

ÖRGÜTSEL İLETİŞİMDE SANAL DEDİKODUNUN ROLÜ: COVID-19 SALGINI SÜRECİNDE AKADEMİSYENLERE YÖNELİK NİTEL BİR UYGULAMA¹

Fırat ATA²

Ömer Faruk COŞKUN³

ÖZ

Örgütsel iletişim içerisinde resmi olmayan bir unsur olarak değerlendirilen dedikodu, Covid-19 Salgını sürecinde dijital ortamlarda veya dijital araçlarla gerçekleştirilen sanal dedikodu türüyle karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal hayat içerisindeki tüm örgütleri doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen Covid-19 Salgını, üniversitelerde gerçekleştirilen eğitim ve öğretim faaliyetlerinin de dijital ortama taşınmasını zorunlu kılmıştır. Görev ve sorumluluklarını çoğunlukla evlerinden gerçekleştiren akademisyenler hem öğrencileriyle hem de iş arkadaşlarıyla dijital araçlar vasıtasıyla iletişim kurmuştur. Dijital iletişimin ön plana çıktığı Covid-19 Salgını sürecinde sanal dedikoduyu konu edinen bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanıldığı bu çalışma kapsamında 15 akademisyenin düşüncelerine başvurulmuştur. Elde edilen bulgular, akademisyenlerin sanal dedikodunun varlığını kabul ettiklerini ve farklı sosyo-psikolojik ihtiyaçlardan dolayı örgütsel iletişim sürecinde sanal dedikoduyu kullandıklarını göstermektedir. Araştırma sonuçlarına göre, Covid-19 Salgını sürecinde yüz yüze iletişimin yerini dijital araç ve ortamlarla yapılan iletişim alırken yüz yüze gerçekleştirilen dedikodunun yerini ise sanal dedikodunun aldığı görülmektedir. Ayrıca bu çalışmada, sanal dedikodunun bireysel ve örgütsel boyutlarıyla farklı etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel İletişim, Örgütsel Dedikodu, Sanal Dedikodu, Siber Dedikodu, Covid-19 Salgını.

Araştırma Makalesi

Research Article

² Öğr. Gör.

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi,
Antakya Meslek Yüksekokulu-
Gazetecilik ve Habercilik Bölümü,
Hatay, Türkiye

E-Posta
firatata47@gmail.com

ORCID
0000-0002-0905-0739

³ Öğr. Gör. Dr.

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi-
Antakya Meslek Yüksekokulu,
Yönetim ve Organizasyon Bölümü,
Hatay, Türkiye

ORCID: E-Posta
farukcosk@gmail.com

ORCID
0000-0002-9616-23599

Başvuru Tarihi / Received
15.04.2021

Kabul Tarihi / Accepted
30.08.2021

¹ Bu çalışma, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Başkanlığının 16/02/2021 tarihli E-21817443-050.99-14162 sayılı izniyle yapılmıştır.

THE ROLE OF VIRTUAL GOSSIP IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION: A QUALITATIVE PRACTICE FOR ACADEMICIANS IN THE COVID-19 PANDEMIC PROCESS

ABSTRACT

Gossip, which is considered as an informal element in organizational communication, appears in the form of virtual gossip carried out in digital environments or with digital tools during the Covid-19 Pandemic process. The Covid-19 Pandemic, which directly or indirectly affects all organizations in social life, has made it necessary to transfer the education and teaching activities carried out at universities to the digital environment. Academics who perform their duties and responsibilities mostly from home have communicated with both their students and colleagues through digital tools. In this study, the qualitative method was used, which made virtual gossip the subject of the Covid-19 Pandemic process, in which digital communication came to the fore. As part of the study, which used the semi-structured interview technique in the data collection process, the thoughts of 15 academics were applied. The findings show that academics accept the existence of virtual gossip and use virtual gossip in the organizational communication process due to different socio-psychological needs. According to research results, in the process of the Covid-19 Pandemic, face-to-face communication was replaced by digital tools and media, while face-to-face gossip was replaced by virtual gossip. In addition, in this study, it was concluded that virtual gossip has different effects with its individual and organizational dimensions.

Keywords: Organizational Communication, Organizational Gossip, Virtual Gossip, Cyber Gossip, Covid-19 Pandemic.

GİRİŞ

Çalışanlarının iş verimliliğini arttırmak isteyen kurum ve kuruluşlar, günümüzde örgütsel iletişime oldukça önem vermektedir. Kurum içi işleyişi, kurumun amaçlarını gerçekleştirmeyi ve kurum çalışanlarının birbirleriyle olan bilgi alışverişini ifade eden örgütsel iletişim, “resmi ve resmi olmayan” olmak üzere iki farklı şekilde gerçekleşmektedir. Resmi iletişim, örgüt içerisinde kurallar/ilkeler çerçevesindeki biçimsel boyutu belirtirken; resmi olmayan iletişimse dedikodu ve söylenti gibi biçimsel olmayan iletişim unsurlarını tanımlamaktadır. Resmi ve resmi olmayan iletişim, örgüt içerisinde bazı durumlarda birbirini desteklemekte bazı durumlardaysa birbirine zarar vermektedir. Örneğin resmi olmayan iletişim, örgüt içi bilgi akışının mümkün olmadığı/yavaşladığı durumlarda resmi iletişimi tamamlayıcı bir görev üstlenerek bilgi akışını hızlandırmaktadır. Diğer yandan resmi olmayan iletişim, çalışanların motivasyonlarının düşmesine neden olabilmekte ve örgüte doğrudan veya dolaylı zararlar da verebilmektedir.

Resmi olmayan iletişim unsurlarından biri de dedikodudur. Dedikodu hem gündelik hayatta hem de mesleki örgütler içerisinde sıklıkla kullanılan veya kullanıldığı gözlenen kavramlardan biridir. Toplumsal hayatta üçüncü bir kişi hakkında yapılan çekiştirme veya kınama konuşmaları olarak tanımlanan dedikodu, örgütsel açıdansa çalışanların “diğer çalışanlar veya kurumla ilgili yaptıkları değerlendirici konuşmalar” olarak belirtilmektedir (Wu vd., 2016: 1876). Çoğu zaman yüz yüze gerçekleştirilen örgütsel dedikodu, dijital teknolojilerin gündelik hayatımızdaki etkinliğinin artması sayesinde yeni bir form kazanmıştır. Sanal dedikodu olarak tanımlanan bu form, günümüzde internet, telefon ve bilgisayar gibi araçlar ve ortamlar aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Çin’de 2019 yılının sonunda başlayarak Dünya genelinde hayatı durma noktasına getiren Covid-19 Salgını, örgütsel iletişim içinde bir alternatif olarak sanal dedikodunun tercih edilmesine neden olmuştur. Bunun başlıca sebebi, Covid-19 Salgını sürecinde birçok resmi ve özel kurumun “esnek ve/veya uzaktan çalışmaya” geçiş yapmış olmasıdır. Diğer bir ifadeyle çalıştıkları kurumlarda fiziki olarak bulunmak yerine evlerinden işlerini sürdüren çalışanların hem örgütle hem de diğer çalışanlarla olan iletişimini dijital ortamlarla (sosyal medya, haber siteleri, alışveriş siteleri vb.) ve araçlarla (cep telefonu, bilgisayar, tablet vb.) gerçekleştirmesi, sanal dedikodunun ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bu gelişmeler çerçevesinde örgütlerin ve örgüt yöneticilerinin yaşanan değişime uyum sağlayabilmesi ve geleceğe yönelik doğru yönetim stratejileri geliştirebilmesi için sanal dedikodunun da içerisinde bulunduğu resmi olmayan iletişim şekillerindeki değişimleri dikkate almaları gerekmektedir.

Covid-19 Salgını sürecinde örgütsel iletişimdeki değişimin en fazla hissedildiği kurumlardan biri de üniversitelerdir. Cumhurbaşkanlığının 26 Ağustos 2020 tarihinde Resmî Gazetede yayınlanan “Covid-19 Kapsamında Kamu Çalışanlarına Yönelik Tedbirler” konulu genelgesiyle üniversitelerin neredeyse tümü eğitim ve öğretim faaliyetlerine uzaktan/çevrimiçi devam etme kararı almıştır. Uzaktan eğitimle birlikte üniversitelerde “dönüşümlü veya esnek çalışma” gibi yöntemlerin benimsenmesi, akademisyenlerin örgüt içerisinde geçirdikleri zaman

diliminde önemli bir azalmaya ve örgüt içi iletişimlerinin dijital ortamlara/araçlara taşınmasına neden olmuştur.

Belirtilenler doğrultusunda bu çalışmanın konusu, Covid-19 Salgını sürecinde dijital ortamlarda gerçekleştirilen sanal dedikodunun örgütsel iletişimdeki rolüdür. Akademisyenlerin Covid-19 Salgını sürecinde sanal dedikoduya yönelik algı ve tutumlarını betimlemeyi amaçlayan bu çalışmadan elde edilen bulgular, örgütsel iletişimin dijital teknolojilerle geçirdiği dönüşümü göstermesi ve üzerine sayıca az çalışma bulunan sanal dedikoduya yönelik bilgiler sunması açısından önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın hem örgüt yöneticilerine hem de konuyla ilgili yapılacak akademik araştırmalara fayda sağlaması beklenmektedir.

