



**T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÖRGÜTSEL DEDİKODUNUN; DUYGUSAL BAĞLILIK VE ÖRGÜTSEL
YABANCILAŞMA ÜZERİNE ETKİSİ: BATMAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

Serhat TAŞ

**Kasım -2024
BATMAN**

T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖRGÜTSEL DEDİKODUNUN; DUYGUSAL BAĞLILIK VE ÖRGÜTSEL
YABANCILAŞMA ÜZERİNE ETKİSİ: BATMAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Serhat TAŞ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Yavuz ELİTOK

Diğer Jüri Üyeleri

Doç. Dr. Osman YILMAZ

Doç. Dr. Bülent AKKOYUN

Kasım-2024
BATMAN

TEZ KABUL VE ONAYI

Serhat TAŞ tarafından hazırlanan “Örgütsel Dedikodunun; Duygusal Bağlılık ve Örgütsel Yabancılaşma Üzerine Etkisi: Batman Üniversitesi Örneği” adlı tez çalışması .../.../... tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Batman Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Başkan

Doç. Dr. Osman YILMAZ

.....

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Yavuz ELİTOK

.....

Üye

Doç. Dr. Bülent AKKOYUN

.....

Yukarıdaki sonucu onaylarım.

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Murat ÖTER
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYANI

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını beyan eder, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sorumluluğu kabullendiğimi bildiririm.

ETHICAL DECLARATION

I declare that all the information in this thesis has been obtained within the framework of ethical behavior and academic rules, and that the source of any statements and information that do not belong to me in this study prepared in accordance with the thesis writing rules has been fully cited, and I declare that I accept all kinds of legal responsibility in case of any contrary situation.

Serhat TAŞ
Tarih:

ÖZET

YÜKSEK LİSANS

ÖRGÜTSEL DEDİKODUNUN; DUYGUSAL BAĞLILIK VE ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA ÜZERİNE ETKİSİ: BATMAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Serhat TAŞ

Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Yavuz ELİTOK

Yıl, 2024 111 Sayfa

Jüri

Dr. Öğretim Üyesi Yavuz ELİTOK

Doç. Dr. Osman YILMAZ

Doç. Dr. Bülent AKKOYUN

Örgütsel dedikodu, örgütlerde sıkça rastlanan ve iş yaşamında önemli bir iletişim biçimi olarak kabul edilen bir olgudur. Ayrıca çalışanların duygusal bağlılıklarını etkilerken, örgütsel yabancılaşma düzeylerini artırabilmektedir. Özellikle çalışanların işe yönelik tutumlarında, örgütsel aidiyet hissinde ve işten ayrılma niyetlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, örgütsel dedikodu, hem bireysel hem de örgütsel düzeyde önemli sonuçlar doğuran bir iletişim olgusudur.

Araştırmanın evrenini, Batman Üniversitesi'nde görev yapan idari personel oluşturmaktadır. Veriler, örgütsel dedikodu, duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma ölçeklerini içeren anketler aracılığıyla toplanmıştır. Örneklem büyüklüğü, evrenin temsilini sağlayacak şekilde belirlenmiştir. Verilerin analizinde SPSS 16 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırmanın bulgularına göre, örgütsel dedikodu çalışanların örgütsel yabancılaşma düzeylerini artırdığı ancak duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etki yaratmadığı gözlemlenmiştir. Dedikodu, yabancılaşmanın güçsüzlük, anlamsızlık ve öz-yabancılaşma alt boyutlarında etkilediği görülmüş, özellikle anlamsızlık ve öz-yabancılaşma boyutlarında pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Dedikodunun içeriği, çalışanların örgütsel anlam bulma süreçlerini etkileyerek yabancılaşmayı artırıcı bir rol oynayabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dedikodu, Duygusal Bağlılık, Örgütsel Dedikodu, Söylenti, Yabancılaşma, Yalnızlık,

ABSTRACT

MS THESIS

THE IMPACT OF ORGANIZATIONAL GOSSIP ON EMOTIONAL ATTACHMENT AND ORGANIZATIONAL ALIENATION: A CASE STUDY OF BATMAN UNIVERSITY

Serhat TAŞ

**THE GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCE OF
BATMAN UNIVERSITY**

**THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE / DOCTOR OF PHILOSOPHY
IN MECHANICAL ENGINEERING**

Advisor: Serhat TAŞ

2024 Year, 111 Pages

Jury

Asst. Prof. Dr. Yavuz ELİTOK

Assoc. Prof. Dr. Osman YILMAZ

Assoc. Prof. Dr. Bülent AKKOYUN

The study examines the impact of organizational gossip on emotional commitment and organizational alienation among administrative staff at Batman University. Organizational gossip is a phenomenon frequently encountered in workplaces and recognized as an important form of communication. It can influence employees' emotional commitment while increasing their levels of organizational alienation. Moreover, it plays a decisive role in shaping employees' work-related attitudes, sense of organizational belonging, and turnover intentions. In this context, organizational gossip is a communication phenomenon that generates significant outcomes at both individual and organizational levels.

The population of the study consists of administrative staff employed at Batman University. Data were collected through surveys that included scales measuring organizational gossip, emotional commitment, and organizational alienation. The sample size was determined to ensure representativeness of the population. Data were analyzed using SPSS 16 software.

