanız kardeşleriniz de mi? bizim içinde aynı. Annemiz, babamız ve kardeşlerimiz ama sizin için kardeşlikte sadece kan bağı gerekir bizim için kan bağından çok daha farklı bağlar var. Yani birinin parmağına diken battığında acısını hissedebiliyorsanız kardeşsinizdir. Biz yaşadık iki kişi vefat etti bizden. Biri kazada biri kavgada vefat etti. Bunun acısını hep birlikte sadece Eskişehir olarak değil Türkiye olarak hatta dünya olarak bunun acısını hissedebildiğimiz oldu. İşte bu kardeşliktir.” (K20)

“Öz kardeşin için ne yaparsan, bende kulüp kardeşim için aynı şeyi yaparım. Yani merminin önüne atlarım öyle söyleyeyim size. Geçmişte de yapmışlığımız vardır yani.” (K7).

Söylemlerden de anlaşılacağı üzere MC olarak yapılan kulüplerde kardeşlik kulüplerle sınırlı kalmayıp, günlük hayatın her noktasında kendini göstermektedir. Bu kapsamda kardeş olarak değerlendirilen ve belli aşamalardan geçen kişilerin sadece kulübe karşı değil kardeş olarak gördükleri üyelerin çevrelerine karşıda bir sorumlulukları olduğu belirlenmiştir. Örneğin bir kulüp üyesi gözaltına alındığı süreçte yaşadıklarını şu şekilde açıklamıştır;

“Benim geçen sene başıma geldi işte... Gözaltına alındım. 6 gün gözaltında kaldım. Şimdi polisler geldi... ev araması felan... Eşim dedi napayım? Dedim hiçbir şey yapmıyorsun kulüpteki şu arkadaşları arıyorsun onlar gerekli organizasyonu yapacak... 6 gün ben gözaltında kaldım. 6 gün boyunca benim ailemden hiç kimse eşim, çocuklarımın yanında yer almadı. Ama bu esnada evimin çarşı, pazar alışverişi de dahil olmak üzere hemen her şey kulüpteki yeklekiler (kardeşler) tarafından karşılandı. 24 saat kapıda bekleyen insanlar oldu hani çocukların bir ihtiyacı olabilir diye, eşimin bir ihtiyacı olabilir mi şudur budur diye. Bende rahat bir şekilde bekledim. Hani gözaltı dediğiniz olay aslında biraz da sıkıntılı bir süreçtir. Bense battaniyeyi kafama çekip yattım uyudum yani. Çünkü arkamda bir şeyleri bırakmadığımı biliyorum her şeyden daha önemlisi...” (K17).

MC olarak sınıflandırılan kulüplerde yoğunluk gösteren ve güveni yansıtan kardeşlik mantığının yanı sıra daha esnek yönetim yapısına sahip olan ve ortak bir hobiye paylaşılan bireylerin oluşturduğu motosiklet kulüplerinde ise kardeşlik mantığının birlikte sürmeden kaynaklanan bir mantığı yansıttığı belirlenmiştir. Bu noktada kardeşliğin kulüp içi birlikteliği yansıttığı öne çıkarken, kardeşlik anlayışı sorulduğunda *“Yani kan bağı kadar bir kardeşlik yok ama bizi bir araya getiren tutkumuz yani nedir motosiklete binmek. Kullandığımız tarz motosikletlerde dediğim gibi bir araya gelmeye yönelten motor tarzı... E şimdi aynı ordu etrafındasın, aynı zevk için bir araya geliyorsun... Kardeşliğimiz bizim yelek kardeşliği yani kan bağı, kan kardeşliği değil de yelek kardeşliği...”* (K11), *“Varoluş sebebi kulübün yani tek başınıza gezip de mutlu olabilirsiniz belki ama bir kardeşinizle gezdiğiniz zaman ya da bir kardeşe sahip olduğunuz zaman çok daha büyük keyif alırsınız, çok daha güvende hissedersiniz. Hem hayata karşı, her şeye karşı yani gerçek kardeşlerimiz, kendi kanımızdan olan kardeşlerimiz kendi seçmediğimiz arkadaşlarımız ama arkadaşlarımız kendi seçtiğimiz kardeşlerimizdir.”* (K18) şeklinde açıklamalar yapılmıştır.

Bir bütün olarak örgütsel alanı şekillendiren kardeşlik mantığı ve bu mantığın altında yatan çeşitliliğin yanı sıra kardeşliği yansıtan iki bakış açısının da ortak noktaları söz konusudur. Bu kapsamda her iki akımda da üyelerin taşıdığı yelek ve patchler kardeşliğin en önemli maddi sembolünü oluşturmaktadır. Bu maddi sembol üyelerin kulüp için sarf ettiği çabanın birer göstergesi ve aynı zamanda topluma karşı ait olduğu topluluğun sunulması anlamını taşımaktadır.

Kardeşliği şekillendiren bir diğer ortak noktada da kardeşliğin hak edilerek kazanılmasıdır. Bu noktada kulüp yapısı ve hiyerarşisinin etkisi ne kadar fazla ya da az olsa da kardeşlik bir hak etme sürecine dayanmaktadır. Bu kapsamda kulüpler kardeşliği ve bunun temel göstergesi olarak yeleklerin önemini açıklarken *“...Motosiklet kulüpleri, yani en azından kendi kulübüm için söyleyeyim, kardeş arıyorlar kendilerine. Nasıl kardeş arıyorlar? Bizde kimse “gel sana yelek vereyim” durumu söz konusu değil. Herkes hak ettiğini alır.”* (K9), *“Kendi kardeşini bile toplum içerisinde kendin seçemezsin, biyolojik olarak kardeşindir. Ama buradaki bütün kardeşlerimiz işte belli olgulardan sonra, belli dönemlerden sonra kardeş olmaya hak kazanmış kişilerdir ve biz, yeğimizi giyen kardeşlerimizin tamamına*

yüzde yüz güveniriz.” (K6), “Yelek namusdur bizde. Daha nasıl anlatayım yani.” (K7) ifadelerini kullanmışlardır.

Kardeşliğin anlamını ve önemini anlatan yukarıdaki cümlelerden de anlaşılacağı üzere kulüplerin kardeşlik söylemleri, paylaştıkları duyguları yansıtmaya eğilimi göstermektedir. İlgili duygular yoğun bağlılık ve güvene işaret ederken, kardeşliğin beraberinde getirdiği sorumlulukların alanda meşru kılınmasında duygusal retorik elde edilen tüm metin kategorilerinde temel alındığı belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile saha görüşmelerinden elde edilen verilerde yer alan 30 metin kategorisinin kardeşlik kavramı ile ilişkili olduğu ve her bir kategoride duygusal (pathos) iknanın yansıtıldığı tespit edilmiştir. İlgili metin kategorilerine ilişkin örnekler Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Kardeşlik mantığını yansıtan retorik stratejiler

Örnek Metin Kategorisi	Tema	Retorik Strateji	Frekans (%)
Ben kardeşimi ne yaparsa yapsın korurum. Korumak zorundayım. Ben beni korumadığım zaman biterim zaten. Beni ben koruyamazsam, benden başka kimse koruyamaz.	Kardeşliğin Anlamı	Pathos (Duygusal Retorik)	% 100
Yelek töreni ilk defa yelek giyecek olanların üzerindeki yeğin ağırlığını hissetmesi için yapılan bir tören. Üzerine bir yemin metni okunur bu kulüpten kulübe değişir. Bizim kulübün farklı diğerinin farklı... Herkes kol kola bu metni okur, daha sonra tek tek yeleklerini giyerler. Yeleği giydikten sonra oldukça sert bir şekilde sarılıp, sırtlarına yumruk atılır. Hani yeğin ağırlığı unutulmaması için. Ondan sonra yelekli dir artık.	Kardeşliğe Kabul		
Üye öldükten sonra da kardeşimizdir. Ailesi, sorumlulukları her şey bana aittir. Birimizin canı yandığı zaman hepimizin canı yanıyor. Bu iş böyledir. Özellikle bu memberlar arasındadır. Birisinin canı yandığı zaman bütün memberların canı yanar. Öldüğü zaman iş bitmiyor aslında. Aslında öldüğü zaman iş daha çok... Sorumluluklar artıyor. Çünkü işin içine ailesi de giriyor.	Kardeşliğin Kapsamı		

Tablo 6’da kardeşliğe ilişkin kulüplerin açıklamalarından da anlaşılacağı üzere kulüpler için kardeşlik sahip olduğu anlamsal değerin ötesinde, önemli sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. İlgili sorumluluklar sürüş esnasında kardeşini takip etmekten, kardeşinin başına bir şey gelirse ailesini sahiplenmeye kadar uzamaktadır. Bu noktada motosiklet kulüplerinin temelinde ortak bir hobiye paylaşmanın olduğunu düşünürsek, kardeşliğin sorumlulukları bir hobi alanında ötesine geçerek bireysel yükümlülüklerin artmasına neden olmaktadır. Bu yükümlülükler karşısında alanda hâkim olan duygusal retoriğin (pathos) ılımlaştırıcı bir görev üstlendiği, alanda kardeşliğin en içten temel bağlılık unsuruna dönüşmesine yardımcı olduğu ve beraberinde getirdiği sorumlulukları bireysel yükümlülüğün çıkararak kulüp üyelerinin ulaşmak istediği bir amaca dönüştürdüğü şeklinde yorumlanmıştır.

4.1.6.3. Aile mantığı

Kulüplerin oluşturduğu örgütsel alanda etkinliği olan bir diğer kurumsal mantık da aile mantığıdır. Araştırma sürecinde aile mantığı, kardeşlik mantığının bir tamamlayıcısı olarak değerlendirilse de, yapılan çözümlemeler sonucunda aile mantığının her kulübe özgü olmadığı belirlenmiştir. Bu noktada, aile mantığı MC yapılanmasına ve kurallarına sahip kulüplerin söyleminde yoğunluk kazanırken, sert yapılanmaya sahip olmayan kulüpler de (yerel kulüpler) aile mantığının yerini topluluk mantığının beslediği ve aile yerine arkadaşlık ilişkilerinin temel alındığı gözlemlenmiştir.

Alanda tamamen yaygın bir etki sergilemeyen aile mantığı, temelde kulüplerin kendi içlerindeki bütünlüğüne, üyeler arası sadakat, birbirini kollama ve gizli topluluklarda öne çıkan çekirdek oluşuma yani örgütlenmenin yakın bağlarına işaret etmektedir (Simmel, 2001). Aile mantığının oluşturduğu bu yakın bağlar ve birbirini sahiplenme duygusu tüm kulübü kapsamamakta olup, sadece yekleli üyeler yani hiyerarşinin en üst basamağı aileyi oluşturmaktadır. Bu durum aileye katılmak isteyen bireylerin (hanground, prospect) kendilerini ispat etmesini gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda alt düzey üyeler ya da yeni üye olmak isteyen kişiler aşamalı üyelik sisteminin gerekliliklerini yerine getirmekle yükümlü tutulmaktadır. Bu gereklilikler ise kulüpten kulübe farklılık göstermektedir.

Literatüre baktığımızda ise aile kavramı Amerikan bağlamında şekillenen kulüplerde öne çıkan önemli bir dinamik olarak değerlendirilirken, sadakat sürecinin ispatı amacıyla bazı kulüplerin adayların suç işlemesinin önünü açtığı belirtilmektedir (Lauchs, 2019; Grundvall, 2018).

Aile mantığının kulüplerin paylaştığı alanda hangi retorik stratejilerle meşrulaştırıldığını belirlemek için gerçekleştirilen çözümleme sonucunda aile mantığını doğrudan yansıtan 11 metin kategorisi tespit edilmiş olup, ilgili metinlerin sahip olduğu söylemlerin duygusal ikna (%90,9) stratejilerine dayandığı belirlenmiştir (Tablo 7).



