

ÖRGÜTSEL YAŞAMDA DEDİKODUNUN ALGILANIŞI VE ARAÇSALLIĞI

Doğan Nadi LEBLEBİCİ*

Hasan Hüseyin YILDIZ**

Alpay KARASOY***

Özet

Sosyal hayatta genellikle olumsuz bir anlam yüklenen dedikodu örgütsel yaşamda varlığı inkar edilemez bir gerçektir. Dedikodu, “konusu çekiştirme ya da kınama olan konuşma” şeklinde tanımlanmaktadır. Oysa örgütsel yaşamda, dedikodu, informal iletişim biçimi de dahil olmak üzere farklı biçimlerde algılanabilmektedir. Bu çalışmada bir yüksek öğretim kurumunda dedikodunun bireylerin kavrama ilişkin genel algısı ve örgütsel yaşamdaki araçsallığına ilişkin algıları sorgulanmıştır. Toplam 19 sorudan oluşan bir anket formu geliştirilmiş ve toplam üç fakültede akademik personele uygulanmıştır. Türk yönetim yazınında fazlaca çalışılmamış olan bu konunun irdelenmesinin, örgütsel yaşamda dedikodunun araçsallığını ortaya koyacağı ve bu anlamda literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Örgüt, Dedikodu, İnfomal İletişim, Dedikodunun Araçsallığı

Abstract

Gossip as a concept of socially undeniable reality which is overloaded with negative sense the social life. Gossip is defined as a conversation of what the subject is detraction or blaming. Yet, gossip in organizational life could be perceived in different forms including informal communication type. In this study, the perception of personnel in a higher education institution about gossip and its instrumentality were questioned. Questionnaire consisting of 19 questions were developed and applied in three faculties. The study was considered to

* Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi

** Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Araştırma Görevlisi

*** Dr. Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Araştırma Görevlisi

produce results about instrumentality of gossip in organizations and to contribute Turkish management literature which is poor regarding the subject of this study.

Key Words: Organization, Gossip, Informal Communication, Instrumentality of Gossip

Giriş

“Dedikodu” kavramı belki de yaygın kullanımına rağmen en çok olumsuz anlam yüklenen kavramlardan birisi olagelmıştır. İnsanlığın sosyal tarihinde önemli yeri olan tüm dini inanışlara ilişkin kutsal kitaplarda da olumsuz biçimde yer almış, bu eylemi yapanlar kınanmış ve lanetlenmiştir. Dedikodu, Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde “konusu çekiştirme ya da kınama olan konuşma” şeklinde tanımlanmıştır. Türkçe olarak “dedikodu” kelimesinin etimolojik kökenine ulaşamamıştır. İngilizce karşılığı “gossip” olan kavramın etimolojik kökeni çok ilginçtir. Vaftiz edilen ile vaftiz babası arasındaki ruhsal yakınlığı ifade etmektedir. Ancak bugün İngilizce kullanımda da söz konusu anlamından eser kalmamış, olumsuz biçimde kullanılır hale gelmiştir. Dedikodu yapma eylemi de toplumlarda makbul sayılmamaktadır. İnsanlar arasında bir kimseye “dedikoducu” demek olumsuz bir ifade olmakla birlikte bu kimsenin sosyal hayattan dışlanmasını vurgulayan bir ifade de sayılmamaktadır. Hatta söz konusu sıfat genellikle bir kimsenin yüzüne karşı da doğrudan söylenmeyip aynı eylem biçimiyle, o kimsenin bulunmadığı ortamlarda söylenmektedir. Dedikodu eylemi çoğu kez sadece hakkında dedikodu yapılanların değil, dedikodu eylemini gerçekleştirenlerin de hayatlarında önemli değişikliklere neden olabilmektedir. Sosyal hayatta genellikle olumsuz bir anlam yüklenen dedikodu, örgütsel yaşam da dâhil tüm sosyal ortamlarda yaygın varlığı inkâr edilemez bir gerçektir.

Dedikodu örgütlerdeki en yaygın faaliyetlerden birisi olmasına rağmen, yaygınlığına paralel ölçüde yönetim araştırmacıların ilgisini çekmemiştir (Noon ve Delbridge, 1993). Türk yönetim yazınında örgüt ve yönetim bağlamında dedikodu ile ilgili bir çalışmaya ise rastlanamamıştır. Yüksek lisans ve doktora tezleri arasında ise doğrudan dedikodu ile ilgili olmayan ancak dedikoduyu informal iletişim biçimi olarak kapsamına dâhil etmiş, birisi halkla ilişkiler alanında doktora tezi, diğeri iletişim alanında yüksek lisans tezi olmak üzere doğrudan örgüt ve yönetim bağlamında değerlendirilemeyecek iki tez çalışması bulunmuştur.