The findings of the study reveal that organizational gossip increased employees' levels of organizational alienation but did not have a significant effect on emotional commitment. Gossip showed varying impacts on the sub-dimensions of alienation—powerlessness, meaninglessness, and self-alienation. It was found to have a particularly positive effect on the dimensions of meaninglessness and self-alienation. The content of gossip plays a role in influencing employees' processes of finding organizational meaning, thereby contributing to increased alienation.

Keywords: Gossip, Emotional Attachment, Organizational Gossip, Rumor, Alienation, Loneliness.

ÖNSÖZ

Çalışma, "Örgütsel Dedikodunun; Duygusal Bağlılık ve Örgütsel Yabancılaşma Üzerine Etkisi: Batman Üniversitesi Örneği" başlığı altında gerçekleştirilmiştir. Bu tez çalışmasının tamamlanmasında ilk olarak, tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Yavuz ELİTOK' a ayrıca bilgi birikimi, rehberlik ve değerli yönlendirmeleri, bu tez çalışmasının başarıyla tamamlanmasına önemli katkılar sağlayan Dr. Öğr. Üyesi Uyum ELİTOK' a içtenlikle teşekkür eder, şükranlarımı sunarım.

Ayrıca, Batman Üniversitesi personeli üzerinde gerçekleştirilen araştırma için katılımcılara teşekkür etmek isterim. Onların değerli katkıları, bu tezin zenginleşmesine ve daha anlamlı hale gelmesine yardımcı olmuştur.

Son olarak, aileme, dostlarıma ve sevdiğime verdikleri destekten dolayı minnettarlığımı ifade etmek isterim. Onların moral desteği ve anlayışı, bu sürecin daha kolay ve keyifli bir şekilde geçmesine olanak sağlamıştır.

Çalışmanın başından sonuna kadar desteklerini esirgemeyen herkese teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Serhat TAŞ
BATMAN-2024

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLO LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
KISALTMALAR LİSTESİ	xi
1. GİRİŞ	1
2. ÖRGÜTSEL DEDİKODU	2
2.1. Örgüt ve Örgütsel İletişim	2
2.1.1. Örgüt kavramı	2
2.1.2. Örgütsel iletişim ve dedikodu	8
2.2. Örgütsel Dedikodu	12
2.2.1. Örgütsel dedikodu kavramı.....	12
2.2.2. Dedikodunun özellikleri	15
2.2.3. Örgütsel dedikodunun oluşumu	17
2.2.4. Örgütsel dedikodunun olumlu ve olumsuz yönleri.....	20
2.2.5. Örgütsel dedikodunun alt boyutları	26
2.2.6. Örgütsel dedikodu ve söylenti arasındaki farklar	27
2.2.7. Örgütsel dedikodu hakkında kaynak araştırması	32
3. DUYGUSAL BAĞLILIK	34
3.1. Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Türleri	34
3.2. Örgütsel Bağlılığın Alt Boyutu olarak Duygusal Bağlılık Kavramı.....	39
3.3. Duygusal Bağlılığın Önemi ve Etkileyen Faktörler	41
3.4. Duygusal Bağlılığı Arttırma Yöntemleri	46
3.5. Duygusal Bağlılık Hakkında Kaynak Araştırması.....	46
4. ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA	49
4.1. Yabancılaşma Kavramı	49
4.2. Yabancılaşma Kavramının Tarihi	51
4.3. İşe Yabancılaşma	52
4.4. Örgütsel Yabancılaşma	54
4.5. Örgütsel Yabancılaşmanın Alt Boyutları.....	58
4.5.1. Güçsüzlük	58
4.5.2. Anlamsızlaşma.....	59
4.5.3. Kendi kendine yabancılaşma	59

4.6. Örgütsel Yabancılaşma Hakkında Kaynak Araştırması	60
5. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ	61
5.1. Araştırmanın Amacı	61
5.2. Araştırmanın Önemi	61
5.3. Evren ve Örneklem	62
5.4. Varsayımlar ve Kısıtlar	63
5.4.1. Varsayımlar	63
5.4.2. Kısıtlar	63
5.5. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	64
5.6. Veri Toplama Yöntemi	66
5.7. Ölçekler	67
5.8. Araştırma Verilerinin Analiz Yöntemi	67
5.9. Verilerin Analizi	68
5.9.1. Tanımlayıcı istatistikler	68
5.9.2. Güvenirlilik analizi	76
5.9.3. Geçerlilik analizi (faktör analizi)	77
5.9.4. Normallik analizi	78
5.10. Araştırmanın Bulguları	79
SONUÇLAR VE ÖNERİLER	86
KAYNAKLAR	90
EKLER	96
ÖZGEÇMİŞ	99