Tablo 7. Aile mantığını yansıtan retorik stratejiler

Örnek Metin Kategorisi	Tema	Retorik Strateji	Frekans (%)
Benim aileme gelebilecek bir kötülük var. Her türlü savunurum ya o kötülüğü. Her şekilde Adını ne getirirsen getir. Dön kulübe, orası benim ailem, benim kulübüme kötülük getirebilecek herkesi, her türlü savunurum kulübümde. Bunun yönü yanı hiç fark etmez. Amaç ailemi korumaksa her yol mubah bence.	Ailenin Anlamı	Pathos (Duygusal Retorik)	% 90,9
Ben size şöyle örnek vereyim benim başıma bir şey geldiğinde ben akrabamı aramam. Akrabamı hiçbir şekilde aramam. Ne dayımın oğlunu ne amcamın oğlunu ben direk başkanımı ararım, bakan yardımcısını ararım ve ya onlar müsait değilse diğerlerini ararım. Onlar gelir benim yanıma, onlar benim derdime koşar.			
Şimdi siz bir ailenin mensubusunuz. Anneniz var, babanız var, kardeşleriniz var veya evleneceksiniz, evlendiniz neyse işte... Şimdi bu doğrultuda verdiğiniz kararlarda illa ki yeri geldiğinde aileyi bağladığını bilmek zorundasınız. Motosiklet kulüpçülüğünde de aynı mantık vardır aslında yani bizim kişisel beklentilerimiz yoktur.	Üyelik Süreci		
Sadece bizim çevremizdeki kardeşlerimiz para kazansın diye iş yeri açan insanlar var. Aile derken bu derece aileden bahsediyorum. Yani biri açken sen tok yatamazsın ya hani Müslümanlıkta da bu böyledir.	Ailenin Anlamı	Ethos (Ahlaki Retorik)	% 9,09

Tablo 7’de verilen metin kategorilerinden de anlaşılacağı üzere aile mantığı ailenin anlamı (değerler, yükümlülükler vb.) ve üyelik süreci temaları ile ilişkilendirilmiştir. Bu noktada üyelik süreci aile olmanın ilk adımı olup, yelekle birlikte kazanılan aile üyeliği kardeşlik mantığını da içine alan sorumluluklar ile şekillenmektedir. Tıpkı kardeşlik mantığında olduğu gibi duygusal ikna stratejisi mantığın alan sınırlarında meşruluk kazanmasına yardımcı olurken, bazı söylemlerde de aile mantığının kültürel ve dini değerlerle (ethos:%9,09) bütünleştirildiği tespit edilmiştir.

4.1.6.4. Sürüş mantığı

Sürüş mantığı ele alınan bağlamda kulüplerin topluluk mantığını destekleyen ve ortak bir hobi olarak motosiklet kullanmanın ve bu hobiye dayalı teknik beceri ve deneyimin etkisini yansıtan bir mantık olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada sürüş mantığı özellikle aile ve kardeşlik mantığının baskın bir şekilde ortaya çıkmadığı kulüplerde birlikteliğin temel dinamiği olarak çıkarken, kulüplerin kendilerini ifade biçimi olarak da kendini öne çıkarmaktadır. Aile ve kardeşlik mantıklarının etkisinin yoğun olduğu kulüplerde ise sürüş mantığı bir faaliyet süreci ve birlikte zaman geçirme vurgusuna dayanmaktadır.

Yapılan içerik analizi sonucunda sürüş mantığını ifade eden kelimeler motosiklet, sürüş ve chopper gibi kelimelerle söyleme yansıtılırken kulüplerin gerek üyeleri gerekse adayları için temel eğitimlerini de içine almaktadır. Diğer bir deyişle sürüş mantığı kulüpleri farklı motosiklet topluluklarından ayıran motor tarzını (chopper) ortaya çıkartırken, aynı zamanda birer motorcu olarak üyelerin motor üzerindeki hareketlerini, eğitimleri ve kurallarının genel çerçevesini çizmektedir. Bu durumun en güzel örnek kulüplerin sürüş mantığı kapsamında özgürlüğü öne çıkaran chopper tarzı motorları şart koşmaları ya da hangroundlık ve prospectlik sürecinde tabi oldukları sürüş eğitimleri verilebilir.

Ele alınan bağlamda sürüş mantığı aynı zamanda kulüplerin var oluş amacı olarak da öne çıkmaktadır. Bu noktada kulüpler şu ifadeleri dile getirmiştir;

“En temel amaç motor sürmek, motor kültürünü doğru bir şekilde tanıtmak çünkü özellik bazı televizyon dizileri sağ olsun chopper kullananlar işte silahla gezer, adam keser, adam doğrar öyle bir şey yok” (K18)

“Sürüş eğitimi veriyoruz. Genelde sürüş eğitimlerimiz böyle ramazanda veya kışın teorik eğitim olarak gidiyor. Bunun haricinde bizim verdiğimiz, kendi içlerimizde verdiğimiz eğitimlerin haricinde diğer kulüplerin eğitimlerine de katılıyoruz. Ayrıca eğitim veren özel yerlerin eğitimlerine de gidiyoruz. Çünkü motosiklet kullanmak ciddi bir bilgi ve tecrübe isteyen bir şey”. (K11)

“Varmak için sürmüyoruz, sürmek için yoldayız. Bizim tekniğimiz bu. Ben buradan İzmir’e gidiyorum. Benim amacım İzmir’e varmak değil benim amacım motora binmek. Ama hep söylerim, yani motorla giderken yanımdan bir araç geçiyor. Çocuk dönüyor bana bakıyor camdan ben ona el sallıyorum. Yani buradan çıktım İzmir’e vardım sahada bir tane yer vardı. Gördün mü yo görmedim falan sürekli yola kitliyorsun kendini. Bu da ney hızı getiriyor... Biz de öyle bir şey yok biz sürmek için yola çıkıyoruz. Varmak için değil sürmek için yoldayız bizim şeyimiz bu. Emniyetli, can güvenliğini tehlikeye atmadan... Hem kendi hem karşı tarafı...” (K14)

Yukarıda verilen örneklerden ve retorik analizi kapsamında sürüş mantığını yansıtan 23 metin kategorisinden hareketle kulüplerin sürüş mantığını dile getirmede kullandıkları söylemin hem duygusal iknaya hem de ussal iknaya dayandığı belirlenmiştir (Tablo 8).

Tablo 8. Sürüş mantığını yansıtan retorik stratejiler

Örnek Metin Kategorisi	Tema	Retorik Strateji	Frekans (%)
Herkesin beklentisi farklı olabilir. Bizim tek beklentimiz birlikte olalım, sürelim, rüzgârı hissedince mutlu olalım, kim nerede ne yapıyor, kim ne ediyor bize bulaşmadığı sürece kimseye karşı değiliz.	Amaç	Pathos (Duygusal Retorik)	% 65,3
Bizim kaportamız kendimiz olduğumuz için bizimle beraber sürececek arkadaşında bu işi iyi biliyor olması lazım ki hani kötü olaylar yaşamayalım ilerde. Yeni motosiklet kullanmaya başlayan arkadaşlar da oluyor aramızda, mesela gelip ‘ağabey ben daha ilk motosikletimi alacağım’ deyip gelenler de katılanlar da olduğu oluyor. Bu arkadaşlar da işte bakıyoruz eğer bizde yapabilecekse alıp birlikte eğitiyoruz, devam ediyoruz.	Zorluklar	Pathos (Duygusal Retorik)	
Yol kaptanımız var, artçımız var. Yol kaptanı ile artçı sürekli diyalog içerisinde olur. En öndeki ile en arkadaki. Oldu sürüş esnasında motorun birinde bir arıza olabilir, herhangi bir kritik durum olabilir. O zaman artçı oraya bir tane şey bırakır. Buluşma noktasına kadar sürüş devam eder. Bir kişi kalır. Sonra artçı gelir. Yani sürüş kurallarımız var ama birinci önceliğimiz emniyet.	Kurallar	Logos (Ahlaki Retorik)	% 34,7
Prospect olduğu zamanda belli yükümlülükleri var. Biz bunu ilk başta 6000 km bizimle birlikte diye koymuştuk. Sonra baktık ki bunu geçecek adam yok. 6000 km bizimle sürebilecek kadar boş vakti olan bir insan bulamıyoruz. Şuan bunun sınırı her ay toplantıya gelecek 6 ay boyunca, toplantı kaçırırsa çok mantıklı ve geçerli sebebi olmak zorunda ve bizimle minimum 1000 km üzerinde yol yapacak.			

Tablo 8’den de görüldüğü üzere sürüş mantığını yansıtan temalar 3 ayrı kategoride toplanmıştır. Amaç teması sürüş mantığının dinamiklerini, anlamını yansıtmaktadır. Bu noktada öne çıkan söylem stratejisi ise duygusal retoriğe dayalı olmakla birlikte özgürlük olgusunun etki bu amacı şekillendirmektedir. Diğer sürüş mantığı teması ise zorluklara ilişkindir. Bu kapsamda öne çıkan açıklamalar trafikte iki teker olmanın risklerine ve bu işin Türkiye’deki zorluklarına dayanmakta ve duygusal retorik burada da kendini göstermektedir. Sürüş mantığını yansıtan son kategori ise kulüp kurallarına ilişkindir. Bu kapsamda kulüplerin ortak hobisini yansıtan sürüş faaliyetlerinin sınırları ve üyelerin sürüş yükümlülükleri ilgili temanın odak noktasını oluştururken, kulüplerin söylemleri alana özgü mantıksal (ussal) retorikle şekillenmektedir.

Genel bir çerçevede sürüş mantığı kulüplerin yaptığı işin önemini ortaya koyarken aynı zamanda da kulüp kurallarının da şekillenmesinde etkili olan bir mantıktır. Bu noktada baskın söylem stratejisi sürüşün alanı paylaşılanlar arasında öne çıkardığı duygusal retoriğe işaret ederken, ussal retorik ise sürüş mantığının yönetim pratiklerinde şekillenişini temellendirmektedir.

4.1.6.5. Yönetimci mantık

Yapılan içerik analizi sonucunda kulüplerin paylaştığı son mantık ise yönetimci mantık (managerialist logic) olarak belirlenmiştir. Yönetimci mantık kulüplerin kulüp içi sergilediği hiyerarşik, yazılı ve yazılı olmayan kurallara bağlı yönetim süreçlerinin üyeler tarafından hangi söylemler eşliğinde kabul edildiğine işaret etmektedir. Daha açık bir ifade ile motosiklet kulüplerinin en temel vurgularından biri özgürlüktür. Bu özgürlük Amerikan toplumunda geleneksel normlara karşı şekillenen özgürlükçü bir yapıya işaret etmektedir (Schouten ve McAlexander, 1995; Dulaney, 2005; Baker, 2014b).

Her ne kadar geçmişten günümüze özgürlük tezi kulüplerde öne sürülmesine rağmen kulüplerin sergilediği bürokratik yapı Weber’in demir kafesine kulüpleri de dahil etmektedir. Bu kapsamda üye davranışlarının belli kural ve yasaklara tabi olduğu hatta yıllarca kulübe hizmet verip üyelerin prospectlik seviyesinde kalabileceği yapılan görüşmelerde öne çıkan bir durumdur. Özgürlüğün karşısında konulan bu bürokratik yapılanma antitezini meşrulaştıran farklı birçok söylem stratejisi tespit edilmiştir (Tablo 9).