Örgütsel yaşamda dedikodu genellikle informal iletişim bağlamında değerlendirilmektedir. Dedikodunun informal bir iletişim biçimi olduğu doğrudur. Ancak dedikodu, onu diğer informal iletişim biçimlerinden ayıran ve ayrıca değerlendirilmesi gereken bir olgu yapan özelliklere sahiptir. Kaldı ki, informal iletişimin kapsamına dâhil edilmesi bile onu kendisine atfedilen kötü ününden kurtaramamaktadır. Antropolojide dedikodu, incelenmesi gereken en önemli sosyal ve kültürel olgulardan birisi kabul edilmektedir (Gluckman, 1963). Dedikodu, genellikle ortamda bulunmayan birilerinin olumsuzlukları hakkında konuşma olarak algılanmaktadır. Ancak dedikodunun her zaman kişileri yeren konuşmalardan oluşması gerekmez. Dedikodu bazen de kişilerin olumlu özelliklerini öven konuşmaları da içerebilir (Fine ve Rosnow, 1978). Bununla beraber suçlamaya yönelik dedikodunun daha yaygın olduğu rapor edilmiştir (Elias ve Scotson, 1965: 93). Dedikodu bazen “söylenti” kavramı ile eş anlamlı kullanılmaktadır. Ancak Fine (1985) söylentinin kanıttan yoksun bir söylem biçimi olduğunu, dedikodunun ise gerçekliğine aldırmaksızın diğer kişilerin yaptıklarının ahlaki olup olmadığının sorgulanması olduğunu ifade ederek ikisi arasında bir ayrım yapmaktadır. Dedikodunun konusu, işlevleri ve yayıldığı kanallar geniş bir çeşitlilik içerir. Bu çalışma dedikoduyu örgütsel yaşam bağlamında, söz konusu çeşitliliği de göz önüne alarak incelemeyi amaçlamıştır.

1. Örgütsel Yaşamda Dedikodunun İşlevleri

Yönetim yazınında dedikoduyu inceleyen çalışmalar sıklıkla onun sosyal ve bireysel yararları üzerinde durmaktadır. Antropologlar dedikodunun grup çıkarılarının korunmasına yardımcı olan bir araç olduğunu söylerlerken (Gluckman, 1963; Haviland, 1977) psikologlar ise onun bireysel çıkarlar adına kullanıldığından dem vururlar (McAndrew ve Milenkovic 2002; Nicholson 2001). Yönetim alanındaki araştırmacılar ise dedikodunun bu iki çıkar seviyesi arasında bir denge arayışındadır (Kniffin ve Wilson 2005) ve dedikodunun örgüt performansı üzerindeki rolünü sorgularlar (Glover, 2001; Prietula, 2001).

Birey odaklı olarak bakıldığında dedikodu bir bireyin kendi yargısını bir gruba yayma çabası olarak tanımlamaktadır (Herskovits, 1937). Birey dedikoduyu riski görece az bir araç olarak kullanıp bundan kişisel yarar sağlamaya ve rakiplerine karşı avantaj elde etmeye çalışır (Paine, 1967). Colson

da (1953) dedikodunun bireylerin rekabetçi olma hususundaki duruşunu yansıttığını ileri sürmüştür.

Bireysel açıdan dedikodunun araçsal konumuyla ilgili üç unsur öne çıkmaktadır. Bunlar bilgi, etki ve reklâmdır (Rosnow, 1977). Dedikodunun öncelikle bir bilgi toplama aracı olduğu ifade edilmektedir (Suls, 1977). Dedikodu bazen bir başka dedikodunun (veya kesin olmayan bilginin) doğrulanmasının da bir aracı olabilmektedir. Buna göre dedikoducu duyduğu bir dedikoduyu doğrulamak için dedikoducu olmaktadır (Festinger, 1950). İkinci olarak dedikodu kişisel kazancı artırmak için bir araç olma durumundadır (Herskovits, 1937; Paine, 1967). Üçüncü olarak dedikodu bir eğlence aracıdır. Bir bilgiyi doğrulamak veya kişisel kazancı artırmaktan çok karşılıklı tatmin ve eğlence amacıyla yapılmaktadır (Rosnow, 1977).

