



TENDENCY OF GOSSIP AMONG UNIVERSITY WORKERS

DOI: 10.17261/Pressacademia.2022.1573

PAP- GBRC-V.15-2022(5)-p.26-33

Savas Simsek

Hakkari Police Department, Hakkari, Turkey.

ssim971@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2340-3104

To cite this document

Simsek, S., (2022). Tendency of gossip among university workers. PressAcademia Procedia (PAP), 15, 26-33.

Permanent link to this document: <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2022.1573>

Copyright: Published by PressAcademia and limited licensed re-use rights only.

ABSTRACT

Purpose- Human, living gregariously is continuously in interaction and communication with their fellow creatures. These activities of human can occur either positive, or negative. Gossip which is called as negative is also seen as a different kind of interaction and communication among people. In this study the gossip that is being done in organizational settings and its characteristics are tried to be established.

Methodology- In this study Tendency to Gossip Questionnaire-TGQ was employed to university workers composed of academic and non-academics. And the data gathered was analysed accordingly.

Findings- It was observed that most of the university workers that participated to the questionnaire gossip and those who gossip does their action in different subjects/dimensions, such as physical appearance, success and social information.

Conclusion- By starting with the reality that every individual gossips without making any sex separation, it was concluded that women value more to the physical appearance that is the sub-dimension of Tendency to Gossip Questionnaire-TGQ than men.

Keywords: Gossip, organizational behavior, gossip classification, organizational communication, tendency to gossip.

JEL Codes: M19, M50, M59

ÜNİVERSİTE ÇALIŞANLARINDA DEDİKODU EĞİLİMİ

ÖZET

Amaç- Toplum halinde yaşayan insan, hemcinsleri ile sürekli iletişim ve etkileşim halindedir. İnsanların bu faaliyetleri kimi zaman olumsuz kimi zaman olumlu şekilde tezahür edebilmektedir. Çoğunlukla olumsuz olarak nitelendirilen dedikodu da insanlar arasındaki etkileşim ve iletişimin farklı bir şekli olarak görülmektedir. Bu çalışmada örgütsel ortamlarda yapılan dedikodunun tespiti ve niteliği yapılmaya çalışılmıştır.

Yöntem- Bu çalışmada akademik ve akademik olmayan üniversite çalışanlarına Dedikodu Eğilimi Anketi uygulanmıştır. Elde edilen veriler de buna uygun olarak analiz edilmiştir.

Bulgular- Ankete katılan üniversite çalışanlarının çoğunluğunun dedikodu yaptığı ve bu eylemlerini fiziksel görünüm, başarı ve sosyal bilgi konularında/boyutlarında gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir.

Sonuç- Cinsiyet farkı gözetmeksizin herkesin dedikodu yaptığı gerçeğinden hareketle dedikodu eğilimi ölçeğinin alt boyutlarından olan fiziksel görünüme, kadınların erkeklerden daha fazla önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dedikodu, örgütsel davranış, dedikodu sınıflandırması, örgütsel iletişim, dedikodu eğilimi.

JEL Kodları: M19, M50, M59

1. GİRİŞ

Birey olarak insan, yaşamı boyunca diğer insanlarla ve bunların dışında kalan çevresiyle etkileşim halinde olan bir varlıktır. Bu etkileşimin sağlanabilmesi için insanların birbirleri ile ilişki kurmaları gerekmektedir. İnsanlar, ilişkilerinin çoğunu birbirleri ile iletişim kurarak sağlamaktadırlar. Belirli bir neden sonuç ilişkisine dayalı bir formülasyon sonucunda gerçekleşen iletişimin faaliyete dönük bir yapısı olduğu kadar düşünsel bir yapısı da vardır. Bu yapı insanları birbirlerine bağlayan ve birlikte hareket etme imkânı sağlayan bir olgudur. Bireyler diğerleri ile sağladıkları iletişim sonucunda çevrelerinde yaşananlardan haberdar olmaktadır. Yaşamlarını belirli bir düzene koymaları onların diğerlerinden öğrendiklerine bağlıdır. Bireyler doğal hayatlarında olduğu kadar aidiyetlerinin bulunduğu kurum veya örgütlerde de iletişimlerine devam etmektedirler.

İnsanı bir makine olarak kavrayıp “organik” yönlerini yapılan işin dışında tutan Klasik Yönetim kuramına adeta bir tepki olarak ortaya atılan Neo-Klasik yönetim kuramının en önemli çıkış noktası, “insanı fiziki olduğu kadar duygularının da var olduğu, iç dünyası olan ve çevresiyle etkileşim halinde bulunan bir varlık” olarak kabul etmesiydi (Koçel, 2020:249). Bu anlayışın etkisiyle örgütlerde çalışanlar birer insan olarak bütün yönleri ile ele alınmaya başlandı. Bu yönlerden en önemlisi de çalışanların işlerinin başındayken gösterdiği davranışları idi. Bu kuramın

ilk olarak ortaya atıldığı çalışma ise Elton Mayo ve arkadaşları tarafından Hawthorne'daki Western Elektrik Şirketinde yaptıkları çalışmadır (Mayo,1945). 1950'li yıllardan başlamak üzere işletmelerde verimliliği artırmak amacıyla çalışan davranışları üzerinde önemli çalışmalar yapılmaya başlandı. Bu çalışmaların temel amacı çalışanları çalıştıkları örgütlere uyumlarının (entegrasyon) daha rahat sağlanmasıydı (Argyris, 1945). Bu uyumun en temel yapıtaşlarından biri de örgütsel iletişimdir.

