

**DÜNYANIN EN ESKİ MEDYASI: DEDİKODUNUN ÖRGÜT
DÜZEYİNDEKİ İŞLEVLERİ VE ALGILANIŞI: SAĞLIK
ÖRGÜTLERİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI****OLDEST IN THE WORLD MEDIA:
LEVEL AND PERCEPTIONS OF ORGANIZATION FUNCTION IN
GOSSIP: A FIELD RESEARCH IN HEALTH ORGANIZATION**

*Yücel EROL**
*Müslüme AKYÜZ***

Özet:

Örgütlerde iletişim, sınırları belirlenmiş ve belirli kurallar doğrultusunda yapılandırılmış formal iletişim kanalları ve kişilerarası ilişkilerden doğan ve herhangi bir yapılandırmaya dâhil olmayan informal iletişim kanalları aracılığıyla gerçekleşir. Dünyanın en eski medyası olarak bilinen söylenti ve dedikodu ise iletişim sürecinin informal boyutudur. Dedikodu ve söylentiler günlük yaşamda uzakta kalınmayan, bazen yakınılan, bazen kızılan ama bir şekilde dâhil olunan sosyal ortamlardır. Aslında söylenti ve dedikodu bir iletişim tarzıdır. Dedikodu örgütlerdeki en yaygın faaliyetlerden birisi olmasına rağmen Türk yönetim yazınında fazlaca çalışılmamış bir konudur. Bu konunun irdelenmesi, ilgili yazına katkı vermek amacıyla tanımlayıcı bir çerçevede sunulmuştur. Bu çalışmada, informal ve viral bir iletişim aracı olan dedikodunun nasıl algılandığı, bireysel ve örgütsel açıdan işlevleri, bireysel yararlarına ilişkin tutumlar değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel İletişim, İnfomal İletişim, Dedikodu.

Absract:

Communication in organizations, within the limits specified and configured in accordance with certain rules arising from the formal channels of communication and interpersonal relationships, and are not included in any configuration takes place through informal channels of communication. Known as the world's oldest media rumor and gossip is the size of the informal communication process. Kalınmayan everyday life, away from the gossip and rumors, sometimes complained, but in a way, sometimes including the Red Crescent owned social media. In fact, rumor and gossip is a way of communication. Despite being one of the most common activities in organizations gossip much studied in the literature of the Turkish government issue. Examine this issue, a descriptive framework in order to contribute to the relevant literature is presented. In this study, informal and non-viral rumor that the perception of a means of communication, the functions of individual and organizational point of view, attitudes were assessed on individual merits.

* Yrd. Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü - Tokat yucl.erol@gop.edu.tr

** Doktora Öğrencisi-muslumeakyuz@hotmail.com

Key words: Organizational Communication, Informal Communication, gossip.

GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insanoğlu, dünyaya geldiği andan itibaren çeşitli şekillerde çevresiyle iletişim kurmaya çalışır. İletişim aslında insanların kendilerini ifade edebilmeleri, toplumda başkalarıyla ortak paylaşımlar edinerek ruhsal ve psikolojik anlamda yaşamlarını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmeleri için önemli bir ihtiyaçtır. En ilkel toplumlarda bile insanlar çeşitli sesler çıkararak, beden dilini ve posta güvercinleri kullanarak, dumanla, resimler ve bir takım figürler çizerek ve bunun gibi farklı yöntemler kullanarak bir şekilde birbirleriyle iletişim kurmaya çalışmışlardır (Barutçu, Haşiloğlu, 2010, s. 6)

Son yıllarda ise iletişim çok kullanılan bir kavramı haline gelmiştir. İçinde bulunduğumuz çağ “İletişim Çağı” olarak ifade edilmektedir. İletişimi, üretilmiş bilginin, etkileşim halindeki taraflar arasında bir paylaşma süreci olarak tanımlayabiliriz. Taraflar daima iki farklı sistem olarak iletişimin önemli uçlarıdır. Bu uçlardan sürekli bilgi alışverişi gerçekleşir. İşte bu alışverişe “iletişim” denir (Burak, 2005, s. 10-12).

Küreselleşmenin de etkisiyle 2000’li yılların fenomeni haline gelen iletişim kavramı örgütler içinde vazgeçilmez bir kavram haline gelmiştir. Bir başka deyişle yöneticilerin başarısı ve organizasyonların etkinliği üzerinde rol oynayan en önemli süreçlerden birisi iletişim sürecidir (Koçel, 2011, s. 521). İş hayatında çeşitli kademelerdeki yöneticiler arasında yapılan bir araştırma zamanlarının % 75 ile % 95’ini iletişime ayırdıklarını belirlemiştir (Batty,1978, s. 85; Koçel, 2011, s. 521). Hatta organizasyonları bir iletişim sistemi olarak ele alıp haber akışını böyle bir sistem içinde incelemekte mümkündür. İletişim yöneticinin iş yaptırmak için kullandığı en temel araçtır. Yönetici iletişim aracı ile kendisine bağlı olan kişilerle ilişki kurar. Yönetici ne istediğini, ne zaman istediğini ve nasıl istediğini örgütsel iletişim ile çalışanlarına aktarır (Koçel, 2011, s. 521).

Örgütsel iletişim, sadece resmi iletişimi değil, bilginin örgüt içinde resmi olmayan bir şekilde, dedikodu veya söylenti şeklinde yayıldığı resmi olmayan iletişimi de içerir (Sabuncuoğlu, Tüz, 2003, s. 107). Kurumlarda biçimsel olmayan ilişkilere örnek olabilecek en önemli kavramlar, bilginin resmi olmayan bir şekilde yayıldığı; dedikodu ve söylentidir. Dedikodu, sözlük anlamı olarak; konusu çekiştirme veya kınama olan konuşmadır. Kurum içinde dedikodu, psiko-sosyal bir ihtiyaçtır. Daha çok üçüncü kişilerle ilgili, egonun ihtiyaçları doğrultusunda gerçekleştirdiği bir çeşit tatmindir (Allport, Postman, 1947, s. 501-517; Eroğlu,2003, s. 204)

Biçimsel olmayan iletişim (dedikodu, söylenti) çalışanların işleri, kendileri ve firmaları hakkında konuşma konusundaki psikolojik ihtiyaçlarını giderir, örgüt ve çalışanlar hakkında yönetime ihtiyaç duyduğu hayati geri bildirimini sağlar ve de örgütün ruhu ve sağlığı konusunda üst yönetimi bilgilendirir (Walsh, 1987, s. 37; Eroğlu, 2003, s. 204).

