

Araştırma Makalesi / Research Article

## SOSYAL KARŞILAŞTIRMA BAKIŞ AÇISINDAN DEDİKODU, REKABET VE ETİK İKLİM İLİŞKİSİ

**Dr. Öğr. Üyesi Berat ÇİÇEK\*** 

Muş Alparslan Üniversitesi, İİBF, Muş, (b.cicek@alparslan.edu.tr)

**Dr. Öğr. Üyesi Metin SÖYLEMEZ** 

Muş Alparslan Üniversitesi, İİBF, Muş, (m.soylemez@alparslan.edu.tr)

### ÖZET

*Bu çalışmada, sosyal karşılaştırma bakış açısıyla işyeri dedikodusunun algılanan örgüt içi rekabet üzerindeki etkisi ve etik iklimin bu ilişkideki aracılık rolünün ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımı ile nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Anket tekniği ile 376 hizmet sektörü çalışanından elde edilen veriler analizlerde kullanılmıştır. Analiz sonucunda, işyeri dedikodusunun algılanan örgüt içi rekabet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Etik iklimin bu ilişkideki aracı rolü ise işyeri dedikodusunun negatif ve pozitif olmasına bağlı olarak farklılaştığı gözlemlenmiştir. Etik iklimin, negatif dedikodusunun algılanan örgüt içi rekabet üzerindeki etkisinde aracılık rolü oynadığı ama pozitif dedikodusunun algılanan örgüt içi rekabet üzerindeki etkisinde oynamadığı ortaya konulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** İşle İlgili İşyeri Dedikodusu, Algılanan Örgüt İçi Rekabet, Etik İklim, Sosyal Karşılaştırma.

## THE RELATIONSHIP BETWEEN GOSSIP, COMPETITION AND ETHICAL CLIMATE FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIAL COMPARISON

### ABSTRACT

*In this study, it is aimed to investigate the effect of workplace gossip on perceived intraorganizational competition and the mediating role of ethical climate in this relationship from the perspective of social comparison. For this purpose, a quantitative study was carried out based on structural equation modelling. The data obtained from 376 service sector employees were used in the analysis. As a result of the analysis, a significant effect of workplace gossip on perceived internal competition was found. It is observed that the mediating role of the ethical climate in this relationship differs due to the negative and positive workplace gossip. It is also found that the ethical climate has a mediating role on the effect of negative gossip on intraorganizational competition, but not on the effect of positive gossip on perceived intraorganizational competition.*

**Keywords:** Job-Related Workplace Gossip, Perceived Intraorganizational Competition, Ethical Climate, Social Comparison.

---

\* Sorumlu Yazar

## 1. Giriş

Örgütlerin sürekliliğini sağlamada tamamlayıcı bir fonksiyon olan iletişimin konusu, içerik ve biçim unsurları çerçevesinde farklılaşmaktadır. İletişim esnasında orada olmayan üçüncü bir kişinin çalışma hayatını değerlendiren yorumlar olarak işle ilgili işyeri dedikodusu (Kurland & Pelled, 2000), örgütsel bağlamda birçok şeye hizmet etmektedir. Bazen örgütsel etkisine bakılmadan kişisel çıkarlar için yapılmakta, bazen de bireysel risk göz ardı edilerek örgütsel çıkarlar için yapılmaktadır. Her ne amaçla yapılsa yapılsın işle ilgili işyeri dedikodusuna zemin hazırlayan unsurları ve işle ilgili işyeri dedikodusunun çeşitli sonuçlarını anlamak günümüz çağdaş örgütlerinin yönetimi için önemlidir.

Yönetim yazınında iş yeri dedikodusu ile ilgili genel varsayım; dedikodunun, çalışma moraline ve verimliliğine zarar veren, desteklenmemesi veya görmezden gelinmemesi gereken bir durum ve iyi yönetilmesi gereken bir problem olduğu şeklindedir (Beersma & Van Kleef, 2012; Michelson vd., 2010). Genel varsayımına tezat olarak bu çalışmada sosyal karşılaştırma teorisinin, “bireyler edindikleri sosyal bilgi çerçevesinde kendilerini diğer bireyler ile karşılaştırarak benzerliklerini ve farklılıklarını saptar” (Festinger, 1954) önermesi çerçevesinde, işle ilgili iş yeri dedikodusu sonucu edinilen sosyal bilgiyle yapılan karşılaştırmaların örgüt içi rekabete etki edip etmeyeceği sorgulanmaktadır. Diğer taraftan işyeri dedikodusunun örgüt içi rekabete etkisinde, iş yeri dedikodusunun negatif etkilerini izole edecek ve iş yeri dedikodusu sonucu oluşacak rekabetin sınırlarını çizecek etik iklimin, aracılık rolü oynayarak işle ilgili iş yeri dedikodusunun algılanan rekabet üzerinde olumlu etki edip etmeyeceği araştırılmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada, işyeri dedikodusunun örgüt içi rekabete etkisi sosyal karşılaştırma teorisi bakış açısıyla incelenerek, bu etkide etik iklimin aracılık rolü keşfedilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmanın önemi, işle ilgili iş yeri dedikodusunun örgüt içi rekabete etkisini, yönetim yazınından farklı olarak güdüleyici bir araç olarak irdeleyerek, örgütsel bir konu olan işle ilgili iş yeri dedikodusunu daha anlaşılır ve açık hâle getirmektir. Aynı zamanda bu çalışma, işle ilgili iş yeri dedikodusu ile örgüt içi rekabet arasındaki ilişkinin sosyal karşılaştırma teorisi ile incelenmesi bakımından yönetim yazınına katkı sunmaktadır. Yönetim yazınında benzer bir çalışmaya rastlanmamış olması çalışmanın orijinalitesini ortaya koymaktadır.

Çalışmada, kavramsal çerçevenin sunulduğu ilk kısmın ardından, araştırmanın problematiği çerçevesinde kurgulanan hipotezlerin hizmet sektörü çalışanlarından elde edilen veriler doğrultusunda analizini içeren yöntem kısmından oluşmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. İşyeri Dedikodusu

Doğal bir sosyal fenomen olan dedikodu, işyerlerinde kaçınılmaz olan sosyal bir olgudur. Bireylerin zamanlarının üçte ikisini çevrelerinde cereyan eden sosyal meseleler ile ilgili olarak konuştukları tahmin edilmektedir (Dunbar, 2004). Bu çerçevede çalışma hayatındaki bireyler için işyerleri dedikodu için uygun zemini hazırlamaktadır. İş yeri dedikodusu, bir çeşit söylentilerin başkaları ile paylaşımı olarak örgütlerin yönetim boşluğunda kendiliğinden ortaya çıkan rivayetlerdir (Gabriel, 1995). Diğer bir ifadeyle iş yeri dedikodusu, konunun öznesi olan çalışanın ortamda olmadığı örgütün birkaç bireyini geçmeyecek sayıda çalışanın kendi

aralarında yaptığı biçimsel olmayan, konunun öznesi olan çalışını değerlendirici bir sohbettir (Foster, 2004; Kurland & Pelled, 2000). İş yeri dedikodusu, güç, grup dinamikleri ve grup içi/dışı ayrımcılığı yapan, birbirine güvenen küçük bir grupta ortaya çıkmaktadır (Kniffin & Sloan Wilson, 2010; Kurland & Pelled, 2000; Michelson vd., 2010). İş yeri dedikodusu, gruplarla bireyler arasındaki ilişkileri doğru bir düzlemde ilerlemesi ile ilgili bir rol oynamaktadır. Bu rol, iş yeri dedikodusunun kimler arasında gerçekleştiğini, konusunun ne olduğunu, çalışanlardan ne beklenildiğini ve biçimsel olmayan nezaket kurallarını içermektedir (Kim vd., 2019).