Çalışanlar örgütler tarafından istenen davranışları gösterdikleri gibi kendi aralarında da bir takım davranış kalıpları geliştirmektedirler. Bu davranış kalıplarının dışavurumları olarak ortaya atılan iletişim, çalışanların örgüt yönetimiyle olduğu kadar birbirleriyle de ilişkilerini sağlayan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütsel yapıların şeklini alan ve adeta bir ağ gibi örgütsel birimleri birbirine bağlayan iletişim, resmi olduğu kadar gayri resmi de işlemektedir. İnsanlar yapısal olarak tarif edilmiş ve belirli bir formata göre işleyen iletişim sistemine uyum sağladıkları gibi gayri resmi (informel) iletişim sistemleriyle de birbirleri ile iletişim kurmaktadır. Çalışanlar işyerlerinde birbirleri ile işleri hakkında konuştukları gibi bir diğer iş arkadaşları hakkında da konuşmaktadırlar. İnsanların normal hayatta dahi birbirleri hakkındaki konuşmalarının işyerinde olmaması mümkün değildir. Zira insanlar birbirleri hakkında konuşmaktan hoşlanmaktadırlar (Witte & Wielers,1998:189) ve herkes bir şekilde dedikodu yapmaktadır (Gelles, 1989:667). Kısaca açıklamak gerekirse dedikodu insanın sosyal hayatının normal bir parçasıdır (McAndrew, 2008:5). Çalışanlar örgütlerde birbirleri hakkında olumlu ya da olumsuz şekilde konuşabilmektedir. Hem zihinsel hem de hareket unsurları olan ve kısaca "dedikodu" şeklinde ifade edilen bu davranış şekli, olumlu ve olumsuz tarafları olduğu kadar bazı örgütlerde verimliliğin düşmesine neden olurken, bazı örgütlerde ise çalışanlar arasında rekabeti ve verimliliği artıran, ayrıca çalışanların örgütlerine uyumlarını kolaylaştıran bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır (Stirling, 1956:262; Ben Ze'ev,1994; Spacks,1982; Gelles,1989:668, Abbajay, 2001). Bu nedenle bu çalışma örgütsel anlamda çalışanların dedikodu yapma eğilimlerinin belirlenmesi amacıyla tasarlanmıştır.

Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde dedikodu kavramına yönelik yazın bilgisine yer verilecektir. Bu bölümde kavramsal analiz yanında dedikodunun yapısallığı hakkında da bilgi sunulmaya çalışılacaktır. İkinci bölümde ise üniversite çalışanlarındaki dedikodu eğiliminin belirlenmesine yönelik anket çalışması ve elde edilen verilere yer verilecektir. Bu ankette Nevo ve arkadaşları tarafından geliştirilen (1993) "dedikodu eğilimi anketi"nden faydalanılacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Dedikodu Kavramı

Hiçbir kavram kendiliğinden ortaya çıkmamıştır. Her kavramın çıkış sebebi belirli bir eylemselliği içinde barındırmaktadır. Kimi kavramlar çıkış noktalarından sonra farklı ifade biçimleri ile ortaya konulmakta hatta sonraları anlam olarak da farklı şeyleri ifade edebilmektedirler. Dedikodu kavramı da bunlardan biridir. Bu durumu hem İngilizce içeriği hem de Türkçe içeriği olarak iki farklı düzlemde ele almak konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır. İngilizce dedikodu anlamına gelen "gossip" kelimesinin vaftiz törenlerinde yakınlık kurulan ebeveyn anlamına gelen "godparents" kelimesinden geldiği bilinmektedir (Levin & Arluke, 1941:5; Fine & Rosnow, 1978:161). Vaftiz törenleri uzak akrabaların bir araya gelerek ayaküstü konuştukları törenler olarak bilindiğinden bu terim sonraları kadınlar için kullanılmaya başlandı (Rysman, 1977). Her ne kadar tarihselliği açısından kadınların olumsuz bir özelliği olarak atfedilse de dedikodu kavramı günümüzde her iki cinsin özgü bir olgu olarak kabul edilmektedir. Dedikodu kavramının Türkçe'deki açıklaması ise daha farklıdır. Görüldüğü üzere söz konusu kavram iki fiilden oluşmaktadır. Bunlar "de" (demek, söylemek) ve "ko" (koymak)dur. Sonuç olarak zamanla bu fiiller geçmiş zaman ekleri ile "dedi" ve "kodu" şeklini alarak birleştirildiği görülmektedir (Demirci, 2004:11). Yapılan bir çalışmada kavramın gizli özne barındırdığından bahisle "O-dedi" ve "O-kodu" şeklinde açıklanmaktadır (Demirci, 2004:12).

Kadınların olumsuz bir iletişim özelliği olarak başlayıp daha sonraları hem kadın hem de erkekler için kullanılan (Spacks, 1982:21) dedikodunun farklı farklı tanımlarının ortaya atıldığı görülmektedir. Öncelikle şu bilinmelidir ki dedikodunun temelinde, vakit geçirmek için ayaküstü yapılan, kısa ve gelişigüzel sohbet vardır (Levin & Arluke, 1987:13; Schein, 1994:140; Jaeger, Selder & Rosnow, 1998:105). Kısaca dedikodu konuşmuş olmak için konuşmaktır (Ben Ze'ev, 1994:13). Fakat karmaşık bir etkileşim sürecini (Rosenbaum & Subrin, 1963: 817) ifade eden kavramın spesifik olarak tanımlarına göz gezdirildiğinde bir sohbetin "dedikodu" olarak kabul edilebilmesi için belirli unsurları içerisinde barındırması gerektiği anlaşılmaktadır (Foster, 2004:80; McAndrew, 2008:5; Kniffin & Wilson, 2010:154). Örneğin dedikoduya "iki kişi arasında geçen üçüncü bir kişi hakkındaki konuşmadır" (Gelles, 1989:667; Rosnow, 2001:211) derken burada dedikodunun üçüncü bir kişi hakkında olması gerektiği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan ayrı bir tanımda ise "o anda orada bulunmayan üçüncü kişi hakkında mecburi olmayan konuşma" (Witte & Weilers, 1998:189) derken üçüncü şahsın kendi hakkında konuşulurken orada olmaması gerektiği anlaşılmaktadır. Buna ek olarak "insanlar hakkında onların şahsi veya yakın faaliyetleri hakkında konuşmak" derken (Ben Ze'ev, 1994:13), konuşmanın içeriğinde, orada olmayan üçüncü kişinin şahsi ve yakın faaliyetleri olması gerektiği anlaşılmaktadır. Son olarak da dedikodu yaparken sadece bilgi vermek yerine bilgi almak gibi gizli bir amacın varlığı da unutulmamalıdır (Paine, 1967:283). Bunların hepsi örgütsel açıdan tek bir çatı altında birleştirildiğinde ise (örgütsel) dedikodu, "genel olarak örgütteki birkaç kişilik bir grup arasında o anda orada olmayan örgütün diğer bir üyesi hakkındaki gayri resmi ve değerlendirmeye değer bilgi alış verişini" olarak tanımlanabilmektedir (Radlow & Berger, 1959: 153; Foster, 2004:83; Kurland & Pelled,2000:429; Litman & Pezzo, 2005:964).