Literatürde informal ilişkilerin bu faydaları yanı sıra yıkıcı etkilerinden de bahsedilmektedir. İnfomal iletişim, özellikle dedikodu, çalışanlar arasında gruplaşmalar yapar. Gruplaşmalar ekip ruhunun yok olması anlamına gelir ve ekip ruhunun olmadığı yerde de verimlilikten söz edilemez (Kılıçlıoğlu 2008). Dedikodunun en basit olumsuz etkisi genellikle kişinin adını kötüye çıkarması ve dedikodu yapana zaman kaybettirmesidir (Thomas ve Rozell 2007, s. 111; Kılıçlıoğlu 2008, s. 5-11). Diğer yandan dedikodu, bireyler arasında diyalog kopukluklarına neden olabilir ve birtakım faaliyetler sonucu yoğunlaşarak toplumu etkiler hale gelebilir (Solmaz 2004, s. 51).

Bu çalışmada, informal ve viral bir iletişim aracı olan dedikodunun örgüt içindeki rolü ve örgüt üyeleri tarafından nasıl algılandığı değerlendirilmiştir.

1. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM

İletişim, bir örgütün var olma sebebi olarak görülebilecek olan ortak amaçların gerçekleştirilmesi için gerekli olan ortak bir anlayışın geliştirilmesinde etkili olması nedeniyle bir örgütün başarısı ve başarısızlığında en etkin süreç olarak da tanımlanabilir (Gizir 2007, s. 255).

Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen bütün grup, topluluk ve kurumlar için iletişim dün olduğu gibi bugünde önemlidir ve gelecekte de önemli olacaktır. Çünkü hayatımızın her alanında olduğu gibi kurumlarında iletişimsiz yaşaması mümkün değildir. Bütün topluluk faaliyetlerinde belirli bir teşkilatın kurulmasında faaliyetlerin uyumlaştırılması ve işlerin yürütülmesinde yeterli ve etkili düzeyde iletişime ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yüzden örgüt içinde ve dışında sürekli bilgi alışverişi özel önem taşımaktadır. Örgütteki bireyler arasında olması gereken uygun etkileşimi sağlayan öge ise örgütsel iletişimdir (Vural 1998, s. 139). Katımalı yönetim biçimlerinde kararların oluşturulmasında, bireylerarası fikir, bilgi ve duyguların alınıp verilmesi iletişim sürecine güzel örneklerdir (Eren 2009, s. 425).

İnsanlar arasındaki etkileşimi sağlayan örgütsel iletişimi; birden fazla insanın bir amaç etrafında toplanmasını sağlayan ve bir araya gelen insanların güç birliği yaparak örgüt amaçları yönünde etkili bir biçimde çalışabilmeleri için, aralarında olması gereken işbirliğini ve çevresiyle uyumlarını sağlamada önemli bir rolü olan; biçimsel ve biçimsel olmayan

Yücel Erol, Müslüme Akyüz
Dünyanın En Eski Medyası: Dedikodunun Örgüt Düzeyindeki İşlevleri ve Algılanışı: Sağlık Örgütlerinde Bir Alan Araştırması
Oldest in the World Media: Level and Perceptions of Organization Function in Gossip: A Field Research in Health Organization

yapılardaki anlam yükü taşıyan her türlü insan etkinliğinin paylaşılmasıdır (Karakoç 1989, s. 83).

Örgütsel iletişim, örgüte yeni katılan üyelerin örgüt kültürü ile bütünleşmelerinde de önemli bir kanaldır (Kreps, 1986, s. 13). Örgüt kültürünün anlamlı kılınması ise ancak iletişim sağlanmasıyla gerçekleşir. Bu nedenle örgüt kültürü ile iletişim arasında çok yakın bir ilişki vardır. İletişim yoluyla örgüt kültürünün temel öğeleri olan değerler, normlar, hikâyeler, tarih, gelenekler diğer bir deyişle örgütün sembolik dünyası yorumlanabilir (Çelik 2000, s. 232).

Örgütsel iletişim örgüt üyeleri arasında paylaşılmış anlam, değer ve inançların gelişmesinin bir kolaylaştırıcısı olarak görülmektedir (Eisenberg, 1986, s. 88, 113). Öte yandan, örgüt üyelerinin sosyalizasyonunu sağlayan, sorumluluklarını hafifleten, statü elde etmelerini sağlayan ve bireysel amaçlarını gerçekleştirmeye imkân veren örgütsel iletişim örgüt üyelerini belirli bir şekilde davranmaya zorlamaktadır (Kramer, Miller 1999, s. 358,367)

Genel olarak formal ve informal olmak üzere iki tür iletişimden söz edilebilir. Formal iletişim organizasyonlarda biçimsel iletişim olarak tanımlanır. Formal iletişimde bilgi ve talimatlar aşağıya, yukarıya ve yanlara formal iletişim kanallarıyla aktarılır. Bu kanallara dikey, yatay ve çapraz iletişim kanalları denilmektedir. İletişimden söz edebilmemiz için kişiler arasında karşılıklı bilgi, duygu ve fikir alışverişini gerektiren bir ilişkinin kurulması zorunludur. Eğer söz konusu ilişki bir üst organ tarafından önceden belirlenmiş ve gerekli kılınmış ise buna biçimsel yani formal ilişki denilmektedir (Eren, 1993, s. 217). Formal iletişim genellikle örgütsel hiyerarşide ve formal yapılarda kullanılır.

Formal iletişimde örgüt ve üyeleri arasındaki işle ilgili bilgilerin, hiyerarşik yapı göz önünde bulundurularak akışı sağlanır. Formal iletişimin verimlilik, iş tatmini, koordinasyon, maliyetlerin azaltılması, çatışmayı azaltmak, güçlendirmeye bütünsel tatmini sağlamak gibi bir çok sonucundan söz etmek mümkündür (Esselami vd., 2010, s. 51- 61).

Örgütlerdeki iletişim süreci sadece formal iletişimi değil aynı zamanda bilginin örgüt içinde resmi olmayan bir şekilde dedikodu ve söylenti şeklinde yayıldığı informal iletişimi de içerir. Bu tür iletişim çalışanların birbirini çok iyi tanıdığı ve bir üst otoritenin izni veya haberi olmadan bilgilerin iletildiği ortamlarda sık görülmektedir (Bennett, 1994, s. 182). “Dedikodu”, “Söylenti”, veya “Fısıltı Hattı” olarak adlandırılabilen informal iletişim örgütün belirttiği iletişim kanallarının dışında oluşmakta ve çoğu zaman mesajlar yüz yüze veya telefonla aktarılmaktadır. Informal iletişimin temel işlevi sosyal ilişkilerin korunması ve kişisel bilgi, dedikodu ve söylentinin örgüt içinde dağıtılmasıdır (Vural, 1998, s. 155).

İnformal iletişim sorunları çözme, çatışmaları çözümlene, eş güdümlenmeyi sağlama, bilgi paylaşımı gibi organizasyonun başarısına katkıda bulunduğu gibi, dedikodu, rivayet, söylenti, yalan, yanıltma, karalama gibi sonuçlar üretecek tarzda da işleyebilir (Koçel, 2011, s. 532).