TABLO LİSTESİ

Tablo 5.1. Cinsiyet sorusuna ilişkin yanıtlar	68
Tablo 5.2. Yaşınız sorusuna ilişkin yanıtlar	68
Tablo 5.3. Medeni durum sorusuna ilişkin yanıtlar	69
Tablo 5.4. Eğitim durumu sorusuna ilişkin yanıtlar	69
Tablo 5.5. Üniversitedeki çalışma yılınız sorusuna ilişkin yanıtlar	69
Tablo 5.6. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler	70
Tablo 5.7. Dedikodunun tanımı konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler.....	70
Tablo 5.8. Dedikodunun bireysel yararları konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler	71
Tablo 5.9. Dedikodunun örgütsel araçsallığı konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler	71
Tablo 5. 10. Dedikodu-hiyerarşi ilişkisi konusundaki ifadeye ilişkin değerlendirme ...	72
Tablo 5. 11. Örgütsel yabancılaşmanın güçsüzlük konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler	72
Tablo 5.12. Örgütsel yabancılaşmanın anlamsızlık konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler	73
Tablo 5.13. Örgütsel yabancılaşmanın öz yabancılaşma boyutu konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler	74
Tablo 5. 14 Duygusal bağlılık konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler	75
Tablo 5.15. Cronbach alfa katsayılar	76
Tablo 5.16. Değişkenlerin cronbach alfa değerleri	76
Tablo 5.17 Örgütsel dedikodu değişken faktör analizi sonuçları tablosu	77
Tablo 5.18 Örgütsel yabancılaşma değişkeni faktör analizi sonuçları tablosu	78
Tablo 5.19 Duygusal bağlılık faktör analizi sonuçları tablosu	78
Tablo 5. 20. Normallik analizi tablosu.....	79
Tablo 5. 21. H1 hipotezi regresyon analizi sonucu tablosu	79
Tablo 5. 22. H1.a., H1.b. ve H1.c. hipotezleri çoklu regresyon analizi sonucu tablosu	80
Tablo 5. 23 H1.d., H1.e. ve H1.f. hipotezleri regresyon analizi sonucu tablosu	80
Tablo 5. 24 H1.g., H1.h. ve H1.i. hipotezleri regresyon analizi sonucu tablosu	81
Tablo 5. 25 H1.j., H1.k. ve H1.l. hipotezleri regresyon analizi sonucu tablosu	82
Tablo 5. 26. H2 hipotezi regresyon analizi sonucu tablosu	83
Tablo 5. 27 H2.a, H2.b, H2.c. ve H2.d hipotezi regresyon analizi sonucu tablosu	83
Tablo 5. 28 Hipotez Ret/Kabul Tablosu	84

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 5.1. Araştırma modeli64



KISALTMALAR LİSTESİ

SPSS Statistical Package for the Social Sciences-Sosyal Bilimler İçin İstatistiksel Paketi

TDK Türk Dil Kurumu

ÖD Örgütsel Dedikodu

ÖY Örgütsel Yabancılaşma

DB Duygusal Bağlılık

Vd. ve diğerleri

Std. Standart

1. GİRİŞ

Örgütsel davranış literatüründe, çalışanların tutum ve davranışlarını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden biri de örgütsel dedikodudur. Örgütsel dedikodu, iş yerinde bireyler arasında gayri resmi olarak paylaşılan bilgileri ve söylentileri ifade eder. Çalışanların dedikoduya olan ilgisi, örgüt içindeki sosyal dinamikleri ve bireysel algılarını önemli ölçüde etkileyebilir.

Örgütsel dedikodu, genellikle olumsuz bir etki taşısa da, bazı durumlarda çalışanlar arasında bilgi akışını hızlandırabilir ve sosyal bağları güçlendirebilmektedir. Ancak, olumsuz dedikoduların çalışanların motivasyonunu düşürebileceği, iş tatminini azaltabileceği ve örgütsel yabancılaşmayı artırabileceği gibi unsurlar literatürde mevcuttur. Duygusal bağlılık ise, bir çalışanın örgüte duygusal olarak bağlanmasını ve örgütün hedeflerine ulaşmasına katkıda bulunma isteğini ifade etmektedir. Genel kanı olarak duygusal bağlılık, çalışanların iş yerinde daha mutlu ve daha verimli olmalarını sağlamaktır. Örgütsel yabancılaşma ise, çalışanların iş yerinde kendilerini yabancı hissetmeleri ve örgütten kopukluk yaşamaları anlamına gelebilmektedir.

Bu bağlamda çalışma, örgütsel dedikodunun duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma üzerindeki etkilerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, Batman Üniversitesi'nde görev yapan idari personel üzerinde anket çalışması yapılmış ve elde edilen veriler analiz edilmiş, örgütsel dedikodunun çalışanların duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma üzerine etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda, çalışmanın birinci bölümünde örgütsel dedikodu kavramı detaylı bir şekilde ele alınacaktır. İkinci bölümde duygusal bağlılık kavramı incelenecek, üçüncü bölümde ise örgütsel yabancılaşma ele alınarak teorik çerçeve oluşturulacaktır. Dördüncü bölümde ise araştırma metodolojisi ve Batman Üniversitesi'nde gerçekleştirilen anket çalışmasının uygulama süreci ve analizler açıklanacaktır.

2. ÖRGÜTSEL DEDİKODU

Çalışmanın bu bölümde, örgüt içinde dedikodunun işleyişi, özellikleri ve etkileri ele alınmıştır. Öncelikle örgüt ve örgütsel iletişim kavramları açıklanarak, örgütsel dedikodunun bu bağlamda nasıl ortaya çıktığı incelenecektir. Ardından, dedikodunun olumlu ve olumsuz yönleri, söylenti ile arasındaki farklar ve kurumsal söylentiler gibi konular üzerinde durulacaktır.