Örgütsel iletişim içerisinde sanal dedikoduyu ele alan bu çalışma, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, örgütsel iletişimle birlikte resmi ve resmi olmayan iletişim türleri hakkında bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde, resmi olmayan iletişim unsurlarından biri olan sanal dedikodu kavramı irdelenmektedir. Bu bölüm içerisinde sanal dedikodu kavramının daha anlaşılır olmasını sağlamak için yüz yüze/geleneksel dedikodu kavramları da açıklanmaktadır. Üçüncü bölümünde yöntemsel bilgilerin ve dördüncü bölümünde bulguların verildiği çalışma, genel bir değerlendirme ve öneriler kısmıyla tamamlanmaktadır.

1. Örgütsel İletişim ve Türleri

İletişim kavramı, bir kaynağın/gönderenin “duygu, düşünce veya bilgi niteliğindeki mesajları hedef kitleye/alıcıya ulaştırma süreci” olarak tanımlanmaktadır (McQuail ve Windahl, 2010: 18; Oskay, 2017: 24). Ölçer ve Koçer’e göre iletişim, mesajların aktarımından çok bunlara ilişkin paylaşım faaliyetlerini içermektedir (2015: 341). Bu paylaşım süreci, bir iletişim vurgusundan ziyade farklı düşüncede olan hedef kitleye/alıcıya istenilen davranışın veya tutumun benimsetilmesi amacını içermektedir (Kelly, 2000: 92).

Gündelik hayatın neredeyse her alanında farklı türleriyle kullanılan iletişim, örgütler/kurumlar tarafından da öncelik verilen kavramlardan biridir (Fay, 2011: 215). Örgütsel iletişim, kurumların/kuruluşların işleyişini sağlamak ve amaçlarını gerçekleştirmek için gerek örgütü meydana getiren çeşitli bölüm ve ögeler, gerekse

örgütle çevresi arasında girilen sürekli bilgi ve düşünce alışverişi ya da bölümler arasında gerekli ilişkilerin kurulmasına olanak sağlayan toplumsal bir süreçtir (Eroğlu, 2005: 216). Buna paralel olarak örgütsel iletişimin sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte önem kazanan bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Bilgi toplumuna geçilirken örgütler, en önemli kaynaklarının “insan” unsuru olduğunu anlamışlardır. Bu süreçte bir örgütün ve sosyal paydaşlarının (örgütü etkileyen ve örgütün etkilediği kişi ya da örgütler örneğin; tedarikçiler, çalışanlar, aracılar, müşteriler vb.) ihtiyaçlarını karşılayacak bir ortam yaratabilmek son derece önem kazanmış, bunu gerçekleştirebilmenin ön koşulu olan “örgütsel iletişimin” gerekliliğine yöneticilerin daha çok inanmaları gerekmiştir (Kocabaş, 2005: 248).

Mert'e (2019: 1515) göre, örgütsel iletişimin üç temel özelliği bulunmaktadır. Birinci özellik, örgütsel iletişimin kurumun iç ve dış hedef kitlesini kapsayan bir olgu olmasıdır. İkinci özellikte örgütsel iletişim, “yönetim iletişimi, pazarlama iletişimi ve organizasyon iletişimi” olmak üzere üç ayrı kategoride değerlendirilmektedir. Örgütsel iletişimin üçüncü özelliği ise bir yönetim aracı olarak kullanılmasıdır. İster kurum içi ister kurum dışı olsun gerçekleştirilecek tüm iletişimlerde yönetimin de yer alması gerekmektedir.

Mesajları alıcıya aktarma amacı taşıyan örgütsel iletişim, “resmi ve resmi olmayan iletişim” olmak üzere iki farklı şekilde gerçekleşmektedir.⁴ Resmi iletişim, örgüt içerisinde kuralların ve ilkelerin temel alındığı bir süreci betimlerken resmi olmayan iletişimse dedikoduyu ve söylentiye içeren fısıltı gazetesini belirtmektedir (Şahin ve Wolff, 2019: 8; Yıldız ve Dönmez, 2017: 58). Diğer bir ifadeyle resmi iletişim, kurum veya kuruluşlarda örgütsel kurallar doğrultusunda gerçekleştirilen, örgüt üyelerinin kişiliklerinden soyutlanmış, statüler arası bir iletişim türüdür. Resmi olmayan iletişimse çalışanların oluşturdukları biçimsel olmayan gruplar arasında gerçekleşen kişilerarası bir iletişimdir (Karcıoğlu vd., 2009: 65-66).

Resmi iletişimde örgüt içerisinde kimin kiminle hangi konularda nasıl iletişim kuracağı ve yetkinin kimlerde olduğu bellidir. Ayrıca resmi iletişimde bilgi akışı

⁴ Örgütsel iletişim türleri olarak belirtilen “resmi ve resmi olmayan iletişim” farklı çalışmalar içerisinde “formal ve informal iletişim” veya “biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim” gibi isimlerle de anılmaktadır.

şekli, belirli prosedürler çerçevesinde gerçekleşmektedir. Bireysel güvenden ziyade sisteme ve işleyişe güvenilen bu örgütsel iletişim türünde, emir komuta zincirindeki iş yükümlülükleri, sorumluluklar, iş dağılımları, sorun anında ilk paylaşılması ve çözüm araması gereken kişiler ve merciler de önceden belirlenmiştir (Keçeci vd., 2017: 174). Resmi olmayan iletişimdeyse resmi iletişime göre daha hızlı gelişen bir süreç söz konusudur. Resmi olmayan iletişim kanalları, herhangi bir bilgi veya haberi resmi kanallardan daha hızlı bir şekilde kurum içinde yaymakta ve çoğu zaman da şaşırtıcı bir doğrulukla gerçekleştirmektedir (Solmaz, 2006: 574). Özarallı ve Torun'a (2011: 110) göre resmi olmayan iletişim, resmi iletişimin eksikliğini gidermek üzere ortaya çıkmaktadır. Bir diğer ifadeyle çalışanlardan yöneticilere doğru olan iletişimin etkin bir biçimde gerçekleşmediği durumlarda resmi kanallardan beden diline ve dedikoduya kaymalar olmaktadır.

Resmi ve resmi olmayan boyutlarıyla değerlendirilen örgütsel iletişimde “dikey, yatay ve çapraz” olmak üzere üç yönlü bir mesaj alışverişi bulunmaktadır. Dikey iletişim, yönetimden çalışanlara doğru (çalışanlardan yönetime doğru da olabilir) gerçekleşen mesaj iletimini ifade etmektedir. Yatay iletişim, aynı düzeyde bulunan bölümler, kişiler arasında gerçekleşirken çapraz iletişimdeyse farklı bölümlerden ve farklı düzeylerden kişiler bulunmaktadır (Johnson vd., 1994: 114; Kocabaş, 2005: 249). Dikey iletişimde yöneticilerden çalışanlara doğru (aşağı yönlü) gerçekleştirilen dedikodu, kaçınılan ve sınırlı bilgi edinme özelliği taşıırken çalışanlardan yöneticilere doğru (yukarı yönlü) doğru gerçekleştirilen dedikoduya ayrıntılı bilgilerin edinildiği gayri resmi bir güç edinme aracı rolündedir (Martinescu vd., 2019: 101).

Konuyla ilgili gerçekleştirilen çalışmalarda, resmi olmayan iletişimin örgütsel yapıya ne tür katkılar sağlayabileceği ve/veya zararlar verebileceği tartışılmaktadır. Karcioğlu ve arkadaşlarına (2009: 66) göre resmi olmayan iletişim, “resmi iletişimin yükünü hafifletmesi, örgüt üyelerinde birlik ruhu geliştirmesi, yöneticiler için etkin bir yönetim aracı olması, değişen çevre hakkında hızla bilgi sağlanması ve takım çalışmalarının etkinleştirilmesi” bakımından fayda sağlamaktadır. Eroğlu'na (2005: 206) göreyse “resmi olmayan iletişim, örgütün geleneksel yapısındaki aksaklıkları yansıtan bir ayna gibidir. Bir işletmede dedikodu iletişimi yaygın olarak

kullanılıyorsa o örgütün yapısında bozukluk” var demektir. Resmi iletişim kanallarının iyi işlemediği bu örgütlerde gerekli gereksiz birçok gruplaşma oluşmaktadır. Bu gruplar hem yönetimle hem de kendi aralarında çatışarak örgütsel yapıya zarar vermektedir.