Örgütsel yaşamda formal iletişim kadar informal iletişim de kaçınılmaz bir rol oynar. İnformal iletişim insanlar arasındaki sosyal ilişkilere dayanır. İnformal iletişim sayesinde iş görenler kendi sorunları, davranışları, işleri, sevdikleri veya hoşlanmadıkları hakkında konuşabilirler. İnformal iletişim iş görenlerin moralleri ve sorunları hakkında mükemmel bir bilgi kaynağı sağlayarak yöneticilere iş görenlerin motivasyonunu ve başarısını arttırmada yardımcı olur. Dedikodu ve söylenti gibi informal iletişim kanalları formal iletişimin başarısızlıklarını önlemek ve yetersizliklerini tamamlamak için çoğu zaman faydalı olabilmektedir (Esselami vd., 2010, s. 51- 61).

İnformal iletişim formal iletişimin eksikliklerini giderir, karar almayı geliştirir ve yeniliği teşvik eder. Yapılan araştırmalar kısa konuşma veya görüşmelerin sosyal etkileşimin oluşmasına yardımcı olduğunu, belirsizliği azalttığını sosyal seçimleri de beraberinde getirdiğini ortaya koymuştur (Fay, 2011, s. 212- 229).

Doğal iletişim olarak da adlandırılan bu iletişim türü zaman zaman formal iletişimi destekleyerek örgüt amaçlarına hizmet eden yararlar sağlar. Ancak zaman zaman da bu tür iletişim formal iletişim sistemini alt üst ederek örgütsel yapıya büyük zararlar verebilir. Bu kanaldaki bilgiler her zaman tam olmadığından taşıdığı detaylarda doğruluk payı olsa bile ciddi boyutlarda yanlış anlamalara neden olabilir. Aynı zamanda bu iletişim kanalı çoğu kez abartılmış ve ya yanlış söylentileri de taşıyabilir (Vural, 1998, s. 156).

2. DEDİKODU KAVRAMI

Dünyanın en eski medyası olarak isimlendirilen söylenti ve dedikodu iletişim sürecinin informal boyutudur. Gündelik yaşamımızda uzak kalamadığımız, bazen yakındığımız bazen kızdığımız ama bir şekilde dâhil olduğumuz sosyal ortamlardır. Aslında söylenti ve dedikodu bir iletişim tarzı ve başlı başına bir medyadır. Hemen hepimiz, bizi kuşatan dünyada, çeşitli ve değişik görüşler, imajlar, fikirler ve inançlarla yaşarız. Bunların pek çoğunu ise ortalarda dolaşan söylentilerin ya da dedikoduların kulaktan kulağa aktarılması ile elde ederiz. Belki de bu elde etme sürecinin bilincinde bile olmayız. Belki de yaşadıklarımızı, gördüklerimizi ya da bildiklerimizi paylaşarak iletişim kurmanın, bilgilerimizi tamamlamanın rahatlığını yaşarız. Öyle ki, bütün bu süreç kişilerarası iletişimin doğal bir sonucu olarak kabul edilmektedir (Solmaz, 2004, s. 563)

Sosyal hayatta genellikle olumsuz bir anlam yüklenen dedikodu örgütsel yaşamda varlığı inkâr edilemez bir gerçektir. Dedikodu, “konu çekistirme ya da kınama olan konuşma” şeklinde tanımlanmaktadır. Oysa örgütsel yaşamda, dedikodu, informal iletişim biçimi de dâhil olmak üzere farklı biçimlerde algılanabilmektedir (Leblebici vd.,2009, s. 561)

Söylentiler ve dedikodular bireyden başlayıp, topluma yayılan, şirketleri batıran ya da hak etmeyeni baş tacı yapan, liderler çıkaran ya da kahramanları tarihe gömen, hatta küslükler yaratan ya da savaşlar başlatan güçlü bir silaha eğer, silahla oynamanın tehlikeli olduğunu, aynı anda hem vurup hem de vurulabileceğimizi bilmemiz gerekir (Solmaz, 2004, s. 573).

2.1. Örgütsel Yaşamda Dedikodunun İşlevleri

Örgütlerde iletişim, sınırları belirlenmiş ve belirli kurallar doğrultusunda yapılandırılmış formal (resmi, biçimsel) iletişim kanalları ve kişilerarası ilişkilerden doğan ve herhangi bir yapılandırmaya dâhil olmayan informal (doğal, resmi olmayan, biçimsel olmayan) iletişim kanalları aracılığıyla gerçekleşir. Dünyanın en eski medyası olarak bilinen söylenti ve dedikodu ise iletişim sürecinin informal boyutudur (Kapferer, 1992, s. 12).

Dedikodu ve söylentiler bazen organizasyonun tüm paydaşları, bazen ise sürekli olarak belirli bir grup içerisinde gerçekleşir. Bu da organizasyonun amaçları doğrultusunda hareket etmeyen gruplar oluşmasına neden olur (Koçel, 2007, s. 403). Yani informal iletişim, özellikle dedikodu, çalışanlar arasında gruplaşmalar yapar. Gruplaşmalar ekip ruhunun yok olması anlamına gelir ve ekip ruhunun olmadığı yerde de verimlilikten söz edilemez (Kılıçlıoğlu, 2008, s. 11).

Birey odaklı olarak bakıldığında ise dedikodu bir bireyin kendi yargısını bir gruba yayma çabası olarak tanımlamaktadır (Herskovits, 1937, s. 23). Birey dedikoduyu riski görece az bir araç olarak kullanıp bundan kişisel yarar sağlamaya ve rakiplerine karşı avantaj elde etmeye çalışır (Paine, 1967, s. 278-285).

Aslında söylenti ve dedikodu bir iletişim tarzı ve başlı başına bir medyadır. Zaman zaman iletişimi başlatan zaman zaman da acı bir şekilde iletişimi sonlandıran söylenti ve dedikoduların dâhil olduğu informal iletişim kanalları, formal iletişim kanallarıyla birlikte kontrollü bir şekilde kullanılmalıdır (Solmaz, 2004, s. 563)

Bunun yanında Crampton, Hodge ve Mishra,1998, s. 576; Özarallı, Torun, 2011, s. 103), gerçekliği tartışmalı bilgilerin belirsizlik dönemlerinde, çalışanların önemli bulduğu konular gündemde olduğunda ve biçimsel iletişim kanalları yetersiz kaldığında arttığını gözlemlemişlerdir. Çalışanların kendilerini tehdit altında hissettiği böyle durumlarda, bilgiye duyulan ihtiyaç söylenti ağıyla giderilme yoluna gidilmektedir. İş görenler arasında söylenti

aracılığıyla yayılan konuların niteliği de araştırmalarda ele alınmıştır. Özel sektör ve kamu sektörü halkla ilişkiler çalışanlarından veri toplanan bir araştırmada (Aertsen ve Gelders, 2011, s. 4-5; Özarallı, Torun, 2011, s. 103), kurumun iç ve dış çevresinde ortaya çıkan söylentiler incelenmiştir. Söylentilerin en çok çalışma koşullarının güvenliği, çalışma saatleri, izin süreleri, yeni makinelerin kullanıma girmesi, ücretlerde kesinti, yatırımlar, kurumun mali durumu, işyerinin taşınması, birleşme ve satın almalar, kurumsal itibar gibi konularda çıktığı ortaya koyulmuştur. Bu söylentilerin yöneticiler ve çalışanlar arasında güven kaybına, yüksek strese ve düşük morale yol açtığı belirlenmiştir.