2.1. Örgüt ve Örgütsel İletişim

Bu alt başlık altında, örgüt kavramı ve örgüt içindeki iletişim süreçleri ele alınmıştır. Öncelikle, örgütlerin tanımı ve farklı örgüt kuramları incelenecek, ardından örgütsel iletişim kavramı ve bu iletişimin amaçları ve biçimleri üzerinde durulmuştur. Bu sayede, örgütsel dedikodunun hangi bağlamda ortaya çıktığını daha iyi anlamak mümkün olmuştur.

2.1.1. Örgüt kavramı

Örgüt kavramı temel anlamda bireylerin ortak bir amaç veya amaçlar doğrultusunda bir araya gelmeleriyle meydana getirdikleri dinamik oluşumu ifade etmektedir. Bu dinamik oluşumlar, iş dünyasından, devlet kurumlarına ve sivil toplum örgütlerine kadar uzanan yelpazede ortaya çıkabilmektedir. Örgütler, bireylerin sahip oldukları bilgi, beceri ve kaynakları etkili bir şekilde bir araya getirerek, ortak hedeflere ulaşmayı sağlayan ve bu süreçte işbirliği ile sinerjiyi mümkün kılan yapılardır. Bu bağlamda, bireyler örgütün kaynaklarını kullanırken, örgüt de bireylerin potansiyellerini açığa çıkarmalarına destek olmuştur.

"Örgüt" kavramı, insanların belirli amaçlar ve değerler etrafında bir araya gelerek yaptıkları bir anlaşmayı ve işbirliğini temsil etmektedir. Örgüt, "iş ve iş", "iş ve insan" ile "insan ve insan" arasındaki düzenlemeleri içermektedir. Örgüt içindeki bireyler, belirli bir amaç doğrultusunda, ortak bir hedef için işbirliği yapmaktadır. Bu nedenle her örgütün farklı amaçları ve özellikleri vardır (Demir ve Öztürk, 2011, s.19). Örgüt, insan ilişkilerine dayalı olarak kurulan ve belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere yapılandırılmış bir yapıdır. Örgütler yapılarına göre genellikle hizmet, üretim ve yönetim

örgütleri olmak üzere üç ana kategoriye ayrılmaktadır. Bu sınıflandırma, endüstrileşmenin hakim olduğu sanayi toplumu döneminden, bilginin ekonomik değer taşıdığı ve bilgi toplumu olarak adlandırılan çağa geçişle şekillenmiştir. Bilgi toplumu, örgüt kavramının yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır. (Aslantaş, 2008, s.72).

Genel olarak, örgüt, iki veya daha fazla insanın ortak bir amaca ulaşmak için davranışlarını biçimsel kurallara göre düzenlediği bir yapı olarak anlaşılmaktadır. Bir örgütte meydana gelen olaylar, bu insanlar arasındaki karşılıklı davranışları ifade etmektedir. Örgütün yapısı, bu karşılıklı davranışları tanımlamaktadır Örgüt yapısının doğası ve karşılıklı davranışların özel nitelikteki süreçleri, bir örgütten diğerine değişebilmektedir. Ancak her örgüt, bireylerin ortak amaçlar için karşılıklı davranışlarda bulunduğu bir yapıya sahiptir. Biçimsel örgütler için, yapı birinci derecede önemli bir özellik olarak kabul edilmektedir. Biçimsel örgütlerde, yapılan her türlü çalışma, eşgüdümü ve ilişkileri düzenlemek amacıyla gerçekleştirilmektedir (İşcan ve Timuroğlu, 2007, s.119-120). Örgüt yapıları, işbirliği ve etkili iletişimi sağlayarak insanların ortak hedeflere ulaşmalarını destekleyen temel çerçevelerdir.

Günümüz örgütleri, çevreleriyle sürekli etkileşim içinde olan açık sistemlerdir. Çevreden girdiler alır, bu girdileri işleyerek çıktılar üretir ve çevreye sunmaktadır. Bu süreçte bireylerin bilgi ve becerilerini bir araya getirerek işbirliği ve sinerji oluşturarak, hem bireysel hem de örgütsel hedeflere ulaşmayı olabilmektedir. Örgüt, bir açık sistem olarak ele alındığında şu önermelere ulaşmak mümkündür (Alıç, 1995, s. 3-4):

1. Örgüt, sürekli bir etkileşim içinde bulunduğu çevresiyle birlikte düşünülmelidir. Çünkü örgüt, çevresinden ham madde, insan kaynakları, enerji ve bilgi alır ve bunları çevreye yararlı mal ve hizmetlere dönüştürerek karşılık vermiştir.
2. Örgüt, çok amaçlı ve çok işlevli bir sistemdir. Bu nedenle, örgütün çevresiyle olan çok yönlü etkileşimlerini ve işlevlerini anlamak için bu karmaşıklığı göz önünde bulundurmak gereklidir.
3. Örgüt, birçok alt sistemden oluşan bir bütündür ve bu alt sistemler arasında dinamik etkileşimler bulunmuştur. Örgütsel yapının analizi için bu alt sistemlerin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi önemlidir.
4. Alt sistemler birbirleriyle bağımlıdır, bu nedenle bir alt sistemdeki değişiklikler diğer alt sistemleri ve bütünü etkilemiştir.
5. Örgüt, kendisinden büyük ve küçük sistemlerin bulunduğu dinamik bir çevre içinde yer alır. Çevre, örgüte isteklerde bulunabilir, baskılar uygulayabilir ve

sınırlamalar getirebilir. Çevresel etkiler, örgütün işleyişini ve davranışlarını etkilemiştir.