Çalışanların işle veya örgütsel yaşamla ilgili duygu, inanç ve tutum deneyimlerini yansıtan iş yeri dedikodusunun konusu hem içerik hem de değerlendirme bakımından farklılaşabilmektedir. Konunun içeriği, performans değerlendirmesi gibi işle ilgili veya boşanma gibi işle ilgisiz örgütsel veya özel yaşamla ilgili rivayetler olabilmektedir (Kuo vd., 2015). Değerlendirme bakımından ise biçimsel olmayan iletişim kanalı olarak iş yeri dedikodusu pozitif ve negatif değerlendirmeler olarak ikiye ayrılmaktadır (Wu vd., 2018). Pozitif dedikodu, dedikodu öznesinin yüksek performans gibi olumlu değerlendirmelerini kapsarken, negatif dedikodu yetersiz işe bağlılık gibi olumsuz değerlendirmeleri kapsamaktadır. Bu çalışma işle ilgili dedikoduya odaklanmaktadır. Çünkü işle ilgili işyeri dedikodusunun çalışan üzerindeki etkisi işle ilgisiz dedikoduya göre daha belirgindir. Diğer taraftan işle ilgili dedikodunun direkt iş, iş arkadaşları ve işyeri ile ilgili olmasından dolayı çalışanların davranışlarını yönlendirmede daha fazla etkilidir (Kuo vd., 2015).

## **2.2. Algılanan Örgüt İçi Rekabet ve Dedikodu-Rekabet İlişkisi**

Bireyler arası rekabet üç farklı yaklaşımla kavramsallaştırılabilir. İlki bireyin rekabetçi yapısı ile ilgili olarak özellikler yaklaşımı, ikincisi örgütsel iklim ve çevre açısından algılanan çevre ile ilgili olarak algılanan yaklaşım ve sonuncusu mevcut durumun özelliği olarak yapısal yaklaşımdır (Brown vd., 1998). Özellikler yaklaşımı, bireyin başarılması gereken bir konuda diğer bireylerle rekabet etmeyi tercih etmeye yatkın karakteristik özelliklere sahip olmasını ifade etmektedir. Yapısal yaklaşım ise, iki veya daha fazla bireyin mevcut durumun özelliği olarak, özel bir çıktıyı elde edebilmek için karşılıklı olarak yarışmalarını ifade etmektedir. Son olarak algılanan yaklaşım ise bireyin başarıma arzusunun ve rekabete dayanan tabiatının bilişsel yorumudur. Daha net olarak, bireyin örgütsel iklimdeki var olan rekabeti bilişsel olarak tanımlama süreci olarak ifade edilebilir. Bu çalışma algılanan örgüt içi rekabete odaklanmaktadır, çünkü bireylerin başarı ortamındaki rekabet üzerine öznel algıları rekabetin etkilerini anlamada kritik öneme sahip bir faktördür (Murayama & Elliot, 2012).

Rekabetçi çalışma iklimi, çalışanları çıktılara odaklanmaya ve iş arkadaşlarından daha fazla performans göstermeye teşvik etmektedir (Erdogan vd., 2006). Bu iklim, maddi kaynakların belirginliğini (Erdogan vd., 2006) ve çalışanlar arası kazanma arzusunun artırmaktadır (Smither & Houston, 1992). Algılanan rekabetçi çalışma ortamı, çalışanları etraflarındaki diğer çalışanlarla kendilerini karşılaştırmaya zorlamaktadır. Bu karşılaştırma, çalışanları grup normlarını içselleştirmelerine ve grup normlarına uymalarına sebep olmaktadır (Ashforth & Saks, 1996). Sosyal karşılaştırma olarak kavramsallaştırılan bu olgu, kendini diğerlerinden rekabetçi bir şekilde farklılaştırarak öz benliğini keşfetme ve tanıma ile ilgilidir. İşyerinde sosyal karşılaştırma biçimsel olmayan etkileşimler sonucu (Goodman & Haisley, 2007) ve bir çalışma grubunda yakın çalışma arkadaşlarıyla ortaya çıkmaktadır (Molleman

vd., 2007). Rekabet algısı üzerine en dikkat çekici yaklaşımlardan biri sosyal karşılaştırma yaklaşımıdır. Bu yaklaşım rekabetin algısal olarak var olduğu çevrede bireye rekabet edebilme ve rekabetin şiddetini ve alanlarını tanımlayabilme, kendini geliştirme alanlarını tanımlayabilme ve yeteneklerini doğru bir şekilde değerlendirebilmek için veri sağlamaktadır (Festinger, 1954).

Bunun yanında rekabeti teşvik eden ortam (Gardner vd., 2002), sosyal karşılaştırma etkilerini yoğunlaştırmaktadır (Eddleston, 2009). Özellikle rekabetçi çalışma ortamı bireysel başarıları odaklanarak ve anlamlandırarak karşılaştırmalara olanak tanır (Brown vd., 2007). Bu ortam, diğer çalışanların başarı veya başarısızlıklarını kıyaslayarak, çalışanın başarı sıralamasını vurgulamaktadır. Bireysel düzey analizine göre işle ilgili işyeri dedikodusu; sosyal karşılaştırma yoluyla başarı ve başarısızlıkların başkaları ile kıyaslanması sonucu ilgi çekme, çıkarları koruma, özsaygı ve başkalarını gözden düşürme davranışıdır (Suls, 1977). Rekabet algısı karşılaştırma ile ilişkili olduğundan hem yukarı doğru hem de aşağı doğru sosyal karşılaştırmalarla rekabet etkisini ortaya koymaktadır (Brown vd., 2007). Başkalarının kendisinden üstün ve daha iyi olduğu durum ve olayları karşılaştırması olarak yukarı doğru karşılaştırma, duygu durumunu olumsuz olarak etkilerken; başkalarının daha aşağı ve kötü olduğu durum ve olayları karşılaştırması olarak aşağı doğru karşılaştırmalar ise duygu durumunu olumlu olarak etkilemektedir (Buunk & Gibbons, 2007).

Doğası gereği rekabet bir tür karşılaştırma faaliyeti olarak ve bireylerin kapasitelerini diğerleri veya diğeri ile karşılaştırmasına hizmet etmektedir. Rekabet, bireyin yeteneklerini ve performansını ölçebileceği bir standart veya sonuç olmadığında performans geri bildirim sağlar. Objektif ve tanımlanabilir kriterler olduğu sürece, bireysel amaçlara ulaşabilmek diğerleri ile kendini karşılaştırma sonucu elde edilen verilerin bilişsel analizi ile mümkün olabilmektedir (Garcia vd., 2013). Bu analiz bireyin rekabet davranışı (Johnson, 2012), rekabet güdüsü, kazanma arzusu (Malhotra, 2010), durumsal kaygı (Graf vd., 2012), müşterek çıkarları maksimize etme isteksizliği, taklit davranışı (Moran & Schweitzer, 2008), yalan söyleme (Argo vd., 2006), zararlı davranışlar (Poortvliet, 2013), düşmanca tutum (Garcia vd., 2013) gibi davranışsal ve tutumsal belirleyicileri ortaya çıkarmaktadır. Bu sosyal karşılaştırma çerçevesinde rekabet eden birey, hedeflere ulaşabilmek için geliştirilmesi gereken beceri ve yeteneklerini yargılamak amacıyla bilgi edinir (Swab Johnson, 2019). Bu bilgi dedikodunun merkezi olduğu bir sosyal karşılaştırma biçimidir (Wert & Salovey, 2004). Buradan hareketle, pozitif veya negatif işle ilgili iş yeri dedikodusu çerçevesinde elde edilen bilgilerin algılanan rekabet üzerinde etkili olabilir varsayımı ile aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

**Hipotez 1:** Pozitif dedikodunun algılanan örgüt içi rekabet üzerinde etkisi vardır.

**Hipotez 2:** Negatif dedikodunun algılanan örgüt içi rekabet üzerinde etkisi vardır.

### **2.3. Etik İklim ve Dedikodu-Rekabet İlişkisinde Etik İklim**

Etik iklim; örgütlerde etik kodların ne olduğu ve örgütlenmede etik konuların ne şekilde ele alınması gerektiğine yönelik ortak algılar olarak tanımlanmaktadır. Etik iklim, ahlaki davranışlarla ilgili olan örgütsel değerleri, uygulamaları ve işlemleri içermektedir (Cullen vd., 2003). Güçlü etik iklimde sahip örgütler, etik davranışları destekler ve teşvik eder (M. E. Brown & Treviño, 2006). Etik iklim, bireylere etik dışı davranışlara en uygun tepki kalıpları hakkında bilgi sağlar (Lau & Wong, 2009). Ayrıca, güçlü etik iklimde sahip örgüt çalışanları, etik olarak

hangi tür davranışların doğru olduğuna ve beklenildiğine dair ortak bir anlayışa sahiptir (Birtch & Chiang, 2014). Buna karşın, zayıf bir etik iklimle sahip olan örgütlerde çalışanlar hangi tür davranışların etik dışı olduğu konusunda net bir düşünceye sahip değildir. Ayrıca net bir ahlaki yargı standardına sahip olamayan bu tür örgütlerde çalışanlar bazen iş arkadaşlarının etik olmayan davranışlarını haklı çıkarır ve onları kabul edilebilir olarak görmektedir.