Dedikodunun en basit olumsuz etkisi genellikle kişinin adını kötüye çıkarması ve dedikodu yapana zaman kaybettirmesidir (Thomas ve Rozell, 2007, s. 111; Kılıçlıoğlu, 2008, s. 5-11). Diğer yandan dedikodu, bireyler arasında diyalog kopukluklarına neden olabilir ve birtakım faaliyetler sonucu yoğunlaşarak toplumu etkiler hale gelebilir (Solmaz 2004, s. 21).

Literatürde, informal ilişkilerin organizasyonlar için öldürücü etkilerinin yanı sıra faydalarından da bahsedilmektedir. İnfomal ilişkiler, örgütsel yapı içinde yer alan kişiler için bir tatmin unsurudur, yine aynı kişiler için destek kaynağıdır ve kurum içinde hızlı haberleşme kaynağıdır (Solmaz, 2004, s. 51; Waddington ve Fletcher, 2005, s.:378; Thomas and Rozell, 2007, s. 5).

Bunun yanında informal iletişim yani dedikodu ve söylenti, iş görenler arasında yakın ve dostça ilişkiler kurulmasına yol açar. Yılmaz'ın (2009, s. 259-260-261; Özarallı, Torun, 2011, s. 103) yaptığı literatür taramasına göre, dedikodu ve söylentiler, yönetim için geribildirim sağlar, güncel haberleri iletir, mesajları daha anlaşılır duruma getirir, çalışanların örgütle ilgili gerçek algılarını açığa çıkarır, deneyimlerin paylaşılmasını kolaylaştırır, kurumun değerlerini tanıtır ve kuruma aidiyet duygusu yaratır. Bu yönüyle dedikodu ve söylentiler, iletişim boşluklarını doldurur ve örgütün eylemlerine anlam kazandırır.

2.2. Örgütlerde Dedikodunun Algılanması

Bütün bu yukarıda bahsedilenler dedikodunun gerçekleştiği sosyal ortamın bilginin aktarılmasında önemli rol oynadığını göstermektedir. Böylece dedikodu bireysel kararlar ve grup dinamiklerini içeren karmaşık bir süreç haline gelmektedir. Bilginin maksatlı veya maksatsız bozulması söz konusu olduğundan grup birliği açısından ve bireylerin sosyal durumları açısından etkiler yaratmakta ve bu da dedikoduya önemli örgütsel anlamlar kazandırmaktadır (Leblebici vd,2009, s. 565).

Yönetim yazınında dedikoduyu inceleyen çalışmalar sıklıkla onun sosyal ve bireysel yararları üzerinde durmaktadır. Antropologlar dedikodunun grup çıkarlarının korunmasına yardımcı olan bir araç olduğunu

söylerlerken (Gluckman, 1963, s. 307-316; Haviland, 1977, s. 34) psikologlar ise onun bireysel çıkarlar adına kullanıldığından dem vururlar (McAndrew ve Milenkovic 2002, s. 1064-1082; Nicholson,2001, s. 41-45). Yönetim alanındaki araştırmacılar ise dedikodunun bu iki çıkar seviyesi arasında bir denge arayışındadır (Kniffin ve Wilson 2005, s. 278-292) ve dedikodunun örgüt performansı üzerindeki rolünü sorgularlar (Glover, 2001, s. 297-317; Prietula, 2001, s. 141-177).

Genel olarak söylenti informal örgütlerde etkili ancak çoğu zaman olumsuz bir iletişim olarak görülür. Yöneticiler etkili ve yaygın kullanılan söylenti ve dedikodunun metodolojisini değerlendirmekle kalmamakta, aynı zamanda iş görenler üzerindeki etkisini de gözlemlemeye çalışmaktadır. Nitekim yöneticiler bilgisel gücü zayıflattığı ve söylenti ve dedikoduları gidirmenin zaman ve enerji kaybına yol açtığı için söylenti ve dedikodulardan hoşlanmazlar (Newstrom vd.,1974, s. 13).

Dedikodu, çalışanlar arasında iletişimi güçlendirecek iyi bir araçtır. Kullanmayı iyi bilmek koşuluyla işe yaradığı da söylenebilir. Başarı öykülerini konuşmak, mizahın motive edici yönünü geliştirmeye önyak olmak gibi işlevler üstlenerek günlük iş akışına renk katabilir. Bunun için dedikodu mekanizmasının olumlu açıdan kullanılması gerekmektedir (Solmaz, 2004, s. 567) Kaldı ki dedikodunun, yasaklarla değil, şeffaf ve güven verici ilişkilere olanak sağlayarak, kurum içi olumlu bir öğrenme yolu olarak kullanılması da mümkündür. Kurum içi bağlılık ve aidiyet duygusunu pekiştirebilecek bir fırsattır. Kurum içi iletişim kanalları kişilerin kendilerini ifade etmelerine olanak tanıyorsa sorun yoktur. Şeffaf yönetim şeffaf ilişkiler yaratır. Bu durumda dolaşan haberler asla kurum için zararlı olmayacaktır. Üstelik dedikodu iletişiminin psikolojik beslenme ihtiyacını da karşıladığı unutulmamalıdır. Özellikle kurum içi hiyerarşinin değiştiği, işten ayrılmaların olduğu dönemlerde, ücretlerin artış zamanı geldiğinde veya kriz ortamlarında, gelişen haberleşme trafiği inanılmaz boyutlardadır (Selçuklu, 2005, s. 82-84; Solmaz, 2004, s. 567). Neler olup bittiğinden habersiz çalışanların dedikodularla olumsuz etkilenmesi, kurumsal bütünlüğü güçlendiren güven ortamını yok etmektedir. Dedikodu kurumlarda her ne kadar önemli birtakım ruhu kaynağı olarak görülse de (Dubrin, 2000, s. 293; Solmaz, 2004, s. 567) bütün bunların yanında, kişiler arasında diyalog kopukluklarına neden olabilir ve birtakım faaliyetler sonucu yoğunlaşarak toplumu etkiler hale gelebilir (Solmaz, 2004, s. 40).