6. Örgütün çevresiyle çok yönlü bağlantıları bulunur, bu nedenle örgüt ve çevre arasındaki sınırları belirlemek karmaşık olabilmektedir. Bu bağlamda, örgüt kavramı, büyüklük, biçim, işlev veya yapı gibi niteliklerin ötesinde bir istikrarlı süreç olarak düşünülmelidir.

Öte yandan tarihsel bağlamda örgütü ele aldığımızda, kuramsal olarak dört ana dönem belirlenebilir: klasik dönem yönetim kuramları, neo klasik dönem (insan ilişkileri dönemi) yönetim kuramları, modern dönem yönetim kuramları ve postmodern dönem yönetim kuramları. Her bir dönem, kendi yaklaşımını ve bakış açısını sunarak örgüt teorisinin gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur. Klasik dönem yönetim kuramları, bilimsel yönetim, yönetim süreci ve bürokratik model gibi çeşitli alt yaklaşımları içerirken, neo klasik dönem insan ilişkileri ve çevresel-davranışsal yaklaşımları bir araya getirmektedir. Modern dönem yönetim kuramları, sistem ve durumsallık yaklaşımlarını kapsarken, postmodern dönem yönetim kuramları örgütleri daha geniş sosyal, kültürel ve dilsel bağlamlarda ele alarak eleştirel ve yenilikçi perspektifler sunmaktadır (Çetin, 2003, s.32). Bu dört dönem, örgüt kuramlarının evriminde etkili olmuş ve örgütlerin karmaşıklığını anlamak için önemli bir temel oluşturmuştur. Örgüt kuramları, örgütlerin nasıl işlediğini, nasıl yapılandığını ve çeşitli etkenlere nasıl tepki gösterdiğini anlamaya yönelik teorik yaklaşımları içermektedir. Örgüt kuramları süreci Klasik Örgüt Kuramı ile başlamıştır. Klasik örgüt kuramı temelinde örgütlerin etkin ve düzenli bir şekilde yönetilmesini amaçlayan, özellikle iş bölümü, hiyerarşi ve iş süreçlerine odaklanan bir yönetim yaklaşımı anlayışı yatmaktadır.

Klasik örgüt kuramları, üç ana akım tarafından temsil edilmektedir. Bunlar; Bilimsel Yönetim Kuramı (Frederic Winslow Taylor), Yönetim İlkeleri Kuramı (Henry Fayol) ve Bürokrasi Kuramı (Max Weber)'dir. Klasik kuramlar, örgüt kuramlarının temel taşlarını oluştururlar ve örgütsel yönetimin sistematik bir şekilde ele alındığı ilk yaklaşımlardır. Bu kuramlar, örgütleri makine analogisiyle değerlendirerek, düzen, süreklilik ve mantıklılığı ön planda tutmaktadırlar. Klasik kuramların merkezinde, örgütlerin verimliliği üretim süreci rasyonellik derecesi ile ölçülür; verimlilik, kaynakların ekonomik kullanımı ve mekanik süreçlerle ilişkilidir. Ayrıca, bireylerin rasyonel davranışları ve yönetim süreçlerindeki akılcı yaklaşımlar bu kuramların temel özellikleri arasında yer alır (Ertekin, 2017, s.155). Frederick Winslow Taylor'un Bilimsel

Yönetim Kuramı, Henry Fayol'un Yönetim İlkeleri Kuramı ve Max Weber'in Bürokrasi Kuramı, klasik örgüt kuramlarını oluşturan ve benzer yaklaşımları içeren bu teori aynı zamanda Taylor'un bilimsel yönetim yaklaşımı, iş planlamasına dayalı olarak verimlilik, standartlaşma, uzmanlık ve basitleştirmeyi vurgulamaktadır. Fayol'un yönetim ilkeleri kuramı ise planlama, örgütlenme, komuta, koordinasyon ve kontrol ilkelerinden oluşmaktadır. Max Weber ise örgütü makro bir perspektifle ele alarak, onu toplumun bir parçası olarak görür ve örgüt yapısına odaklanmaktadır (Dağıstan, 2019, s.598). Klasik örgüt kuramları, Taylor'ın bilimsel yönetimine dayalı verimlilik vurgusu, Fayol'un yönetim ilkeleriyle planlama ve kontrol odaklı yaklaşımı, Weber'in bürokrasi teorisiyle kurumsal düzenin makro perspektifi arasındaki benzerlikleriyle, örgüt yönetimi alanında temel bir çerçeve oluşturmuştur. Bu klasik kuramlar, örgütlerin işleyişini anlamak ve yönetmek adına önemli bir referans noktası sunarak, modern örgüt teorilerinin temelini oluşturmaktadır.