Tablo 9. Yönetimci mantığı yansıtan retorik stratejiler

Örnek Metin Kategorisi	Tema	Retorik Strateji	Frekans (%)
Biz asla başka kulüpten izin almayız. Burada kimseden icazet almayız. Kimseye düşmanlığımızda olmaz. Hatta biz Türkiye’de barışı korumak için çalışan bir kulübüz. İşin özü şu aslında, hepimiz bir ağacın dallarıyız	Kulüpler Arası İlişkiler	Ethos (Ahlaki Retorik)	% 18,4
Masaya oturup söz hakkı kullanmak için üye olman gerekir. Yani ben tanıma sürecinde olduğum birine her şeyimi açamam. Çünkü onu daha tanıyorum ya da değerlendirme sürecinde olan bir insana hanground ya da prospecti kastediyorum... Değerlendirme aşamasında onun fikirlerinin neye varacağını bilmediğim durumda, ona danışarak onun verdiği söze göre bir yön çizemem hayatımda ama belirli pişme evreleri tamamlandıktan ve piştikten sonra üye olduktan sonra ister 50 yıllık üye olsun ister 1 günlük üye olsun o üyeyse o member ise söz hakkı var.	Kurallar	Pathos (Duygusal Retorik)	% 33,9
Chapterlık; bir başkan, bir başkan yardımcısı bir genel sergeant (disiplin kurulu) vardır. Charterlarda her il kendinden sorumludur. Her charter kendinden sorumludur. Orda bir yönetim vardır. Ama diğer türlü (chapter) lokal bir yönetimle üst yönetime bağlıdır. Ama charterda	Görev Dağılımı	Logos (Ussal Retorik)	% 44,7

tabii ki gene bir mother charter vardır. Ama kendi charterının kararlarını kendin alırsın. Kulübün çıkarları doğrultusunda alırsın kararlarını... Chapterken şubelerin başlarında şefler vardır, ana merkez neresiyse oradaki başkan ve başkan yardımcısına, yönetim kuruluna bağlıdır ve bunların içinde bir yönetim kurulu oluşturulur.			
Oylama genelde genel tüzük değişikliği için oluyor. Çünkü tüzük anayasa gibidir. Anayasanın da en temel özelliği değiştirilebilir olmasıdır. Çünkü her insan hata yapar ve süreçte zaman değişir, günün şartları değişir hani anayasanın en büyük özelliği değiştirilebilir olmasıdır. Herkes hata yapar, her zaman güncel zaman değişir, şartlar değişir, gereklilikler değişir bu yüzden tüzükte değişmek zorundadır. Zamanla değişir yaşanan tecrübe ile değişir, akla gelen yeni şeylerle değişir bunun içinde oy kullanarak belli değişiklikler yapılır.	Kurallar	Logos (Ussal Retorik) Pathos (Duygusal Retorik)	% 1,5
Bizim devletle ilgili bir beklentimiz yok. Devletten bir talebimiz yok, biz sadece motor sürmeyi seven birlikte takılmayı seven, aile olgusuna önem veren insanlar topluluğuyuz. Bunun için herhangi bir dernekleşmeye gitme gibi bir durumumuz yok.	Yapı	Ethos (Ahlaki Retorik) Pathos (Duygusal Retorik)	% 1,5

Tablo 9’da da gösterildiği üzere yönetimci mantık kendi içerisinde örgütsel yapı, üyelik ilişkileri, kurallar, kulüpler arası ilişkiler gibi farklı birçok tema ve bu temaları şekillendiren farklı söylemlere sahiptir.

Bu noktada hiyerarşi, rütbe, başkan, tüzük gibi kelimeler görüşmeler sürecinde yönetimci mantığı yansıtan en temel unsurları olarak belirlenirken, bir topluluğu yönetmenin ve kulüp varlığını bozabilecek tehlikeleri önlemenin en kalıcı yönü mantıksal argümanlar yani ussal retorik stratejileri (%44,7) ile açıklanmıştır. Bununla birlikte kulüplerin doğuşunun askeri bir yönetim geleneğine dayandırılması tarihsel bağlarla uyumu gösterirken, örgütsel bilinci zedeleyen ego problemi ve motor kültürüne ait değerlerin ve deneyimlerin aktarımı pathosa dayalı bir söylem stratejisi (%33,9) ile öne çıkarılmaktadır.

Retorik çözümleme sürecinde farklı retorik stratejilerin kullanımı sınırlı örnekler teşkil etse de, ussal ve duygusal söylemi takiben, milli değerlere ilişkili olarak yönetim pratiklerinin yansımaları ahlaki söylemle (%18,4) öne çıktığı gözlemlenmiştir.

4.1.7. Örgütsel alanda hâkim retorik stratejilerin genel değerlendirmesi

İnformal olarak yapılanmış örgütsel bir alan olarak motosiklet kulüplerinin bağlamının incelenmesi sonucunda elde edilen her bir mantığın yansıttığı retorik stratejiler bir önceki bölümde ele alınmıştır. Elde edilen bu bulgulardan hareketle alanı şekillendiren retorik stratejilerin genel yayılım oranları Tablo 10’da verilmiştir. Bu kapsamda retorik analizine tabi tutulan 153 metin kategorisi ve her bir metin kategorisinin mantıklar dahilinde yansıttığı söylem stratejileri dikkate alınmıştır.

Tablo 10. Örgütsel alan kapsamında retorik stratejilerin genel dağılımı

	Ethos	Pathos	Logos	Ethos + Pathos	Logos + Pathos
Topluluk Mantığı	11	9	2	2	-
Kardeşlik Mantığı	-	30	-	-	-
Aile Mantığı	1	10	-	-	-
Sürüş Mantığı	-	15	8	-	-
Yönetimci Mantık	12	22	29	1	1
Toplam	24 (%15,7)	86 (%56,2)	39 (%25,5)	3 (%2)	1 (%0,6)

Tablo 10'dan da görüldüğü üzere motosiklet kulüplerine ilişkin örgütsel form ve pratiklerin Türkiye bağlamında yayılma sürecinde pathos yani duygusal retorik stratejisinin (%56,2) diğer stratejilere kıyasla daha fazla öne çıktığı görülmektedir. Pathos stratejisini takiben mantıksal çıkarımlar ile şekillenen logos stratejisinin (%25,5) ve ilgili bağlamda milli değerler, örf ve gelenekleri yansıtan ethos stratejisinin (%15,7) öne çıktığı görülmektedir.

Alanda tespit edilen mantıkların retoriklere ilişkin baskınlık sıralaması (pathos>logos>ethos) Zbaracki (1998), Abrahamson ve Fairchild (1999), Green (2004) ve Green vd. (2008) tarafından yapılan çalışmalarda kurumsal mantıkların ve farklı bağlamlardan yönetsel uygulamaların yayılmasındaki retorik yoğunlukları ile uyum göstermektedir. Bu noktada dikkate alınması gereken bir husus ise bahsi geçen çalışmalarda belli bir alanda var olan yönetim pratiklerinin yayılmasında etkili olan retorik stratejiler dikkate alınmakta olup, farklı bağlamlarda doğarak yayılım gösteren örgüt formları ve bunlara dayalı kurumsal mantıklar çalışmaların kapsamında değildir.

Farklı bağlamlarda doğan ve Türkiye'de yayılım gösteren örgütlenme ve yönetim pratiklerinin takip ettiği stratejiler dikkate alındığında ise ethos stratejisinin (ethos>pathos>logos) baskınlık gösterdiği literatürde öne çıkmaktadır (Özen ve

Berkman, 2007; Özen, 2009; Yıldız, 2019). Bahsi geçen araştırmalarda ahlaki yani ethosa yönelik söylemlerin örgütsel alanlarda daha baskın olduğu vurgulanmasına karşın, tez kapsamında mantıkların yayılım sürecinde pathosun ön plana çıkması araştırmalara konu olan örgütsel yapılanmanın farklılığına dayalı olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda literatürde yer alan çalışmalarda ele alınan örgütsel bağlamlar ve pratikler yurt dışından ithal edilmesine karşın formal yapılanma ve buna dayalı pratikleri içermektedir (Özen ve Berkman, 2007; Özen, 2009; Gölbaşı, 2018, Yıldız, 2019). Buna karşın, motosiklet kulüplerine dayalı örgütsel alanda ise informal bir yapılanmanın olduğu dikkate alındığında, informal yapılanmayı paylaşan her bir örgüt için formalleşmiş değerlerden uzak duygusal söylemlerin öncelikli olduğu, bu duygusal söylemlerin peşinden gelen formal pratiklerin ise ussal yani logos stratejisi ile pekiştirilerek, tezatlıkların ve çatışmaların meşrulaştırıldığı şeklinde yorumlanmıştır.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

İnformal örgütlenme süreçlerinde örgütsel alan bağlamında etkili kurumsal mantıkların değişimi ve bu mantıkların meşrulaşmasında rol oynayan retorik stratejilerin etkisini ele alan bu çalışma kapsamında Amerika’da doğan ve Türkiye’de gün geçtikçe faaliyet alanı genişleyen motor kulüplerinin sahip olduğu örgütsel formun yaşadığı değişimin kurumsal mantık perspektifiyle ele alınması amaçlanmıştır.

Araştırma sürecinde Türkiye’nin farklı kesimlerinde faaliyet gösteren kulüpler ile irtibata geçilmiş, elde edilen verileri desteklemek amacıyla eski kulüp üyeleri ile görüşülmüş ve aynı zamanda devletin informal bir yapılanmadan tetiklenen örgütsel alanın oluşumunda etkisini açıklayabilmek amacıyla kolluk kuvvetleriyle alana ilişkin bilgi akışı sağlanmıştır.

Tezin bu bölümünde, yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ve bunlara dayalı sonuçlar MC kulüplerin Türkiye’de yaşadığı değişim süreci uluslararası alana kıyasla benzerlik ve farklılıkları, kulüplerin örgütsel ve yönetsel yapıları, örgütsel alan kapsamında hâkim mantıklar, devletin rolü, alanda var olan söylemler ve söylemlerin mantıklarla ilişkisi literatüre dayalı olarak ayrı ayrı açıklanmıştır. Ardından

araştırmaya dair elde edilen tüm bulgular birleştirilerek bütüncül bir çerçeve çizilmiştir.

Uluslararası literatürde MC kulüplerinin yapılanması ve işleyişine yönelik birçok çalışma bulunmasına karşın (Harris, 2020; Zabyelina, 2019; Rostami ve Mondani, 2019; Lauchs, 2019; Geurtjens vd., 2018; Kuldova, 2018; Grundvall, 2018; Piano, 2017; Stjärnqvist, 2015; Barker, 2014b; Thompson, 2008), yerli literatüre baktığımızda motosiklet kulüplerinin işleyişi, Türkiye'deki örgütlenme süreçlerine ilişkin bir çalışma bulunmamaktadır. Bu kapsamda Amerika'da doğan MC kulüplerinin Türkiye bağlamında yaşadığı değişim diğer bir ifade ile örgütlenme yapılarının nasıl şekillendiği, benzerlik ve farklılıkların neler olduğunun açıklanması hem alanda yer alan örgütlerin anlaşılmasında hem de alan dinamiklerinin ortaya konulması açısından önem arz etmektedir.

Motosiklet kulüpleri üzerine Amerika ve Avrupa'da yapılan çalışmalara baktığımız zaman, motosiklet kulüplerinin 2 ayrı grupta ele alındığı ön plana çıkmaktadır (Rostami ve Mondani, 2019; Stjärnqvist, 2015; Barker, 2014b; Thompson, 2008). Bunlardan ilki organize suç örgütü olarak konumlandırılan ve uluslararası çapta faaliyet gösteren MC kulüpleridir (Lauchs, 2019; Geurtjens vd., 2018; Piano, 2017). Hells Angels, Bandidos, Outlaws, Pagans isimli kulüplerin öne çıktığı bu kategoride, hiyerarşik örgüt yapısı, katı ve değişmeyen kurallar, erkek egemen topluluk ve rütbeli üyelik süreci öne çıkarken, bu kulüplerin temel geçimi yasadışı işlere dayandırılmaktadır (Kuldova, 2018; Perälä, 2016).