Söylenti ve dedikodu bireyin kendisini iyi hissetmesinin belki de en iyi yoludur. Çünkü paylaşılan şey kişinin karşısındakine önem atfetmesinin göstergesi olarak kabul edilir. Olanlar anlatıldığında ya da paylaşıldığında bir ilişki ve iletişim süreci başlamış olur. Bir söylenti ortamı belirdiğinde, kurumlarda informal iletişim kanallarının güvenilir bilgi kaynağı olarak kabul edilmesini sağlamak için çeşitli iletişim kanalları oluşturup

kullanılmalıdır. Söylentilerden kaynaklanan herhangi bir kriz ortamı söz konusu olduğunda ise çalışanları bilgilendirmek için özel çaba gösterilmelidir. Ancak iletişim ya da halkla ilişkiler uzmanları herhangi bir söylenti çıkması durumunda söylentiye yönetmek adına onun asılsız olduğunu en kısa sürede ispat edebilmelidir.

Dedikoduyu insanları biçimsel yapı ve hiyerarşi ile mücadeleden alıkoyan bir sosyal mobilizasyon aracı olarak görmek de mümkündür (Leblebici vd., 2009, s. 561). Moore(1962, s. 87) dedikodunun biçimsel yapı dışında bireylerin etkileme gücüne sahip olacakları bir gölge örgüt yarattığını belirtmektedir. Bu nedenle dedikodu örgütü direk saldırı ve karşı koymalardan koruyarak onun devamına hizmet eder. Ayrıca bireysel açıdan dedikodu bir eğlence aracıdır. Kişileri ara sıra sıkıcı işlerinden uzaklaştırır ve onları rahatlatır.

Yaşar Çabuklu Varlık dergisinde yayımlanan “Sözlü Kültürün Bir Parçası Olarak Dedikodu” yazısında (2006, s. 26-30) özellikle 1980’lerden sonra ticarî çerçevede bir ‘konuşma patlaması’ yaşandığını, televizyonlar, gazeteler, dergiler vb. aracılığıyla dedikodu kültürünün beslenerek milyarlarca dolarlık bir piyasa oluştuğu belirtmiştir. Çabuklunun ifadesinden yola çıkarak bunlara ek olarak, bu çalışmada da ele alındığı gibi 1990’lı yıllarla beraber dedikodunun kendine birçok platformda “saygın” bir yer edindiğini söylemek yerinde olacaktır (Kocabay, 2007, s. 124).

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada amaç, emek yoğun işletmeler olan sağlık kuruluşlarında yoğun bir iş temposu içinde çalışan sağlık personelinin informal bir iletişim formu olan dedikodunun nasıl algılandığının incelenmesine yöneliktir. Bu çerçevede iki kamu hastanesinde çalışan sağlık personelinin kurumda dedikodunun varlığına ve yaygınlığına, bireysel ve örgütsel açıdan işlevlerine, nasıl tanımlandığına, bireysel yararlarına ilişkin tutumları değerlendirilmiştir. Dedikodu konusundaki Türkçe yazının azlığı çalışmanın kapsamının tutum araştırmasıyla sınırlı tutulmasına gerekçe olmuştur. Örgütsel yaşamda dedikodu ile ilgili yönetim yazınının azlığı, bu çalışmanın sorunsalını sınırlandırmaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

Araştırma verileri anket yöntemi ile toplanmıştır. Örgüt düzeyinde sağlık çalışanlarının informal bir iletişim formu olarak görülen dedikodunun çeşitli boyutlarıyla algılanışına yönelik oluşturulan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikler başlığı altında 6 seçmeli soru, ikinci bölümde ise çalışanların dedikoduya ilişkin tutumlarını

Yücel Erol, Müslüme Akyüz
Dünyanın En Eski Medyası: Dedikodunun Örgüt Düzeyindeki İşlevleri ve Algılanışı: Sağlık Örgütlerinde Bir Alan Araştırması
Oldest in the World Media: Level and Perceptions of Organization Function in Gossip: A Field Research in Health Organization

değerlendiren Leblebici, Yıldız ve Karasoy (2009, s. 567) tarafından geliştirilen 19 sorudan oluşan anket formu uygulanmıştır

Anketin “Demografik Özellikler” bölümünde katılımcıların altı değişkene göre değerlendirilmesi yapılmıştır. Bunlar sırasıyla cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim durumu, meslek ve çalışma süresi değişkenleridir. Tüm değişkenler açık uçlu olarak sorulmuştur.

Anketin 2. bölümündeki sorular ise dedikodunun varlığına ve yaygınlığına, bireysel ve örgütsel düzeydeki işlevlerine, nasıl tanımlandığına, bireysel yararlarına ilişkindir.

Ölçekte beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Likert ölçeğinin amacı; araştırılan konuyla ilgili kişilerin düşüncelerini bir yelpaze içerisinde sınıflandırmak ya da derecelendirmektir (Arıkan, 2004, s. 110).

Araştırmanın evrenini Malatya ilinde bulunan iki devlet hastanesi çalışanları oluşturmaktadır. Toplam 250 adet anket dağıtılmış ancak bu anketlerden 227 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Sorular üzerinden yapılan güvenilirlik analizi neticesinde Cronbach Alfa değeri .88 olarak ortaya çıkmıştır.

Araştırmada örgütte dedikodunun varlığı ve yaygınlığı ile ilgili 5 ifade yer almıştır. Dedikodunun tanımına ilişkin 3 ifade bulunmaktadır. Dedikodunun bireysel yararları (araçsallığı) konusunda 4 ifadeye yer verilmiştir. Dedikodunun örgütteki diğer yararları konusunda 6 ifade kullanılmıştır. Hiyerarşiye dedikodu arasındaki ilişkiyi sorgulayan 1 ifade bulunmaktadır (Leblebici, Yıldız ve Karasoy, 2009, s. 568).

Anketten elde edilen bulguların çözümlenmesinde; kişisel özelliklere ilişkin bulguların yüzde-frekans tabloları oluşturulmuş, anketin ikinci bölümünde yer alan derecelendirmeli görüşlerin çözümlenmesinde ise faktör analizi yapılmış soruların altı faktörde toplandığı görülmüştür. Ancak gözlem sayısı faktör analizi açısından zayıf kaldığı için faktör analizi sonuçları dikkate alınmamıştır. Sorularla ilgili ortalama değerler elde edilmiştir. Analizler SPSS 16 paket programı ile yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Katkısı

Organizasyonlarda iletişim, sınırları belirlenmiş ve belirli kurallar doğrultusunda yapılandırılmış formal iletişim kanalları ve kişilerarası ilişkilerden doğan ve herhangi bir yapılandırmaya dâhil olmayan informal iletişim kanalları aracılığıyla gerçekleşir. Dünyanın en eski medyası olarak bilinen söylenti ve dedikodu ise iletişim sürecinin informal boyutudur (Kapferer, 1992, s. 12). Dedikodu ve söylentiler günlük yaşamda uzakta kalınmayan, bazen yakınılan, bazen kızılan ama bir şekilde dâhil olunan sosyal ortamlardır. Aslında söylenti ve dedikodu bir iletişim tarzıdır (Solmaz, 2006, s. 563).