Grup odaklı olarak bakıldığında ise dedikodu bir grubun değerlerini korumak ve ölümsüzleştirmek için yürüttükleri bir süreç olarak görülmektedir (Gluckman, 1963, 1968). Dedikodunun grup açısından araçsallığı değerlendirildiğinde, dedikodunun grubun moralini ve değerlerini güçlendirdiği, grup içi ayrışmayı kontrol ettiği ve düzenlediği ifade edilmektedir (Gluckman 1963: 308). Ayrıca dedikodunun gruptaki bütünleşmeyi kuvvetlendirdiği iddia edilmektedir (Elias ve Scotson, 1965: 100).

Dedikodunun grup açısından araçsallığı grup içerisinde dedikodu yoluyla yayılan hikâyelerle güçlendirilir. Bu süreçte katılmayanlar gruptan dışlanır. Loudon (1961: 347) komşuları, arkadaşları, akrabaları hakkındaki dedikoduya katılmayan kişilerin sonunda kendilerini buldukları ortamdan soyutlanmış bulacaklarını ifade etmiştir. Dedikodunun gruptaki bu işlevleri kendine özgü bir dil (jargon) ile yerine getirilir (Collinson, 1988). Gruptan olmayan bir kişi bu tür bir dedikodu ortamında konuşulanları anlamsız bulabilir.

Dedikodunun aynı anda hem grup çıkarlarına hem de birey çıkarlarına hizmet ediyor olması veya hem grup hem de birey çıkarlarına zarar veriyor olması da mümkündür. Örneğin, bir grup hakkındaki skandal grubu tüm üyeleri ile mahvedebilir. Bir grup liderinin kendi pozisyonunu tehdit altında hissetmesi halinde yeni gelen hakkında nasıl dedikodu yaptığı düşünülürse bunun hem grup hem de birey çıkarlarına hizmet ettiği düşünülebilir (Festinger ve ark., 1948). Bireylerin kişisel çıkarlarını grup çıkarlarıyla özdeş görmeleri halinde de dedikodu hem grup hem de birey çıkarlarına hizmet eden bir araç haline dönüşebilir. (Elias ve Scotson, 1965).

Dedikodunun grup veya birey açısından araçsal rolü onun bilinçli olarak tasarlanan bir süreç olması ihtimalini akla getirmektedir. Çünkü dediko-

dunun grup veya birey açısından risk yaratmaması, çıkarlara hizmet etmesi önemlidir. Dedikoduyu yapan kişi muhtemelen önceden şu soruların cevaplarını arar: Neden bir bilgiyi aktarmalıyım? Kime söylemeliyim? Nasıl söylemeliyim? Bu bilginin benim açımdan önemi ne? Bilgiyi aktaracağım kişide nasıl etkiler yapar? Bilgiyi alan nasıl reaksiyon gösterir? Bu dedikodu bir gruba ne yapar? Bu soruların yanıtları dedikoduyu yapanın ortamı ve ortamdaki değerleri algılama biçimiyle ilintilidir. Ancak bilinçli bir süreç söz konusudur. Bu süreçte dedikoducu aktaracağı bilginin doğru olma derecesini de tartar. Festinger ve ark. (1948) dedikoducunun genellikle söylediği şeyin doğruluğuna inandığı sonucuna ulaşmışlardır.

Dedikoduyu bir süreç olarak algıladığımızda dedikoducunun bu süreçte risk-yarar analizi yaptığı, dedikodu fırsatını kolladığı, ancak bu fırsatın yanında bilgiyi ileteceği kişi ile yakınlığı, bilginin iletilen kişi ile ilgisi, bilgiyi alan üzerindeki etkisi (Festinger, 1950) gibi ilave faktörleri de değerlendirdiği söylenebilir.

Dedikodu konusu gruba ilişkin bir olayla bağlantılıysa durum daha da karmaşık hale gelmektedir. Handelman (1973) gruplardaki dedikoduyu üç senaryo çerçevesinde değerlendirmiştir. İlki hakkında dedikodu yapılan insanın ortamda bulunmamasının süreci kolaylaştırdığı ve daha az sorunlu hale getirdiğidir. İkincisi eğer o kişi ortamda bulunuyor ancak konuşmanın yapıldığı yerde bulunmuyorsa sürecin daha karmaşık hale getirmektedir. Üçüncüsü hakkında dedikodu yapılan kişinin de dedikoduya katıldığı durumdur. Bu durum genellikle suçlamaya yönelik dedikodu durumlarında ortaya çıkmaktadır. Övmeye yönelik dedikodular da söz konusu olabilir ancak Elias and Scotson (1965: 93) suçlamaya yönelik olanın daha yaygın olduğunu ifade etmektedir.