2.2.Dedikodunun Nedenleri ve Süreci

Dedikodu kavramına yapısal ve içerik açısından bakıldıktan sonra "dedikodu neden ve nasıl oluşur?" sorularına cevap vermek gerekmektedir. Diğer bir ifade ile insanlar neden dedikodu yaparlar ve bunu nasıl hayata geçirirler? Yukarıda da belirtildiği üzere dedikodu insanların iletişimlerini üzerine kuruludur. Bu nedenle konuyu insanların sosyalleşmelerinin en önemli aracı olan iletişimin açıklamasıyla başlamak gerekmektedir. İletişimde temel unsur mesajdır. Dolayısıyla iletişim süreci mesajı gönderen, mesajı alan ve mesajın gönderimi şeklinde ifade edilmektedir. Dedikodu sürecindeki unsurlar da dedikoduyu yapan, dedikoduyu dinleyen ve hakkında dedikodu yapılan (mesajın odak noktası) şeklinde ifade edilebilmektedir (Rosenbaum & Subrin, 1963:822). Dedikodu kavramı da bir tür iletişim olduğundan insanlar belirli mesajların iletilmesi veya alınabilmesi amacıyla dedikodu yapmaktadırlar. Burada belirtilen roller değişim sağlayabilmektedir. Zira dedikoduyu yapan başka bir süreçte hakkında dedikodu yapılan haline gelebilmektedir.

Dedikodunun neden yapıldığının ona sebep olan durum veya olgularla yakından ilişkisi vardır. Dolayısıyla dedikodu kavramının yapılmasından çok oluşmasına sebep olan etkenler üzerinde de durulmalıdır. Bu etkenleri, bulunulan ortamın güvensizliği veya belirsizliği (Lanzetta, 1955:50; Allport & Postman, 1945: 63; Difonzo, Bordia & Rosnow, 1994: 52; Levin & Arluke, 1987:51; Houmanfar & Johnson, 2003:127), örgütlerde kuralların tam olarak uygulanamaması (Houmanfar & Johnson, 2003:128) kişilerin merakı ve aralarındaki kıskançlık (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004:112), kişiler arasındaki düşmanca tavırlar (Stirling, 1956:262;) bulunulan ortamda güç elde etme isteği (French & Raven, 1959:157; Gelles, 1989:667; Kurtland & Pelled, 2000:431), sosyalleşme ve dostluk kurma isteği (Foster, 2004:85; Dunbar, 2004:100), diğerlerini kontrol altında bulundurma (Gluckman, 1963:308; Abrahams, 1970:290) isteğidir. Dedikodu kavramındaki önemli konu ise hangi bilginin alınıp verildiğidir. Dedikoduya konu olan mesajlar genel olarak resmi anlamda konuşulmayan veya konuşulmasına yönelik yolların tıkalı olduğu konulardır (Rosenbaum & Subrin, 1963:818). Diğer bir ifade ile dedikodu özellikle örgütlerin "resmi olarak yönetilmeyen" bölümlerinde yer alan bir faaliyettir (Michelson, Iterson & Waddington, 2010:3).

Yukarıda belirtilen etkenler aslında dedikodunun bir süreç olduğunu (Yerkovich,1977:195; Rosenbaum & Subrin, 1963:823) tarafımıza açıklamaktadır. Dedikodunun başlangıç noktasının zihinler ve bu eyleme yol veren kültür olduğu belirtilmektedir (Spacks, 1982:23). Buradan hareketle dedikoduyu başlatacak olan kişi, onu dinleyecek olan ve merakı bulunan kişiye yanaşarak sürece başlamaktadır. Bunun için başlangıçta genel olarak "ne haber?" , "ne var ne yok?" , "biliyor musun?..." , "duydun mu?..." şeklinde ifadeler (Rosenbaum & Subrin, 1963:824) kullanılmaktadır. Dedikodunun pasif tarafı olan dinleyici ise merakını belli ettikten sonra dedikoduyu başlatan taraf o anda orada olmayan bir üçüncü kişi hakkındaki duyduğunu ya da bildiğini pasif olan tarafa aktarmaya başlayarak dedikodu sürecini başlatmış olur. Bu durum orada bulunmayan kişi hakkındaki bilgilerin karşılıklı olarak değişimiyle devam eder.

2.3. Dedikoduya Yönelik Özellikler ve Dedikodunun Fonksiyonları

Temel olarak bir sohbet veya görüşmenin dedikodu olabilmesi için hangi şartlara haiz olması gerektiği yukarıdaki tanım kısmında açıklanmıştır. Lakin belirtilen bilgiler haricinde dedikodu eylemine yönelik bir takım özelliklerin de bulunması gerekmektedir. Bu özelliklere sadece eylemin kendisine yönelik değil aynı zamanda bu eylemi gerçekleştiren kişiler yönünden de bakmak gerekir. Kısaca belirtmek gerekirse dedikodu;

- Bir bilgi alış veriş, etkileme, yakınlaşma ve eğlenme süreci olup belirli bir haz yaratmaktadır (Fine & Rosnow, 1978:162; Spacks, 1982: 30; Rosnow, 2001:219; Foster, 2004: 83; Litman & Pezzo, 2005:963). Bu nedenle rahatlatıcı bir yönü vardır (Spacks, 1982:32; Ben-Ze'ev, 1994:13).
- Bulunulan sosyal ortama aittir (Paine, 1967:279).
- Tarafların sosyal ve bireysel değerleri (Spacks, 1982:21) açısından "şahsi-menfaat" in ifade edildiği bir süreçtir (Paine, 1967:279; Yerkovich, 1977:193)
- Sıradan bir iletişim olmaktan çok konuşma yeteneği önemli yer tutar (Abrahams, 1970:300).
- Herkes tarafından yapılabilir (Spacks, 1982:23).
- Yapılabilmesi için tarafların birbirlerini tanımaları gerekmektedir. Diğer bir ifade ile geçmişte belirli birliktelik olmalıdır (Abrahams, 1970:290; Yerkovich, 1977:193; Spacks, 1982:30; Rosnow & Foster, 2005:1).
- Genel olarak kapalı bir konuşma olduğundan risk barındırmamaktadır (Paine, 1967:278).
- Keşfetmeye yöneliktir (Spacks, 1982:34).