Klasik örgüt kuramlarının ortak özellikleri; uzmanlaşmış personel, yoğun işbölümü, işin standartlaşması, yoğun hiyerarşi, merkezi yönetim, örgütü kapalı bir sistem olarak değerlendirme şeklindedir. Ancak, bu kuramların en büyük eleştirisi, insan unsurunu göz ardı etmeleridir. İnsanı duygulardan arındırarak bir makine parçası gibi görmeleri, klasik örgüt kuramlarını eksik kılan bir yön olarak ortaya çıkmıştır. Bu eleştiriye rağmen, klasik örgüt kuramları, dönemlerinde önemli yaklaşımlar sunarak, hem pratik hem de teorik anlamda öncü olmuş ve sonraki kuramlar için temel oluşturmuştur. Bu kuramların öne sürdüğü bazı ilkeler halen yönetim alanında kullanılmakta, bazıları ise revize edilerek günümüzde de etkili olmaktadır (Dağıstan, 2019, s.602). Grup üyeleri, üstlerinin rehberliği olmadan görevlerinin gerektirdiği ilişkileri etkin bir şekilde yürütemeyebilmektedir. Görev sınırları net bir şekilde belirlenmediğinde ve bu sınırlar içinde kalmaya zorlanmadıklarında, bireyler yetkilerinin ötesine geçme eğiliminde olabilmektedir. Faaliyetlerin önceden tahmin edilmesi ve bu faaliyetler arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi, görevlerin net bir şekilde belirlenmesini olabilmektedir. Yönetim, esas olarak bireylerin biçimsel faaliyetleriyle ilgilenir ve grup faaliyetlerinin yönetiminde objektiflik ile gayri şahsilik ön plandadır; sübjektif unsurlara yer verilmez. Koordinasyon, gönüllü olarak gerçekleşmez; üst kademeler tarafından planlanmalı ve kontrol edilmelidir. Yetki, örgütün en üst kademesinde toplanır ve yukarıdan aşağıya doğru aktarılır (Ertekin, 2017, s.155). Sonuç olarak, klasik örgüt kuramları, uzmanlaşmış personel, işbölümü, standartlaşma ve hiyerarşi gibi ortak özelliklere odaklanarak örgütleri düzenli bir yapı olarak ele almıştır. Ancak, bu kuramların insan faktörünü duygusal

yönleriyle göz ardı etmeleri, eleştirilere neden olmuştur. İnsan merkezli olmayan bu yaklaşım, zaman içinde yönetim alanındaki gelişmelerle birlikte revize edilmiş olsa da, klasik örgüt kuramları hala temel prensipleriyle günümüzdeki yönetim uygulamalarını etkilemeye devam etmektedir ve modern örgüt teorilerinin evrimine katkı olabilmektedir.

İlerleyen süreçte klasik yönetim anlayışının örgütlerin gelişimi ve karmaşıklığı karşısında yetersiz kalması, neo klasik yönetim anlayışının ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu yaklaşım, sadece maddi unsurları değil, aynı zamanda beşeri faktörleri vurgulayarak örgüt içindeki insan ilişkilerine odaklanmıştır. İnsan İlişkileri Okulu ve Davranış Okulu gibi akımlar, örgüt içindeki insan davranışlarını anlamak ve açıklamak için önemli çalışmalara imza atmışlardır. Bu evrim, çalışanların sadece araçlar değil, aynı zamanda değerli kaynaklar olduğu anlayışını güçlendirdi ve yönetim alanında önemli değişikliklere öncülük etmişlerdir.

1930'lara kadar, geleneksel yönetim ve örgüt kuramı, örgütsel yapı ve işleyişin ana rehberi olarak kalmaya devam etmiştir. Ancak işletmelerin giderek büyümesi ve karmaşıklığının artması, merkezi yönetim anlayışının ve klasik yönetim yaklaşımlarının—katı emir komuta zinciri ve denetim gibi çalışanlar arasındaki ve yönetimle olan ilişkileri açıklamada yetersiz kaldığını ortaya koymuştur. Çalışanlar, sadece ekonomik ödüller değil, aynı zamanda ruhsal ve kültürel gereksinimlerinin de karşılanmasını talep etmişlerdir. 1920'ler ve 1930'larda örgüt teorisindeki gelişmeler, insan faktörü ve insan ilişkilerine odaklanan yeni bir boyut kazandırmıştır. Klasik örgüt kuramlarının sadece maddi unsurlara dayanarak örgütü açıklama çabaları, beşeri faktörlere yeterince değinmediği ve birçok problemin çözümünde yetersiz kaldığı için, neo klasik yönetim anlayışının öne çıkmasına yol açmıştır. (Öğütoğulları ve Akpınar, 2016, s.37). Bu evrimsel değişim, örgüt kuramlarının insan merkezli bakış açılarına doğru evrilmesini sağlamış ve işletmelerin insan kaynakları yönetimine daha fazla önem vermelerine yol açmıştır.