2. Örgütlerde Dedikodunun Algılanması

Bütün bu yukarıda bahsedilenler dedikodunun gerçekleştiği sosyal ortamın bilginin aktarılmasında önemli rol oynadığını göstermektedir. Böylece dedikodu bireysel kararlar ve grup dinamiklerini içeren karmaşık bir süreç haline gelmektedir. Bilginin maksatlı veya maksatsız bozulması söz konusu olduğundan grup birliği açısından ve bireylerin sosyal durumları açısından etkiler yaratmakta ve bu da dedikoduya önemli örgütsel anlamlar kazandırmaktadır.

Örgütlerde dedikodu konusunda işletme sosyolojisi açısından sistematik çalışmalar yetersizdir (Moore, 1962; Kanter, 1977). Yönetim yazınındaki çalışmalar da oldukça basite indirgenmiştir (Danziger 1988; Zaremba 1988) ve genellikle dedikodunun negatif yönleri üzerine odaklanılmaktadır. Yönetim yazınında sıklıkla dedikodunun kötü olduğu, çalışanların performansını olumsuz yönde etkilediği ve yöneticilerin bunun kökünü kazınması gerektiği ifade edilmektedir (Noon ve Delbridge, 1993). Dedikodunun örgütler açısından yıkıcı etkileri göz ardı edilmemelidir. Ancak araçsal yönleri dikkate alındığında ve örgütsel yaşamın doğal bir süreci olarak görüldüğünde dedikodunun örgüt performansına olumlu etkileri olabileceği de kabul edilebilir (Davis 1973; Hirschhorn 1983).

Dedikodu karar alma süreçlerinde göz ardı edilemeyecek bilgi kaynağı olabilir (March ve Sevon 1988). Örgütsel kuralların, değerlerin ve ahlaki normların iletimini sağlayabilir; örgütsel gelenek ve tarihin yayılmasını kolaylaştırabilir; grubun ayrıcalığını koruyabilir. Dedikodu kişilerin bilmedikleri konusunda bilgi sunarak bireylerin güvensizlik ve endişe duygularını azaltabilir.

Dedikodu bir sosyal değişim ajanı olabilir. Makro düzeyde dedikodu örgütte eşgüdümün sağlanmasına yardımcı olabilir çünkü örgütteki bireyler arasındaki kişisel bağların korunmasına yardımcı olur. Riskin paylaşılmasından dolayı bireylerin birbirlerine olan bağlılıklarının korunmasına yardımcı olur. İnsanlardaki (duygusal) gerilimi azaltarak bilgi akışına yardımcı olur (March ve Sevon 1988).

Dedikodu bireylere önemli bilgi kaynağı olmaktan kaynaklanan bir güç de kazandırabilir. Örneğin sekreterlerin bu açıdan sahip oldukları güç bu açıdan değerlendirilmiştir (Kanter, 1977).

Dedikoduyu insanları biçimsel yapı ve hiyerarşi ile mücadeleden alıkoyan bir sosyal mobilizasyon aracı olarak görmek de mümkündür. Moore (1962) dedikodunun biçimsel yapı dışında bireylerin etkileme gücüne sahip olacakları bir gölge örgüt yarattığını belirtmektedir. Bu nedenle dedikodu örgütü direk saldırı ve karşı koymalardan koruyarak onun devamına hizmet eder. Ayrıca bireysel açıdan dedikodu bir eğlence aracıdır. Kişileri ara sıra sıkıcı işlerinden uzaklaştırır ve onları rahatlatır.

Noon ve Delbridge (1993) dedikodunun bütün bu yönlerinden bahsederek dedikodu ile ilgili yapılacak araştırmalar açısından bazı açılımlar sunmaktadır. Bu açılımları çalışmanın sorunsalından bağımsız olarak şu sorular

bağlamında özetlemek mümkündür: Bazı örgütler diğerlerine göre dedikoduya daha mı müsaittir? İş süreçleri veya meslek grupları ile dedikodu arasında bağlantı var mıdır? Bireyler dedikodu stratejilerini bilinçli olarak mı geliştirmektedir? Dedikodu süreci yönetilebilir mi? Bir yönetsel kontrol sistemi olabilir mi? Bir değişim ajanı olarak iş görebilir mi?