Yönetim yazınında dedikoduyu inceleyen çalışmalar sıklıkla onun sosyal ve bireysel yararları üzerinde durmaktadır. Antropologlar dedikodunun grup çıkarlarının korunmasına yardımcı olan bir araç olduğunu söylerlerken (Gluckman, 1963, s. 307-316; Haviland, 1977, s. 34) psikologlar ise onun bireysel çıkarlar adına kullanıldığından dem vururlar (McAndrew ve Milenkovic, 2002, s. 1064-1082). Yönetim alanındaki araştırmacılar ise dedikodunun bu iki çıkar seviyesi arasında bir denge arayışındadır (Kniffin ve Wilson, 2005, s. 278-292) ve dedikodunun örgüt performansı üzerindeki rolünü sorgularlar (Glover, 2001, s.:297-317; Prietula, 2001, s. 141-177).

Bu çalışmada ise, informal ve viral bir iletişim aracı olan dedikodunun nasıl algılandığı, bireysel ve örgütsel açıdan işlevleri, bireysel yararlarına ilişkin tutumlar değerlendirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın uygulama çalışması, Malatya’da iki kamu hastanesinde belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda elde edilen sonuçların o sektörde araştırmanın yapıldığı dönemde, söz konusu işletmelerde çalışanları kapsayacak olması araştırma için bir kısıttır. Dolayısıyla, bulgular verilerin toplandığı örneklem ve o zaman dilimi ile sınırlıdır. Araştırma sonucunda elde edilecek verilerin bir bölümünün deneklerin ifadelerinden oluşması da kısıt olarak dile getirilebilecek diğer bir noktadır. Bu anlamda, araştırma bulguları verilerin toplandığı örneklem grubu ile sınırlıdır. Sözü edilen kısıtların ampirik çalışmalar için genel bir kısıt olduğu hususu açıktır. Buna karşın, bu kısıtları önlemenin bir yolu olarak derinlemesine literatür taramasına gidilmiştir.

Dedikodu konusundaki Türkçe yazının azlığı çalışmanın kapsamının tutum araştırmasıyla sınırlı tutulmasına gerekçe olmuştur.

3.5. Bulgular

Sağlık Çalışanlarının Demografik Özelliklerine İlişki Bulgular

“Demografik Özellikler” bölümünde katılımcıların altı değişkene göre değerlendirilmesi yapılmıştır. Bunlar sırasıyla cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim durumu, meslek ve çalışma süresi değişkenleridir. Çalışanları tanımaya yönelik olarak sorulan anketin 1. kısımdaki sorular frekans tabloları halinde düzenlenmiştir.

Yapılan analizlerde çalışanlar cinsiyet açısından incelendiğinde katılımcıların % 56,4’ünü kadın ve % 43,6’sını ise erkekler oluşturmaktadır. Ankete cevap verenlerin % 76,2’sını evliler oluştururken, % 23,8’ini bekârların oluşturduğu ortaya çıkmıştır.

Ankete katılan çalışanların eğitim düzeyleri incelendiğinde katılımcıların % 44,1'i yüksek okul, % 25,1'i lisans ve % 20,6'sı lise mezunudur. Çalışma süreleri bakımından incelenen çalışanların 1 ile 25+ yıl arasında değişen geniş bir aralıkta dağılım gösteren çalışma hayatları olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışanların daha çok % 39,6'lık bir oran ile 0-5 yıl arasında yoğunlaştıkları dikkat çekmiştir.

Çalışanların işletme içerisindeki görev dağılımları incelendiğinde ise araştırmaya katılan çalışanların % 51,5'ini hemşire-ebe-sağlık memuru, % 18,5'inin sağlık teknisyeni (Laborant, ATT vs.) ve % 9,7'sini doktorlar oluşturmaktadır.

Tablo 1: Araştırma Kapsamına Alınan Çalışanların Sosyo-Demografik Dağılımı

	Sayı	%
Cinsiyet		
Kadın	128	56,4
Erkek	99	43,6
Yaş Grupları		
20-30	46	20,3
31-40	111	48,9
41-50	63	27,8
50 yaş üstü	7	3,1
Medeni Durum		
Evli	173	76,2
Bekâr	54	23,8
Eğitim Düzeyi		
Lise	47	20,6
Yüksek okul	100	44,1
Lisans	57	25,1
Lisansüstü	23	10,1
Meslek		
Doktor	22	9,7
Ebe,Hemş.,Sağ.me m.	117	51,5
42	18,5	
Sağlık Teknisyeni (Laborant, ATT vs.)	31	13,7
15	6,6	
Memur		
Temizlik Personeli		
Çalışma Süresi		
0-5	90	39,6
6-10	65	28,6
11-15	39	17,2
16-20	20	8,8
20 yıl üstü	13	5,7

Sonuçlar açısından bakıldığında işyerinde dedikodunun varlığı ve yaygınlığı konusunda genel bir kabul olduğu görülmektedir. Bu konudaki ifadelerle ilişkin değerlendirmelerin tamamı 3.00'ün üzerindedir. İfadelerin tamamında ortalama değer 3.50'nin üzerindedir (Tablo 2).

Tablo 2: Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmeler (Ortalama Değerler)

İfadeler	Ortalama
Herkesin bazen dedikodu yaptığını düşünüyorum.	3,9
Herkes dedikodu yapar	3,71
İyi insanlar da dedikodu yapar.	3,62
İşyerinde dedikodu kaçınılmazdır.	3,79
Dedikodu yaparım ama her konuda değil.	3,57

Dedikodunun tanımına ilişkin ifadeler dedikodunun bir iletişim biçimi olduğu, dedikodunun sadece eleştirmekten ibaret olduğu, dedikodunun iki kişi arasında üçüncü kişi hakkında konuşma olduğu şeklinde verilmiştir. Bunlar arasında “dedikodunun iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşması” ifadesi kabul görmüştür. Bu ifadenin ortalama değeri 3,59 olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer ifadelerle katılımcılar tarafından çoğunlukla kabul görmemiştir.