Daha önce belirtildiği gibi işle ilgili işyeri dedikodusu değerlendirme bakımından pozitif veya negatif dedikodu olarak ikiye ayrılmaktadır. İşle ilgili işyeri dedikodusu yapılırken değerlendirme ister pozitif isterse de negatif olsun, dedikodunun yapılma amacını etik iklimin oluşturduğu kodlar belirlemektedir. Güçlü bir etik iklimle sahip örgütlerde dedikodu örgütsel çıkarlar için yapılacak ve çalışanları yıpratmayacaktır (Westacott, 2000). Diğer taraftan zayıf etik iklimle sahip örgütlerde dedikodu hem konusu hem de amacı bakımından kişisel çıkarlar için yapılarak, dedikodusu yapılan çalışanın örgütsel bağlılığını azaltarak yabancılaştıracaktır (Holland, 1996). Bu bağlamda dedikodu ile etik iklim arasındaki ilişki ile ilgili olarak aşağıda belirtilen hipotezler geliştirilmiştir.

**Hipotez 3:** Pozitif dedikodunun etik iklim üzerinde etkisi vardır.

**Hipotez 4:** Negatif dedikodunun etik iklim üzerinde etkisi vardır.

Güçlü bir grup işleyişi düzenleme aracını (Ellemers vd., 2013) temsil eden etik iklim, örgüt değerlerini hem örgüt içinde hem de dışında göstermenin, örgütsel özdeşleşmeyi ve bağlılığı teşvik etmenin ve sapma davranışlarını yönetmenin bir yolu olarak örgütsel yaşamın merkezinde yer almaktadır (Ceschi vd., 2016). Bu merkezi yapısı ile etik iklimin çalışanların duygu, algı ve davranışları üzerinde etkisi bulunmaktadır. Daha önce yapılan araştırmalarda, etik iklimin; etik davranışları (Fritzsche, 2000), iş tutumunu (Ambrose vd., 2007), örgütsel bağlılığı (Babin vd., 2000), örgütsel vatandaşlık davranışını (Shin, 2012), örgütsel sapma davranışını (Hsieh & Wang, 2016), örgütsel yozlaşma davranışını (Gorsira vd., 2018) ve devamsızlık da dâhil olmak üzere üretkenlik dışı davranışları etkilemektedir (Peterson, 2002). Özetle, etik iklim, olumlu iş davranışlarını teşvik etmesi ve tersine olarak sapkın iş davranışlarını önlemesi (Newman vd., 2017) bakımından örgüt içi rekabetle hem yapısız hem de algısal olarak ilişkilidir. Bu çerçevede geliştirilen hipotez aşağıda belirtildiği gibidir.

**Hipotez 5:** Etik iklimin algılanan örgüt içi rekabet üzerinde etkisi vardır.

Yukarıda geliştirilen hipotezlere ek olarak, etik iklimin işle ilgili iş yeri dedikodusu ve algılanan örgüt içi rekabet arasında aracılık rolü oynadığı beklenmektedir. Bu doğrultuda, örgütsel iklim unsurlarının örgütsel değişkenler ve ilgili çıktılar arasında aracılık rolü oynadığı birçok çalışmada ortaya konulmuştur (Zohar & Luria, 2005). Pozitif dedikodu, sosyal karşılaştırma teorisi bakış açısıyla yukarı yönde karşılaştırma yapılarak dedikodunun merkezinde olan çalışanın dedikodunun konusu olan unsurda daha iyi veya üstün olduğunun dile getirilmesidir. Yukarı yönde sosyal karşılaştırmaya verilen tepkilerin sonucu, olumlu veya olumsuz olabilmektedir. Yukarı yönde sosyal karşılaştırmalar, çalışanların üretkenlik davranışlarını teşvik ederek, maddi manevi ödülleri elde etmek için çabalarını artırmaktadır (Cohen-Charash, 2009; Schaubroeck & Lam, 2004). Dedikodu çerçevesinde elde edilen bilgilerle yukarı yönde sosyal karşılaştırma yapan çalışan, göreceli girdilerinin çıktılarını başkaları ile kıyaslayarak (Gino & Pierce, 2009) ve daha büyük çıktılarını elde etme arayışıyla işle

ilgili girdilerini arttırmaktadır (Tai vd., 2012). Aynı zamanda, yukarı doğru karşılaştırmalarda, karşılaştırma daha yüksek bir referans noktası oluşturarak, çalışanın çıktılarının ve kaynak kazanımlarının azalacağı ile ilgili bir algı yaratmaktadır (D. J. Brown vd., 2007). Rekabetçi çalışma ortamında, kıyaslamaya referans noktası olabilecek çalışanlar rakiplere dönüşerek, ilham ve motivasyon kaynağı olmak yerine aşağılık ve kıskançlık hissini gelişmesine neden olan unsurlar hâline dönüşebilmektedir. Sırasıyla, işle ilgili kıskançlık yaşayan bireyler özsaygı kaybı, geri çekilme davranışı ve işten ayrılma davranışı göstermektedir (Vecchio, 2000). Bu nedenle, rekabet şiddetinin yüksek olduğu bir ortamda, yukarı doğru karşılaştırmalar, işten ayrılma niyetini ve kariyer memnuniyetsizliği sonucunu doğurmaktadır. Diğer taraftan, işle ilgili iş yeri dedikodusu ile yukarı doğru karşılaştırma yapan çalışan, diğer çalışanın elde ettiği kazanımı veya işle ilgili üstün bir yönünü adaletsiz bularak veya kıskanarak, üretkenlik dışı davranışlar sergilemektedir (Nickerson & Zenger, 2008; Rawley & Simcoe, 2010; Tai vd., 2012). Yukarı dönük karşılaştırmalara eşlik eden duygular, üretkenlik azaltıcı olumsuz davranışlara yol açmaktadır. Bu davranışlar yukarı doğru karşılaştırmaların merkezinde olan çalışanın çabalarına doğrudan zarar vererek veya sabote ederek (Cohen-Charash & Mueller, 2007; Gino & Pierce, 2010), yıkıcı rekabete yol açmaktadır.

Diğer taraftan negatif dedikodu, sosyal karşılaştırma teorisi bakış açısıyla aşağı yönde karşılaştırma yapılarak, dedikodunun merkezinde olan çalışanın dedikodunun konusu olan unsurda daha yetersiz olmasının dile getirilmesidir. Bu dedikodu, dedikoduyu yapanların iyi oluşlarını desteklemekte, iş tatminlerini artırmakta ve stres seviyelerini azaltmaktadır (D. J. Brown vd., 2007; Mendes vd., 2001). Aynı zamanda, rekabetçi çalışma ortamında aşağı yönde karşılaştırma olarak negatif dedikodu yapan grupta düşük bir referans noktası oluşarak, ortalamanın üstünde olma anlayışı geliyecek, tembellik ve rekabet etme isteksizliği ve aşırı özgüven oluşacaktır (Larrick vd., 2007). İşle ilgili negatif iş yeri dedikodusunun, algılanan örgüt içi rekabete etkisinde, yıkıcı olmaması, dedikodunun şahsi çıkarlar için değil örgütsel çıkarlar için yapılmasında ve olumsuz etkilerinin yönetilebilmesinde etik iklim düzenleyici bir rol üstlenmesi beklenmektedir. Bu noktada ayrıca daha önce belirtildiği gibi etik iklimin, pozitif dedikodunun algılanan örgüt içi rekabete etkisinde işle ilgili iş yeri dedikodusunun negatif etkilerini izole edeceği ve iş yeri dedikodusu sonucu oluşacak rekabetin sınırlarını çizeceği varsayılmaktadır. Bu çerçevede aşağıda belirtilen hipotezler geliştirilmiştir.