3. Araştırma

Örgütsel yaşamda dedikodu ile ilgili yönetim yazınının azlığı, bu çalışmanın sorunsalını sınırlandırmaktadır. İlgili yazına katkı vermek amacıyla konuyu tanımlayıcı bir çerçevede sunmak ve örgütsel yaşamda kişilerin dedikoduya ilişkin tutumlarından yola çıkarak dedikodunun araçsallığı konusunda çıkarımlarda bulunmak amaçlanmıştır. Bu çerçevede, çalışmada akademik bir kurumda çalışan akademik personelin informal bir iletişim formu olarak görülen dedikodunun varlığına ve yaygınlığına, bireysel ve örgütsel açıdan ne işe yaradığına (araçsallığına), nasıl tanımlandığına, bireysel yararlarına ilişkin tutumları test edilmektedir. Çalışanların dedikoduya ilişkin tutumlarının dedikodunun örgütsel yaşamdaki araçsallığına ilişkin ipuçları sunabileceği düşünülmüştür.

Örgütsel yaşamda dedikodunun çeşitli boyutlarıyla algılanışına yönelik olarak çalışanların dedikoduya ilişkin tutumlarını değerlendiren 19 sorudan bir anket formu geliştirilmiş ve kurumda uygulanmıştır. Sorular; dedikodunun varlığına ve yaygınlığına, bireysel ve örgütsel açıdan ne işe yaradığına (araçsallığına), nasıl tanımlandığına, bireysel yararlarına ilişkindir. Önce 32 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmış, yapılan ön testlerden sonra işlemeyen sorular çıkarılarak anket 19 soruya indirgenmiştir. Sorular, bireylerden katılıp katılmadıklarını belirtmelerinin istendiği ifadelerden oluşmaktadır. Bireylerden ifadelere ne ölçüde katıldıklarını 1-5 arasında (1 hiç katılmıyorum ve 5 tamamen katılıyorum olmak üzere) belirtmeleri istenmiştir. Anket formu üç fakültede uygulanmıştır. Toplam 113 adet anket formu geri dönmüştür. Sorular üzerinden yapılan güvenilirlik analizi neticesinde Cronbach Alfa değeri .83 olarak ortaya çıkmıştır.

Faktör analizi yapılmış soruların altı faktörde toplandığı görülmüştür. Ancak gözlem sayısı faktör analizi açısından zayıf kaldığı için faktör analizi sonuçları dikkate alınmamıştır. Sorularla ilgili ortalama değerler elde edilmiştir. Cinsiyet ve pozisyon parametrelerinde sırasıyla Bağımsız t testi ve ANOVA anlamlılık testleri uygulanmıştır.

Araştırma örgütsel yaşamda informal bir iletişim formu olan dedikodunun çalışanlar tarafından nasıl algılandığının incelenmesine yöneliktir. Bu çerçevede bir yükseköğretim kurumunda üç fakültede çalışan akademik personelin kurumda dedikodunun varlığına ve yaygınlığına, bireysel ve örgütsel açıdan ne işe yaradığına (araçsallığına), nasıl tanımlandığına, bireysel yararlarına ilişkin tutumları değerlendirilmiştir. Dedikodu konusundaki Türkçe yazının azlığı çalışmanın kapsamının tutum araştırmasıyla sınırlı tutulmasına gerekçe olmuştur.

Araştırmada örgütte dedikodunun varlığı ve yaygınlığı ile ilgili 5 ifade yer almıştır. Dedikodunun tanımına ilişkin 3 ifade bulunmaktadır. Dedikodunun bireysel yararları (araçsallığı) konusunda 4 ifadeye yer verilmiştir. Dedikodunun örgütteki diğer yararları konusunda 6 ifade kullanılmıştır. Hiyerarşi ve dedikodu arasındaki ilişkiyi sorgulayan 1 ifade bulunmaktadır.

4. Bulgular

Sonuçlar açısından bakıldığında işyerinde dedikodunun varlığı ve yaygınlığı konusunda genel bir kabul olduğu görülmektedir. Bu konudaki ifadelerle ilişkin değerlendirmelerin tamamı 3.00'ün üzerindedir. Biri hariç dördünde ortalama değer 3.50'nin üzerindedir (Tablo 1).