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

İfadeler	Ortalama
Dedikodu bir iletişim biçimidir.	2,67
Dedikodu sadece eleştirmektir.	2,33
Dedikodu iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşmasıdır.	3,59

Dedikodunun bireysel yararlarına ilişkin ifadeler dedikodunun psikolojik açıdan rahatlatıcı olduğu, dedikodunun bireyi örgütte olup bitenlerden haberdar kıldığı, dedikodunun rakipler hakkında bilgi sağladığı, dedikodunun kariyer yükseltmenin bir yolu olduğu şeklinde ifade edilmiştir. Bunlar arasında “dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur” ve “dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında bilgi alırım” ifadeleri kabul görmemiştir. Bu ifadelerde ortalama değer sırası ile 2,67 ve 2,56'dır. Ancak ortalama değerler 2,50'nin üzerinde çıkmıştır. Diğer ifadeler yani dedikodunun insanların psikolojik açıdan rahatlatıcı olduğu, dedikodunun bireyi örgütte olup bitenlerden haberdar kıldığı ifadeleri katılımcılar

tarafından kabul görmüştür. Bu ifadelerin ortalama değeri sırası ile 3,49 ve 3,13'tür.

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

İfadeler	Ortalama
Dedikodu insanların psikolojik açıdan rahatlamalarına yardımcı olur.	3,49
Dedikodudan uzaklaştıkça işyerinde olup bitenlerden uzak kaldığımı hissedirim.	3,13
Dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında bilgi alırım.	2,67
İşyerinde dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur.	2,56

Dedikodunun örgütsel işlevleri konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmede tüm ifadeler kabul görmüştür. Yönetim kurlsız işlerini dedikodu yoluyla örtbas eder ifadesi 3,37 ortalama ile, dedikodu yönetimin kurlsız işlerini ortaya çıkarır ifadesi 3,44 ortalama ile, yönetim dedikodu yoluyla kendisini başarılı kılmaya çalışır ifadesi 3,18 ortalama ile, dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri de vardır ifadesi 3,88 ifade ile, işyerinde dedikodu sadece yönetimin işine yarar ifadesi 3,15 ortalama ile, bir kurumda, kuruluşta (veya örgütte) dedikodu gereklidir ifadesi 3,70 ortalama ile katılımcılar tarafından kabul görmüştür. Bu ifadeler arasında Dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri de vardır ifadesi 3,88 ortalama ile diğer ifadelerden daha yüksek bir oranda kabul görmüştür.

Tablo 5: Dedikodunun Örgütsel İşlevleri Konusundaki İfadelere İlişkin Değerlendirmeler (Ortalama Değerler)

İfadeler	Ortalama
Yönetim kurlsız işlerini dedikodu yoluyla örtbas eder.	3,37
Dedikodu yönetimin kurlsız işlerini ortaya çıkarır.	3,44
Yönetim dedikodu yoluyla kendisini başarılı kılmaya çalışır.	3,18
Dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri de vardır.	3,88
İşyerinde dedikodu sadece yönetimin işine yarar.	3,15
Bir kurumda, kuruluşta (veya örgütte) dedikodu gereklidir.	3,70

Dedikodunun hiyerarşinin artmasına paralel olarak artacağı ifadesi katılımcılar tarafından kabul görmektedir. Ortalama değer 3,33 olmuştur.

Tablo 6. Dedikodu-Hiyerarşi İlişkisi Konusundaki İfadeye İlişkin Değerlendirme (Ortalama Değer)

İfadeler	Ortalama
Hiyerarşi arttıkça dedikodu artar.	3,33

4.SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Dedikodu ve söylentiler günlük yaşamda uzak kalınamayan, bazen yakınılan, bazen kızılan ama bir şekilde dahil olunan sosyal ortamlardır (Solmaz,2004:567). Çalışmadaki bulgularda bütün olarak değerlendirildiğinde örgütlerde dedikodunun varlığı ve yaygınlığı kabul görmektedir. Dedikodu ve söylentiden hemen hemen kimsenin hoşlanmaması, bu gerçeğe rağmen de sağlık kurumlarında dedikodunun ve söylentinin yapıyor olması, etiksel ikilemi yansıtmaktadır.

Çalışmadaki dedikodunun tanımı ile ilgili bulgular değerlendirildiğinde ise dedikodunun ‘iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşması’ ifadesi kabul görmektedir. Literatürde dedikodunun bir iletişim şekli olduğu belirtilmesine rağmen çalışmada bunu destekleyecek bulgulara rastlanmamıştır. Dedikodunun bireysel yararlarına ilişkin ifadeler ise kısmen kabul görmektedir. Kişiler dedikodunun örgütsel yararlarına kısmen inanmakta veya dedikoduya ilişkin genel tutumlarına bağlı olarak böyle yansıtmaktadır.

Dedikodunun örgütsel işlevleri ve yararları konusundaki ifadeler ise çalışmaya katılan çalışanlar tarafından genel kabul görmüştür. Söz konusu bulguların örgüt kültürü ile ilgili olabileceği değerlendirilmesi yapılabilir. Hiyerarşi ve dedikodu arasındaki ifade değerlendirildiğinde ise katılımcılar tarafından bu ifadenin genel kabul gördüğü belirlenmiştir. Bir örgütte formel iletişim kanallarından daha fazla informal iletişim kanalları kullanılıyorsa o örgütün yapısında bozukluk olduğu ifade edilebilir (Erdoğan, 2005, s. 132). Bu nedenle örgüt yöneticileri, geliştirecekleri politikalarla örgütte kendiliğinden oluşan informal iletişim kanallarını, formel iletişimi tamamlayan bir konuma getirerek, örgütsel etkililik ve verimliliğe önemli katkılar sağlayabilirler. Dolayısıyla bir örgütte dedikodu ve söylenti mekanizmasının yararlı ya da zararlı olması, yöneticilerin bu konudaki tutumlarına bağlıdır. Söylenti akımını engelleyecek en önemli yöntem iletişim kanalları yoluyla çalışanlara doğru bilgilerin ulaştırılması olacaktır. Ortaya çıkacak çatışmaları minimize etmek için belirsizliklerin olabildiğince aydınlatılması gerekmektedir (Bakır Arabacı vd,2012, s. 171).

Yücel Erol, Müslüme Akyüz
Dünyanın En Eski Medyası: Dedikodunun Örgüt Düzeyindeki İşlevleri ve Algılanışı: Sağlık Örgütlerinde Bir Alan Araştırması
Oldest in the World Media: Level and Perceptions of Organization Function in Gossip: A Field Research in Health Organization