2. Resmi Olmayan İletişim Unsuru Olarak Sanal Dedikodu

Kişisel diyaloglara dayalı olan dedikodu kavramına yönelik birden fazla tanım bulunmaktadır. Kavrama yönelik yapılan tanımlamaların genel anlamda psikoloji, sosyoloji, antropoloji, medya ve işletme gibi alanlar kapsamında yapıldığı görülmektedir. Psikolojik anlamda dedikodu, günlük yaşam içerisindeki konular hakkında “boş veya düzensiz” bir şekilde gerçekleştirilen (Foster, 2004: 80; Levent ve Türkmenoğlu, 2019: 800), “konusu çekiştirme ya da kınama” olan konuşma olarak tanımlanmaktadır (Leblebici vd., 2009: 561; Eroğlu, 2005: 204). Sosyolojik anlamda “küçük topluluktaki birincil gruplar arasındaki iç haberleri” belirten dedikodu (Rosnow, 1988: 14-15), sosyal ortamın üyeleri hakkında değer yüklü bilgileri gayri resmi olarak iletme sürecidir (DiFonzo ve Bordia, 2007: 19; Noon ve Delbridge, 1993: 25-27). Dedikodu ayrıca, işletme alanında “meslektaşlar hakkındaki gayri resmi konuşmalar” (Ellwardt vd., 2012b: 193), antropoloji alanında “yaşanılan kentle ilgili sosyalleşme işlevi gören bir yerli olma aracı” (Cengiz, 2017: 311, 323) ve medya alanındaysa Dünyanın “en eski kitle iletişim aracı” olarak tanımlanmaktadır (Solmaz, 2006: 563).

Örgütsel dedikodu, “çalışanların diğer kurum üyesine/üyelerine yönelik gerçekleştirdikleri resmi olmayan ve değerlendirici (olumlu veya olumsuz) konuşmalar” olarak tanımlanmaktadır (Brady vd., 2017: 3; Kurland ve Pelled, 2000: 429; Grosser vd., 2010: 182; Van Itersen vd., 2011: 381). Çalışanlar arasındaki samimi ilişkiler temelinde şekillenen ve hızlı yayılan bir iletişim şekli olan örgütsel dedikodu, tanımında da belirttiği gibi “değerlendirici olmayan” olayları kapsamamaktadır. Diğer bir ifadeyle potansiyel bir kurumsal küçülme (olay), bir meslektaşın bebeğinin doğumu (değerlendirici değil) veya bir ünlüyle ilgili kötü haber (dedikodu yapan kişi veya dedikodu alan kişi tarafından kişisel olarak bilinmeyen) gibi içerikler, örgütsel dedikodunun dışında kalmaktadır (Wu vd., 2016:

1876; Akduru ve Semerciöz, 2017: 106). Jaeger ve arkadaşlarına göre dedikodu, örgüt içerisindeki gruplara dâhil olmanın ön koşuludur (1998: 106). Dahil olunan gruplarsa dedikodunun “örgütsel hakimiyet mekanizması” olarak kullanılmasına neden olmaktadır. Örgütsel dedikodu, bir grubun diğer gruplar üzerinde hakimiyet kurabilmek için kullandığı bir araca dönüşebilmektedir (Ellwardt vd., 2012a: 632).

Tanımlarda görüldüğü üzere çoğunlukla sözel bir süreçle ve ortamları ilişkilendirilen örgütsel dedikodu, yeni iletişim teknolojileriyle yazılı formlarda da görülmeye başlanmıştır. Dijital anonim notlar, e-postalar, sosyal ağ siteleri, telefon mesajları, bloglar ve sohbet odaları gibi yazılı dedikodu biçimleri ve ortamları da günümüzde yaygın olarak kullanılmaktadır (Van Iterson vd., 2011: 378; Fehr ve Sutter, 2019: 458). Diğer bir ifadeyle yeni iletişim teknolojileriyle insan yaşamının bir parçası olan konuşma ve paylaşma eylemi, yalnızca fiziksel ortamda değil aynı zamanda sanal ortamda da gerçekleşen bir eylem haline gelmekte ve “sanal dedikodu” olarak adlandırılan bir kavramın oluşmasını sağlamaktadır (Gökaliiler ve Saatcıoğlu, 2019: 173). Siber-dedikodu ve e-dedikodu gibi kavramlarla da adlandırılan sanal dedikodu, “iki veya daha fazla kişinin dijital cihazlar aracılığıyla orada olmayan biri hakkında değerlendirici yorumlar yapması” şeklinde betimlenmektedir (Romera vd., 2018: 1).

Sanal veya yüz yüze dedikodu kavramının yayılım unsurları, “önem, belirsizlik, kişisel kaygı ve inanç/güven” olmak üzere 4 maddeyle açıklanmaktadır. Önem, dedikodu içeriğinin kişileri ne düzeyde ve nasıl etkilediğiyle ilgilidir. Sanal Dedikodu yapan kişilerin konuştukları içeriklerle doğrudan ve dolaylı bir bağlantısı olmalıdır. Belirsizlik, kişisel veya örgütsel açıdan cevaplanması/netleştirilmesi gereken birtakım soruları ifade etmektedir. Yayılımın üçüncü unsuru olan kişisel kaygı, olumsuz bir duygu durumu olan endişeyi belirtirken son unsur olan inanç veya güven ise ilk üç maddenin ön koşulunu oluşturmaktadır (Rosnow, 1988: 19-20).

Rosnow’un değerlendirilmesinde ön koşul olarak belirtilen güven, Blithe’in çözümlemesinde “kişisel çaba” kavramıyla ilişkilendirilmektedir. Blithe’a (2014: 63-64) göre sanal dedikodu, yüz yüze dedikoduya göre daha fazla çaba gerektirmektedir. Yüz yüze dedikoduda söze doğrudan başlayan bir kişi, sanal dedikodu söz konusu

olduğunda karşı tarafa dolaylı ifadelerle bir davet göndermekte ve davete olumlu cevap alırsa/karşılıklı güven söz konusu olursa dedikodu süreci başlamaktadır. Diğer yandan yüz yüze dedikoduda genelde bir kapının kapatılması veya etrafta kimsenin olmadığından emin olunmasıyla sağlanan güven ortamı, sanal dedikoduda “kişilerin konuşmaları gizli tutacağını içeren antlaşmayla” sağlanmaktadır.

Sanal dedikodu ve yüz yüze dedikodu kavramları arasında bazı benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Gabriels ve De Backer’e (2016: 690) göre sanal dedikodu, yüz yüze versiyonunda olduğu gibi “itibar yönetimi, kültürel öğrenme, yaptırım ve eğlence” gibi temalar çerçevesinde gerçekleşmektedir. Belirtilen iki versiyon arasındaki farklara odaklanan Cintron’a (2010: 18-19) göreyse sanal dedikoduda yüz yüze dedikoduya göre zaman ve mekân sınırlaması bulunmamaktadır; dolayısıyla içerikler, geniş bir izleyici kitlesine yayılmaktadır. Sanal dedikodu, sonsuza kadar çevrimiçi kalabilmektedir. Sanal içerikler, paylaşımına sokulduğunda geri alınması zor olmaktadır. Sanal dedikodu, anonim olabilmektedir; dedikodu yapan kişiler kendilerini hayali isimle veya takma lakapla tanımlayabilmektedir. Bu durum, dedikodu sürecindeki güveni olumsuz etkilemektedir.

3. Yöntem

Çalışmada akademisyenlerin konuyla ilgili verdikleri sözel bilgiler işlendiğinden araştırmacılar tarafından “nitel araştırma yönteminin” kullanılması uygun görülmüştür. Harding ve arkadaşları nitel araştırma yöntemini, “teorik olarak elde edilen verilerin yorumlanması” şeklinde tanımlanmaktadır (2001: 45). Bu çalışma kapsamında verilerin toplanması için nitel araştırma yöntemleri içerisinde bulunan “yarı yapılandırılmış görüşme tekniği” kullanılmıştır. Elde edilen veriler, NVIVO 10 programı aracılığıyla içerik analizine tabi tutulmuştur.

3.1. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, araştırmacıların da görev yaptığı Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi’nin birimlerinden biri olan Antakya Meslek Yüksekokulu’nda çalışan akademik personel oluşturmaktadır. Toplamda 21 farklı programı bulunan Antakya Meslek Yüksekokulu’nda görevli 50 akademik personel bulunmaktadır. Belirtilen

sayıdaki akademik personelin tümüyle yapılacak görüşmelerde ve bu görüşmelerin işleme sürecinde ciddi bir zamana ihtiyaç duyulması sebebiyle çalışma verilerini elde etmek için örneklem grubu oluşturulmuştur. Amaçlı örneklemin kullanıldığı bu çalışmada 15 katılımcıdan elde edilen bulgular, sadece görüşme yapılan akademisyenleri kapsamaktadır.

Tablo 1: Demografik Bilgiler

Görüş mecı No	Cinsiyet	Ya ş	Görev Süresi (Yıl)
G1	Kadın	32	6
G2	Kadın	34	6
G3	Erkek	34	4
G4	Erkek	32	8
G5	Erkek	38	15
G6	Erkek	35	9
G7	Erkek	38	9
G8	Kadın	44	21
G9	Erkek	48	21
G10	Kadın	39	17
G11	Kadın	50	15
G12	Kadın	38	2
G13	Erkek	27	1
G14	Erkek	49	25
G15	Erkek	40	16

3.2. Araştırma Varsayımı ve Soruları

Resmi olmayan iletişim unsuru olan sanal dedikodunun örgütsel iletişimin bir diğer türü olan resmi iletişimi olumlu etkilediği varsayımından hareket eden bu çalışmada, 3 araştırma sorusu cevaplanmaya çalışılmıştır:

- Akademisyenlerin Covid-19 Salgını sürecinde örgütsel iletişim şekillerindeki değişimler nelerdir?
- Örgütsel iletişim bağlamında akademisyenlerin yüz yüze dedikoduya yönelik düşünceleri ve tutumları nasıldır?
- Sanal dedikodunun örgütsel iletişim sürecindeki rolü nedir?