Tablo 1. Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmeler (Ortalama Değerler)

İfadeler	Ortalama
Herkesin bazen dedikodu yaptığını düşünüyorum.	4,23
Herkes dedikodu yapar.	3,93
İyi insanlar da dedikodu yapar.	3,81
İşyerinde dedikodu kaçınılmazdır.	3,50
Dedikodu yaparım ama her konuda değil.	3,11

Erkek ve kadınların bu konuda yaptıkları değerlendirmeler arasındaki fark incelendiğinde sadece 3 ifadeye anlamlı fark olduğu görülmüştür. Bu ifadelerde erkekler dedikodunun varlığı ve yaygınlığını kadınlara göre daha

düşük düzeyde kabul etmişlerdir. Pozisyonlar itibariyle değerlendirildiğinde pozisyonlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmelerde Cinsiyet Parametresi (Ortalama Değerler)

İfadeler	Kadın	Erkek
Herkesin bazen dedikodu yaptığını düşünüyorum.*	4,49	4,00
Herkes dedikodu yapar. *	4,20	3,69
İyi insanlar da dedikodu yapar. *	4,15	3,54
İşyerinde dedikodu kaçınılmazdır.	3,61	3,38
Dedikodu yaparım ama her konuda değil.	3,33	2,94

* p<0.05

Dedikodunun tanımına ilişkin ifadeler dedikodunun sadece eleştiriye yönelik olduğu, dedikodunun iki kişi arasında üçüncü kişi hakkında konuşma olduğu, dedikodunun bir iletişim biçimi olduğu şeklinde verilmiştir. Dedikodunun bir iletişim biçimi olduğu çok fazla kabul görmemektedir. Dedikodunun sadece eleştiriye yönelik olduğu düşüncesi de kabul görmemektedir. Buna karşılık dedikodunun değerden bağımsız tanımı sayılabilecek olan “iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşması” ifadesinde ortalama değer 3.23 olmuştur. Cinsiyet ve pozisyon parametrelerine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 3. Dedikodunun Tanımı Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmeler (Ortalama Değerler)

İfadeler	Ortalama
Dedikodu bir iletişim biçimidir.	2,88
Dedikodu sadece eleştirmektir.	2,33
Dedikodu iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşmasıdır.	3,23

Dedikodunun bireysel yararlarına ilişkin ifadeler dedikodunun psikolojik açıdan rahatlatıcı olduğu, dedikodunun bireyi örgütte olup bitenlerden haberdar kıldığı, dedikodunun rakipler hakkında bilgi sağladığı, dedikodunun kariyer yükseltmenin bir yolu olduğu şeklinde formüle edilmiştir. Bunlar arasında sadece “dedikodunun psikolojik açıdan rahatlatıcı olduğu” ifadesi kabul görmüştür. Bu ifadede ortalama değer 3.25 olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer yönlerden dedikodunun bireysel açıdan araçsallığı kabul görmemiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Dedikodunun Bireysel Yararları Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmeler (Ortalama Değerler)

İfadeler	Ortalama
Dedikodu insanların psikolojik açıdan rahatlamalarına yardımcı olur.	3,25
Dedikodudan uzaklaştıkça işyerinde olup bitenlerden uzak kaldığımı hissederim.	2,43
Dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında bilgi alırım.	2,11
İşyerinde dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur.	2,11

Cinsiyet parametresi açısından değerlendirildiğinde “dedikodunun kariyer yükseltmenin bir yolu olduğu” ifadesinde anlamlı fark ortaya çıkmıştır. Erkekler bu konuda kadınlara göre daha pozitif değerlendirme yapmaktadır (Tablo 5).

Tablo 5. Dedikodunun Bireysel Yararları Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmelerde Cinsiyet Parametresi (Ortalama Değerler)

İfadeler	Kadın	Erkek
Dedikodu insanların psikolojik açıdan rahatlamalarına yardımcı olur.	3,24	3,22
Dedikodudan uzaklaştıkça işyerinde olup bitenlerden uzak kaldığımı hissederim.	2,42	2,46
Dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında	1,98	2,23

bilgi alırım.

İşyerinde dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur.* 1,76 2,41

* p<0.05

Pozisyon parametresi açısından değerlendirildiğinde “dedikodunun bireyi örgütte olup bitenlerden haberdar kıldığı” yönündeki ifadede anlamlı fark ortaya çıkmaktadır. Bu konuda en pozitif değerlendirmeyi profesörler yaparken, doçentler, yardımcı doçentler, Öğretim Görevlileri ve araştırma görevlileri negatif değerlendirme yapmışlardır (Tablo 6).