**Hipotez 6:** Etik iklim, pozitif dedikodunun algılanan örgüt içi rekabete etkisinde aracılık rolü oynar.

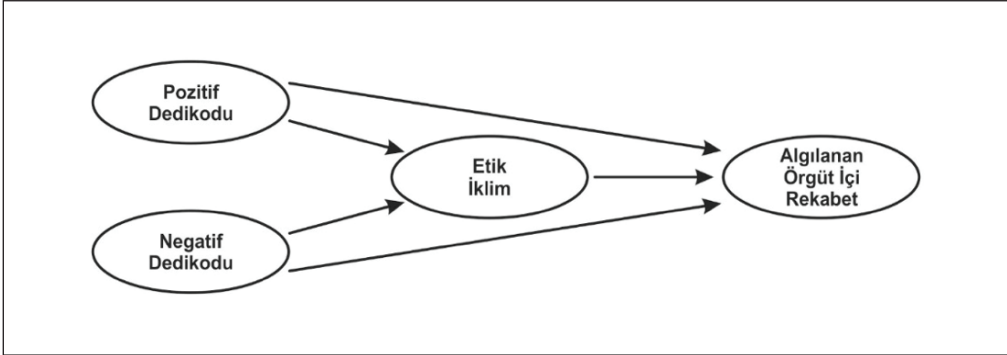
**Hipotez 7:** Etik iklim, negatif dedikodunun algılanan örgüt içi rekabete etkisinde aracılık rolü oynar.

### 3. Yöntem

Bu çalışmada organizasyonlardaki dedikodunun, algılanan örgüt içi rekabet üzerindeki etkisinin ortaya konulması ve bu ilişkide etik iklimin aracılık rolünün tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapısal eşitlik modellemesine (YEM) dayanan, nedensel tarama deseninde nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Iacobucci vd. (2007), YEM'in teorik ve ampirik çalışmaların istatistiki olarak daha gelişmiş bir zeminde yapılmasını sağladığını belirtmiştir. Ayrıca YEM yaklaşımlarının tutarlı bir şekilde bir aracılık rolü sonucunu tespit

etmede, regresyon yaklaşımından daha güçlü olacağını deneysel olarak kanıtlamıştır. Bu nedenlerle araştırmanın analiz yöntemi olarak YEM tercih edilmiştir. Verileri analiz etmek için MPlus ve SPSS programları kullanılmıştır. Araştırmada test edilmek üzere oluşturulan model Şekil 1'de verilmiştir.

**Şekil 1: Araştırmanın Modeli**



### 3.1. Katılımcılar

Araştırmaya veri toplamak için Ankara ilinde faaliyette bulunan hizmet işletmelerinin çalışan ve yöneticileriyle bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ana kütlenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örnekleme yapılmıştır. Örnekleme yöntemi olarak ise olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda çeşitli sektörlerden toplam 50 hizmet işletmesinde Haziran-Ekim 2019 tarihleri arasında anketler yapılmıştır. Her anket çalışmanın niteliğini, gizlilik konularını ve katılımın gönüllü niteliğini gösteren bir kapak sayfası içermiştir. Başlangıçta 400 çalışan ve yönetici anketlere katılmıştır. Fakat cevaplandırılan anketlerin 9 tanesinde ölçeklerin büyük kısmı cevaplandırılmadığı veya tüm ifadeler aynı yanıtla cevaplandırıldığı için, 15 tanesi ise yapılan analizlerde (boxplot, cook's, leverage ve mahalobis uzaklığı ile aykırı değer belirleme) uç değer oluşturduğu ve tekrar ettiği tespit edildiği için değerlendirmeye alınmamıştır. Böylece toplamda 376 çalışan ve yöneticiden gelen veriler, analiz yapmak için kullanılmıştır. Buna göre örneklem cinsiyet olarak n=138 kadın (%36,7), n=238 erkek (%63,3); medeni durum olarak n=212 evli (%56,4), n=158 bekar (%42) ve n=6 diğer (boşanmış, dul vs. (%1,6)); eğitim durumu olarak n=6 ilköğretim (%1,6), n=39 lise (%10,4), n=44 önlisans (%11,7), n=198 lisans (52,7) ve n=89 lisansüstü (%23,7) öğrenim görmüş çalışan ve yöneticiden oluşmuştur. Çalışanların yaş ortalaması 33,1 iken mevcut işyerlerinde çalışma süreleri ortalama 6,3 yıldır.

### 3.2. Ölçüm Araçları

Araştırmanın bağımsız değişkeni olan iş ile ilişkili dedikoduyu ölçmek için Kuo vd. (2015) tarafından geliştirilen ve 10 maddeden oluşan "iş ile ilgili dedikodu" ölçeği kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından ölçeğin Cronbach  $\alpha$  değeri 0,97 olarak ölçülmüştür.

Bağımlı değişken olan örgüt içi rekabet algısını ölçmek için Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen “örgüt içi rekabet” ölçeği kullanılmıştır. Ölçeği geliştiren araştırmacılar tarafından ölçeğin Cronbach  $\alpha$  değeri 0,75 olarak ölçülmüştür. 8 maddeden oluşan ölçeğin 3. ve 7. Maddesi orijinal formunda ters kodlanmıştır. Ölçek kullanılırken ifadeler aynı sırada ters kodlanmıştır.

Araştırmanın aracı değişkeni olan etik iklimi ölçmek için Schwepker (2001) tarafından geliştirilen Çiçek & Deniz (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan ve 7 maddeden oluşan etik iklim ölçeği kullanılmıştır. Ölçeği geliştiren Schwepker (2001) tarafından Cronbach  $\alpha$  değeri 0,89; Türkçe uyarlamasını yapan Çiçek & Deniz (2017) tarafından Cronbach  $\alpha$  değeri ise 0,88 olarak ölçülmüştür.

Kullanılan ölçeklerin tümü 5’li likert tipindedir. Ölçek aralıkları 1-Hiç Katılmıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum şeklinde kodlanmıştır. Veriler tüm çalışan ve yöneticilerden aynı anda toplandığı için ortak yöntem varyansının (common method variance) problem yaratabileceği göz önünde bulundurulmuştur. Ortak yöntem varyansını test etmek için öncelikle Harman’ın (1960) single-factor testi uygulanmıştır. Buna göre döndürme yöntemi uygulamadan tüm maddeler tek faktör altında incelenmiştir. Oluşturulan bu faktör tarafından açıklanan varyans miktarı %24,5’dir. Bu değer %50’nin altında olduğu için ortak yöntem hatası olmadığı tespit edilmiştir (Kline, 2015).

Daha sonra gözlemlenen tüm öğelerin kendisiyle ilişkili olacak şekilde yeni bir gizli ortak değişken faktörü eklemekten oluşan Ortak Gizil Faktör (Common Latent Factor CLF) yöntemi kullanılmıştır. Yeni ortak gizli faktörün eklenmesinin, modeldeki uyum indekslerini önemli ölçüde iyileştirmemesi durumunda ortak yöntem varyansı bir problem olarak kabul edilemez. Modelimize CLF gizli değişkenini yerleştirdikten sonra uyum indekslerinde herhangi bir değişiklik olmadığı gözlemlenmiştir, ayrıca CLF’nin her bir gözlenen değişkene giden yolunun faktör değerinin 0 olduğu görülmüştür, bu durum modelde ortak yöntem hatasının olmadığını göstermektedir (Eichhorn, 2014).