Dedikodu kavramının organik yönünü insan faktörü teşkil etmektedir. Bu nedenle bu faktör de belirli bir takım özellikleri kendinde barındırmaktadır. Dolayısıyla bu özelliklere de burada değinilmelidir. Dedikodu yapan bireyler;

- Genel olarak belirli bir dostluk ağından yoğun olarak haberdar olan ve sosyal aktivitesi hayli fazla olan kişilerdir (Watson, 2011:1820).
- Belirli bir bireysel çıkarı olan kişilerdir (Yerkovich, 1977:194; Fine & Rosnow, 1978:163).
- İyi hafızası olan ve olaylar arasındaki ayırt edici ilişkileri kurabilme yeteneği bulunan kişilerdir,
- Gelecekteki kendi sosyal ilişkileri veya yakın ve şahsi hayatlarının yoğun değerlendirmeye tabi tutulmasına ihtiyaç duymaktadırlar,
- Genel olarak dinlemek yerine konuşmaktadırlar,
- Genelde düşük benlik imajları olan ve bir takım bilgileri toplayarak belirli bir oranda başkalarına zarar vermek suretiyle saygı kazanmayı hedeflemektedirler,
- Bu eylemleri ile belirli bir grup tarafından kabul görmek veya ait olmak istedikleri için yapmaktadırlar (Ben-Ze'ev, 1994:18)

Dedikodu ister bireysel isterse örgütsel olsun belirli fonksiyonları yerine getirme yetisine sahip bir iletişim çeşididir. Bu fonksiyonlar olumlu olarak algılanabileceği gibi olumsuz yönleri ile de algılanabilmektedir. Buna göre dedikodu;

- İnsanların sosyal ortamlarında iyi vakit geçirmelerine yardımcı olur, grup üyesi kimliğini pekiştirir, grup içerisinde uyum sağlayarak grup dışındakilere karşı birliği sağlar, kamuoyunun fikrini yansıtır, istenen amaca dönük güçlü bir sosyal motivasyon aracıdır (Paine, 1967:279; Stirling, 1956:262).
- Grup ile üyesi arasındaki ilişkinin devamına yardımcı olur, grup içerisinde bir şekilde marjinalize olmuş bireylere seslerini yükseltme ve güç imkânı verir, örgütsel açıdan resmi kanallar ile gönderilemeyen bilgilerin gönderilmesine yardımcı olur, örgüt içerisinde düşük moral ve güvensizlik ortamı yaratılabilir, söylentilerin artmasına neden olur (Michelson, Iterson & Waddington, 2010:3-6).
- Bireylerin gruba üye olmalarını sağlar (McAndrew, 2008:6).
- Grup değerlerini açıkça belirtme şeklidir (Paine, 1967:279; Gelles, 1989:668)
- Grup içerisindeki bireylerin davranış şekillerini belirlemeye yönelik muhtemel kontrol kaynaklarının belirlenmesine yardımcı olur (Houmanfar & Johnson, 2003:134).
- Sosyal bir yapıstırıcı olup bulunulan sosyal ortamın kültürünün öğrenilmesini sağlar (Baumeister, Zhang & Vohs, 2004:112).
- Grup içindeki bireylerin kendilerini pazarlamasını, duruma göre diğerlerini aldatmasını, belirli bir konuda tavsiye alma veya çözüm bulmalarını sağlar (Dunbar, 2004:103).

- Örgüt içerisindeki güvenin azalmasına ve ilişkilerin sınırlanmasına neden olabilir; çatışmayı artırabilir; grup içerisindeki bölünmeyi artırarak takım çalışmasını olumsuz yönde etkileyebilir (Abbajay, 2021).
- Sosyal açıdan uzak olanı yakın hale getirir (Rosenbaum & Subrin, 1963:820).
- Grubun kurulmasını sağlar (Rosenbaum & Subrin, 1963:823).

2.4. Dedikodu ve Dedikoducu Sınıflandırması

Dedikodu eylemi tek bir başlık altında değerlendirilen veya çalışılan bir kavram değildir. Onun da kendine göre belirli ayrımları bulunmaktadır. Diğer taraftan dedikoduyu yapan kişiler de yukarıda belirtilen özelliklerinin yanı sıra belirli bir sınıflandırmalara tabi tutulmuşlardır.

Taylor'a göre dedikodu "eleştirel" veya "eleştirel olmayan" şeklinde sınıflandırılmıştır (1994:42). Eleştirel dedikoduda dedikodu yapanlar konuştukları konuyu onaylamakta, ona karşı bir ilgi göstermekte veya bunun karşısı olarak düşmanca bir tavır sergilemektedirler. Eleştirel olmayan dedikodu da ise dedikodu yapan taraflar konuşulan konu hakkında herhangi bir fikir beyan etmemektedirler. Fakat dedikodu olgusunun bir gerçeği olarak kendi çıkar ve ilgilerini kendi amaçları doğrultusunda dedikodu yaparken ortaya koymaktadırlar. Fine ve Rosnow (1978:162) ile McAndrew (2008:7) ise dedikodu sınıflandırmasını "olumlu" ve "olumsuz" şeklinde yapmışlardır. Buna göre hakkında konuşulan üçüncü kişinin lehine yapılan konuşmalar olumlu, aleyhinde yapılan konuşmalar ise olumsuz dedikodu olarak nitelendirilmektedir. Elias ve Scotson da bir önceki sınıflandırmaya benzer bir sınıflandırma yaparak dedikoduyu "suçlayıcı" ve "methedici" şeklinde ayırmışlardır (1994:89). Buna göre suçlayıcı dedikodu, genel olarak dedikodu yapanın doğruluk/dürüstlüğüne başvururken, methedici dedikodu, hakkında konuşulan üçüncü kişiyi destekleyici bir tavır ve niyetin bulunduğu bir iletişim olarak görülmektedir.