Tablo 6. Dedikodunun Bireysel Yararları Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmelerde Pozisyon Parametresi (Ortalama Değerler)

İfadeler	Prof.	Doç.	Yrd.Doç.	Öğr.Gör.	Arş.Gör.
Dedikodu insanların psikolojik açıdan rahatlamalarına yardımcı olur.	4,20	3,27	3,13	3,00	3,15
Dedikodudan uzaklaştıkça işyerinde olup bitenlerden uzak kaldığımı hissederim. *	3,40	2,60	2,69	2,44	2,10
Dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında bilgi alırım.	3,00	1,93	2,33	2,00	1,95
İşyerinde dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur.	2,80	1,93	2,07	2,67	2,00

* p<0.05

Dedikodunun örgütsel bağlamda araçsallığına ilişkin ifadelerle çalışanların fazlaca katılmadığı görülmüştür. Çalışanlar örgütte “dedikodunun gerekli olduğu” yolundaki ifadeye neredeyse hiç katılmamaktadır. Ortalama değer 1.87’dir. Dedikodunun yönetimle ilişkilendirildiği diğer hususlarda ortalama değerler 2.50 civarında toplanmaktadır. Cinsiyet ve pozisyon parametreleri açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır .

Tablo 7. Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmeler (Ortalama Değerler)

İfadeler	Ortalama
Yönetim kuralsız işlerini dedikodu yoluyla örtbas eder.	2,66
Dedikodu yönetimin kuralsız işlerini ortaya çıkarır..	2,64
Yönetim dedikodu yoluyla kendisini başarılı kılmaya çalışır.	2,61
Dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri de vardır.	2,55
İşyerinde dedikodu sadece yönetimin işine yarar.	2,32
Bir kurumda, kuruluşta (veya örgütte) dedikodu gereklidir.	1,87

Dedikodunun hiyerarşinin artmasına paralel olarak artacağı ifadesi kabul görmektedir. Ortalama değer 3.21 olmuştur. Cinsiyet ve pozisyon parametreleri açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır (Tablo 8).

Tablo 8. Dedikodu-Hiyerarşi İlişkisi Konusundaki İfadeye İlişkin Değerlendirme (Ortalama Değer)

İfadeler	Ortalama
Hiyerarşi arttıkça dedikodu artar.	3,21

Sonuç ve Değerlendirme

Bulgular bütün olarak değerlendirildiğinde örgütlerde dedikodunun varlığı ve yaygınlığı kabul görmekle birlikte dedikodunun bireysel ve örgütsel açılardan araçsallığı konusunda kuvvetli bir kabul olmadığı ortaya çıkmaktadır. Dedikodunun bireysel yararları kısmen kabul görmekte, akademik örgütte daha uzun süre çalıştığı varsayılan profesörler açısından bu kabul daha fazla olmaktadır. Kişiler dedikodunun örgütsel yararlarına inanmamakta veya dedikoduya ilişkin genel tutumlarına bağlı olarak böyle yansıtmaktadır. Örgütsel yaşamda dedikodunun işlevleri ve yararları konusunda rapor edilmiş bulgular göz önüne alındığında söz konusu bulgunun örgüt kültürü ile alakalı olabileceği değerlendirilebilir.

Genel olarak sosyal yaşamda dedikodunun olumsuz bir iletişim formu olduğu yönünde tutum söz konusudur. Bu çalışmada elde edilen bulgular çalışanların örgütsel yaşamda dedikoduya ilişkin algılamasının da sosyal yaşamda dedikoduya yüklenen olumsuz anlamlara paralel biçimde pozitif olmadığını ortaya koymaktadır. Ancak kişilerin dedikodunun örgütsel yaşamdaki rolü konusundaki algılamalarını örgüt dışındaki sosyal yaşamdaki algılamalarından ayırıştırarak değerlendirmek gerektiği de unutulmamalıdır. Bu konu farklı araştırma tasarımlarıyla ayrıntılı olarak incelenmelidir. Örgüt içerisindeki sosyal ilişki ağlarında dedikodunun nasıl yayıldığını ve ne tür işlevler gördüğünü anlamak için farklı araştırma ve analiz yöntemleri kullanılabilir (Snijders, 1998). Örgütsel çevrede dedikoduya ilişkin gerçek tutumların yansıtılan sosyal tutumlardan farklı olabileceği göz önüne alındığında etnografik araştırma tasarımının bu konuda daha fazla bilgi sağlayabileceği düşünülmektedir. Bir başka önemli bulgu da dedikodunun hiyerarşiye paralel olarak arttığı yönündeki algıdır. Hiyerarşik kademelerdeki artışın sosyal ilişki ağlarını genişletebileceği varsayıldığında bu algı normal kabul edilebilir.

Son olarak, dedikodunun informal iletişimden bağımsız olarak incelenmesinin konuyla ilgili daha sağlıklı bulgular sağlayacağı söylenebilir.