### 3.3. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Elde edilen verileri, Anderson & Gerbing’in (1988) önerdiği verileri analiz etme ve hipotezleri test etme adımlarından oluşan iki aşamalı yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımına göre analiz edilmiştir. Kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliklerini test etmek amacıyla ölçekler öncelikle açımlayıcı faktör analizine (AFA) tabi tutulmuştur. Ölçeklerin faktör analizine uygunluğunu tespit etmek için öncelikle KMO ve Bartlett testi yapılmıştır. Ölçeklerin KMO değerinin, 857 olduğu görülmüştür. Bartlett değerinin ise  $\chi^2 = 5385,620(300)$ ;  $p = ,000 < 0,05$  bulunmuştur. KMO testi ölçüm sonucunun 0.50 veya daha yüksek olması, Bartlett küresellik testi sonucunun ise istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir (Tavşancıl, 2010). Elde edilen sonuçlara göre kullanılan ölçeklerin AFA’ya uygun olduğu görülmüştür. Yapılan AFA sonuçları Tablo 1’de verilmiştir.



**Tablo 1: Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları**

Maddeler	1	2	3	4	Varyans
<b>Pozitif Dedikodu</b>					
İş arkadaşımın üstün iş performansını iş yerimde dillendiririm.				,738	
İş arkadaşımın işine olan özen ve bağlılığını dillendiririm.				,880	
İş arkadaşımın mesleki rol ve deneyimindeki güvenilirliğini dillendiririm.				,861	20,227
İş arkadaşımın kişilerarası ilişkilerdeki becerisini dillendiririm.				,716	
İş arkadaşımın iş ahlakını dillendiririm.				,684	
<b>Negatif Dedikodu</b>					
İş arkadaşımın yetersiz iş performansını dillendiririm.		,839			
İş arkadaşımın işiyle ilgili ihmalciliğini ve yetersiz işine bağlılığını dillendiririm.		,894			
İş arkadaşımın mesleki deneyimsizliğini ve yetersiz mesleki bilgisini dillendiririm.		,928			12.195
İş arkadaşımın yetersiz kişilerarası ilişki becerisini dillendiririm.		,839			
İş arkadaşımın iş ahlakı yoksunluğunu dillendiririm		,761			
<b>Etik İklim</b>					
Çalıştığım kurumda, etik kurallar yazılı ve resmidir.		,563			
Çalıştığım kurum, etik kuralların uygulanması konusunda çalışanları zorlar.		,515			
Çalıştığım kurum, etik davranışlara ilişkin politikalara sahiptir.		,768			
Çalıştığım kurum, etiğe uygun davranışlara ilişkin politikaların uygulanması konusunda çalışanları zorlar.		,584			14.095
Çalıştığım kurumda, etik dışı davranışlara tahammül edilmez.		,815			
Kurumumda çalışanlardan biri kendisine çıkar sağlayan etik dışı bir davranışta bulunursa kınanır.		,845			
Kurumumda çalışanlardan biri kurumuma çıkar sağlayan etik dışı bir davranışta bulunursa kınanır.		,832			

Tablo 1 devam

Algılanan Örgüt İçi Rekabet	
Kurumumda çalışanlar birbirleri ile rekabet etmediklerinde kendilerini dışlanmış gibi hissederler.	,424
Kurumumda yoğun bir rekabet ortamı vardır.	,733
Kurumumuzda insanlar birbirleriyle rekabet etmez. (R)	,545
Kurumumda çalışanların bazılarının başarılı olması diğerleri için elem verici bir durumdur.	,634
Kurumumda çalışanlar, iş arkadaşlarının performanslarının nasıl değerlendirildiklerini öğrenmek isterler.	,513
Kurumumda çalışanlar yöneticilerini etkilemede birbirlerine göre üstün olmaya çalışırlar.	,712
Yöneticiler kurum içerisindeki rekabeti teşvik etmez. (R)	,708
Yöneticilerim kurum içi rekabeti teşvik ederler.	,564

8.789

Toplam Varyans: %55,30; Tekrarlama Sayısı: 4; Döndürme Yöntemi: **Promax**; KMO Uygunluk: **0.857**; Bartlett Küresellik Testi: **5385,620(300)**; Anlamlılık: **p =,000**; Goodness of Fit:  $\chi^2 = 739,527$  (206)

Yapılan AFA sonucunda dört faktörlü bir yapı oluşmuştur. Tablodan da anlaşılacağı üzere orijinal formunda tek boyut olan iş ile ilgili dedikodu ölçeği çalışmamızda çift boyutlu bir yapıya bürünmüştür. Ölçek maddeleri incelendiğinde ifadelerin aslında iki yargı bildirdiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle oluşan bu yeni ölçek yapısının daha uygun olduğuna karar verilmiştir. Analizlerin geri kalan kısmında oluşan bu yeni faktör yapısı dikkate alınmıştır.

Fornell & Larcker (1981) yapısal modelde anlamlı bir ilişki için test yapmadan önce, ölçüm modelinin yeterli düzeyde bir geçerlilik ve güvenilirliğe sahip olduğunun kanıtlanması gerektiğini savunmuştur. Bunun için ölçeklerin uyum ve ayırt edici geçerliliği sağlaması ve iyi uyum değerlerine sahip olması, ayrıca cronbach's  $\alpha$  değerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olması beklenmektedir. Bu amaçla yapılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucunda modelin iyilik uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde (Hu & Bentler, 1999) olduğu görülmüştür  $\chi^2 = 277,160(157)$ ,  $\chi^2/df = 1,765$ ; RMSEA = 0,045; NFI = 0,941; TLI = 0,968; CFI = 0,974. Ölçeklere ilişkin uyum ve ayırt edici geçerlilik ile tanımlayıcı istatistiklere ilişkin veriler Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler**

	Ort.	SS	CR	AVE	MSV	1	2	3	4
1. PD	4,15	,897	,885	,608	,018	-			
2. ND	2,74	1,20	,932	,734	,052	-,134*	-		
3. Eİ	3,43	1,05	,879	,512	,287	,111*	-,238***	-	
4. AR	2,89	1,13	,770	,527	,287	-,119*	,208***	-,529***	-

\*p<0,05; \*\*\*p<0,001; PD= Pozitif Dedikodu; ND= Negatif Dedikodu; Eİ= Etik İklim; AR= Algılanan Örgüt İçi Rekabet; Ort.= Ortalama; SS= Standart Sapma; CR= Composite Reliability; AVE= Average Variance Extracted; MSV= Maximum Shared Variance

Öncelikle ölçeklerin uyum geçerliliği kontrol edilmiştir. Algılanan örgüt içi rekabet ölçeğinin ilk ifadesinin faktör yükü 0.500 eşliğinin altında olduğu için ifade analizlerden çıkarılmıştır. Daha sonra yapılan testlerde aynı ölçeğin beşinci maddesi de AVE değerini sağlayamadığı için çıkarılmıştır. Böylece kalan maddelerle tekrarlanan analizde tüm AVE değerleri 0.500 eşliğinin üzerine çıkmış ve uyum geçerliliği sağlanmıştır. Ayırt edici geçerlilik için çıkarılan varyans tahmin değerlerinin (AVE) korelasyon değerlerini geçmesi gerekmektedir (Fornell & Larcker, 1981; Hair vd., 2014). Tablodan da anlaşılacağı üzere değişkenlerin AVE değerleri korelasyon değerlerini aşmaktadır. İkinci koşul olarak AVE değerlerinin MSV değerlerini aşması beklenmektedir. Değişkenler arasında bu koşul da sağlandığından ötürü ayırt edici geçerliliğin de sağlandığı görülmüştür. Bununla birlikte Henseler vd. (2015) ayırt edici geçerliliği test etmek için korelasyonların heterotrait-monotrait oranının (HTMT) hesaplanmasını önermiştir. Bu değer 0.85'den küçük olması gerekmektedir. Yapılan analizlerde HTMT değerlerini 0.85'den oldukça küçük olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre ölçeklerin yapı geçerliliği açısından herhangi bir sorun olmadığı ve oldukça iyi bir geçerliliğe sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini, normalliğini ve çoklu bağlantı sorununun olup olmadığını test etmeye yönelik yapılan analizlerin sonuçları Tablo 3'de verilmiştir.