Yazın incelendiğinde dedikodu yapan kişilerin de kendi aralarında belirli bir sınıflandırmaya açıklanmaya çalışıldığı görülmektedir. Burada da dedikodunun niteliklerine göre dedikodu yapanların da belirli ayrımları vardır. Dedikodu olumsuz bir iletişim aracı olarak değerlendiren Yerkovich'e göre (1977:194-195) dedikoducular sorun çıkarıcı kişilerdir (troublemakers). Bu kapsamda, bu kişiler "farkında olmayarak sorun çıkarıcılar" ve "bilinçli olarak sorun çıkarıcılar" şeklinde ayrılmaktadırlar. Farkında olmayarak sorun çıkarıcılar, yaptıkları sohbetlerinde bu sohbeta katılanların değerlendirmelerini dikkate almadan duyduklarını tekrar eden kişilerdir. Diğer taraftan, bilerek sorun çıkarıcılar ise ortalığı karıştırmak için duyduklarını sürekli tekrar eden kişilerdir.

Dedikodu yapanlar sınıflandırmasına bir de kadın-erkek ayrımı şeklinde bakılması gerekir. Zira tarihselliği açısından kadına atfedilen bir özellik olarak karşımıza çıkan bu kavramın aslında bir diğeriyle iletişim halinde bulunan her iki cins için de kabul edilmesi gerekmektedir. Bazı araştırmalar kavramı bu şekilde kabul ederek herhangi bir cinse vurgu yapmamışlardır. Kadınlar daha çok diğer kadınlar (yakın arkadaşları veya aile fertleri) hakkında onların ev işlerinde gösterdikleri yetenekleri, düzenli olup olmadıklarını belirterek dedikodu yaparken, erkekler daha çok kaç çocuk sahibi olduklarını belirtmek suretiyle erkeklikleri ve kadınlar hakkında, kaç tane arkadaşı olduğu hakkında, sporcular da dâhil olmak üzere ünlü kişiler, politika ve hava durumu hakkında konuşmaktadırlar (Abrahams, 1970:297; Levine & Arluke, 1987:20; Eagly, 1987; Ben-Ze'ev, 1994:20;). Diğer taraftan kadınlar dedikodu dâhil iletişimlerinde daha çok işbirlikçi oldukları halde (Aries, 1976:16), erkekler, daha çok rekabetçidirler (Mitchell-Kernan, 1981:328).

3. YÖNTEM

İnsanlar özel hayatlarında olduğu kadar iş hayatlarında da birbirleri hakkında konuşmaktadırlar. Aslına bakılacak olunursa insanlar hayatlarının önemli bir kısmını işyerlerinde geçirmektedirler. Dolayısıyla işyerleri birbirleri hakkında veya özel hayatları hakkında konuştukları yerlerin başında gelmektedir denilebilir. Bu çalışma üniversite çalışanlarının dedikodu eğilimlerinin ölçülmesi amacıyla yapılmıştır.

Yazın kısmında da belirtildiği üzere dedikodu kavramı genel olarak kadınlara atfedilen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Yukarıdaki metin kısmında da belirtildiği üzere iletişim farklı cinslere göre farklı hedef ve anlayış şeklinde olmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada H(0) "Dedikodu eğiliminin alt boyutlarına ilişkin ortalamalar cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir." ve H(1) "Dedikodu eğiliminin alt boyutlarına ilişkin ortalamalar cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir." hipotezleri test edilmiştir.

İnsanlar konuşurlar. Bu konuşmalar, içinde buldukları durumla ilgili olduğu kadar birbirleri hakkında da olabilmektedir. Konuşma muhteviyatı her konuyu içerebilmektedir. Bu nedenle insan sosyal bir varlıktır ve bu nedenle insanlar birbirleri ile yaşamaktadır. Günümüzde konuşmalar sadece fiziki olarak yüz yüze olmaktan çıkmış teknolojik gelişmelerle birlikte önceden yüzünü bile görmeden yapılırken şimdi interaktif olarak yüz yüze görüşmeler yoluyla yapılabilmektedir. Üniversiteler eğitim hiyerarşisinin en tepesinde yer alan eğitim kurumlarıdır. Bu kurumlarda çalışan personel diğer kurumlarda çalışanlara göre daha fazla eğitim görmüş olup dedikodu gibi toplumsal açıdan olumsuz görülen bu iletişimin az olduğu veya hiç yapılmadığı bir yer gibi görünebilir. Bu nedenle bu çalışma eğitim seviyesi hayli yüksek olan üniversite çalışanlarının da dedikodu yapıp yapmadıklarının ortaya konulması için yapılmıştır.

Bu amaçla tanımsal nitelikte bir araştırma tasarlanmıştır. Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda, Kasım-Aralık 2021 tarihleri arasında 193 üniversite çalışanından çevrimiçi anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Veri toplama araçları olarak Nevo ve arkadaşları tarafından geliştirilen "Dedikodu Eğilimi Ölçeği (Tendency to Gossip Questionnaire-TGQ)" (1993) ile demografik sorular kullanılmıştır. Dedikodu eğilimi 5'li Likert tipi ölçekle ölçülmeye çalışılmıştır. Veri analizinde kullanılan istatistiksel yöntemler; frekans dağılımları, aritmetik ortalama, keşfedici faktör analizi, güvenilirlik analizi ve bağımsız gruplar t testidir.