Kaynakça

- Collinson, David L. (1988), "Engineering humour: masculinity, joking and conflict in shop-floor relations", *Organization Studies*, vol.9, no.2, s.181-199.
- Danziger, Elizabeth (1988), "Minimize office gossip", *Personnel Journal*, vol.67, no.7, s.38-42.
- Davis, Keith (1973), "The care and cultivation of the corporate grapevine", *Management Review*, vol.62, no.10, s.53-55.
- Colson, Elizabeth (1953), *The Makah Indians*, Manchester: Manchester University Press.
- Elias, Norbert, and John L. Scotson (1965) *The Established and the Outsiders*, London: Frank Cass.
- Festinger, Leon (1950), "Informal social communication", *Psychological Review*, vol.57, s.271-282.
- Festinger, Leon, Dorwin Cartwright, Kathleen Barber, Juliet Fleischl, Josephine Gottsdanker, Annette Keyesen, and Gloria Leavitt (1948), "A study of rumor: its origin and spread", *Human Relations*, vol.1, no.4. s.464-486.
- Fine, Gary A. (1985), "Rumors and Gossiping" in *Handbook of Discourse Analysis*, (Ed. Teun A. Van Dijk) London: Academic Press: s. 223-237.
- Fine, Gary A., ve Ralph L. Rosnow (1978), "Gossip, gossipers and gossiping", *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol.4, no.1, s. 161-168.

- Glover, Linda (2001), "Communication and Consultation in a Greenfield Site Company", *Personnel Review*, vol.30, no.3, s.297-317.
- Gluckman, Max (1963), "Gossip and scandal", *Current Anthropology*, vol.4, no.3, s.307-316.
- Gluckman, Max (1968), "Psychological, sociological and anthropological explanations of witchcraft and gossip: a clarification", *Man*, vol.3, no.1, s.20-34.
- Handelman, Don (1973), "Gossip in encounters: the transmission of information in a bounded social setting", *Man*, vol.8, no.2, s.210-227.
- Haviland, J. B. (1977), *Gossip, Reputation, and Knowledge in Zinacantan*, Chicago: University of Chicago Press.
- Herskovits, Melville (1937), *Life in a Haitian Valley*, New York: Knopf.
- Hirschhorn, Larry (1983), "Managing rumors during retrenchment", *Advanced Management Journal*, vol.48, no.3, s.5-11.
- Kanter, Rosabeth M. (1977), *Men and Women of the Corporation*, New York: Basic Books.
- Kniffin, K.M. and Wilson, D. S. (2005), "Utilities of Gossip across Organizational Levels", *Human Nature*, vol.16, no.3, s. 278-292.
- Loudon, J. (1961), "Kinship and crisis in south Wales", *British Journal of Sociology*, vol.12, no.4, s.333-350.
- March, James G., ve Guje Sevon (1988), "Gossip, information and decision-making" in *Decisions and Organizations*. J. G. March, 429-442. Oxford: Blackwell.
- McAndrew, Frank T. ve Megan A. Milenkovic (2002), "Of Tabloids and Family Secrets: The Evolutionary Psychology of Gossip", *Journal of Applied Social Psychology*, vol.32, no.5, s.1064-1082.
- Moore, Wilbert E. (1962), *The Conduct of the Corporation*, New York: Random House.
- Nicholson, Nigel (2001), "Evolved to Chat: The New Word on Gossip", *Psychology Today*, May/June, s.41-45
- Noon, M. and Delbridge R. (1993), "News from Behind My Hand: Gossip in Organizations", *Organization Studies*, vol.14, no.1, s. 23-36.
- Paine, Robert (1967), "What is gossip about? An alternative hypothesis", *Man*, vol.2, no.2, s. 278-285.
- Prietula, Michael (2001), "Advice, Trust, and Gossip among Artificial Agents", *Dynamics of Organizations*, A. Lomi and E. R. Larson, eds pp.141-177. Menlo Park, California: AAAI Press/MIT Press.
- Rosnow, Ralph L. (1977), "Gossip and marketplace psychology", *Journal of Communication*, vol.27, no.1, s.158-163.
- Snijders, T.A.B. (1998), Methodological issues in studying effects of networks in organizations. "Computational and Mathematical Organization Theory", Sayı.4, No.2, s. 205-215.
- Suls, Jerry M. (1977), "Gossip as social comparison", *Journal of Communication*, vol.27, no.1, s.164-168.
- Zaremba, Alan (1988), "Working with the organizational grapevine", *Personnel Journal*, vol.7, no.11, s.31-35.