**Tablo 3: Normallik, Doğrudaşlık, Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

Değişkenler	Çarpıklık	Basıklık	Tolerance	VIF	Alpha
Pozitif Dedikodu	-1,227	1,446	,970	1,031	,880
Negatif Dedikodu	,315	-,830	,929	1,076	,931
Etik İklim	-,455	-,393	,778	1,285	,876
Örgüt İçi Rekabet	,035	-,713	789	1,268	,813

Kovaryans temelli yapısal eşitlik modellemesi yapabilmek için ön koşullardan biri olarak dağılımın normalliği gösterilmektedir. Normalliği test etmek için ortalaması alınan değişkenlerin çarpıklık ve basıklıkları kontrol edilmiştir. Değerler +1,5 ve -1,5 sınırını aşmadığı için dağılım normal kabul edilmiştir (Tabachnick vd., 2019). Daha sonra çoklu bağlantı sorunu olup olmadığına bakılmıştır. Değişkenler arasındaki doğrusal regresyon analizi ile elde edilen

VIF değerleri literatürde sıkça kabul gören 5 değerinin oldukça altında olduğu için çoklu bağlantı sorunu olmadığı görülmüştür (Craney & Surlles, 2002; Thompson vd., 2017). Son olarak CR değerlerinin, 70'den büyük olmasından ötürü zaten güvenilirlik değerlerini sağlamış olan değişkenlerin cronbach's  $\alpha$  değerlerine de bakılmıştır ve ölçüklerin oldukça güvenilir olduğu görülmüştür (Zinbarg vd., 2005).

### 3.4. Yapısal Eşitlik Analizi

Yapı geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanan ölçüm modelinden sonra hipotezleri test etmek üzere yapısal bir model kurulmuştur. Aracılık modelinin de olduğu bu modelde aracılık etkisini test etmek için Baron & Kenny (1986) tarafından önerilen adımlar izlenmiştir. Analiz yöntemi olarak kitle parametresine ilişkin güven aralığının hesaplanmasına olanak sağlayan bootstrap yöntemi kullanılmıştır. Bootstrap örnekleme ise 2000 olarak belirlenmiştir.

Doğrudan ve dolaylı etkileri test etmek için kurulan modelin uyum indekslerinin  $\chi^2 = 281,703(157)$ ,  $\chi^2/df = 1,783$ ; RMSEA = 0.046; NFI = 0.940; TLI = 0.967; CFI = 0.973 kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu görülmüştür. Kurulan modeldeki doğrudan etki sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4: Doğrudan Etki Analizi**

Hipotezler	Katsayılar	Standart Hata
H <sub>1</sub> : Pozitif Dedikodu → Al. Örgüt İçi Rekabet	-,277***	,053
H <sub>2</sub> : Negatif Dedikodu → Al. Örgüt İçi Rekabet	,503***	,073
H <sub>3</sub> : Pozitif Dedikodu → Etik İklim	,176**	,046
H <sub>4</sub> : Negatif Dedikodu → Etik İklim	-,428***	,062
H <sub>5</sub> : Etik İklim → Algılanan Örgüt İçi Rekabet	-,606***	,094

Yapılan yapısal eşitlik analizine göre araştırmannın bağımsız değişkenlerinden pozitif dedikodunun, algılanan örgüt içi rekabet ( $\beta = -,277***$ ) üzerinde negatif yönlü ve anlamlı; etik iklim ( $\beta = ,176**$ ) üzerinde ise pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Negatif dedikodunun ise algılanan örgüt içi rekabet ( $\beta = ,503***$ ) üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı, etik iklim ( $\beta = -,428***$ ) üzerinde ise negatif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırmannın aracı değişkeni olan etik iklimin algılanan örgüt içi rekabet ( $\beta = -,606***$ ) üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırmannın bu sonuçlarına göre H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub>, H<sub>4</sub>, H<sub>5</sub> hipotezleri kabul edilmiştir. Aracılık etkisi analizinin sonuçları Tablo 5'de verilmiştir.

**Tablo 5: Dolaylı Etki Analizi**

Hipotezler	Doğrudan Etki <sup>1</sup>	Doğrudan Etki <sup>2</sup>	Dolaylı Etki	Aracılık Durumu
H <sub>6</sub> : PD → Eİ → AR	-,277***	-,261***	,035(ns)	Aracılık Yok
H <sub>7</sub> : ND → Eİ → AR	,503***	,081(ns)	,228***	Tam Aracılık

<sup>1</sup>Aracı Değişken Eklendenmeden Önce; <sup>2</sup>Aracı Değişken Eklendikten Sonra; <sup>3</sup>ns(not significant) = anlamlı değil; \*\*p<0.01; \*\*\*p<0.001.

$H_6$  hipotezi pozitif dedikodu ile algılanan örgüt içi rekabet arasındaki ilişkide etik iklimin aracılık rolü üstleneceğini öngörmüştür. Fakat aracı değişken eklendiğinde bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişki anlamsızlaşmadığı ve bootstrap analizinde anlamlı bir aracılık katsayısı oluşmadığı için  $H_6$  hipotezi reddedilmiştir.  $H_7$  hipotezi ise negatif dedikodu ile algılanan örgüt içi rekabet arasındaki ilişkide etik iklimin aracılık rolü üstleneceğini öngörmüştür. Yapılan analiz sonucunda aracı değişken eklendikten sonra negatif dedikodu ile algılanan örgüt içi rekabet arasındaki ilişkinin azalıp anlamsızlaştığı görülmüştür. Ayrıca anlamlı bir aracılık etkisi katsayısı oluşmuştur. Bu sonuç negatif dedikodu ile algılanan örgüt içi rekabet arasındaki ilişkide etik iklimin tam aracılık etkisine sahip olduğu bulgulamıştır. Araştırmannın bu sonucuna göre  $H_7$  hipotezi desteklenmiştir.

#### **4. Sonuç ve Tartışma**

Bu çalışmada işyerindeki işle ilgili dedikodunun algılanan örgüt içi rekabet üzerindeki etkisi ve bu iki değişken arasındaki ilişkide etik iklimin aracı rolünün ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda literatür taramasıyla oluşturulan hipotezleri test etmek amacıyla nicel bir araştırma yapılmıştır. Araştırmaya veri toplamak için Ankara'daki hizmet sektör çalışanları ve yöneticileri ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada hizmet sektörünün seçilmesinin sebebi, sektörün doğası gereği insan ilişkilerinin ön planda olmasıdır.

Yapısal eşitlik modellemesi ile oluşturulan araştırma modelinin analizinin sonucunda, olumlu dedikodunun algılanan örgüt içi rekabet üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu, olumsuz dedikodunun ise pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmannın bu bulgusu (Garcia vd., 2013; Swab & Johnson, 2019) sosyal karşılaştırma bakış açısından rekabet çalışmaları ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmada, olumlu dedikodunun etik iklim üzerinde pozitif bir etkiye, olumsuz dedikodunun ise negatif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Olumlu dedikodu örgüt kültürü, iş tutumları ve çalışanlar arasındaki ilişkiler gibi örgütsel dinamiklere yozlaştırıcı ve negatif bir etki yapmaması açısından etik iklim üzerinde pozitif bir etki yaratmaktadır. Diğer taraftan olumsuz dedikodu söz konusu örgütsel dinamiklere negatif etki ederek etik olarak hangi tür davranışların doğru olduğuna ve beklenildiğine ilişkin ortak anlayışa zarar vererek etik iklim üzerinde negatif bir etki yaratmaktadır. Çalışmanın bu bulgusu Bartels vd. (1998) çalışmaları ile paralellik göstermektedir.