4. BULGULAR

Tablo 1'de görüldüğü üzere, anketi cevaplayanların % 30,1'i (58 kişi) kadın, %69,9'u (135 kişi) erkek; % 16,1'i, (31 kişi) 20-29 yaş aralığında, %48,2'si (93 kişi) 30-39 yaş aralığında, %35,8'i (69 kişi) 40 yaş ve üzerinde; %3,1'i (6 kişi) ortaokul mezunu, %11,4'ü (22 kişi) lise mezunu, %35,2'si (68 kişi) üniversite mezunu, %22,3'ü (43 kişi) yüksek lisans mezunu ve %28'i (54) kişi doktora mezunu; %50,3'ü (97 kişi) akademik personel, %49,7'si ise (96 kişi) idari personeldir.

Tablo 1: Demografik Profil

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	58	30,1
	Erkek	135	69,9
Yaş	20-29	31	16,1
	30-39	93	48,2
	40+	69	35,8
	Ortaokul	6	3,1
Öğrenim Durumu	Lise	22	11,4
	Üniversite	68	35,2
	Yüksek Lisans	43	22,3
	Doktora	54	28
Görev	Akademik	97	50,3
	İdari	96	49,7

Dedikodu eğilimi ölçeğinde en çok hangi ifadelerin desteklendiğinin belirlenmesi amacıyla aritmetik ortalamalar incelenmiştir. Aritmetik ortalamalar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Dedikodu Eğilimi Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler

İfade	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1-Gazetelerdeki dedikodu sayfalarını okurum.	1,97	1,197
2-Arkadaşlarımla diğerlerinin giysileri hakkında konuşurum.	2,02	1,170
3-Arkadaşlarımla diğer kadın ve erkeklerin ilişkileri hakkında konuşurum.	2,18	1,141
4-Ülkeyi terk eden insanlar hakkında dedikodu yaparım.	2,19	1,219
5-Arkadaşlarımla diğer insanların derece ve başarıları hakkında konuşurum.	3,02	1,237
6-Katıldığım sohbetlerde diğer insanlar hakkında ilgi çekici bilgiler verebilirim.	2,63	1,188
7-Arkadaşlarımla diğer insanların işlerindeki sorunlar ile ilgili konuşurum.	2,57	1,180
8-Arkadaşlarımla diğer çiftlerin uyumları ile ilgili analiz yaparım.	2,27	1,142
9-Arkadaşlarımla diğer insanların fiziksel görünüşleri ile ilgili konuşurum.	1,99	1,070
10-Arkadaşlarımla ünlü kişilerin eğitim durumları hakkında konuşurum.	2,47	1,299
11-Arkadaşlarımla diğer insanların hedeflerini analiz ederim.	2,49	1,186
12-Arkadaşlarımla diğer insanların maaşları hakkında konuşurum.	2,18	1,127
13-Sosyal faaliyetlerden sonra diğerlerinin kişisel görünüşleri hakkında tartışırım.	1,97	1,108
14-Arkadaşlarımla diğer insanların işlerindeki başarıları hakkında konuşurum.	3,10	1,127
15-Neler olup bittiğini, kimin kiminle flört ettiğini bilirim.	1,94	1,184
16-Arkadaşlarımla diğer insanların aşk hayatları hakkında konuşurum.	1,97	1,168
17-Ünlü insanların biyografilerini okurum.	3,10	1,307
18-Arkadaşlarıma diğer insanlar hakkındaki ilgi çekici detayları söylerim.	2,55	1,207
19-Dedikodu yapma eğilimim vardır.	2,07	1,159

Tablo 2’de görüldüğü üzere, anketi cevaplayanların en fazla katıldıkları ifadeler “Arkadaşlarımla diğer insanların işlerindeki başarıları hakkında konuşurum.” ve “Ünlü insanların biyografilerini okurum.” olmuştur.

Dedikodu eğilimi ölçeğinin alt boyutlarının belirlenmesi amacıyla keşfedici faktör analizi ve her bir alt boyutun güvenilirliğini test etmek amacıyla güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde temel bileşenler yöntemi ve varimax rotasyonu kullanılmıştır. Güvenilirlik analizinde ise Alpha metodu kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3’teki gibidir.

Tablo 3: Dedikodu Eğilimi Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Faktör	İfade	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Güvenilirlik Katsayısı
Fiziksel Görünüm	D2	0,826	29,124	0,908
	D19	0,785		
	D3	0,765		
	D16	0,732		
	D1	0,686		
	D8	0,682		
	D4	0,668		
	D15	0,627		
	D9	0,616		
	D5	0,811		
Başarı	D14	0,695	15,727	0,757
	D17	0,688		
	D7	0,589		

	D18	0,742		
Sosyal Bilgi	D6	0,611	15,727	0,709
	D12	0,598		
	D11	0,539		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: 0,900				
Bartlett Küresellik Testi p Değeri: 0,000				
Toplam Açıklanan Varyans: 60,578				

Tablo 3'te görüldüğü üzere, dedikodu eğilimi üç alt boyuttan oluşmuştur. Toplam varyansın % 60,578'i bu üç boyut tarafından açıklanmaktadır. Açıklayıcılığı en yüksek olan boyut fiziksel görünüm olup (%29,124) bunu eşit düzeylerde başarı ve sosyal bilgi (%15,727) izlemektedir. Her bir alt boyutun güvenilir olduğu görülmektedir ($\alpha > 0,70$).