Klasik teori yaklaşımlarının yönetimi mekanik ve fizyolojik yönleriyle aşırı vurgulamasına bir tepki olarak, teori daha çok insan odaklı bir perspektifi gündeme getirmiştir. Bu yaklaşım, zamanın gereksinimlerine, bireylerin davranışlarına ve tutumlarına vurgu yapmıştır. teori çerçevesinde 1920'ler ve 1930'larda iki önemli grup öne çıkmıştır, İnsan İlişkileri Okulu ve Davranış Okulu. Hawthorne deneyleri, 1920'lerin sonlarına doğru ve 1930'ların başlarında Elton Mayo liderliğinde gerçekleştirilmiş olup, bu deneyler Elton Mayo ve arkadaşlarının davranışsal teoriye öncülük etmesine zemin hazırlamıştır. (Ekinci, 2019, s.25). Bu yaklaşım, yönetim alanına önemli katkılarda

bulunarak örgüt içindeki insan davranışlarını, nedenlerini ve örgüt ile davranış arasındaki ilişkileri açıklamada etkili olmuştur. Bu perspektife katkıda bulunanlar, bir kuruluşu sosyal bir sistem olarak görmüş, örgüt üyelerinin duygusal ve kültürel faktörlere bağlı olarak grup dinamikleri, liderlik, motivasyon, katılım, iş ortamı gibi unsurları ele almış ve neo klasik teorinin temelini atmıştır. Bu yaklaşım, çalışanların sadece araçlar değil, aynı zamanda değerli kaynaklar olduğu inancını güçlendirmiş ve iş dünyasına yeni bir bakış açısı getirmiştir (Ekinci, 2019, s.29). Bu kuram, örgütleri sadece mekanik ve fizyolojik yönleriyle değil, aynı zamanda insan merkezli bir perspektifle ele alarak modern yönetim uygulamalarına yön vermiştir. Bu yaklaşım, iş dünyasını bireylerin duygusal ve kültürel ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak daha etkili ve sürdürülebilir bir yönetim anlayışına doğru evrimleştirmiştir.

Nihayetinde, klasik ve neo klasik örgüt teorilerinin kısıtlı yönleri ile birlikte 1960'lı yıllardan sonra örgüt araştırmaları yeni arayışa yöneldi. Açık sistem olan örgütler izole varlıklar değil, çevreleriyle etkileşim içinde olan yapılar olarak tanımlanmaya başladı. Bu dönemde ortaya çıkan "Sistem Yaklaşımı" ve "Durumsallık Yaklaşımı," örgütlere daha geniş ve esnek bir bakış açısı getirdi. Modern yönetim yaklaşımı örgütlerin çevresel faktörlere duyarlı, esnek ve bütünlük içinde ele alınması konusunu vurgulayarak, klasik ve neo klasik teorilere yeni bir yaklaşım ortaya çıkarmıştır. 1920'lerin ortalarından 1960'lara kadar örgüt kuramında etkili olan neo klasikler, örgütleri bireysel ve grupsal özelliklerin ve tercihlerin bir toplamı olarak görmeleri bakımından sosyal varlıklar olarak değil, büyük bir eksiklik içinde değerlendirmişlerdir. Ancak, klasik ve neo klasik teorilerin örgüt ihtiyaçlarına yeterli cevap veremediği fark edildiğinde, 1960'larda örgüt araştırmaları odak değiştirmiş ve çevresel etkiler üzerine yoğunlaşmıştır. Bu dönemde ortaya çıkan açık sistem görüşleri, örgütlerin kapalı sistemler olarak değil, çevresiyle etkileşim içinde olan, çevreden girdiler alan, bunları işleyen ve enerjiye dönüştüren, ardından çıktılarını çevreye veren yapılar olarak tanımlanmasını önermiştir (Öğütoğulları ve Akpınar, 2016, s.44). Modern yönetim yaklaşımları, klasik ve neo klasik yönetim anlayışlarına alternatif bir perspektif sunarak, bu yönetim yaklaşımlarının yetersiz kaldığı iddiasıyla ortaya çıkmıştır. Bu modern yaklaşımlar arasında en önemlileri, "Sistem Yaklaşımı" ve "Durumsallık Yaklaşımı" olarak kabul edilmektedir (Seçtim ve Erkul, 2020, s.29). Modern yönetim yaklaşımları, örgütleri karmaşıklıklarını ve dinamik yapılarını daha iyi anlamak için sistemlerin ve durumların karmaşıklığını dikkate alarak çevresel etkileşimleri ve değişkenlikleri göz önünde bulundurmıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki gelişmeler, modern yönetim yaklaşımının ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Bu yaklaşım, yönetimi bütüncül bir bakış açısıyla ele alır ve örgütleri incelemek için çevresel faktörleri dikkate alır. Bilgi ve bilgi akışı bu yaklaşımda önemli kavramlardır. Ayrıca, katılım, yetki devri, yatay yapılanma ve ekip çalışmasına büyük önem verir. Standart yönetim uygulamaları bulunmaz, bunun yerine değişen dış ve iç koşullara göre esneklik göstermektedir (Seçtim ve Erkul, 2020, s.40). Modern yönetim yaklaşımı ile birlikte örgütler çevresel değişimlere uyumlu ve esnek açık sistem haline getirebilmeye çalışmıştır. Bilgi odaklı yaklaşımıyla etkili iletişimi önemini arttırmış, yeniliği destekleyip ve rekabet avantajın sağlanmasına olanak sağlamıştır.

2.1.2. Örgütsel iletişim ve dedikodu

İletişim, bilgi, düşünce ve fikirlerin karşıya aktarılması sürecidir. Bu süreçte, gönderici ve alıcı arasında bilgi akışını ve anlam kazandırmada önemli bir rol oynar. Günümüz örgütlerinde iletişim, sistemlerin ve faaliyetlerin temelini bir araya getiren unsurdur. Etkili örgütsel yönetim yine etkili iletişim ile mümkündür.