KAYNAKLAR

- Aertsen, T. ve Gelders, D. (2011). Differences between the Public and Private Communication of Rumors: A Pilot Survey in Belgium. *Public Relations Review*, doi:10.1016/j.pubrev
- Allport G.W., Postman L. (1947). An Analysis of Rumor. *Public Opinion Quarterly*.
- Arıkan, R. (2004). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama*. Ankara: Asil Yayınları.
- Bakır Arabacı İ., Sünkür M., Şimşek F.Z. (2012). Öğretmenlerin Dedikodu ve Söylenti Mekanizmasına İlişkin Görüşleri: Nitel Bir Çalışma. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. 18 (2), 171-190.
- Barutçu, E., Haşiloğlu, S.B. (2010). Organizasyonlarda İnternetin İnfomal ve Viral İletişim Aracı Olarak Kullanımı, *IUYD*, 1(2).
- Batty, W. (1978). Vital Factors in İnterpersonal Communication. *Organizational Behaviour A Management Approach*. (Ed: H. Knudsen and P. Fleenor, Winthrop Pub. inc.)
- Bennett, R. (1994). *Organizational Behavior*. M and E Handbook Series, Singapur.
- Burak, İ. (2005). *Yaşamın Dili İletişim*. Sistem Yayıncılık A.Ş.: İstanbul.
- Crampton, S. M., Hodge, J. W. ve Mishra, J.M. (1998). The Informal Communication Network: Factors Influencing Grapevine Activity", *Public Personnel Management*, (27), 569-584.
- Çabuklu, Y. (2006). Sözlü Kültürün Bir Parçası Olarak Dedikodu. *Varlık*, 26-30.
- Çelik, V. (2000). *Okul Kültürü ve Yönetimi*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Dubrin, A.J. (2000). *Applying Psychology, Individual Organizational Effectiveness*, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Eren, E. (1993). *Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Eren, E. (2009). *Yönetim ve Organizasyon*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2005). *İletişimi Anlamak*. Ankara: Erk Yayınları.
- Eroğlu, E. (2003). Yöneticilerin Dedikodu ve Söylentiye Yönelik Davranış Biçimlerinin Belirlenmesi, Arfor Taşıma Hizmetleri A.Ş.'de Bir Uygulama), *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2005;7(13):203-18.
- Eisenberg, M. (1986). Meaning and İnterpretation in Organization. *Quarterly Journal of Speech*, 72
- Esselami, K., Nader, S.A., Ali, A.J. & Abdollahi, A. (2010). Organizational Citizenship Behavior in Concern of Communication Satisfaction: The Role of The Formal and Informal Communication, *International Journal of Business & Management*, 5(10), 51- 61
- Fay, M. J. (2011). Informal Communication of Co-workers: A thematic Analysis of Massages, Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal, 6 (3), 212- 229.
- Gizir S., 2007, Üniversitelerde Örgüt Kültürü ve Örgüt-içi İletişim Üzerine Bir Derleme Çalışması, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Bahar*. 50, 247-268.
- Glover, L. (2001). Communication and Consultation in a Greenfield Site Company. *Personnel Review*, vol.30, no.3, s.297-317.
- Gluckman, M. (1963). Gossip and scandal. *Current Anthropology*, 4(3), 307-316.
- Haviland, J. B. (1977). *Gossip, Reputation, and Knowledge in Zinacantan*, Chicago: University of Chicago Press.

- Herskovits, M.(1937). Life in a Haitian Valley, New York: Knopf.
- Kapferer, JN. (1992). Oynak Bir Fenomen: Dedikodu ve Söylenti: Dünyanın En Eski Medyası.
- Karakoç N.(1989). Örgütsel İletişim ve Örgütsel Zaman Arasındaki İlişkiler, *Kurgu*. 6, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Kılıçhoğlu D.C. (2008).Gizli Sarsıntı; Dedikodu. *Yeni bir iş Dünyası.com Dergisi*. 16(2):5-11.
- Kniffin, K.M. and Wilson, D. S.(2005). Utilities of Gossip across Organizational Levels. *Human Nature*. 16 (3), 278-292.
- Kocabay, H.(2007). *Bir Dedikodu İletim Mekanı Olarak İnternet Sitelerinin Forumları. Milli Folklor Dergisi*, 75.
- Koçel,T.(2007).İşletme Yöneticiliği. (11. Baskı) İstanbul: Arıkan Basım Yayın Dağıtım Ltd Şti. 403-24.
- Koçel,T.(2011). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kramer M. W. ve Miller V. D.(1999). A Response to Criticisms of Organizational Socialization Research: In Support of Contemporary Conceptualizations of Organizational Assimilation. *Communication Monographs*, 65.
- Kreps, G.F.(1986). Organizational Communication. New York: Longman Inc.
- Leblebici, N.D.,Yıldız, H.H.,Karasoy, A.(2009). Örgütsel Yaşamda Dedikodunun Algılanışı ve Araçsallığı, *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 18,:561-573
- McAndrew, F. T. ve Milenkovic M. A.(2002). Of Tabloids and Family Secrets: The Evolutionary Psychology of Gossip, *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (5), 1064-1082.
- Moore, Wilbert E. (1962). The Conduct of the Corporation, New York: Random House.
- Newstrom,John.W.,Monczka,Robert E., William E.(1974).Perceptions of The Grapevine: Its Value and Influence, *Journal of Business Communication*, 11(3),12- 20.
- Nicholson, N.(2001). Evolved to Chat: The New Word on Gossip. *Psychology Today*, 41-45.
- Özarrallı N.Torun A.(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 VI (II)*.
- Paine, R.(1967). What is Gossip About? An Alternative Hypothesis. 2 (2), 278-285.
- Prietula, M.(2001). Advice, Trust, and Gossip among Artificial Agents. *Dynamics of Organizations*, A. Lomi and E. R. Larson. 141-177. Menlo Park, California: AAAI Press/MIT Press.
- Sabuncuoğlu,Z. ve Tüz,M.(2003). Örgütsel İletişim. Bursa: Furkan Ofset.
- Selçuklu, S.S.(2005). *Ergen Şirketler*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Solmaz, B. (2006). Dedikodu ve Söylenti Yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 16, 563-575
- Solmaz, B. (2004). *Kurumsal Söylenti ve Dedikodu*. Konya:Tablet Yayınları.
- Thomas SA, Rozell EJ.(2007). Gossip and Nurses: Malady or Remedy?. *Health Care Management* 2007; 26(2):111-5.
- Vural,Z.B.,1998, İstanbul: Kurum Kültürü,İletişim Yayınları.

Yücel Erol, Müslüme Akyüz
Dünyanın En Eski Medyası: Dedikodunun Örgüt Düzeyindeki İşlevleri ve Algılanışı: Sağlık Örgütlerinde Bir Alan Araştırması
Oldest in the World Media: Level and Perceptions of Organization Function in Gossip: A Field Research in Health Organization

- Waddington K, Fletcher C.(2005). Gossip and Emotion in Nursing and Health-Care Organizations. *J Health Organ Management*,19(4/5):378-95.
- Walsh,J.(1987).Sözlü İletişim. Kendinizi Nasıl Yönetirsiniz?. Power4 Marshall Editions Ltd.
- Yılmaz, G.(2009). Örgütlerde Dedikodu ve Söylenti: *Çalışma Yaşamında Davranış: Güncel Yaklaşımlar* içinde. A.Keser, G.Yılmaz ve (Ed.)S. Yürür Umuttepe Yayınları, Kocaeli, s:245-276.