3.3. Sınırlılıklar

Bu çalışmada bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışma (Antakya Meslek Yüksekokulu dışında kalan) Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'ndeki diğer

fakültelerde ve meslek okullarında/yüksekokullarında uygulanmamıştır. Çalışma bir meslek yüksekokulunda gerçekleştirildiğinden “öğretim görevlisi” unvanlı akademisyenlerin niceliksel olarak fazla olması; diğer bir ifadeyle “profesör”, “doçent”, “okutman” ve “araştırma görevlisi” unvanlara sahip akademisyenlerle görüşülememesi de bir diğer sınırlılığı oluşturmaktadır.

3.4. Geçerlik ve Güvenirlik

Bu çalışmanın geçerliliği ve güvenirliliğine yönelik “iç ve dış” olmak üzere iki kategori izlenmiştir. Çalışmanın iç geçerliliğinde ilk adım olarak araştırmada kullanılmak üzere oluşturulan soru formu için “sosyal bilimlerde yöntem ve teknik” ile “örgütsel iletişim” alanındaki iki uzmanın görüşüne başvurulmuştur. İç geçerliliğin ikinci adımında üç akademik personele görüşme soruları yöneltilerek geri bildirimler çerçevesinde bazı soruların anlaşılabilirliği ve sıralamaları değiştirilmiştir. İç geçerliliğin son aşamasındaysa görüşmecilerden alınan cevaplar, “doğrudan alıntı” yapılarak bulgular kısmında kullanılmıştır. Dış geçerliliğin sağlanması içinse katılımcılara çalışmanın metodolojik boyutları belirtilmiştir. Bu kapsamda “verilerin toplanma ve analiz süreci, katılımcıların özellikleri, araştırmacının rolü, geçerlilik ve güvenirlilik önlemleri ve amaçlı örnekleme” gibi konular hakkında detaylı bilgiler verilmiştir.

Çalışmanın iç güvenirliliği için görüşme süresince ses kayıt cihazı kullanılarak veri kaybı önlenmiş ve bulgular yorum yapılmadan araştırmada kullanılmıştır. Çalışmanın dış güvenirliliğindeyse elde edilen veriler, iki yazar tarafından farklı ortamlarda kodlanmış; yazarların kodlamaları sonucunda elde edilen temalar, çalışmanın amacı da dikkate alınarak belirlenmiştir. Böylece verilerin işlenmesi ve tartışılması konularında tutarlılık sağlanmaya çalışılmıştır.

3.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Çalışma verileri, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Başkanlığının 16/02/2021 tarihli E-21817443-050.99-14162 sayılı izniyle 15-28 Şubat 2021 tarihi arasında Antakya Meslek Yüksekokulu’nda akademisyenlerle yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir. Görüşmeler esnasında veri kaybının yaşanmaması adına görüşmeciler de

bilgilendirilerek ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Ses kayıt cihazındaki kayıtlar, yazılı bir doküman haline getirilmiştir. Görüşmeye ait metinler, nitel veri analizinde kullanılan NVIVO 10 programıyla işlenmiştir. NVIVO analiz programıyla “tema, kategori ve kod” şeklinde sınıflandırmalar yapılmış ve görüşmecilerden elde edilen verilerin sistematik bir şekilde irdelenmesi sağlanmıştır. Belirtilen sınıflandırmaların ardından bulgular kısmında yer verilen başlıkları en iyi yansıttığı düşünülen akademisyen görüşleri de doğrudan alıntılanarak ilgili kısımda belirtilmiştir.

4. Bulgular

Bu başlık altında akademisyenlerin Covid-19 Salgını sürecindeki iletişim türü değişiklikleri ve yüz yüze dedikodu algıları belirtildikten sonra sanal dedikoduyla ilgili tutumlarına yer verilmiştir.

Tablo 2: Covid-19 Salgını Sürecinde İletişim Türü Değişikliği

Görüşler	N	f
Yüz Yüze İletişimden Dijital İletişime Kayma	14	27
Dijital İletişim Sıklığında Artma	13	15
Toplam		42

Çalışmaya katılan akademisyenlerin Covid-19 Salgını sürecindeki iletişim sıklığı ve kullandıkları iletişim türüne yönelik görüşleri, sıklık konusunda bir artışın yaşandığını ve iletişim türünde ise dijital ortam ve araçların kullanımına paralel olarak yüz yüze iletişimden dijital iletişime doğru bir kaymanın olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte dijital araçlarla kurulan iletişimin de yoğunluğunda bir artış olduğu ifade edilmektedir. Akademisyenlerin cep telefonu, bilgisayar ve internet teknolojileri aracılığıyla birçok sosyal medya uygulamasını kullandıkları bulgulanmıştır. Akademisyenler, konuyla ilgili benzer ifadeler kullanmıştır:

“Sokağa çıkma yasakları sebebiyle insanların evlerinde kalması sonucu mecburen iletişim sanal ortama kaydı. Dijital iletişim çok ciddi oranda arttı.” (G1)

“Eskiye göre daha çok arttı tabii sesli ve görüntülü görüşme araçlarının kullanımı.” (G10)

“Salgın döneminde sosyal ağları daha fazla kullanmaya başladım. Çok sık görüştüğümüz arkadaşlarımızla görüntülü şekilde sohbetler etmeye başladık. Daha

önce ismini bilmediğimiz iletişim programları yazışma programları kullanmak zorunda kaldık.” (G13)

“Daha önce yüz yüze yaptığımız ders, toplantı vb. tamamı salgın sürecinde sanal ortamlarda gerçekleştirdik. WhatsApp, Zoom ve öğrencilerimizle üniversitemizin Uzaktan Eğitim Sistemi üzerinden görüntülü, sesli ya da mesajlaşma ile iletişim kurduk.” (G15)

“Salgın öncesinde iletişimin çok büyük kısmı yüz yüze gerçekleşirken, salgın sonrası iletişim daha çok teknolojik alt yapıya dayanan mecralar üzerinden gerçekleşmeye başladı.” (G6)

“Bu süreçte öncesinde hiç ilgilenmediğim bir sosyal medya uygulaması olan Instagram’ı kullanmaya başladım.” (G2)

“Salgın sürecinden önce birlikte iş arkadaşlarım ve yöneticilerim ile genelde telefon ve yüz yüze iletişim kuruyorduk. Fakat bu süreçte mümkün olduğu kadar internet üzerinden ya da telefon ile iletişimde bulundum.” (G5)

Tablo 3: Dedikodu Kavramının Tanımı

Görüşler	N	f
Hem Olumlu Hem Olumsuz	1	1
Ne Olumlu Ne Olumsuz	4	4
Olumlu Tanım	6	6
Olumsuz Tanım	6	7
Toplam		18

Akademisyenlerin dedikodu kavramına yönelik tanımlamalarında farklı anlamlandırmalar söz konusudur. Kavrama yönelik olumlu tanım yapanlar dedikoduyu “resmi olmayan bir iletişim biçimi” olarak tanımlarken olumsuz tanım ortaya koyarlarsa dedikoduyu “örgüt içerisindeki çalışanlara farklı açılardan zararlar veren bir araç” şeklinde anlamlandırmaktadır. Bu iki tanımlamayla birlikte bazı akademisyenlerse dedikoduyu ne olumlu ne de olumsuz bir kavram olarak görmektedir. Akademisyenlerin dedikodu kavramının tanımına yönelik görüşlerine örnek olarak gösterilebilecek bazı alıntılar şu şekildedir:

“Genellikle gerçek olaylar ve konular hakkında olsa da dedikodu yapan kişinin eklemeleri neticesinde çok fazla yanlış bilgi içermektedir.” (G4)

“Herhangi bir ortamda bir araya gelen insanların ilgili ortamda bulunmayan insanları sohbet konularının nesnesi haline getirmeleridir.” (G6)

“Resmi olmayan bilgi edinme şekli olarak tanımlıyorum. Abartılmaması ve iftira boyutunun olmaması koşuluyla dedikodu eğlenceli ve motive edici olabilmekte. Resmi olmayan konularda bilgi edinilmesi hususunda önem arz etmekte.” (G2)

“Dedikodu denilince genelde başka insanlarla ilgili özel ya da kişisel konuları konuşmak akla geliyor. Genel olarak kötü bir anlam yüklenir dedikoduya ama bir yerde okumuştum çok da hoşuma gitmişti. Dedikodu aslında bir halkbilim türüdür diye bir çalışma vardı.” (G8)

“Zira ben dedikodunun şahsıma karşı yapıldığında kurum içerisinde aslında politik bir araç olarak kullanıldığına kesinlikle eminim. Zira başkaca ortamlarda bir araya gelmediğimiz insanların kurum içerisinde bu tarz bir özel dedikodu yöntemlerini kullanıyor olması mutlaka kendi şahsi kurumsal amaçlarına hizmet eden bir tarafı olup yöntem olacaktır.” (G14)