Literatürde öne çıkan diğer bir kulüp kategorisi ise yerel kulüplerdir (Grundvall, 2018; Barker, 2014a ; Barker, 2014b; Austin vd., 2010). Bu kulüpler bölgesel alanlarda faaliyet gösterirken, var oluş amacı belli bir hobi altında bir araya gelen, esnek kural mekanizmasına dayalı ve hiyerarşik örgütlenmeden ziyade düşük hiyerarşik yapıya, esnek kurallara sahip sürüş odaklı toplulukları yansıtmaktadır (Grundvall, 2018; Barker, 2014b).

Türkiye bağlamında gerçekleştirilen bu araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara baktığımızda ise, kulüplerin 3 ayrı seviyede faaliyet gösterdiği belirlenmiştir. Bunlar sırasıyla yerel, ulusal ve uluslararası kulüplerdir. Belirlenen bu 3 seviye kulüplerin örgütsel yapılanmasında farklılaşmaya neden olduğu öne çıkan bir bulgudur. Bu kapsamda yerel motosiklet kulüpleri olarak sınıflandırılan kulüplerin, organik bir

yapılanmaya sahip olduğu, buna dayalı olarak esnek hiyerarşı, yatay iletişim, kişisel yeteneklere odaklı görev paylaşımı, düşük derecede uzmanlaşmaya ve esnek kurallara dayalı bir yönetim ve örgütlenme yapısına sahip olduğu belirlenmiştir.

İkinci seviyede yer alan ve ulusal motor kulüpleri olarak sınıflandırılan örgütlerde ise hem mekanik hem de organik yapının melez formunun öne çıktığı belirlenmiştir. Bu kapsamda ulusal motor kulüplerinde mekanik örgüt yapısına dayalı hiyerarşı, kademeli üyelik, üst yöneticilerde toplanan güç paylaşımı öne çıkarken, organik örgüt yapısına işaret eden düşük standartlaşma, faaliyet alanına göre değişen kurallar, yatay ve dikey iletişimin eş zamanlı söz konusu olması melez örgüt yapısının şekillenmesinde etkili olmaktadır.

Üçüncü seviyede yer alan uluslararası motor kulüpleri kapsamında Türkiye’de MC kulüp formatında sadece Hells Angels MC faaliyet göstermektedir. Kulübün mekanik bir temele dayalı örgüt yapısı Türkiye dışında faaliyet gösteren diğer Hells Angels kulüp formuyla uyum gösterirken, katı hiyerarşı, dikey iletişim, yazılı ve değişmeyen kurallar, yüksek sadakat ve bağlılık anlayışı, yüksek standartlaşma ve uzmanlaşma örgüt yapısının temel dinamiklerini oluşturmaktadır.

Her üç seviyede yer alan kulüpler kapsamında geçmişte Amerika ve Avrupa’da yapılan çalışmalara baktığımızda kademeli üyelik, hiyerarşı, erkek egemen topluluk yapısı temel benzerlikler olarak öne çıkarken, kulüplerin ülkemizde yayılma sürecinde en önemli farklılık kulüplerin informal bir örgüt olarak faaliyet alanlarında ortaya çıktığı belirlenmiştir. Bu noktada uluslararası arenada MC formuna sahip ve klasik bir askeri örgütlenme yapısı ortaya koyan motosiklet kulüplerinde suç ve suça dayalı faaliyetler ön plana çıkarken, ülkemizde kulüplerin birer suç örgütü olarak dikkate alınması yönünde bir eğilim söz konusu değildir. Daha spesifik olarak yurt dışında faaliyet gösteren kulüplerde asker ve polis gibi meslek kollarının kulüplerde üyelik sürecine engel teşkil etmesine rağmen, ülkemizde faaliyet gösteren kulüp yöneticilerinin ve üyelerin çoğunluğunun emekli hava kuvvetleri mensubu ya da emniyet güçlerinde yer alan bireyler oldukları gözlemlenmiştir. Bu durum araştırmaya konu olan örgüt formunun ülkemizde şekillenme sürecinde motorculara karşı geliştirilen mevcut ön yargılara engel olurken aynı zamanda örgütsel form ve faaliyetlerinin meşrulaşmasına imkân sağladığı belirlenmiştir.

Türkiye’de var olan kulüpleri yurt dışı bağlamından ayıran bir diğer noktada politik duruştur. Avrupa’da ve Amerika’da yapılan çalışmalarda MC kulüplerin apolitik bir duruşa sahip olduğu vurgulanırken (Kuldova ve Quinn, 2018; Perälä, 2016), bir tek Rusya’da MC formatında bir kulübün devlet desteği ile kurulduğu ve politik amaçlarla, askeri bir kurum gibi faaliyet gösterdiği öne sürülmüştür (Harris, 2020; Zabyelina, 2019). Ülkemizde ise, uluslararası kulüpler kapsamında apolitik duruş kendini gösterirken, ulusal ve yerel kulüplerde devletle doğrudan bir bağlantı bulunmamasına karşın milliyetçi ve Atatürkçü düşünce akımlarını hem üyelerine empoze ettikleri hem de kuruluş tüzüklerinde politik duruşlarına yer verdikleri tespit edilmiştir. Türkiye bağlamında kulüplerin sahip olduğu formda sergilenen politik eğilimler ve apolitik bir duruştan politik bir duruşa doğru yaşanan değişim Türkiye bağlamında etkin olan örgütüstü kurumsal mantıkların, kulüplerin şekillendirdiği örgütsel alanda da aktif olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

Bir örgüt formu ya da bir örgütlenme sürecinin bağlamlar arası taşınmasında öne çıkan önemli bir unsurda, giriş yapılan bağlamda yerleşik olan kurumların ve mantıkların etkisidir. Bu etkinin anlaşılması amacıyla motosiklet kulüplerinin oluşturduğu örgütsel alanı şekillendiren kurumsal mantıkların anlaşılması için öncelikle içerik analizine başvurulmuştur. Bu kapsamda motosiklet kulüplerinin oluşturduğu informal örgütsel alanda topluluk, kardeşlik, aile, sürüş ve yönetimi mantıkların etkin olduğu belirlenmiştir. Elde edilen mantıkların birbiriyle etkileşim sürecinden hareketle topluluk mantığı her bir kulüp seviyesinde etkili olduğu, diğer mantıkların şekillenmesinde de rol oynadığı belirlenmiştir. Temel olarak motosiklet kulüplerinin oluşturduğu örgütsel formu paylaşan her bir paydaşın hangi değerlere sahip olması gerektiği, bu değerlerin Türkiye bağlamının sahip olduğu kültürel örüntülerle ilişkisi topluluk mantığı ile alana aktarılan pratikler olarak öne çıkmaktadır. Diğer bir ifade ile incelenen alanda topluluk mantığı iki teker üzerinde örgütlenen aktörlerin kim olduğunu bizlere aktaran mantık olarak öne çıkmaktadır.

Literatüre baktığımızda örgütsel alan üzerinde etkili bir mantık olarak değerlendirilen topluluk mantığı coğrafi ve üyelik tabanlı olarak sınıflandırılırken (Thornton, 2012; Almandoz vd., 2016), informal bir yapılanmanın söz konusu olduğu motosiklet kulüplerinde ikili bir topluluk ayırımından ziyade melez bir topluluk mantığının öne çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu melez mantığın temelinde kulüplerin örgütlenme yapısından kendini gösteren yatay ve dikey yayılma stratejileri (yerel, ulusal ve

uluslararası charter/chapter sistemi, supporter kulüpler) coğrafi ve üyelik tabanlı topluluk dinamiklerini bir araya getirmektedir.

Topluluk mantığına etki eden bir unsurda kulüplerin sahip olduğu değer sistemidir. Bu noktada MC kulüplerin sahip oldukları değer sistemi, yönetim ve yayılım yapısının Simmel (2017) tarafından öne sürülen gizli topluluk yapısına uyum sağladığı öne çıkmaktadır. Simmel (2017) çalışmasında masonik ve kalt topluluk yapılarına işaret ederek gizliliğin bu toplulukların temel yapı taşlarından biri olduğunu ve bu yapı taşının kalt toplulukların yayılmasında ve yapılanmasında ethosa dayalı söylemlerin etkili olduğunu belirtmiştir. Bu noktada incelenen kulüplerde gizlilik vurgusunun, yazıya dökülmesi yasak kuralların, güven ve kardeşlik değerlerine dayalı örgütsel bağlılığın ethosa dayalı stratejik söylemler vasıtasıyla topluluk mantığını güçlendirdiği belirlenmiş ve Simmel (2017)'in varsayımları çalışma kapsamında desteklenmiştir.

Topluluk mantığı ile ilişkili olan diğer 4 mantığa baktığımızda ise kulüplerin yapılarına göre etkilenim düzeylerinin ve söylem stratejilerinin farklılaştığı öne çıkmıştır. Bu noktada kardeşlik ve aile mantığında duygusal çıkarımları ön planda tutan pathos söylem stratejisi ağır basarken, bu mantıkları ortaya koyan kulüplerin uluslararası ve ulusal kulüpler olduğu belirlenmiştir. Araştırmada öne çıkan aile mantığının sahip olduğu temel dinamikler kurumsal mantık literatüründe yer alan ve farklı bağlamlarda da öne çıkan ideal tip aile mantığının kökenleri ile paralellik göstermektedir (Thornton vd., 2012). Bu kapsamda aile mantığı meşruluk kaynağını koşulsuz sadakat vurgusundan alırken, temel norm kaynağı kulüp içerisindeki üyelik bağlarıyla, kulüplerin deyimiyle memberlık statüsü ile şekillenmektedir. Otorite kaynağı ataerkil baskınlığa dayanan bu mantığın alana kazandırdığı temel metafor ise kulüplerin sergilediği informal yapılanmanın, aynı ilgilenime sahip bireylerin birlikteliğinin ötesinde, kan bağından üstün bağlılığın alanı paylaşan her bir bireye aktarılmasıdır. Diğer bir ifade ile aile mantığı MC kulüplerin oluşturduğu örgütsel alanda ilgili örgüt formunu, kendileriyle yapısal olarak benzerlik taşıyan veya aynı faaliyet alanına sahip diğer örgütlenmelerden ayıran pratik ve kuralların temelini oluşturmaktadır.

Alana özgü bir mantık olarak öne çıkan ve tez kapsamında kavramsal katkının (Sandberg ve Alvesson, 2021) öne çıkarılmasına yardımcı olan kardeşlik mantığı ise,

kulüplerin oluşturduğu bağlamda ilgili örgütsel formun devamlılığını tetikleyen ve forma dahil olmak isteyen aktörlerin erişmek isteği statünün (memberlık) temellerini alana aktarmaktadır. Bu noktada kardeşlik mantığı Thornton vd. (2012) tarafından öne sürülen topluluk ve aile mantığının kurumsal temellerini bir araya getirerek melez bir form sergilemektedir. Spesifik olarak kardeşlik mantığı ortak sınırlar ve örgütsel bir form olarak aile kavramını bir araya getirerek alandaki kök metaforları aktarmaktadır. İlgili melez mantığın meşruluk kaynağı ise aile mantığından gelen sadakat, topluluk mantığından gelen karşılıklı güven ilkesine dayanmaktadır. Bahsi geçen bu melez meşruluk kaynağı alanda “...Aileni kendin seçemezsin ama bizim oluşturduğumuz aile yapısı kardeşliğe dayanan ve kan bağının ötesinde karşılıklı güven ile sürdürülen sınırlarda şekillenmektedir...” ifadeleriyle kulüpler tarafından söyleme dökülürken, bu melez mantığın etkisi Türkiye bağlamında yer alan kulüp türlerine göre farklılaşmaktadır. Amerika ve Avrupa’da kulüpler üzerine gerçekleştirilen araştırmalarda da kendini öne çıkaran kardeşlik anlayışı, kurumsal mantıklar çerçevesinde uluslararası kulüpler bazında taşındığı bağlamın kökenlerini ve uygulamalarını değişmeksizin Türkiye bağlamına taşımaktadır. Buna karşın kardeşlik mantığının alandaki etkisi ulusal ve yerel kulüplere doğru gidildikçe azalırken, bahsi geçen kulüplerde kardeşlik mantığının yaşadığı değişim sürüş kardeşliğini dayanmakta ve topluluk mantığı ile sürüş mantığına dayalı melez bir form sergilemektedir. Çalışma kapsamında kardeşlik mantığının alan içi yaşadığı bu değişim alanın yeni oluşmakta olan bir yapı sergilemesi ve kulüplerarasında sürdürülen meşruluk mekanizmalarının henüz yerleşiklik kazanamamasından kaynaklandığı şeklinde yorumlanmıştır.