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi aşamasında kadın ve erkekler arasında dedikodu eğiliminin alt boyutları bakımından farklılık olup olmadığını ortaya koymak üzere bağımsız gruplar t testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 4: Dedikodu Eğiliminin Alt Boyutları Bakımından Kadın ve Erkekler Arasında Farklılık Olup Olmadığını Gösteren Bağımsız Gruplar t Testi

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Fiziksel Görünüm	Kadın	58	2,3333	0,89858	2,811	0,005
	Erkek	135	1,9506	0,85332		
Başarı	Kadın	58	3,0991	0,87977	1,479	0,141
	Erkek	135	2,8852	0,93828		
Sosyal Bilgi	Kadın	58	2,4397	0,83942	-0,240	0,810
	Erkek	135	2,4722	0,87229		

Tablo 4'te görüldüğü üzere, dedikodu eğiliminin alt boyutları bakımından yalnızca fiziksel görünüm boyutunda kadınlar ile erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık söz konusudur ($|t| > 2$). Farklılığın hangi grup lehine olduğunu belirlemek üzere aritmetik ortalamalara bakıldığında, kadınların fiziksel görünüm bakımından dedikodu eğilimi ortalamalarının erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir. (\bar{x} Kadın=2,3333; \bar{x} Erkek=1,9506). Dolayısıyla H(1) "Dedikodu eğiliminin alt boyutlarına ilişkin ortalamalar cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezi kısmen kabul, kısmen reddedilmiştir.

4. SONUÇ

İnsanlar doğdukları andan itibaren birtakım ihtiyaçlarının giderilmesi için ağlamak başta olmak üzere iletişimin çeşitli yollarını kullanmaktadırlar. Büyüme ve gelişim ile beraber konuşma yetisinin oluşması sonucunda ise iletişimleri daha karmaşık hale gelerek birbirlerini etkilemektedirler. Son derece geniş bir perspektifi bulunan "dedikodu" kavramı da bu iletişim yollarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sadece özel hayatta değil aynı zamanda iş hayatında da önemli bir yer tutan dedikodu, toplumların birçok kesimince olumsuz bir davranış olarak değerlendirilmekte olup genel olarak kadınlara yönelik bir hareketmiş gibi kabul görmektedir. Oysaki kadınlar kadar erkeklerin de dedikodu yaptıklarına dair bilimsel bulgular mevcuttur. Dolayısıyla dedikodu kavramını sadece bir cinsle özgül kılmak hayli yanlış bir anlayıştır.

Dedikodu kendi içerisinde bir takım özelliklerini de beraberinde getirmektedir. Ayaküstü yapılan çok kısa ve önemsiz bir konuyu içeren bir konuşmadan, örgütlerin olumsuz yönde etkilenmelerine neden olacak ciddi ve olumsuz konuşmalara kadar varan geniş bir yelpazesi bulunmaktadır. Bilinen veya bilinmeyen konuları da içeren dedikodu, kişilerin toplum içerisindeki konumları ile de ilgilidir. Kimileri kendilerini belirli bir gruba kabul ettirmek için bu tür bir iletişimi seçmekte, kimileri belirli amaçlarını veya çıkarlarını gerçekleştirmek için dedikoduya başvurmakta kimileri ise gerçek anlamda ulaşılamayan bilgiyi yaymak amacıyla dedikoduyu bir araç olarak kullanmaktadır. Hangi amaçla olursa olsun burada anlaşılması gereken konu, dedikodunun bir şekilde varlığıdır.

Bu çalışma üniversite çalışanları üzerinde yapılmıştır. Örgütlerin her kademesinde olabilen dedikodu eyleminin üniversitelerde olmaması düşünülemez. Bu amaçla Nevo ve arkadaşları tarafından geliştirilen "dedikodu eğilimi ölçeği"nden faydalanılmıştır. Bu ölçekte "fiziksel görünüm", "başarı", "sosyal bilgi" gibi alt boyutların farklılığı bizleri daha çok dedikodu eyleminde cinsiyetlere göre alt boyutlarda farklılıkların oluşup oluşmadığı gibi bir konunun araştırmasına itmiştir. Bu nedenle H(0) "Dedikodu eğiliminin alt boyutlarına ilişkin ortalamalar cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir." şeklinde ifade edilmiştir. H(1) ise "Dedikodu eğiliminin alt boyutlarına ilişkin ortalamalar cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir." şeklinde tasarlanmıştır. Sonuçlar incelendiğinde ise fiziksel görünüm boyutunun, diğer iki boyuttan daha fazla açıklayıcı olduğu (%29,124) ortaya çıkmıştır. Yapılan t testi analizinde ise kadınların fiziksel görünüm boyutuna erkeklerden daha fazla önem gösterdikleri sonucu ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma kendisinden sonra yapılacak olan çalışmalara bazı yönlerden fikir verebilir. Öncelikle yukarıda da belirtildiği üzere dedikodu kavramı farklı açılardan sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Diğer taraftan bu sınıflandırmaya yapısal olduğu kadar dedikoduyu yapanlar açısından da yapılmıştır. Bu açıdan bakıldığında bundan sonra yapılacak olan çalışmalar, dedikodu eyleminin yapısal şekli veya dedikoduyu yapanların karşılaştırılması yoluyla da yapılabilir. Örneğin, kişilik yapıları açısından dedikodunun alt boyutları hakkında derinlemesine inceleme yapılabilir. Veya dedikodunun yapısal sınıflandırmaları ile ölçekte belirtilen alt boyutlar arasındaki ilişkinin tespitine yönelik çalışma yapılabilir.

Dedikodu kavramı, hakkında heyecanla çalışılan bir kavram olarak görülmelidir. Zira eylemselliği açısından bireylerin kendileri nazarında tam olarak kabul etmedikleri fakat hayatın akışı içerisinde bilmeyerek de olsa yapılan bir harekettir. O nedenle bu kavramın üzerine gidilmesi