“Günlük hayatta kişiler veya olaylar ile ilgili insanların birbirleri ile bazen kaynağı belli olmayan, bazen abartılı ve eklemelerin bulunduğu, bazen de kişinin kendi şüphelerinin dışı vurumunu oluşturan, meraklı insanların daha yoğun başvurduğu ve çoğunun iyi niyetli olmadığı bir iletişim türüdür.” (G5)

“İnsanları birbirine düşüren, yüzüne karşı söyleyemediklerini başkalarının yanında dillendirilmesini ifade eden bir kavramdır.” (G9)

Tablo 4: Çalışan İlişkileri Açısından Dedikodunun Etkisi

Görüşler	N	f
Uzaklaştıran	10	10
Yakınlaştıran	9	10
Toplam		20

Üniversite içerisinde çalışan ilişkileri açısından dedikodunun etkilerine yönelik görüşler “uzaklaştırma ve yakınlaştırma” olmak üzere iki kategoride değerlendirilmiştir. Dedikodunun çalışan ilişkileri açısından uzaklaştırıcı bir boyutu olduğunu belirten görüşlerde dedikodu içeriklerinin “yalan, yanlış veya abartılı” olması gerekçe gösterilmekte ve bu içerikleri kullanan kişilerle iletişimden

kaçınıldığı ifade edilmektedir. Çalışan ilişkilerinde dedikodunun yakınlaştırıcı boyutu olduğunu belirten görüşlerdeyse “sorun çözümü, güven pekiştirme ve bilgi edinme” gibi ifadeler (tema kavramı karışabilir) yer almaktadır. Akademisyenlerin çalışanlar açısından dedikodunun etkisine yönelik görüşlerine örnek gösterilebilecek görüşler aşağıda belirtilmiştir:

“Özellikle yalan, yanlış, abartılı ve eklemeli söylemler hem söyleyene hem dinleyene ve hem de konu ile ilgili olana zarar verdiği için bu tür kişiler ile iletişim kurmak istemem.” (G5)

“Diğer insanlar hakkında iftiraya varacak durumlara gelen dedikodular yapan kişilerden uzak durmaya çalışırım çünkü yarın aynısını bana da yapma ihtimali çok yüksektir.” (G15)

“Genellikle kahve eşliğinde gerçekleştirilen dedikodular hem bilgi edinilmesi hem de bilgi paylaşımı konusunda bir fırsat sunmakta.” (G2)

“Dedikodu yapanların arasında olmam dedikodusu yapılan üçüncü şahısları dışarda bırakan ve dedikodu yaptıklarıyla ekstra yakınlığı ima eden bir bağın dolaylı varlığına işaret eder.” (G6)

“Dedikodu, yapılan gruptaki aradaki bağı güçlendirmektedir.” (G7)

“Güvendiğim bazı iş arkadaşarımla sadece ortada bir sorun olduğunda o sorunun çözümüne yönelik dedikodu yapmışımdır.” (G8)

Tablo 5: Dedikodunun Psikolojik Etkileri

Görüşler	N	f
Dedikodu Yapan		
Doğal İhtiyaç	1	1
Kötü Hissetmek	1	1
Mutlu Olmak ve Rahatlamak	9	9
Nötr	1	1
Pişman Olmak ve Suçluluk	2	2
Rahatsız Olmak	3	3
Toplam		17
Dedikodusu Yapılan		
Öfkelenmek	2	2
Rahatsız Olmak	6	6
Umursamamak	7	7
Üzülme	3	3

Toplam	18
Genel Toplam	35

Dedikodunun psikolojik etkileri söz konusu olduğunda akademisyenlerin “dedikodu yapan ve dedikodusu yapılan” olmak üzere iki farklı açıdan değerlendirmeler yaptıkları görülmektedir. Dedikodu yapan kategorisine girebilecek görüşler, “doğal ihtiyaç, kötü hissetmek, rahatsız olmak, mutlu olmak ve rahatlamak, pişman olmak ve suçluluk” gibi kodlar çerçevesinde birleşmektedir. Dedikodusu yapılan kategorisindeyse “öfkelenmek, rahatsız olmak, umursamamak, üzülme” gibi kodlar belirtilmiştir. Akademisyenlerin dedikodunun psikolojik etkilerine yönelik benzer görüşleri şu şekildedir:

“Dedikodu eğer benim ile ya da çalıştığımız ortam ile ilgili yararlı bilgiler içeriyor ise bir ihtiyaç gibi hissederim. Ama bunlarla ilgili değil benden tamamen farklı olay ya da kişiler ile ilgili ise rahatsız olurum. Hatta bazen o anda konunun içeriğine göre rahatsız olmasam da daha sonra mutlaka keşke yapmasaydım derim.” (G5)

“Sevdiğim ya da eleştirilmesini yanlış bulduğum kişilerle ilgili dedikodu yapılması bana kötü hissettirir.” (G6)

“İşyerinde hoşla gitmeyen bir karar alınmış ve iş arkadaşlarınızla bu konuda konuşmuşsanız bu konuda yöneticilerin dedikodusunu yapmışsanız yöneticilere karşı söyleyemediklerinizi arkadaşlarınızla paylaşma şansı olduğu için mutlu olabilirsiniz.” (G7)

“Durum değerlendirmesi yapıyoruz. Rahatlama hissi doğuyor.” (G11)

“Bu diyaloglar iş konusunda farklı çözümler ve yaklaşımlar geliştirmemize konuşarak da psikolojik olarak rahatlamamıza, dertleri çözümleri paylaşmamıza yardımcı olur.” (G15)

“Yaptıktan sonra pişmanlık duyarım. Dedikodusunu yaptığımız kişiyi gördüğümde suçluluk hissederim.” (G9)

“Şimdi dedikodu öznel bir şey olduğuna göre muhakkak o dedikodu altında sizin tam olarak gerçek uygun olmayan durumunuzu yansıtacağı için çoğunlukla

kötü şeyler hissediyorum. Olumsuz düşüncelere sahip oluyorum. Yersiz buluyorum. Terbiyesizlik olarak falan düşünüyorum.” (G14)

“Kötü hissederim çünkü insanların benimle ilgili konuşmaları hoşuma gitmiyor. Çünkü ben çok dikkat ediyorum dışarıda insanlarla ilgili konuşmaya, yorum yapmaya bu sebepten de insanların benim hakkında konuşması hoşuma gitmiyor.” (G12)

“Düşündüğüm şeylerin insanları rahatsız etmesi ve bu konu ile dedikodu yapmalarını önemsemem.” (G13)

“Ben yapıyorsam başkası da benim hakkımda yapabilir bence. Sonuçta ben ve değer verdiğim insanlar beni bilir onların dışındakileri önemsemem.” (G10)

“Beni benden değil başkalarından tanyor ve biliyorlar. Haliyle dedikodum yapıldığı zaman yıkıcı bir dedikodu ise üzülüyorum tabi ki.” (G8)

Tablo 6: Dedikodunun Örgütsel ve Bireysel Etkileri

Görüşler	n	f
Olumlu		
Bireysel	4	5
Örgütsel	6	8
Toplam		13
Olumsuz		
Bireysel	6	6
Örgütsel	8	10
Toplam		16
Genel Toplam		29

Akademisyenlerin dedikodunun örgütsel ve bireysel etkilerine yönelik görüşleri, olumlu ve olumsuz olmak üzere iki farklı kategoriye ayrılmıştır. Olumlu bireysel etkilerde “moral, motivasyon ve eğlenmek”, olumsuz bireysel etkilerdeyse “dışlanmışlık, düşmanlık ve yanlış düşünce” kavramları ön plana çıkmaktadır. Katılımcılar, olumlu örgütsel etkiler söz konusu olduğunda “oryantasyon, kurumdaki pozisyon ve grup iletişimi”, olumsuz örgütsel etkilerdeyse “kurum içi huzurun kaçması ve mahremiyet ihlali” gibi kavramlar çerçevesinde düşünceler paylaşmıştır. Örnek olabilecek bazı akademisyen görüşleri aşağıda belirtilmiştir:

“Dedikodu çalışanlar açısından bilgi alışverişi, moral, motivasyon ve eğlenmek için olumlu bir araçtır.” (G2)

“Dedikodular bazen hakkınızda konuşulanları öğrenmenize, bazen yanlış aktarılan konuların doğrusunu öğrenmenize, doğruların gün yüzüne çıkmasına, örgütsel iletişimin, kişilere güvenin ve samimiyetin artmasına, çalışanların psikolojik olarak da deşarj olmalarına, kendilerine dert ortağı, sırdaş bulmalarına yardımcı olmaktadır.” (G15)

“Kurumda kötü niyetli kişilerin yaptığı kötülükleri bilip buna göre pozisyon almak, kurumun gelişmesi için yararlı olan konuşmaları yapmak gibi durumlarda olumlu olduğumu düşünürüm.” (G5)

“Dedikodu yaptığınız grupla iletişim ve bağınızın güçlenmesini sağlayarak iş doyumunu işe gelme niyetini ve işe bağlılığı artırabilir. İşe yeni başlamış birisine şu kişilere dikkat et veya şu olaylara dikkat et diyerek aslında bir nevi yeni başlayanların oryantasyonu sağlanmış olur.” (G7)