Bahsi geçen iki mantığa (aile, kardeşlik) dayalı duygusal söylem stratejilerinin temellerine baktığımızda ise, kulüplerde üyelerin mevcut hiyerarşik yönetim sistemini, kuralları benlikleriyle bütünleştirerek kabul etmesine yardımcı olurken, aynı zamanda kulüplerin örgütsel alanda birbirlerini korumacı eylemlerini sadakat anlayışı altında meşrulaştırmasına imkân sağlamaktadır. Elde edilen bu bulgu Grundvall (2018) tarafından İsviçre’deki motosiklet kulüpleri üzerine gerçekleştirilen araştırma bulguları ile paralellik gösterirken, Grundvall (2018) kulüplerin yayılmalarını genişletmek ve eylemlerini meşrulaştırmak amacıyla pathos dayalı ikna stratejisini benimsediğini, bu stratejinin kardeşlik altındaki eylemleri meşrulaştırdığını belirtilmiştir.

Görüşmeler sürecince her seviyeden kulübün öne çıkardığı bir diğer kurumsal mantık ise sürüş mantığıdır. Temelde kulübün var oluş amacını yansıtan sürüş mantığı belli teknik bilgi ve yetenekler altında toplanan kulüplerin temel faaliyetlerine işaret ederken, duygusal ve ussal ikna stratejilerinin sürüş mantığının alanda yer kazanmasına yardımcı olduğu belirlenmiştir. Bu noktada kulüpler arası farklılık gösteren en önemli husus ise uluslararası kulüp bağlamından yerel kulüp bağlamına gidildikçe sürüş mantığına dayalı retorik vurgunun azalmasıdır. Diğer bir deyişle, uluslararası kulüplerde, sürüş mantığının yerini kardeşlik ve aile mantığına dayalı söylemler alırken, yerel kulüplere yaklaştıkça sürüş mantığının ve ilgili söylemlerin bu kulüplerin temel çatısını oluşturduğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında öne çıkan son mantık ise, yönetimci mantıktır. Temelde motosiklet kulüpleri iki tezat düşünce yapısını bir araya getirmektedir. Bunlardan ilki sürüş mantığı ile temellenen özgürlük felsefesidir (Grundvall, 2018; Thompson, 2012). Özgürlük motosiklet kulüpleri için rüzgârı hissetmek, toplumdan farklı hareket etmek olarak tanımlanırken, kulüplerin sosyolojik olarak hariciler ya da sapkın topluluklar olarak sınıflandırılmasına neden olmaktadır (Stjärnqvist, 2015; Thompson, 2008). Kulüplerin yerleşik kurumlara karşı geliştirdikleri bu özgürlük anlayışına karşı, yönetimci mantığa dayalı geliştirdikleri örgütlenme süreçleri ilgili kulüplerin sahip olduğu informal tabanı sürdürmek yerine, kulüpleri kendi iç yönetiminde formel bir kalıba sokmaktadır. Diğer bir ifade ile yönetimci mantık özgürlüğün zıt noktasını oluşturan formel yönetsel pratiklerin alanda yerleşiklik kazanmasını tetiklemektedir.

Yönetimci mantığa dayalı pratiklerin alana aktarılmasında kulüplerin takip ettiği söylem stratejileri alanda hakim tezatlıkların önüne geçmektedir. Bu noktada kulüplerin öne sürdüğü alana özgü ahlaki söylem bir yandan kulüplerin özgürlük felsefesini topluluk dışındakilere yani diğerlerine karşı korurken, diğer yandan da kulüp içi formel düzen mantıksal (logos) ve duygusal (pathos) iknaya dayalı vurgularla sürdürülmektedir. Diğer bir deyişle, geçmişten günümüze özgürlük tezi kulüplerde öne sürülmesine rağmen kulüplerin sergilediği bürokratik yapı ve bu yapıya yön veren yönetimci mantık Weber'in demir kafesine kulüpleri de dahil etmektedir.

Spesifik olarak Weber, ortaya koyduğu düşünce sisteminde rasyonel bir ekonomik sistemin (kapitalizm) niçin Batı toplumlarında geliştiği ve dünyanın diğer kısımlarında gelişemediğini anlamaya çalışmıştır. Bu süreci açıklarken ise dinin (Kalvinizm) etkisini merkezi bir dinamik olarak şekillendirmiştir (Weber, 1985) . Weber'e (1985) göre, Protestanlığın özellikle Kalvinizmin kapitalizmin ortaya çıkışındaki etkisini vurguladığı çalışmasında, Kalvinizmin sahip olduğu temellerin bireylerin meslek insanı olmasına, öz denetim ve sistematikleştirilmiş bir yaşam tarzı benimsemesine etkili olduğunu, bununda beraberinde otorite sistemlerine dayalı bürokratikleşmeyi getirdiğini belirtilmektedir. Kapitalizmin yayılışını batı toplumlarında açıklayan bu tez, bürokrasinin sadece olumlu etkilerinden ve toplumsal bağlamda sağladığı düzenden ziyade, zamanla rasyonelleşen davranış kalıplarının toplumda yerleşiklik kazanmasını ve bu yerleşikliğin toplumu demir bir kafese hapsettiğini de vurgulamaktadır (Ritzer ve Stepnisky, 2014). Bu noktada Weber'in açıklamalarını motosiklet kulüplerinin oluşturduğu bağlama yansıttığımız zaman, yönetimci mantığının kulüplerin şekillenmesinde Weber'in Protestan ahlakı olarak konumlandırır isek, bu mantığın beraberinde getirdiği ve bütün kulüplerin yapısında yaygınlaşan bürokratik yönetim biçimleri, kulüplerin var oluşunda etkili olan özgürlük anlayışını kurallar ile çevrili demir bir kafese hapettiğini söyleyebiliriz.

Elde edilen tüm mantıkların alan düzeyinde öne sürdükleri söylem stratejilerinin yoğunluğuna baktığımızda ise alanın şekillenmesinde ilk olarak pathos yani duygusal söylemin yoğunluk kazandığı ve bunu mantıksal çıkarımlara dayalı logos stratejisi ve bağlamın kültürel dinamiklerini yansıtan ethos stratejisinin takip ettiği belirlenmiştir. Söylemlere ilişkin bu sıralama Green (2004) ve Green vd.'nin (2008) çalışma bulgularını desteklerken, örgütsel yapı ve pratiklerin yayılmasında retoriğin etkisini ele alan yerli literatürdeki çalışma sonuçlarından farklılık göstermektedir (Özen ve Berkman, 2007; Özen, 2009; Yıldız, 2019). Yerli literatürde öne çıkan çalışmalarda farklı bağlamlarda doğarak Türkiye'de taşınan örgütsel pratiklerin meşrulaşmasında ilk olarak ethos ikna stratejisinin baskınlık göstereceği ve bu stratejiyi pathos ve logos stratejilerinin takip edeceği belirtilmektedir (Özen ve Berkman, 2007; Özen, 2009; Gölbaşı, 2018, Yıldız, 2019). Bu bulgulara karşın, tez kapsamında elde edilen söylem yoğunluklarının ilgili çalışmalardan farklılaşmasının temel nedeni ele alınan örgütsel yapının informalliğinden kaynaklandığı şeklinde yorumlanmıştır. Diğer bir

deyişle literatürdeki çalışmalar formal örgütsel bağlamları ve bu bağlamlarda doğan örgütsel pratiklerin yayımını odaklarına almaktadır. Buna karşın tez kapsamında araştırılan motosiklet kulüplerinin sergilediği örgütsel formun informal bir yapılanma teşkil etmesi ve araştırma odağının örgütsel pratikler yerine örgütlenme formu olması söylem farklılığını da beraberinde getirdiği varsayılmıştır. Bu kapsamda informal örgütlerin ortaya çıkışının regülatif düzenleyici bir mekanizmalardan uzak oluşu, duygulara dayalı söylemlerin (pathos) alanda yaygınlaşmasına imkan sağladığı varsayılmıştır.

Tez kapsamında ele alınan örgütsel alana ilişkin bir diğer bulgu ise devletin alandaki rolü ile ilişkilidir. Türkiye'nin genel dinamikleri değerlendirildiğinde farklı faaliyet alanlarında devletin hem bir kurum, hem bir mantık hem de kurumsal bir girişimci rolü üstlendiğine dayalı birçok çalışma bulunmaktadır (Yalçınkaya ve Taşcı, 2004; Özkara ve Özcan, 2004; Lenger, 2006; Özen, 2010; Şenyuva, 2012; Koç vd., 2017).

Devletin farklı örgütsel alanlarda etkin konumuna karşın MC kulüplerin kuruluş, işleyiş ve denetim sürecinde devlet rolünün alanda ne bir aktör, ne de bir kurum olarak öne çıkmadığı yapılan görüşmelerde desteklenmiştir. Bu durumun sonucunda alanda devletin düzenleyici rolünün ikamesi kulüplerin bir araya gelerek “Renkler Toplantısı/Meclisi” olarak isimlendirdikleri bir denetim meclisinin oluşmasıyla sağlandığı belirlenmiştir. Benzer durum, tarihte bir kez 1996 yılında Almanya’da bulunan motor kulüpleri arasında yaşanmıştır. Bu kapsamda, Almanya’da bulunan belli kulüpler bir araya gelerek 8’li konseyini kurmuş ve konsey kısa bir süre var olmasına karşın alanda bir denetim mekanizması olarak görev alarak kulüplerin açılma, kapanma ve faaliyet alanları gibi kararlarını denetlemiştir (Geurtjens vd., 2018).

Geurtjens vd. (2018), Almanya’da yaşanan bu süreci motor kulüplerinin tarihsel gelişiminde 1980-2000 periyodunu kapsayan laissez-faire dönemi olarak isimlendirirken, sürecin temel dinamiği ise ulusal kulüplerin uluslararasılaşma dönemi olarak tanımlamıştır.

Ülkemizdeki gelişmelere dönecek olursak, Türkiye bağlamında laissez-faire döneminin motor kulüplerinin paylaştığı örgütsel alanda da yaşanmaya başladığını söyleyebiliriz. Kelime anlamı olarak hükümet kısıtlamalarından arındırılmış bir piyasa sürecine işaret eden laissez-faire’in ilgili bağlam dâhilinde örgütsel alanda

şekillenmesi ise tam bir serbestlik kapsamında değil birbirine bağılığa dayalı, devlet dışı bir denetim mekanizması üzerine kurulmuştur (renkler toplantısı/meclisi). Bu kapsamda renkler toplantısı örgütsel alanın sınırlarını yani kimlerin kulüpleşebileceğini belirlerken, aynı zamanda kulüpler arası ilişkilerde alana zarar veren problemlerin çözüm meclisi olarak da değerlendirilmektedir.