Etik iklimin, algılanan örgüt içi rekabet üzerinde ters yönlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle, etik iklimin güçlü olduğu organizasyonlarda rekabet algısı azalmaktadır. Bu durum, rekabetin olumlu yönleri açısından örgütsel anlamda etik iklimin hedef ve amaçlara ulaşmada sapmalar meydana getirebileceğini düşündürmektedir. Bu nedenle yıkıcı olmayan, çalışanlar arasında düşmanlık yaratmayacak, kontrol altındaki örgüt içi rekabet, verimliliği artırıp, çalışanların yaratıcılığı gibi bilişsel özelliklerini geliştirebileceği gibi, sınırları çizilmemiş yıkıcı rekabet, çalışanlar arasındaki formel ve informel ilişkilere zarar vererek ve örgütsel amaçlara ulaşmak açısından beklenilmeyen sonuçlara neden olabilecektir. Bu nedenle örgüt içi rekabetin optimum düzeyde tutulması ve yıkıcı seviyelere ulaşmayacak düzeyde yönetilmesi gerektiği sonucu çıkmaktadır. Ayrıca çalışmanın bu sonucu Hochstein vd. (2017) araştırmasının sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Olumsuz dedikodu ile algılanan örgüt içi rekabete etik iklimin aracılık ettiği görülmüştür. Örneklem açısından, negatif dedikodunun rekabeti tetiklediği düşünüldüğünde rekabetin bu olumsuzluk karşısında tetiklenmesi, yıkıcı bir rekabet ortamına işaret etmektedir. Bu durumda örgütteki etik değerlerin bu yıkıcılığı ortadan kaldıracabilecek güce sahip olduğu görülmüştür. Martin & Cullen (2006), etik iklimin organizasyonlar açısından en önemli çıktılarının örgütsel bağlılık, iş tatmini ve çalışanlarda artan psikolojik iyi oluş olduğunu belirtmiştir. Buradan hareketle örgütlerin etik değerlerini ortak bir anlayışla belirlemeleri ve bunu yazılı hâle getirip, tüm paydaşları benimsetecek şekilde, çalışanların bu değerlere riayet etmelerini sağlamaları önerilebilir.

Araştırmanın sonuçları etik iklimin dedikodu gibi olumsuzlukları bertaraf edebilme gücüne sahip olduğunu kanıtlamıştır. Hatta bu çalışma, dedikodunun çalışanları güdülemeye kullanılabilecek bir araç olarak kullanılabileceğini ortaya koymaktadır. Bu nokta işletmelerce iyi anlaşılabilir uygulamalarına yön vermelidir. İşletmelerde inşa edilen etik iklimin ilk uygulanma zamanları sancılı olabileceği gibi, etik iklim ortak bir düzlemde herkes tarafından benimsendikten sonra örgütsel süreçlere etkili katkılar sunabilme potansiyeline sahiptir. Özellikle günümüzde kâr elde etmenin tüm değerlerin önüne etik yoksunu bir şekilde geçtiği düşünülürse, bu durumun önemi daha da iyi anlaşılabilir. Oysa kârlılık kısa vadede sağlansa bile uzun vadede etik değerler olmadan pek mümkün olamamaktadır.

Çalışmada kısıtlardan kaçılmaya çalışılmışsa da çalışmanın sınırlılığı olduğunu belirtmek gerekmektedir. Özellikle etik iklim, dedikodu gibi konular incelendiğinde çalışanların bu konuda dürüst cevaplar vermekten kaçınmış olabilecekleri göz önünde bulundurulmalıdır. Her ne kadar gizlilik ve üçüncü kişilerle paylaşılmadığı beyan edilse de bu durum bir sınırlılık olarak ele alınmıştır. Ayrıca çalışmanın yalnızca Ankara ilinde ve hizmet sektöründe yapılmış olması da genellenebilirlik açısından bir sınırlılık teşkil etmektedir.

İşyeri dedikodusunun örgütlerde liderlik ile ilişkisi bakımından araştırılması, dedikodunun öncülleri ve ardıllarının anlaşılabilirliği ve yönetilebilmesi açısından gelecek araştırmalara ışık tutmaktadır. Bu bağlamda özellikle babacan liderlik, etik liderlik ve otantik liderlik tarzlarının dedikodu davranışı üzerindeki etkisi veya dedikodu ile rekabet arasındaki ilişkideki aracı etkisinin araştırılması önerilebilir. Bununla birlikte çalışmanın farklı sektör ve örneklem de yapılması ilgili literatürü genişletmeye yardımcı olacaktır.

## Kaynakça

- Ambrose, M. L., Arnaud, A., & Schminke, M. (2007). Individual moral development and ethical climate: The influence of person-organization fit on job attitudes. *Journal of Business Ethics*, 77(3), 323-333.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Argo, J. J., White, K., & Dahl, D. W. (2006). Social comparison theory and deception in the interpersonal exchange of consumption information. *Journal of Consumer Research*, 33(1), 99-108.
- Ashforth, B. E., & Saks, A. M. (1996). Socialization tactics: Longitudinal effects on newcomer adjustment. *The Academy of Management Journal*, 39(1), 149-178.
- Babin, B. J., Boles, J. S., & Robin, D. P. (2000). Representing the perceived ethical work climate among marketing employees. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(3), 345.

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bartels, K. K., Harrick, E., Martell, K., & Strickland, D. (1998). The relationship between ethical climate and ethical problems within human resource management. *Journal of business ethics*, 17(7), 799-804.
- Beersma, B., & Van Kleef, G. A. (2012). Why people gossip: An empirical analysis of social motives, antecedents, and consequences. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(11), 2640-2670.
- Birtch, T. A., & Chiang, F. F. T. (2014). The influence of business school's ethical climate on students' unethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 123(2), 283-294.
- Brown, D. J., Ferris, D. L., Heller, D., & Keeping, L. M. (2007). Antecedents and consequences of the frequency of upward and downward social comparisons at work. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 59-75.
- Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
- Brown, S. P., Cron, W. L., & Slocum Jr, J. W. (1998). Effects of trait competitiveness and perceived intraorganizational competition on salesperson goal setting and performance. *Journal of Marketing*, 62(4), 88-98.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3-21.
- Ceschi, A., Sartori, R., Dickert, S., & Costantini, A. (2016). Grit or honesty-humility? New insights into the moderating role of personality between the health impairment process and counterproductive work behavior. *Frontiers in Psychology*, 7.
- Cohen-Charash, Y. (2009). Episodic envy. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(9), 2128-2173.
- Cohen-Charash, Y., & Mueller, J. S. (2007). Does perceived unfairness exacerbate or mitigate interpersonal counterproductive work behaviors related to envy? *Journal of Applied Psychology*, 92(3), 666-680.
- Craney, T. A., & Surlis, J. G. (2002). Model-dependent variance inflation factor cutoff values. *Quality Engineering*, 14(3), 391-403.
- Cullen, J. B., Parboteeah, K. P., & Victor, B. (2003). The effects of ethical climates on organizational commitment: A two-study analysis. *Journal of Business Ethics*, 46(2), 127-141.
- Çiçek, B., & Deniz, M. (2017). Liderlere ve organizasyonlara değer temelli yaklaşım: Değer merkezli liderlik ve etik iklim ilişkisi üzerine bir araştırma - Values-based approach to leaders and organizations: A research on value-centered leadership and ethical climate relationship. *Journal of Business Research - Turk*, 9(2), 150-168.
- Dunbar, R. I. M. (2004). Gossip in evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110.
- Eddleston, K. A. (2009). The effects of social comparisons on managerial career satisfaction and turnover intentions. *Career Development International*, 14(1), 87-110.
- Ellemers, N., Pagliaro, S., & Barreto, M. (2013). Morality and behavioural regulation in groups: A social identity approach. *European Review of Social Psychology*, 24(1), 160-193.
- Erdogan, B., Liden, R. C., & Kraimer, M. L. (2006). Justice and leader-member exchange: The moderating role of organizational culture. *Academy of Management Journal*, 49(2), 395-406.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 8(2), 78-99.
- Fritzsche, D. J. (2000). Ethical climates and the ethical dimension of decision making. *Journal of Business Ethics*, 24(2), 125-140.
- Gabriel, Y. (1995). The unmanaged organization: Stories, fantasies and subjectivity. *Organization Studies*, 16(3), 477-501.
- Garcia, S. M., Tor, A., & Schiff, T. M. (2013). The psychology of competition: A social comparison perspective. *Perspectives on Psychological Science*, 8(6), 634-650.
- Gardner, W. L., Gabriel, S., & Hochschild, L. (2002). When you and I are “we,” you are not threatening: The role of self-expansion in social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(2), 239-251.
- Gino, F., & Pierce, L. (2009). Dishonesty in the name of equity. *Psychological Science*, 20(9), 1153-1160.
- Gino, F., & Pierce, L. (2010). Lying to level the playing field: Why people may dishonestly help or hurt others to create equity. *Journal of Business Ethics*, 95(1), 89-103.
- Goodman, P. S., & Haisley, E. (2007). Social comparison processes in an organizational context: New directions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 109-125.
- Gorsira, M., Steg, L., Denkers, A., & Huisman, W. (2018). Corruption in organizations: Ethical climate and individual motives. *Administrative Sciences*, 8(1), 1-19.
- Graf, L., König, A., Enders, A., & Hungenberg, H. (2012). Debiasing competitive irrationality: How managers can be prevented from trading off absolute for relative profit. *European Management Journal*, 30(4), 386-403.
- Hair, J. F. (Ed.). (2014). *Multivariate data analysis* (7. ed., Pearson new internat. ed). Harlow: Pearson.
- Harman, H. H. (1960). *Modern factor analysis*. Oxford, England: Univ. of Chicago Press.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hochstein, B. W., Zahn, W. J., & Bolander, W. (2017). Exploring the unintended negative impact of an ethical climate in competitive environments. *Marketing Letters*, 28(4), 621-635.
- Holland, M. G. (1996). What’s wrong with telling the truth? An analysis of gossip. *American Philosophical Quarterly*, 33(2), 197-209.
- Hsieh, H.-H., & Wang, Y.-D. (2016). Linking perceived ethical climate to organizational deviance: The cognitive, affective, and attitudinal mechanisms. *Journal of Business Research*, 69(9), 3600-3608.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Iacobucci, D., Saldanha, N., & Deng, X. (2007). A meditation on mediation: Evidence that structural equations models perform better than regressions. *Journal of Consumer Psychology*, 17(2), 139-153.
- Johnson, C. (2012). Behavioral responses to threatening social comparisons: From dastardly deeds to rising above. *Social and Personality Psychology Compass*, 6(7), 515-524.
- Kim, A., Moon, J., & Shin, J. (2019). Justice perceptions, perceived insider status, and gossip at work: A social exchange perspective. *Journal of Business Research*, 97, 30-42.



- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Publications.
- Kniffin, K. M., & Sloan Wilson, D. (2010). Evolutionary perspectives on workplace gossip: Why and how gossip can serve groups. *Group & Organization Management*, 35(2), 150-176.
- Kuo, C.-C., Chang, K., Quinton, S., Lu, C.-Y., & Lee, I. (2015). Gossip in the workplace and the implications for HR management: A study of gossip and its relationship to employee cynicism. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(18), 2288-2307.
- Kurland, N. B., & Pelled, L. H. (2000). Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. *Academy of Management Review*, 25(2), 428-438.
- Larrick, R. P., Burson, K. A., & Soll, J. B. (2007). Social comparison and confidence: When thinking you're better than average predicts overconfidence (and when it does not). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 76-94.
- Lau, V. P., & Wong, Y. Y. (2009). Direct and multiplicative effects of ethical dispositions and ethical climates on personal justice norms: A virtue ethics perspective. *Journal of Business Ethics*, 90(2), 279-294.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Malhotra, D. (2010). The desire to win: The effects of competitive arousal on motivation and behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 111(2), 139-146.
- Martin, K. D., & Cullen, J. B. (2006). Continuities and extensions of ethical climate theory: A meta-analytic review. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 175-194.
- Mendes, W. B., Blascovich, J., Major, B., & Seery, M. (2001). Challenge and threat responses during downward and upward social comparisons. *European Journal of Social Psychology*, 31(5), 477-497.
- Michelson, G., van Iterson, A., & Waddington, K. (2010). Gossip in organizations: Contexts, consequences, and controversies. *Group & Organization Management*, 35(4), 371-390.
- Molleman, E., Nauta, A., & Buunk, B. P. (2007). Social comparison-based thoughts in groups: Their associations with interpersonal trust and learning outcomes. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(6), 1163-1180.
- Moran, S., & Schweitzer, M. E. (2008). When better is worse: Envy and the use of deception. *Negotiation and Conflict Management Research*, 1(1), 3-29.
- Murayama, K., & Elliot, A. J. (2012). The competition-performance relation: A meta-analytic review and test of the opposing processes model of competition and performance. *Psychological Bulletin*, 138(6), 1035-1070.
- Newman, A., Round, H., Bhattacharya, S., & Roy, A. (2017). Ethical climates in organizations: A review and research agenda. *Business Ethics Quarterly*, 27(4), 475-512.
- Nickerson, J. A., & Zenger, T. R. (2008). Envy, comparison costs, and the economic theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 29(13), 1429-1449.
- Peterson, D. K. (2002). Deviant workplace behavior and the organization's ethical climate. *Journal of Business and Psychology*, 17(1), 47-61.
- Poortvliet, P. M. (2013). Harming others' task-related efforts: The distinct competitive effects of ranking information on performance and mastery goal individuals. *Social Psychology*, 44(6), 373-379.
- Rawley, E., & Simcoe, T. S. (2010). Diversification, diseconomies of scope, and vertical contracting: Evidence from the taxicab industry. *Management Science*, 56(9), 1534-1550.
- Schaubroeck, J., & Lam, S. S. K. (2004). Comparing lots before and after: Promotion rejectees' invidious reactions to promotes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 94(1), 33-47.

- Schwepker, C. H. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of Business Research*, 54(1), 39-52.
- Shin, Y. (2012). CEO ethical leadership, ethical climate, climate strength, and collective organizational citizenship behavior. *Journal of Business Ethics*, 108(3), 299-312.
- Smither, R. D., & Houston, J. M. (1992). The nature of competitiveness: The development and validation of the competitiveness index. *Educational and Psychological Measurement*, 52(2), 407-418.
- Swab, R. G., & Johnson, P. D. (2019). Steel sharpens steel: A review of multilevel competition and competitiveness in organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 40(2), 147-165.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2019). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Tai, K., Narayanan, J., & McAllister, D. J. (2012). Envy as pain: Rethinking the nature of envy and its implications for employees and organizations. *Academy of Management Review*, 37(1), 107-129.
- Thompson, C. G., Kim, R. S., Aloe, A. M., & Becker, B. J. (2017). Extracting the variance inflation factor and other multicollinearity diagnostics from typical regression results. *Basic and Applied Social Psychology*, 39(2), 81-90.
- Vecchio, R. P. (2000). Negative emotion in the workplace: Employee jealousy and envy. *International Journal of Stress Management*, 7(3), 161-179.
- Wert, S. R., Salovey, P., Wert, S. R., Salovey, P., & Psychology, D. O. (2004). A social comparison account of gossip. *Review of General Psychology*, 122-137.
- Wu, X., Kwan, H. K., Wu, L.-Z., & Ma, J. (2018). The effect of workplace negative gossip on employee proactive behavior in China: The moderating role of traditionality. *Journal of Business Ethics*, 148(4), 801-815. 5
- Zinbarg, R. E., Revelle, W., Yovel, I., & Li, W. (2005). Cronbach's  $\alpha$ , Revelle's  $\beta$ , and McDonald's  $\omega$ H: their relations with each other and two alternative conceptualizations of reliability. *Psychometrika*, 70(1), 123-133.
- Zohar, D., & Luria, G. (2005). A multilevel model of safety climate: Cross-level relationships between organization and group-level climates. *Journal of Applied Psychology*, 616-628.