“Olumlu bir etkisi yok sadece birbirini tanımayan insanlar arasında düşmanlıklara yol açıyor.” (G3)

“İnsan sosyal bir varlık ama bu sosyalliğe dedikodu ile bir dışlanmışlık duygusu da eşlik edebilir.” (G8)

“Başkalarına karşı önyargılı olmamıza sebep olabiliyor bir kere güvenle ilgili büyük sıkıntılar ortaya çıkartıyor.” (G12)

“Dedikodu, “çatışmaya sebep olacağından bu da moral, azim ve kararlılık gibi insanı performe eden birtakım duyguları sekteye uğratacağından olumsuz diye düşünüyorum.” (G14)

“En önemli zararı ise dedikodusu yapılan karşı kişiye veya gruba karşı olumsuz anlamda katı bir tutum nedeniyle iş ortamında kutuplaşmayı körüklemesidir.” (G7)

“Kişilik haklarına, akademik durumuna ya da özel hayatına saldırı niteliği taşırsa tabi ki o kurum altına dinamit koymak gibi bir şey söz konusu olur. Manipülasyon amaçlı bir dedikodu, kurum içi huzursuzluklara neden olabilmekte. Bu durum da iş yerinde verimliliği azaltıcı etkilere sahip olabilir.” (G8)

“Dedikodu kurum içerisinde kişileri karalama kampanyasına hatta iftiraya dönüşen ithamlara dönüşürse kurum içerisinde bireyler arasında iletişimin, kopmasına, sinerjinin azalmasına düşmanca ilişkilerin gelişmesine kurumsal işlerin de ister istemez aksamasına ve olumsuz etkilenmesine neden olur.” (G15)

Tablo 7: Dedikodu Yönetimi

Görüşler	N	f
Dedikodu Olmamalı	2	2
Yönetilmeli	10	12
Toplam		14

Akademisyenlerin çoğu dedikodunun yönetilebilir bir araç olduğunu belirtmekte ve dedikodu yönetimi konusunda “şeffaf yönetim, dilek/istek kutusu, yönetici becerisi” gibi unsurları şart koşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle akademisyenler, örgüt içerisinde dedikodunun görmezden gelinmesi veya tamamen engellenmesi yerine kontrollü bir şekilde kullanılması gerektiğini ifade etmektedir. Belirtilen genel görüşlere ek olarak çalışmaya katılan iki akademisyene göreyse dedikodu yönetimi söz konusu değildir; dolayısıyla örgüt içerisinde dedikoduya hiçbir şekilde yer verilmemelidir. Dedikodu yönetimi konusunda akademisyenlerin belirttiği benzer görüşlerden bazıları şu şekildedir:

“Doğal olarak dedikodunun yok edilmesi imkânsıza yakındır. Bu nedenle kurum açısından bakılırsa dedikoduda dile getirilen içeriklerin uygun bir formatta açığa çıkmasını sağlayacak yöntemler (dilek kutusu vb.) geliştirilmelidir.” (G6)

“Burada iş daha çok yönetime düşüyor gibi çalışanların görüşleri alınarak yönetime katılımları sağlanabilirse bir nebze dedikodu yönetilebilir.” (G7)

“Yöneticiler kurum içindeki dedikoduları görmezden gelmek ya da daha da manipüle etmek yerine şeffaf bir şekilde yönetmek zorundadır. Tıp, fen ya da sosyal bilim kökenli olması fark etmez ama her yönetici çatışma yönetimi, kriz yönetimi ve dolayısıyla dedikodu yönetimi ile ilgili bir bilgi birikimine sahip olmalı ve olaylara bu bakış açısıyla yaklaşmalıdır. İyi yönetildiğinde örgütsel ve bireysel anlamda bir faydaya dönüşebilir dedikodu süreci.” (G8)

“Dedikodu yönetimi bir kurumda yukarıdan aşağıya doğru olur. Yönetici bunu bir algı yönetimi projesi olarak görüp, dedikoduyu da o manada değerlendirip yönetim yoluna gidebilir. Tabi ki idareciler dedikoduların ana temasını yönlendirmeye, kendileri için olumlu bir amaca sevk etmeyi düşünebilirler.” (G14)

Tablo 8: Sanal Dedikodunun Varlığı

Görüşler	n	f
Yapılıyor	14	15
Yapılmıyor	1	2
Toplam		17

Çalışmaya katılan akademisyenlerin çoğu kurumlarında sanal dedikodunun varlığına işaret ederken sadece bir akademisyen kurumda sanal dedikodunun yapılmadığını belirtmektedir. Diğer bir ifadeyle akademisyenlerin çoğu sıklık derecesi farklı olmakla birlikte sanal dedikodunun varlığını kabul ederken tek bir akademisyen “saçma” olarak nitelendirdiği sanal dedikodu ortamında hiç bulunmadığını belirtmektedir. Akademisyenlerin sanal dedikodunun varlığına yönelik görüşlerine örnek olabilecek alıntılar aşağıda belirtilmiştir:

“Sıklığını bilemiyorum ama dediğim gibi yapmıyorum diyene de inanmıyorum.” (G1)

“Sürekli yapılıyor zaten bir bölümünün başka ciddi bir işi bulunmuyor.” (G3)

“Seyrek yapıldığını düşünüyorum.” (G4)

“Kurumla ilgili kararların paylaşıldığı bilgilendirme gruplarında dedikodu yapılmamaktadır; fakat çalışanların kimle/hangi konuyla ilgili dedikodu yapmak istiyorsa o kişilerle yeni bir grup oluşturup orada her türlü dedikodu yaptığını söylemek mümkündür.” (G9)

“Dedikodu demek doğru olur mu bilmiyorum fakat kişiler hakkında konuşulması kadar olağan bir şey yok.” (G13)

“Dijital bir dedikodu ortamında hiç bulunmadım. Dijital ortamda dedikodu çok saçma yapılamaz, tadı olmaz bir kere.” (G10)

Tablo 9: Sanal Dedikodunun Konusu

Görüşler	n	f
Bireysel Konular		
Maddi Konular	1	1
Özel Hayat	9	9
Toplam		10
Örgütsel Konular		
İş Arkadaşları	5	7
Eğitim-Öğretim Faaliyetleri	10	11
Yönetim Faaliyetleri	2	2
Toplam		20
Genel Toplam		30

Akademisyenlerin görüşleri sanal dedikodu söz konusu olduğunda bireysel ve örgütsel olmak üzere iki kategoride toplanmaktadır. Bireysel konular içerisinde “maddiyat ve özel hayat” teması ön plana çıkarken örgütsel konulardaysa “iş arkadaşları, eğitim-öğretim, yönetim faaliyetleri” gibi temalar kullanılmaktadır. Belirtilen kategoriler arasında sağlığın sanal dedikodu konuları içerisinde belirgin bir yer edindiği görülmektedir. Sanal dedikodunun konusuna yönelik akademisyenlerin belirttiği görüşlerden bazıları şu şekildedir:

“Genellikle duyum alınan haberler üzerinden dedikodu yapılmakta. Kim kiminle küsmüş ya da kimlerin arası çok iyiymiş, kim kilo almış, saç, imaj vs... genellikle dedikodu konularını oluşturmakta.” (G2)

“Özel hayat, iş yükü, gündelik olaylar ve maddi konular.” (G3)

“Kendi çocuklarımız ve eşlerimiz gibi konular.” (G11)

“Sağlık kaygısının artık dedikoduların niteliğini de değiştirdiğini düşünüyorum. Karşılıklı konuşmalar daha çok sağlık ve hastalık odaklı olmaya başladı.” (G8)

“İş arkadaşlarının özel hayatları, siyasi görüşleri, kurum içerisindeki davranışları, atama kriterleriyle ilgili ya da bir arkadaşının yaptığı akademik çalışmalarla ilgili. (G9)

“Kurumun kendi çalışma amaç ve faaliyetleri doğrultusunda dedikodu oluyor. Tabi ki çalışanların bir takım kurum içerisinde etkisi olabilecek konularda pozisyonları değerlendiriliyor.” (G14)

“Salgın sürecinde akademik çalışmaların değerlendirilmesi, doktora eğitim süreçleri, derslerin işlenişi, sınavlar, 3. şahıslar hakkında olumsuz, eksik yönleri ya da yapması gerekirken yapmadıkları üzerinde zaman zaman dedikodular yapılıyor.” (G15)

“Bence en çok ortak gruptaki paylaşımlar sonrasında, online toplantı sonrasında ya da idarenin aldığı bir karar sonrasında dedikodu yapılıyor. Bununla birlikte çok az olduğunu düşünmem ile birlikte başka bir iş arkadaşının yaptığı durum paylaşımı üzerine iki yakın iş arkadaşı dedikodu yapıyordur.” (G5)

“Yöneticilerin almış oldukları kararlarla ilgili olarak yöneticilerin dedikodusu yapılıyor.” (G7)

Tablo 10: Sanal Dedikodunun Amacı

Görüşler	n	f
Bilgi Edinme	7	9
Eğlenme	6	7
Etkileme	4	4
Toplam		21

Akademisyenlerin sanal dedikodu yapma amaçları arasında “bilgi edinme, eğlenme ve etkileme” bulunmaktadır. Sanal dedikodunun amacına yönelik akademisyenlere ait bazı alıntılar aşağıda belirtilmiştir:

“Bilgi edinme amacıyla sohbetlerimiz oluyor.” (G11)

“Dedikodular hem bilgi edinilmesi hem de bilgi paylaşımı konusunda bir fırsat sunmakta.” (G2)

“Yöneticilerin almış oldukları kararları öğrenmek/eleştirmek için.” (G7)

“Sonuçta dedikodu olumsuz bir çağrışım yapsa da aslında bilgi ve tecrübenin aktarımı için de güzel bir araç.” (G8)

“Genellikle komik şeyler olduğu ve kimsenin aleyhine kullanılacak şeyler olmadığı için eğleniyoruz.” (G1)

“Genel kanaatim dedikodunun çoğunlukla kurumsal avantajlar elde etmek amacı ile yapıldığı şeklinde. Kurum içerisindeki yerini sabitlemek, sağlamlaştırmak veya daha yüksek bir mevkiye gelmek veya rakip olarak gördüğü bir başkasını

elimine etmek. Belki de şahsi olarak sıkıntı yaşadığı veya yaşayacağını düşündüğü birini kurumda zayıf duruma düşürmek gibi amaçlara matuftur diye düşünüyorum.”
(G14)

“Sevmedikleri kişilere zarar verme amaçlı olabilmektedir.” (G3)

Tablo 11: Sanal Dedikodu Araçları

Görüşler	n	f
Sosyal Medya Uygulamaları	11	12
Telefon Görüşmesi	3	3
Toplam		15

Tablo 11’deki sonuçlara göre, çalışmaya katılan akademisyenlerin genel anlamda sosyal medya uygulamaları aracılığıyla sanal dedikodu gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ayrıca telefon görüşmeleri de yine akademisyenlerin sanal dedikodu yaparken başvurdukları araçlardan biri olmuştur. Sanal dedikodu araçları söz konusu olduğunda akademisyenlerin görüşlerine örnek gösterilebilecek bazı alıntılar şu şekildedir:

“Yaptığımız şeyler dedikodu sınıfına girerse genelde WhatsApp grupları, Instagram Dm, görüntülü konuşmaya imkân veren çoklu görüntülü konuşma programları.” (G13)

“Cep telefonu kullanmaktayım genellikle de WhatsApp uygulamasını.” (G2)

“Uzmanlık alanım gereği birçok sosyal medya platformunda üyeliğim bulunmaktadır. Sırası ile çoktan aza doğru WhatsApp, Telegram, Twitter, Instagram, Facebook ve Bip kullanmaktayım.” (G5)

“Genellikle WhatsApp yazışmaları ya da cep telefonu ile yapılan iletişimlerde zaman zaman 3 şahısların isimleri zikredilerek dedikodusu yapılabilmektedir.”
(G15)

SONUÇ

Örgütsel iletişim sürecinde sanal dedikodunun rolüne odaklanan bu çalışma kapsamında üç araştırma sorusuna cevap aranmıştır. Araştırma sorularından birincisi, Covid-19 Salgını sürecinde örgütsel iletişim şekillerindeki değişimlerle ilgilidir. Çalışmadan elde edilen bulgular, akademisyenlerin Covid-19 Salgını öncesinde daha

çok yüz yüze iletişim kurduklarını fakat salgınla birlikte dijital araçlara yöneldiklerini göstermektedir. Akademisyenler, yüz yüze iletişimden dijital iletişime kaymayı “sokağa çıkma yasakları, esnek çalışma ve sağlık” gibi konularla gerekçelendirmiştir. Diğer bir ifadeyle Covid-19 Salgını sürecinde akademisyenler de diğer vatandaşlar gibi toplumsal normlara uymuş ve mesleki görevlerini evlerinden yerine getirmeye çalışmıştır. Bu yüzden hem iş arkadaşlarıyla hem de öğrencileriyle genel olarak dijital araçlarla iletişim kurmuşlardır.

Bu çalışmada, örgütsel iletişim bağlamında akademisyenlerin yüz yüze dedikoduyla ilgili düşüncelerine ve tutumlarına yönelik elde edilen bulgularla ikinci araştırma sorusu cevaplanmıştır. Akademisyenlerin bir kısmı dedikoduyu “resmi olmayan bir iletişim unsuru” olarak görmüş ve kavrama yönelik olumlu bir tanım yapmıştır. Bu boyutuyla resmi olmayan bir iletişim unsuru olan dedikodunun örgüt içerisindeki resmi iletişim kanallarının tamamlayıcısı olduğunu söylemek mümkündür. Dedikoduya yönelik olumsuz tanımlama yapan akademisyenlerse kavramın örgüt içerisindeki resmi iletişim sürecine zarar verdiğini belirtmiştir. Bu çalışmadan elde edilen önemli bulgulardan biri de “dedikodu yapan ve dedikodusu yapılan” kişilerin farklı psikolojik süreçler yaşadığıdır.

Akademisyenlere göre, örgüt içerisinde dedikodunun bireysel ve örgütsel olmak üzere birçok olumlu ve olumsuz sonucu bulunmaktadır. Resmi olmayan iletişim aracı olarak görülen dedikodu; bilgi alışverişini hızlandırarak resmi iletişimi desteklediği için de örgüt normlarının öğrenilmesine/örgüt kültürünün devamlılığının sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Diğer taraftan kişilerin amaçlarına hizmet eden kötü niyetli dedikodu, iş ortamında kutuplaşmalara ve iş yeri huzurunun bozulmasına neden olmaktadır. Akademisyenlerin çoğu, dedikodunun örgütsel iletişimde tamamen kaldırılması yerine denetlenebilir/kontrol edilebilir olma şartıyla kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Bu sonuç, dedikodunun genel anlamda “zarar veren/olumsuz süreçlerle ilişkilendirilen” boyutlarındansa doğru kullanılması halinde “fayda sağlayan” bir resmi olmayan iletişim aracı olabileceğini göstermesi açısından önem arz etmektedir. Akademisyenlerin dedikodu yönetimi konusunda önerdikleri bazı yöntemler arasında “şeffaf yönetim, dilek/istek ve şikâyet kutusu”

bulunmaktadır. Bu şekilde dedikodunun zararlarının en aza indirgeneceği ve örgütsel iletişime katkı sağlayabileceği ifade edilmektedir.

Bu çalışmanın üçüncü araştırma sorusunu içeren “sanal dedikodunun örgütsel iletişim sürecindeki rolüne” yönelik de önemli sonuçlar elde edilmiştir. Görüşlerine başvuru alan akademisyenlerden biri hariç diğerleri örgütsel iletişim sürecinde sanal dedikodunun varlığını kabul etmektedir. Covid-19 Salgını sürecinden önce yüz yüze yapılan dedikodu ile paralellik arz eden konular akademisyenler arasında Covid-19 Salgını sürecinde de konuşulmaya devam etmektedir. Diğer taraftan, Covid-19 Salgını sürecinde yeni olarak konular içerisine salgın haberleri ve sağlık konuları da girmiştir. Sanal dedikodu, çalışanlar açısından birçok amaca hizmet etmektedir. Bu amaçların başında “bilgi edinme, eğlenme ve diğer çalışanları etkileme çabası” bulunmaktadır. Bununla birlikte sanal dedikodu için en çok sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamalar içerisinde ise WhatsApp tercih edilmektedir. Covid-19 Salgınının dedikodu üzerindeki etkisi burada da kendini göstermektedir. Birçok katılımcı bu süreç içerisinde kullandığı mevcut uygulamalar kadar daha önce ismini bilmediği sosyal medya uygulamalarını da (Zoom ve Telegram gibi) kullanmaya başlamıştır.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar ışığında yöneticilere ve araştırmacılara öneriler sunulmuştur. Covid-19 Salgını süreci ile ortaya çıkan iletişim şekil ve araçlarındaki değişime yöneticilerin ve tüm çalışanların uyum sağlaması, örgüt içerisinde iletişim sorunları yaşamamak adına büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle tüm çalışanlara dijital iletişim araç ve ortamlarının daha etkin ve verimli kullanılması için gerekli eğitimlerin planlanması ve verilmesi, çalışanların bu değişime uyumunu kolaylaştırabilir. Yöneticiler, dedikodunun çalışanların sosyalleşme ihtiyacını karşılama çabasının bir sonucu olarak ortaya çıktığını unutmamalıdır. Bu nedenle yöneticiler, örgüt içerisinde dedikoduyu ortadan kaldırmaya çalışmak yerine onu örgütün amaçlarını gerçekleştirmek için bir araç olarak kullanmalı ve dedikodu yönetimi için stratejiler geliştirmelidir. Yöneticiler, örgüt içerisinde resmi iletişimi destekleyici bir mekanizma olarak dedikoduyu değerlendirerek olumlu dedikoduyu kontrollü bir şekilde yönetmeli, bireylerin kişilik haklarını ihlal eden ve örgüt ortamına zarar veren olumsuz dedikoduları önlemek için