Renkler Toplantısı ya da Türkiye'nin Renkleri olarak isimlendirilen denetim sürecinde dikkat çeken bir diğer bulgu ise oluşturulan konseydeki güç ve otorite paylaşımının örgütsel alana yansmasıdır. Türkiye bağlamında renkler toplantısını başlatan ilk kulüp Hells Angels MC'dir. Kulüp dünyada geniş bir faaliyet alanına sahip olup, Türkiye sınırlarında faaliyete başlaması 2006 yılı ve sonrasını kapsamaktadır. Alanda Hells Angels'dan daha köklü ve ülke çapında daha kalabalık ulusal kulüpler olmasına karşın, sayı çokluğundan ziyade Hells Angels'ın uluslararası gücünün alana etkin bir aktör olarak giriş yapmasını sağladığı ve sahip olduğu otorite ve güce dayalı kardeşlik ve aile mantığının alanda meşrulaşmasına imkân sağladığı gözlemlenmiştir. Bu bulgu güç ve kurumsal mantıklar arasındaki ilişkiye vurgu yapan Thornton ve Ocasio (1999) çalışmasını destekler niteliktedir.

Sonuç olarak bu çalışmanın bulguları Türkiye'de bulunan MC kulüplerin oluşturduğu örgütsel alanda çoklu kurumsal mantıkların etkin olduğunu, var olan çoklu mantıkların melez mantıkların doğuşuna imkan sağladığını ve kulüpler tarafından takip edilen duygusal ikna stratejilerinin var olan mantıkların alanda etkisini genişletmesine imkân sağladığını ortaya koymaktadır.

Her bilimsel çalışmada olduğu gibi bu araştırmanında beraberinde getirdiği bir takım kısıtlar söz konusudur. Bu kapsamda araştırmanın tüm bulguları MC kulüpleri kapsayan bağlama özgüdür. Bu doğrultuda gelecek çalışmalarda farklı yapı ve kuruluş esaslarına dayalı motosiklet kulüplerinin (enduro kulüpleri, racing kulüpleri vb.) incelenmesi alan bağlamında daha geniş bilgilerin elde edilmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir. Araştırma konusuna bir diğer kısıt ise çalışmada sadece kurumsal mantıklar üzerinden bir çözümleme yapılmasından kaynaklanmaktadır. Bu noktada devletin etkin bir rol üstlenmediği bir örgütsel alanda kurumsal girişimcilik, kurumsal iş gibi temel konuların incelenmesinin daha fazla özgün birikimlerin ortaya çıkmasında yardımcı olacağı öngörülmektedir.

Bununla birlikte MC kulüpler kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde öne çıkan ve kulüplerin öne sürdüğü cinsiyetçi tutum gelecek araştırmalarda ilgili bağlamın farklı perspektifler ile ele alınmasına ve özgün bilgi birikiminin sağlanmasına işaret eden bir potansiyele sahip olduğu gözlemlenmiştir. Spesifik olarak, gerçekleştirilen görüşmelerde kadın MC kulüplerinin örgütsel alan bağlamında hakim mantıklara ve pratiklere karşı olarak kurulmalarına karşın, faaliyet süreçlerinde aynı kurumsal mantıkların devam ettirildiği gözlemlenmiştir. Bu noktada alanda etkisi ortadan kaldırılmaya çalışılan kurumsal mantıkların nasıl yeniden güç kazandıklarının kadın motosiklet kulüpleri üzerinden ele alınması kurumsal mantık perspektifine yeni katkılar sağlayabilecek bir araştırma sorusuna işaret etmektedir.

Son olarak araştırmaya ilişkin bir diğer kısıt ise araştırma kapsamında takip edilen yöntem ve veri toplama sürecine ilişkindir. Bu kapsamda ilgili araştırma örnek olay çalışmasına dayandırılarak şekillenmiştir. Buna karşın motosiklet kulüplerine ilişkin araştırmalara baktığımızda kulüplerin spesifik bir bağlama ve özgün pratiklere sahip olması alana ilişkin derinlemesine bir bakış açısı sunan etnografya çalışmalarını öne çıkarmaktadır. Bu kapsamda gelecek çalışmalarda ilgili bağlamın etnografik bir yönelimle incelenmesi bağlama ilişkin pratiklerin, sembollerin ve söylemlerin daha derinlemesine çözümlenmesine imkan sağlayacağı öngörülmektedir. Tez kapsamında sürdürülen veri toplama süreci kapsamında ise, Covid-19 salgınına bağlı olarak arttırılan tedbirlerden dolayı Karadeniz ve doğu bölgelerindeki kulüplerle görüşmeler gerçekleştirilememiş ve kulüplerin bir araya geldiği festivallerin ertelenmesi nedeniyle dışardan gözleme dayalı kısıtlı bir veri seti elde edilmiştir. Bu doğrultuda gelecek çalışmalarda daha derinlemesine bir çözümlemeye ulaşmak amacıyla farklı bölgelerden kulüplerle görüşülmesinin ve dışardan gözlem tekniği ile örgütler arası etkileşim süreçleri ele alınabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Abrahamson, E. (1997). The emergence and prevalence of employee management rhetorics: The effects of long waves, labor unions, and turnover, 1875 to 1992. *Academy of Management Journal*, 40, 3: 491-533.

Abrahamson, E., & Fairchild, G. (1999). Management fashion: Lifecycles, triggers, and collective learning processes. *Administrative science quarterly*, 44(4), 708-740.

Akaka, M. A., Corsaro, D., Kelleher, C., Maglio, P. P., Seo, Y., Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2014). The role of symbols in value cocreation. *Marketing Theory*, 14(3), 311-326.

Alford, R. R., & Friedland, R. (1985). *Powers of theory: Capitalism, the state, and democracy*. Cambridge University Press.

Almandoz, J. (2012). Arriving at the starting line: The impact of community and financial logics on new banking ventures. *Academy of Management Journal*, 55(6), 1381-1406.

Almandoz, J., Marquis, C., Cheely, M., Li, Q., Qiao, K., Lee, M., ... & Zhang, J. (2016). Drivers of Community Strength: An Institutional Logics Perspective on Geographical and Affiliation Based Communities. *The Sage handbook of organizational institutionalism*. Sage, 190-212.

Andersson, T., & Liff, R. (2018). Co-optation as a response to competing institutional logics: Professionals and managers in healthcare. *Journal of Professions and Organization*, 5(2), 71-87.

Arena, M., Azzone, G., & Mapelli, F. (2018). What drives the evolution of Corporate Social Responsibility strategies? An institutional logics perspective. *Journal of cleaner production*, 171, 345-355.

Aristoteles (2006). *Retorik*, Yapı Kredi yayınları.

Austin, D. M., Gagne, P., & Orend, A. (2010). Commodification and popular imagery of the biker in American culture. *The Journal of Popular Culture*, 43(5), 942-963.

Barger, R., Zimmerman, K., & Zimmerman, K. (2000). Hell's angels. The life and times of Sonny Barger and.

Barker, T. (2005). One percent bikers clubs: A description. *Trends in Organized Crime*, 9(1), 101-112.

Barker, T. (2014a). Criminal organization continuum of outlaw motorcycle clubs. In *Outlaw Motorcycle Gangs as Organized Crime Groups* (pp. 21-23). Springer, Cham.

Barker, T. (2014b). The Nature of Outlaw Motorcycle Clubs. In Outlaw Motorcycle Gangs as Organized Crime Groups (pp. 1-7). Springer, Cham.

Barker, T., & Human, K. M. (2009). Crimes of the big four motorcycle gangs. *Journal of Criminal Justice*, 37(2), 174-179.

Barley, S. R., & Kunda, G. (1992). Design and devotion: Surges of rational and normative ideologies of control in managerial discourse. *Administrative science quarterly*, 363-399.

Barley, S. R., & Kunda, G. (1992). Design and devotion: Surges of rational and normative ideologies of control in managerial discourse. *Administrative science quarterly*, 363-399.

Barker, T., & Human, K. M. (2009). Crimes of the big four motorcycle gangs. *Journal of Criminal Justice*, 37(2), 174-179.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin*, 117(3), 497.

Bhappu, A. D. (2000). The Japanese family: An institutional logic for Japanese corporate networks and Japanese management. *Academy of management Review*, 25(2), 409-415.

Biray, N. (2008). Kazak Türkçesinde Sınırlandırma İşlevli Dil Birlikleri Üzerine: gana, qana, tek,-aq. *Modern Türklük Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 48-83.

Blau, P. M., & Scott, W. R. (1962). The concept of formal organization. *Classics of organization theory*, 206-210.

Brint, S. (2001). Gemeinschaft revisited: A critique and reconstruction of the community concept. *Sociological theory*, 19(1), 1-23.

Bruns, T., & Stalker, G. M. (1961). The management of innovation. Tavistock, London, 120-122.

Charmaz, K. (2006). Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis. Sage.

Cheney, G., Christensen, L. T., Conrad, C., & Lair, D. J. (2004). Corporate rhetoric as organizational discourse. *The Sage handbook of organizational discourse*, 79-103.

Cresswell, J. W. (2003). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve deseni..

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

Çadırcı, A., & Avukat, S. (2010). Retorik-Aristoteles. *Hukuk Gündemi*, 90-97.

Deephouse, D. L. (1996). Does isomorphism legitimate?. *Academy of management journal*, 39(4), 1024-1039.

Deephouse, D. L., Bundy, J., Tost, L. P., & Suchman, M. C. (2017). Organizational legitimacy: Six key questions. *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, 27-54.

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American sociological review*, 147-160.

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American sociological review*, 147-160.

Dirlik, O. (2016). Türk İş Sisteminin Evrimi: Makro Kurumsal Bir İnceleme. *Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Dergisi*, Cilt1, Sayı2, Sayfa5-30.

Djelic, M. L., & Ainamo, A. (2005). The telecom industry as cultural industry? The transposition of fashion logics into the field of mobile telephony. In *Transformation in cultural industries* (pp. 45-80). Emerald Group Publishing Limited.

Dulaney, W. L. (2005). A brief history of ‘outlaw’ motorcycle clubs. *International Journal of Motorcycle Studies*, 1(2), 1-19.

Dunn, M. B., & Jones, C. (2010). Institutional logics and institutional pluralism: The contestation of care and science logics in medical education, 1967–2005. *Administrative science quarterly*, 55(1), 114-149.

Fincham, R., & Forbes, T. (2015). Three's a crowd: The role of inter-logic relationships in highly complex institutional fields. *British Journal of Management*, 26(4), 657-670.

Friedland, R. A., & Alford, R. R. (1991). Bringing society back in: symbols, practices, and institutional contradictions. *The new institutionalism in organizational analysis*, 232-263.

Friedland, R., Alford, R. R., Powell, W. W., & DiMaggio, P. J. (1991). The new institutionalism in organizational analysis. *The new institutionalism in organizational analysis*, 232-263.

Geurtjens, K., Nelen, H., & Vanderhallen, M. (2018). From bikers to gangsters: on the development of and the public response to outlaw biker clubs in Germany, the Netherlands and Belgium. In *Outlaw Motorcycle Clubs and Street Gangs* (pp. 93-121). Palgrave Macmillan, Cham.

Gillett, A. G., & Tennent, K. D. (2018). Shadow hybridity and the institutional logic of professional sport: Perpetuating a sporting business in times of rapid social and economic change. *Journal of Management History*, 24(2), 228-259.

Glazer, J. L., Massell, D., & Malone, M. (2019). Charter schools in turnaround: competing institutional logics in the Tennessee Achievement School District. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 41(1), 5-33.

Glynn, M. A. (2000). When cymbals become symbols: Conflict over organizational identity within a symphony orchestra. *Organization science*, 11(3), 285-298.

Glynn, M. A., & Lounsbury, M. (2005). From the critics' corner: Logic blending, discursive change and authenticity in a cultural production system. *Journal of Management Studies*, 42(5), 1031-1055.

Goodall, J. (2010). Superstition and Human Agency. *Implicit Religion*, 13(3).

Gölbaşı, Ş. (2018). Rhetorical strategies in legitimizing imported managerial practices İthal yönetim uygulamalarının meşrulaştırılmasında retorik stratejiler. *Journal of Human Sciences*, 15(2), 1006-1032.