örgütlerin organik bölümünü oluşturan insan unsurunun daha iyi anlaşılmasına yardım ederek çıkabilecek örgütsel sorunların çözümüne de katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Abbajay, M. (2021). The Danger of Workplace Gossip. Careerstone Group. <https://careerstonegroup.com/blog/105/The-Danger-of-Workplace-Gossip>.
- Abrahams, R. D. (1970). A Performance-Centred Approach to Gossip. *Man*, 5(2): 290–301.
- Allport, G. W., & Postman, L. J. (1945). The basic psychology of rumor. *Transactions of the New York Academy of Sciences*, 8: 61–81.
- Argyris, C. (1964). *Integrating the Individual and the Organization*. New York :John Wiley & Sons Inc.
- Aries, E. (1976). Interaction Patterns and Themes of Male, Female, and Mixed Groups. *Small Group Research*, 7(7): 7-18.
- Baumeister, R.F., Zhang, L., Vohs, K.D. (2004). Gossip in Cultural Learning. *Review of General Psychology*, 8(2): 111-121.
- Ben Ze'ev, A. (1994). The Vindication of Gossip. İçinde "Good Gossip", (Ed.: Goodman, R.F. & Ben Ze'ev, A.), University Press of Kansas, Kansas.
- Demirci, K. (2004). Dedikodu Kavramına Dair. *Milli Folklor*, 16(64): 11-17.
- DiFonzo, N., Bordia, P., Rosnow, R. L. (1994). Reining in rumors. *Organizational Dynamics*, 23(1): 47–62.
- Dunbar, R.I.M. (2004). Gossip in Evolutionary Perspective. *Review of General Psychology*, 8(2): 100-110.
- Eagly, A.H. (1987). *Sex Differences in Social Behavior: A Social-Role Interpretation*. New Jersey :Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Elias, N., Scotson, J.L. (1994). *The Established and The Outsiders : A Sociological Enquiry into Community Problems*. London: Sage Publications.
- Fine G.A., Rosnow R.L. (1978). Gossip, Gossipers, Gossiping. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4(1):161-168.
- Foster, E.K (2004). Research on Gossip: Taxonomy, Methods, and Future Directions. *Review of General Psychology*, 8(2): 78–99.
- French, J.R.P., Raven, B. (1959). The Bases of Social Power. İçinde *Studies in Social Power* (Ed. Dorwin Cartwright). Ann Arbor University of Michigan, Insitute for Social Research, 150-167.
- Gelles, B. E. (1989). Gossip: An Eighteenth-Century Case. *Journal of Social History*, 22(4):667-683.
- Gluckman, M. (1963). Papers in Honor of Melville J. Herskovits: Gossip and Scandal. *Current Anthropology*, 4(3): 307–316.
- Houmanfar, R., Johnson, R. (2003). Organizational Implications of Gossip and Rumor. *Journal of Organizational Behavior Management*, 23(2-3): 117-138.
- Jaeger, M.E., Skelder, A.A., Rosnow, R.L. (1998). Who's Up on the Low Down: Gossip in Interpersonal Relations. İçinde *The Dark Side of Close Relationships*, (Ed.: Brian H. Spitzberg and William R. Cupach), New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 103-117.
- Kniffin, K.M. & Wilson, D.S. (2010). Evolutionary Perspectives on Workplace Gossip: Why and How Gossip Can Serve Groups. *Group & Organization Management*, 35(2): 150-176.
- Koçel, T. (2020). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul:Beta Yayıncılık.
- Kurland, N.B., Pelled, L.H.(2000). Passing the Word: Toward a Model of Gossip and Power in the Workplace. *The Academy of Management Review*, 25(2): 428-438.
- Lanzetta, J.T. (1955). Group Behavior Under Stress. *Human Relations*, 8(1):29-52.
- Levin, J. & Arluke, A. (1987). *Gossip: The Inside Scoop*. New York:Plenium Press.
- Litman, J. A. & Pezzo, M.V. (2005). Individual differences in attitudes towards gossip. *Personality and Individual Differences*, 38: 963–980.
- Mayo, E. (1945). *The Social Problems of an Industrial Civilization*. Boston:Harvard University Press.
- McAndrew, F. (2008). The Psychology of Gossip. *Psychology Teacher Network*, 17: 5-7.
- Michelson, G., Iterson, A.V., Waddington, K. (2010). Gossip in Organizations: Contexts, Consequences, and Controversies. *Group & Organization Management*, 20(10):1-20.
- Mitchell-Kernan, C. (1981). Signifying. İçinde "Mother Wit from The Laughing Barrel", (Ed.: Dundes, A.), USA :Garland Publishing, Inc.
- Nevo, O., Nevo, B. & Derech-Zehavi, A. (1993). The Development of The Tendency to Gossip Questionnaire: Construct and Concurrent

- Validation for A Sample of Israeli College Students. *Educational and Psychological Measurement*, 53: 973-981.
- Paine, R. (1967). What is Gossip About? An Alternative Hypothesis. *Man*, 2(2): 278–285.
- Radlow, R. & Berger, P. (1959). Relationship of Degree of Self-Esteem to Gossiping Behavior. *The Journal of Social Psychology*, 50: 153-155.
- Rosenbaum, J.B. & Subrin, M. (1963). The Psychology of Gossip. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 11(4): 817-831.
- Rosnow, R.L.(2001). Rumor and Gossip i Interpersonal Interaction and Beyond: A Social Exchange Perspective. *Çinde Behaving Badly: Aversive Beaviors in Interpersonal Relationships*, (Ed.: R. M Kowalski), American Psychological Assosiciation, 203-232.
- Rosnow, R.L., Foster, E.K. (2005). Rumor and Gossip Research. *Psychological Science Agenda*, 19(4): 1-4.
- Rysman, A. (1977). How the “gossip” became a woman. *Journal of Communication*, 27:176-180.
- Schein, S. (1994). Used and Abused: Gossip in Medieval Society. *Çinde “Good Gossip”*, (Ed.: Goodman, R.F. & Ben Ze’ev, A.), Kansas :University Press of Kansas.
- Spacks, P.M. (1982). In Praise of Gossip. *Hudson Review*, 35(1): 19-38.
- Stirling, R. B. (1956). Some Psychological Mechanisms Operative in Gossip. *Social Forces*, 34(3): 262–267.
- Taylor, C. (1994). Gossip as Moral Talk. *Çinde “Good Gossip”*, (Ed.: Goodman, R.F. & BenZe’ev, A.), Kansas:University Press of Kansas.
- Watson, D.C. (2011). Gossip and the Self. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(7): 1818-1833.
- Wittek, R. & Wielers, R. (1998). Gossip in Organizations. *Computational and Mathematical Organization Theory*, 2: 189-204.
- Yerkovich, S. (1977). Gossiping as a Way of Speaking. *Journal of Communication*, 27(1):192-196.