çaba sarf etmelidir. Covid-19 Salgını sürecinde yüz yüze iletişim eksikliği nedeni ile iletişimin dijital ortamlara taşınması kaçınılmaz bir durumdur. Bu durumu kontrol edebilmek adına yöneticilerin öncülük ettiği ve çalışanların yer aldığı sosyal medya grupları oluşturularak çalışanların sosyalleşme ihtiyaçları kontrollü olarak karşılanabilir. Bu araştırmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemleri veya karma araştırma yöntemleri kullanılarak çalışanların örgüt içerisindeki dedikoduya yönelik algısı araştırılabilir. Sanal dedikodunun örgüt içerisindeki yerinin pekiştirilmesi açısından “örgütsel sosyalleşme, örgüt kültürü ve örgütsel özdeşleşme” gibi örgütsel davranış konuları ile ilişkisi üzerine çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- AKDURU, Hale ve SEMERCİÖZ, Fatih (2017). “Kamu Kurumlarında Örgütsel Dedikodu ve İşyeri Yalnızlığına Dair Bir Araştırma”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 13 (13), s. 106-119.
- BLITHE, Sarah Jane (2014). “Creating the Water Cooler: Virtual Workers’ Discursive Practices of Gossip”, Qualitative Research Reports in Communication, 15 (1), s. 59-65.
- BRADY, Daniel, DOUGLAS, Brown ve LIANG, Lindie Hanyu (2017). “Moving Beyond Assumptions of Deviance: The Reconceptualization and Measurement of Workplace Gossip”, Journal of Applied Psychology, 102 (1), s. 1-25.
- CENGİZ, Alim Koray (2017). “Bir Yerli Olma Bağlamında Dedikodu, Söylentiler ve Antakyalılık”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5 (51), s. 311-327.
- CINTRON, Rosa (2010). “Gossip on Steroids: Cyber-Bullying, Stalking, Harassing. Women in Higher Education”, 19(7), s. 18-19.
- DIFONZO, Nicholas ve BORDIA, Prashant (2007). “Rumor psychology: Social and Organizational Approaches”, American Psychological Association.

ELLWARDT, Lea, LABIANCA, Giuseppe ve WITTEK, Rafael (2012a). “Who are The Objects of Positive and Negative Gossip at Work? A Social Network Perspective On Workplace Gossip”, *Social Networks*, 34, s. 193-205.

ELLWARDT, Lea, STEGLICH, Christian ve WITTEK, Rafael (2012b). “The Co-evolution of Gossip and Friendship in Workplace Social Networks”, *Social Networks*, 34 (4), s. 623-633.

EROĞLU, Erhan (2005). “Yöneticilerin Dedikodu ve Söylentiye Yönelik Davranış Biçimlerinin Belirlenmesi”, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), s. 203-218.

FAY, Martha (2011). “Informal Communication of Co-workers: a Thematic Analysis of Messages”, *Qualitative Research in Organizations and Management An International Journal*, 6 (3), s. 212-229.

FEHR, Dietmar ve SUTTER, Matthias (2019). “Gossip and The Efficiency of Interactions”, *Games and Economic Behavior*, 113, s. 448-460.

FOSTER, K. Eric (2004). “Research On Gossip: Taxonomy, Methods and Future Directions”, *Review of General Psychology*, 8 (2), s. 78-99.

GABRIELS, Katleen ve DE BACKER, J. S. Charlotte (2016). “Virtual Gossip: How Gossip Regulates Moral Life in Virtual Worlds”, *Computers in Human Behavior*, 63, s. 683-693.

GÖKALİLER, Ebru ve SAATCIOĞLU, Ezgi (2019). “Markalara Yönelik Sanal Dedikodu ve Marka Beğenilirliği İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (31), s. 171-194.

GROSSER J. Travis, LOPEZ-KIDWELL, Virginia ve LABIANCA, Giuseppe (2010). “A Social Network Analysis of Positive and Negative Gossip in Organizational Life”, *Group & Organization Management*. 35(2), s. 177-212.

HARDING, Goffrey, GANTLEY, M ve TAYLOR, Kevin (2001). *Analysing Qualitative Data*, (Editörler), Kevin Taylor ve Goffrey Harding. London: SAGE Publication, s. 445-451.

JAEGER, E. Marianne, SKLEDER, A. Anne ve ROSNOW, L. Ralph (1998). Who's up on The Low Down: Gossip in Interpersonal Relations, (Editörler), Brian H. Spitzberg ve William R. Cupach. The Dark Side of Close Relationships, New York: Lawrence Erlbaum Publication, s. 103-118.

JOHNSON, David., DONOHUE, William ve ATKIN, Charles (1994). "Differences Between Formal and Informal Communication Channels", Journal of Business Communication 31 (2), s. 111-122.

KARCIOĞLU, Fatih, TİMURÖĞLU, Kürşat ve ÇINAR, Orhan (2009). "Örgütsel İletişim ve İş Tatmini İlişkisi: Bir Uygulama", Yönetim, 20 (63), s. 59-73.

KEÇECİ, Melda, SÜER, Ceyda, ATAKAN, M. Bahar, DURAL, Uzun ve ÇALIŞKAN, Eda (2017). "Kurum İçi İletişim ve Algılanan Güç Kaynaklarının Kuruma ve Yöneticiye Duyulan Güven Üzerindeki Etkisi", Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 52 (2), s. 156-178.

KELLY, Dawn (2000). "Using Vision to Improve Organisational Communication", Leadership & Organization Development Journal; 21 (2), s. 92-101.

KOCABAŞ, Füsün (2005). "Değişime Uyum Sürecinde İç ve Dış Örgütsel İletişim Çabalarının Entegrasyonu", Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (13), s. 247-252.

KONG, Ming (2018). "Effect of Perceived Negative Workplace Gossip on Employees' Behaviors", Original Research, 9, s. 1-12.

KURLAND, B. Nancy ve PELLED, H. Lisa (2000). "Passing the Word: Toward a Model of Gossip and Power in the Workplace", The Academy of Management Review, 25 (2), s. 428-438.

LEBLEBİCİ, N. Doğan; YILDIZ, H. Hüseyin; KARASOY, Alpay (2009). "Örgütsel Yaşamda Dedikodunun Algılanışı ve Araçsallığı", Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 9 (18), s. 561-574.

LEVENT, Faruk ve TÜRKMEÑOĞLU, Gözde (2019). "Okul Yöneticilerinin Dedikodu ve Dedikodu Yönetimine İlişkin Görüşleri", OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 10 (17), s. 787-814.

- MARTINESCU, Elena; JANNSEN, Onne; NIJSTAD, A. Bernard (2019). “Gossip As A Resource: How And Why Power Relationships Shape Gossip Behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 153, s. 89-102.
- MCQUAIL, Denis ve WINDAHL, Sven (2010). *Kitle İletişim Modelleri*, (Çev: Konca Yumlu), Ankara: İmge Kitabevi.
- MERT, Yener (2019). “Kamu Yönetiminde Kurumsal İletişim: Web Siteleri Üzerine Bir Analiz”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (62), s. 1513-1522.
- NOON, Mike ve DELBRIDGE, Rick (1993). “News From Behind My Hand: Gossip in Organizations”, *Organization Studies*, 14 (1), s. 23-36.
- OSKAY, Ünsal (2017). *İletişimin ABC’si*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- ÖLÇER, Neslihan ve KOÇER, Sevim (2015). “Örgütsel İletişim: Kocaeli Üniversitesi Akademik Personeli Üzerine Bir İnceleme”, *Global Media Journal TR Edition*, 6 (11), s. 339-383.
- ÖZARALLI, Nurdan ve TORUN, Alev (2011). “Biçimsel ve Biçimsel Olmayan İletişim, Yönetici ile Kuruma Duyulan Güven ve Üstün Uzmanlık Gücü Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma”, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 5 (2), s. 101-113.
- ROMERA, M. Eva; HERRERA-LOPEZ, Mauricio; CASAS, A. Jose; RUIZ, O. Rosario; DEL REY, Rosario (2018). “How Much Do Adolescents Cybergossip? Scale Development and Validation in Spain and Colombia”, *Frontiers in Psychology*, 9, s. 1-10.
- ROSNOW, L. Ralph (1988). “Rumor as Communication: A Contextualist Approach. *Journal of Communication*”, 38 (1), s. 12-28.
- SOLMAZ, Başak (2006). “Söylenti ve Dedikodu Yönetimi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, s. 563-575.

ŞAHİN, Ş. ve WOLFF, A. R., (2019), Örgütsel Açıdan Dedikodu ve Söylenti, (Editörler), Erdoğan Kaygın ve Gözde Kosa. Olumsuz Boyutlarıyla Örgütsel Davranış, Konya: Eğitim Kitapevi, s. 7-22.

VAN ITERSON, Ad, WADDINGTON, Kathryn ve MICHELSON, Grant (2011). Breaking The Silence: The Role of Gossip in Organizational Culture, (Editörler), Neal Ashkanasy, Celeste Wilderom ve Mark Peterson. The Handbook of Organizational Culture and Climate, California: Sage Publication, s. 375-392.

WU, Z. Long, BIRTCH, A. Thomas, CHIANG, T. Flora ve ZHANG, Haina (2016). “Perceptions of Negative Workplace Gossip: A Self-Consistency Theory Framework”, Journal of Management, 44 (5), s. 1873-1898.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.