- Gulati, R., & Puranam, P. (2009). Renewal through reorganization: The value of inconsistencies between formal and informal organization. *Organization science*, 20(2), 422-440.
- Green, S. E. (2004). A rhetorical theory of diffusion. *Academy of Management Review*, 29: 653–669.
- Green Jr, S. E., Babb, M., & Alpaslan, C. M. (2008). Institutional field dynamics and the competition between institutional logics: The role of rhetoric in the evolving control of the modern corporation. *Management Communication Quarterly*, 22(1), 40-73.
- Green, S., Alpaslan, C. M., & Mitroff, I. (2010). Organizational inquiry as a rhetorical process: The role of tropes in organizational theory and methods. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 8(1), 46.
- Greenwood, R., Raynard, M., Kodeih, F., Micelotta, E. R., & Lounsbury, M. (2011). Institutional complexity and organizational responses. *Academy of Management annals*, 5(1), 317-371.
- Greve, H. R., & Man Zhang, C. (2017). Institutional logics and power sources: Merger and acquisition decisions. *Academy of Management Journal*, 60(2), 671-694.
- Grundvall, S. (2018). Inside the Brotherhood: Some Theoretical Aspects of Group Dynamics in Biker Clubs. In *Outlaw Motorcycle Clubs and Street Gangs* (pp. 205-223). Palgrave Macmillan, Cham.
- Goodrick, E., & Reay, T. (2011). Constellations of institutional logics: Changes in the professional work of pharmacists. *Work and Occupations*, 38(3), 372-416.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hampel, C. E., Lawrence, T. B., & Tracy, P. (2017). Institutional work: Taking stock and making it matter.
- Harris, K. J. (2012). Commitment and the 1% motorcycle club: Threats to the brotherhood.

- Harris, K. (2020). Russia's fifth column: The influence of the Night Wolves Motorcycle Club. *Studies in Conflict & Terrorism*, 43(4), 259-273.
- Hartelius, E. J., & Browning, L. D. (2008). The application of rhetorical theory in managerial research: A literature review. *Management Communication Quarterly*, 22(1), 13-39.
- Hartman, A. E., & Coslor, E. (2019). Earning while giving: Rhetorical strategies for navigating multiple institutional logics in reproductive commodification. *Journal of Business Research*.
- Haveman, H. A., & Rao, H. (1997). Structuring a theory of moral sentiments: Institutional and organizational coevolution in the early thrift industry. *American journal of sociology*, 102(6), 1606-1651.
- Haveman, H. A., & Rao, H. (2006). Hybrid forms and the evolution of thrifts. *American Behavioral Scientist*, 49(7), 974-986.
- Hills, S., Voronov, M., & Hinings, C. R. (2013). Putting new wine in old bottles: Utilizing rhetorical history to overcome stigma associated with a previously dominant logic. In *Institutional logics in action, part B* (pp. 99-137). Emerald Group Publishing Limited.
- Hinings, C. R., Logue, D. M., & Zietsma, C. (2017). Fields, institutional infrastructure and governance. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 163-188.
- Hirsch, P. M., & Bermiss, Y. S. (2009). Institutional “dirty” work: Preserving institutions through strategic decoupling. *Institutional work: Actors and agency in institutional studies of organizations*, 262.
- Hoffman, A. J. (2001). *From heresy to dogma: An institutional history of corporate environmentalism*. Stanford University Press.
- Hopper, Columbus B. and Johnny Moore. 1990. “Women in Outlaw Motorcycle Gangs.” *Journal of Contemporary Ethnography* 18(4):363–387.
- Jackall, R. (1988). Moral mazes: The world of corporate managers. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 1(4), 598-614.

- Jepperson, R. L. (2002). Political modernities: Disentangling two underlying dimensions of institutional differentiation. *Sociological Theory*, 20(1), 61-85.
- Jewitt, C., & Oyama, R. (2001). Visual meaning: A social semiotic approach. *Handbook of visual analysis*, 134-156.
- Jones, C., Boxenbaum, E., & Anthony, C. (2013). The immateriality of material practices in institutional logics. In *Institutional logics in action, Part A* (pp. 51-75). Emerald Group Publishing Limited.
- Jones, C., Meyer, R., Jancsary, D., & Höllerer, M. (2017). The material and visual basis of institutions. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 621-640.
- Kemal, G. (2017). 'Devlet' Kelimesi Üzerine Bir Deneme. *Türkiye Günlüğü*, s.129s. 5-9.
- Kraatz, M. S., & Block, E. S. (2008). Organizational implications of institutional pluralism. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 840, 243-275.
- Kroezen, J. J., & Heugens, P. P. (2018). What Is Dead May Never Die: Institutional Regeneration through Logic Reemergence in Dutch Beer Brewing. *Administrative Science Quarterly*, 0001839218817520.
- Koç, U., Özen-Aytemur, J. ve Erdemir, E. (2017). Powerful actor and hesitant institutionalization: The state in the history of Turkish football. *The International Journal of the History of Sport*, 1-17.
- Koetsenruijter, W., & Burger, P. (2018). Men with a hobby: Outlaw Motorcycle clubs, news media and image politics. In *Outlaw Motorcycle Clubs and Street Gangs* (pp. 123-144). Palgrave Macmillan, Cham.
- Kuldova, T. (2018). Outlaw Bikers Between Identity Politics and Civil Rights. In *Outlaw Motorcycle Clubs and Street Gangs* (pp. 175-203). Palgrave Macmillan, Cham.
- Kuldova, T., & Quinn, J. (2018). Outlaw Motorcycle Clubs and Struggles over Legitimation. In *Outlaw Motorcycle Clubs and Street Gangs* (pp. 145-173). Palgrave Macmillan, Cham.

Lauchs, M. (2019). Are outlaw motorcycle gangs organized crime groups? An analysis of the Finks MC. *Deviant Behavior*, 40(3), 287-300.

Lawrence, T. B. ve Suddaby, R. (2006). Institutions and institutional work. S., Clegg, C., Hardy, W., Nord ve T. B., Lawrence (Ed.). *Sage handbook of organization studies*: 215-254. 2nd Ed., London: Sage.

Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2017). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. In *Interpersonal Development* (pp. 57-89). Routledge.

Lenger, A. (2006). Bölgesel yenilik sistemleri ve devletin rolü: türkiye'deki kurumsal yapı ve devlet üniversiteleri. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(2), 141-155.

Lounsbury, M. (2007). A tale of two cities: Competing logics and practice variation in the professionalizing of mutual funds. *Academy of management journal*, 50(2), 289-307.

Marquis, C., Lounsbury, M., & Greenwood, R. (2011). Introduction: Community as an institutional order and a type of organizing. In *Communities and organizations* (pp. ix-xxvii). Emerald Group Publishing Limited.

Marquis, C., Glynn, M. A., & Davis, G. F. (2007). Community isomorphism and corporate social action. *Academy of management review*, 32(3), 925-945.

Marquis, C., & Battilana, J. (2009). Acting globally but thinking locally? The enduring influence of local communities on organizations. *Research in organizational behavior*, 29, 283-302.

Matten, D., & Moon, J. (2008). "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 33(2), 404-424.

Meyer, J. W. (1980). Institutional and Technical Sources of Organizational Structure Explaining the Structure of Educational Organizations.

Meyer, R. E., Jancsary, D., Höllerer, M. A., & Boxenbaum, E. (2018). The role of verbal and visual text in the process of institutionalization. *Academy of Management Review*, 43(3), 392-418.

- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83(2), 340-363.
- McPherson, C. M., & Sauder, M. (2013). Logics in Action: Managing Institutional Complexity in a Drug Court. *Administrative Science Quarterly*, 58(2), 165-196.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Nickerson, J. A., & Zenger, T. R. (2002). Being efficiently fickle: A dynamic theory of organizational choice. *Organization Science*, 13(5), 547-566.
- Nigam, A., & Ocasio, W. (2010). Event attention, environmental sensemaking, and change in institutional logics: An inductive analysis of the effects of public attention to Clinton's health care reform initiative. *Organization Science*, 21(4), 823-841.
- Ocasio, W., Thornton, P. H., & Lounsbury, M. (2017). Advances to the institutional logics perspective. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 509-531.
- Önder, Ç., & Üsdiken, B. (2016). Kurumsal mantıklar, örgüt altyapısı ve örgütsel alanlarda değişim: Türkiye'de işçi sendikalarının tarihsel gelişimi, 1947-1980. *METU Studies in Development*, 43(2), 573.
- Özen, Ş. (2010). Yeni Kurumsal Kuramın Dayandığı Siyasal Sistem Varsayımları ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme, 1. Örgüt Kuramı Çalıştayı Bildiriler Kitabı, 17-33.
- Özen, Ş. (2009). Yönetim uygulamalarının uluslararası transferinde retorik dizilerinin değişmesi. *The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, Volume IV, Fall: 65-74
- Özen, Ş., & Berkman, Ü. (2007). Cross-national reconstruction of managerial practices: TQM in Turkey. *Organization Studies*, 28(6), 825-851.
- Özen, Ş. (2014). Recontextualising the new institutional conception of the state to the Turkish case. In *Core-periphery relations and organisation studies* (pp. 79-99). Palgrave Macmillan, London.
- Özen-Aytemur, J.(2010). Türkiye’de yönetim düşüncesinin erken dönemleri. İstanbul: Libra Yayınevi

- Özseven, M., Danisman, A., & Bingöl, A. S. (2014). Dönüşüm mü, gelişim mi? Kamu hastanelerinin yönetiminde yeni bir kurumsal mantığa doğru. *METU Studies in Development*, 41(2), 119.
- Özkara, B., & Özcan, K. (2004). Bir kurumsal alanın doğuşu ve evrimi: Türkiye’de muhasebenin meslekleşme süreci. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 197-230.
- Pache, A. C., & Santos, F. (2013). Inside the hybrid organization: Selective coupling as a response to competing institutional logics. *Academy of management journal*, 56(4), 972-1001.
- Parsons, T. (1956). Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations-- Quinn, J. F. (2001). Angels, bandidos, outlaws, and pagans: The evolution of organized crime among the big four 1% motorcycle clubs. *Deviant Behavior*, 22(4), 379-399.
- Pennings, J. M. (1975). The relevance of the structural-contingency model for organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 393-410.
- Perälä, J. (2016, October). “For Some Other Reasons?”—Ethnographic study of an interna-tional outlaw motorcycle club. In NSfK’s 58. Research Seminar (p. 542).
- Piano, E. E. (2017). Free riders: the economics and organization of outlaw motorcycle gangs. *Public Choice*, 171(3-4), 283-301..
- Quinn, J. F., & Forsyth, C. J. (2009). Leathers and rolexs: The symbolism and values of the motorcycle club. *Deviant Behavior*, 30(3), 235-265.I. *Administrative science quarterly*, 1(1).
- Quinn, J., & Koch, S. D. (2003). The nature of criminality within one-percent motorcycle clubs. *Deviant Behavior*, 24(3), 281-305.
- Quinn, J. F. (1987). Sex roles and hedonism among members of “outlaw” motorcycle clubs. *Deviant Behavior*, 8(1), 47-63.
- Quinn, James F. (2001). “Angels, Bandidos, Outlaws, and Pagans: The Evolution of Organized Crime Among the Big Four 1% Motorcycle Clubs.” *Deviant Behavior* 22(July–August):379–399.

- Quinn, J. F., & Forsyth, C. J. (2011). The tools, tactics, and mentality of outlaw biker wars. *American Journal of Criminal Justice*, 36(3), 216-230.
- Rao, H., Monin, P., & Durand, R. (2003). Institutional change in Toque Ville: Nouvelle cuisine as an identity movement in French gastronomy. *American Journal of Sociology*, 108(4), 795-843.
- Reay, T., & Hinings, C. R. (2005). The recomposition of an organizational field: Health care in Alberta. *Organization studies*, 26(3), 351-384.
- Reay, T., & Hinings, C. R. (2009). Managing the rivalry of competing institutional logics. *Organization studies*, 30(6), 629-652.
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2014). *Sosyoloji Kuramları*, Çev. Himmet Hülür, Ankara, De Ki Basım Yayım.
- Rostami, A., & Mondani, H. (2019). Organizing on two wheels: uncovering the organizational patterns of Hells Angels MC in Sweden. *Trends in Organized Crime*, 22(1), 34-50.
- Sandberg, J., & Alvesson, M. (2021). Meanings of theory: Clarifying theory through typification. *Journal of Management Studies*, 58(2), 487-516.
- Sanderson, K., Bell, P., & Merrington, S. (2014). A case study analysis of the Montreal (Canada) chapter of the hells angels outlaw motorcycle club (HAMC)(1995-2010): Applying the crime business analysis matrix (CBAM). *Mustang Journal of Law & Legal Studies*, 7, 18-38.
- Salt, A. (2006). *Semboller Ansiklopedisi*. İstanbul: Ruh ve Madde Yayınları.
- Sargut, S., & Özen, Ş. (2007). *Örgüt Kuramları*, İmge Kitabevi.
- Scaraboto, D., & Fischer, E. (2012). Frustrated fatshionistas: An institutional theory perspective on consumer quests for greater choice in mainstream markets. *Journal of Consumer Research*, 39(6), 1234-1257.
- Scott, W. R. (2008). *Institutions and organizations*, Thousand Oaks (CA): Sage Publications.
- Scott, W. R., & Davis, G. F. (2015). *Organizations and organizing: Rational, natural and open systems perspectives*. Routledge.

- Scott, W.R. (1991). Unpacking institutional arguments. In *The new institutionalism in organizational analysis*, Edited by: Powell, W.W. and DiMaggio, P.J. 164–182. Chicago: University of Chicago Press.
- Scott, R.W. (2014). *Institutions and Organizations. Ideas, Interests, and Identities (Vol.4)*. New York: Sage.
- Schouten, J. W., & McAlexander, J. H. (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. *Journal of consumer research*, 22(1), 43-61.
- Selznick, P. (1948). Foundations of the theory of organization. *American sociological review*, 13(1), 25-35.
- Selznick, P. (1949). *TVA and the grass roots: A study in the sociology of formal organization (Vol. 3)*. Univ of California Press.
- Seo, M. G., & Creed, W. D. (2002). Institutional contradictions, praxis, and institutional change: A dialectical perspective. *Academy of management review*, 27(2), 222-247.
- Shabanowitz, R. B. (2013). Hog Heaven: Funeral and Mourning Rituals of an Independent Motorcycle Club. *International journal of motorcycle studies*, 9(1), 6-6.
- Shields, D. (2012). The Infamous ‘One Percenters’: A Review of the Criminality, Subculture, and Structure of Modern Biker Gangs. *Justice Policy Journal*, 9(1), 1-33.
- Simmel, G. (2017). *Gizliliğin ve gizli toplumların sosyolojisi*. Pinhan Yayıncılık.
- Smets, M., Aristidou, A., & Whittington, R. (2017). Towards a practice-driven institutionalism. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 384-411.
- Sine, W. D., Mitsuhashi, H., & Kirsch, D. A. (2006). Revisiting Burns and Stalker: Formal structure and new venture performance in emerging economic sectors. *Academy of management journal*, 49(1), 121-132.
- Skelcher, C., & Smith, S. R. (2015). Theorizing hybridity: Institutional logics, complex organizations, and actor identities: The case of nonprofits. *Public administration*, 93(2), 433-448.

- Smets, M., Jarzabkowski, P., Burke, G. T., & Spee, P. (2015). Reinsurance trading in Lloyd's of London: Balancing conflicting-yet-complementary logics in practice. *Academy of management journal*, 58(3), 932-970.
- Stjärnqvist, A. (2015). The mysterious MC-clubs: A content analysis of the structure, symbols, brotherhood, and criminal involvement among legal and illegal mc-clubs.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610.
- Suddaby, R., & Greenwood, R. (2005). Rhetorical strategies of legitimacy. *Administrative science quarterly*, 50(1), 35-67
- Şenyuva, Z. (2012). Türkiye’de dershanelerin yayılma ve meşrulaşma süreci. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşir, N. (2013). Türkistan ve Osmanlıda tarihî Türk evi hakkında bazı tespitler.
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Information (International Social Science Council)*, 13(2), 65-93.
- Tan, J., & Wang, L. (2011). MNC strategic responses to ethical pressure: An institutional logic perspective. *Journal of Business Ethics*, 98(3), 373-390.
- Thornton, P. H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual review of sociology*, 25(1), 19-46.
- Thornton, P. H., & Ocasio, W. (1999). Institutional logics and the historical contingency of power in organizations: Executive succession in the higher education publishing industry, 1958–1990. *American journal of Sociology*, 105(3), 801-843.
- Thornton, P. H. (2004). *Markets from culture: Institutional logics and organizational decisions in higher education publishing*. Stanford University Press.
- Thornton, P. H. (2002). The rise of the corporation in a craft industry: Conflict and conformity in institutional logics. *Academy of management journal*, 45(1), 81-101.
- Thornton, P. H., & Ocasio, W. (2008). Institutional logics. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 840, 99-128.

- Thornton, P. H., Ocasio, W., & Lounsbury, M. (2012). The institutional logics perspective: A new approach to culture, structure, and process. Oxford University Press on Demand.
- Thompson, Hunter S. (1967). *Hell's Angels: A Strange and Terrible Saga*. New York: Random House.
- Thompson, W. E. (2008). Pseudo-deviance and the "new biker" subculture: Hogs, blogs, leathers, and lattes. *Deviant Behavior*, 30(1), 89-114.
- Thompson, W. E. (2012). Don't Call Me "Biker Chick": Women Motorcyclists Redefining Deviant Identity. *Deviant Behavior*, 33(1), 58-71.
- Ünal, A. F. (2017). Türkiye Yükseköğretim Alanında Rakip Kurumsal Mantıklar: Akademik Performans Kriterlerinde Çeşitlilik ve Yayın Üretkenliği Üzerine Etkisi. *Amme İdaresi Dergisi*, 50(4).
- Veit, R. F., Baugher, S. B., & Scharfenberger, G. P. (2009). Historical archaeology of religious sites and cemeteries. *Historical Archaeology*, 43(1), 1-11.
- Weber, M. (1985). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, (çev. Z. Aruoba). İstanbul: Hil Yayınları.
- Wimalasinghe, R., & Gooneratne, T. N. (2019). Control practices in a traditional industry in Sri Lanka: an institutional logics perspective. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 16(1), 93-116.
- Wolf, D. R. (1991). *The rebels: A brotherhood of outlaw bikers*. University of Toronto Press.
- Wooten, M., & Hoffman, A. J. (2008). Organizational fields: Past, present and future. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 1, 131-147.
- Yalçinkaya, A. & Taşcı, D. Devletin Kurumsal Girişimciliği: Türk Havayolu Taşımacılığı Alanında Slot Tahsisine İlişkin Ardışık ve Çelişik Kurumsal İşler (1992-2010). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 173-196.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage publications.

Yıldız, Ü. (2019). Örgütsel alanlarda kurumsal mantıklar arası rekabetin bir vasıtası olarak retorik: Kurumsal sosyal sorumluluk vakası.

Zbaracki, M. J. (1998). The rhetoric and reality of Total Quality Management". Administrative Science Quarterly 43: 602-636.

Zabyelina, Y. (2019). Russia's Night Wolves Motorcycle Club: from 1% ers to political activists. Trends in Organized Crime, 22(1), 51-65.

Zucker, L. G. (1977). The role of institutionalization in cultural persistence. American sociological review, 726-743.

<http://hells-angels.com/> (erişim tarihi: 17.05.2020).

<https://www.fbi.gov/contact-us/field-offices/pittsburgh/news/press-releases/two-lords-amongst-warriors-motorcycle-club-members-plead-guilty-in-federal-court> (erişim tarihi: 17.05.2020).

<https://www.justice.gov/usao-wdtx/pr/authorities-arrest-bandidos-outlaw-motorcycle-organization-leadership> (erişim tarihi: 17.05.2020).

<https://www.justice.gov/usao-edwa/pr/member-mongols-outlaw-motorcycle-gang-sentenced-30-months-federal-prison-unlawful> (erişim tarihi: 17.05.2020).

<https://www.justice.gov/usao-wdny/pr/former-kingsmen-motorcycle-club-member-sentenced-rico-conspiracy> (erişim tarihi: 17.05.2020).

<https://tr.sputniknews.com/yasam/201807051034158487-cehennem-meleklerinden-gozalti-aciklamasi/> (erişim tarihi: 18.05.2020).

<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/cehennem-meleklerinden-savunma-suc-orgutu-degil-sosyal-kulubuz-40887418> (erişim tarihi: 18.05.2020).

EKLER

Ek-1: Mülakat Formu

Yarı Yapılandırılmış Temel Görüşme Formu

- 1- Kısaca kendinizden bahseder misiniz?
- 2- Yöneticisi olduğunun motosiklet kulübü hakkında bilgi verebilir misiniz?
- 3- Kulübünüzün kuruluş sürecinden bahseder misiniz?
- 4- Kulübünüzün amacı ve benimsediği değerleri nelerdir?
- 5- Kulübünüzün yönetim yapısı ve yönetim süreçleri hakkında bilgi verebilir misiniz?
- 6- Kulübünüzü oluşturan üye profilleri ve görev dağılım süreçleri hakkında bilgi verebilir misiniz?
- 7- Kulübün yazılı ve yazılı olmayan kurallarını ve bu kuralların işlevlerini örneklendirebilir misiniz?
- 8- Kulübünüzün yurt içi ve dışındaki kulüplerle etkileşim süreçleri hakkında bilgi verebilir misiniz?
- 9- Bugün bir motorcu kulübünüzün kapısını çalsa ve aranızda katılmak istediğini belirtse, nasıl bir süreç kendisini bekler?
- 10- Türkiye’de gün geçtikçe sayısı artan motosiklet kulüplerini ve bu kulüplere dayalı gelişen motor kültürünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ek-2: Etik Kurul İzni

T.C.
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
ESKİŞEHİR

Toplantı Tarihi : 28.10.2020

Toplantı No : 2020-20

GÜNDEM :

10. Başvuru Sahibi : Doç.Dr. Umut KOÇ. **Konu:** “İki Teker Üzerindeki Örgütler : Türkiye’de Bulunan Motosiklet Kulüplerinin Kurumsal Mantık Perspektifiyle Değerlendirilmesi ” konulu araştırmasının görüşülmesi.

KARAR :

10. Doç.Dr. Umut KOÇ’un “İki Teker Üzerindeki Örgütler : Türkiye’de Bulunan Motosiklet Kulüplerinin Kurumsal Mantık Perspektifiyle Değerlendirilmesi ” konulu araştırmasının, veri toplama araçlarını uygulamak için gerekli yerlerden yasal izinleri almak şartıyla sosyal ve beşeri bilimler bilimsel araştırma ve yayın etiğine uygunluğuna, oy birliğiyle karar verildi.

(İmza)
Prof. Dr. Yaşar SARI
Başkan

(Katılmak)
Prof. Dr. Füsun YENİLMEZ
Başkan Yardımcısı

(İmza)
Prof. Dr. Ferit USLU
Üye

(İmza)
Prof. Dr. Medine SİVRİ
Üye

(İmza)
Prof. Dr. Meryem KAÇAN ERDOĞAN
Üye

(İmza)
Prof.Dr. Zafer BALBAĞ
Üye

(İmza)
Prof.Dr. Tunç KÖSE
Üye

ASLI GİBİDİR
Prof. Dr. Yaşar SARI
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma
ve Yayın Etiği Kurulu Başkanı