Bir kaynak tarafından gönderilen mesaj, iletişim kanalları aracılığıyla alıcıya ulaşır. İletişimde, mesajı ileten kişi gönderici olarak adlandırılırken, mesajı alan kişi alıcı konumundadır; bu durumda gönderici aktif, alıcı ise pasif bir rol oynamaktadır. İletişim, özellikle kişiler arasındaki mesaj içeriğini ve anlamını paylaşma, belirli duygu ve düşüncelerin iki ya da daha fazla kişi arasında paylaşılmasını içermektedir. İki kişi arasındaki iletişim, karşı tarafın davranışlarında ve düşüncelerinde farklılık yaratmak için bilgi, düşünce ve fikirlerin paylaşıldığı bir psikososyal etkileşimi ifade etmektedir (Soyer, 2022, s.29). Öte yandan örgütler için iletişim, insan vücudundaki sinir sistemi gibi, işi oluşturan farklı birimler arasında bilgi, veri ve anlayış aktaran yatay ve dikey kanalları içeren bir süreci ifade etmiştir. Bu nedenle günümüzde örgütler bazen iletişim sistemleri veya bilgi akış sistemleri olarak adlandırılmıştır. Etkili yönetim, örgütlerde iyi bir iletişim sürecine dayanmaktadır. Yönetim fonksiyonlarına ilişkin kararlar, gönderenin ve alıcının duygularını ve hareketlerini içeren çeşitli şekillerde iletilmektedir. Sonuç olarak, iletişimin örgütsel faaliyetlerin temeli olduğunu söyleyebiliriz (Sevda, 2021, s.9). İletişim, bireylerin bir araya gelmesine yardımcı olan ve uyumlu bir ekip çalışmasına katkıda bulunan sözlü ve sözlü olmayan bileşenlerin bir araya gelmesidir. Bu süreç, insanlar arasında fikirlerin, düşüncelerin, duyguların ve bilgilerin paylaşılmasına dayanmaktadır. İletişim, bir kişinin bir konu hakkında konuşurken ilgili olmadığı bir

durumu ele alması yerine, ilgi duyduğu konular üzerinde etkileşime girmesiyle gerçekleşmektedir. İletişim, bir kaynak tarafından gönderilen bir iletiyi alan bir alıcı arasında gerçekleşen bir süreçtir. Bu süreçte, karşılıklı anlayış ve paylaşımın olması iletişimi tam kapsamlı hale getirmektedir. Eğer ileti gönderen ile alıcı arasında tek yönlü bir etkileşim varsa, bunun adı tek yönlü iletişimidir. Ancak alıcı, iletiyi aldıktan sonra bir yanıt veriyorsa, bu karşılıklı iletişim olarak adlandırılmaktadır (Şafak, 2021, s.24). İletişim örgütsel bağlamda, etkili bir şekilde gerçekleştirilmesi, işbirliğini teşvik ederek, hedeflerin daha etkin bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak olabilmektedir.

Örgütsel iletişim, belirli kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen bir iletişim biçimidir ve örgütün işleyişini, amaçlarını gerçekleştirmeyi, örgüt içindeki bölümler arasındaki bilgi akışını, eşgüdümü, birlik ve beraberliği sağlamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, örgütsel iletişim, örgüt içindeki bölümler arasındaki bilgi, veri ve yaklaşım akışını yöneten her türlü metodu, aracı ve yöntemi içermektedir. Örgütsel iletişim, yazılı, sözlü, sözsüz mesajları içeren iletişimi kapsar ve bir hedef etrafında bir araya gelen insanların örgüt içinde ve örgüt çevresinde yaşanan uyum ve iş birliği sürecini kapsamaktadır (Soyer, 2022, s.30). İyi bir örgütsel iletişim sistemi, çalışanların motivasyonunu artırarak verimliliği artırır ve örgüt içindeki çatışma ve belirsizliği azaltarak daha etkili bir iş ortamı oluşturmaktadır.

Örgütlerin başarısı, etkili iletişimle güçlenir. İletişim, iç ve dış etkileşimde bilgi aktarımını sağlar. Rekabetin yoğun olduğu günümüzde, başarılı örgütsel iletişim, örgüt içerisinde güven oluşturmayı, ortak vizyonu paylaşmayı ve sektördeki diğer organizasyonlarla sağlıklı bilgi akışını sürdürmeyi gerektirmektedir. Bu süreç, formal ve informal iletişim kategorilerinde incelenen örgütsel iletişimle desteklenmektedir. Başarı için doğru, şeffaf ve zamanında iletişim önemlidir.

Örgütler, iç ve dış çevreleriyle etkin bir şekilde iletişim kurarak başarılı olabilmektedirler. İletişim, kişiler arasında anlaşmayı sağlayan bir döngüdür ve çeşitli kanallar aracılığıyla ifadelerin iletilmesini içermektedir. Günümüzde örgütler arasındaki rekabetin artmasıyla, başarılı bir örgütsel iletişim, örgütün hem içindeki hem de dışındaki koşullara uygun hareket etmeyi, ortak fikirlere sahip olmayı ve sektördeki diğer organizasyonlarla sağlıklı bilgi akışını sağlamayı gerektirir (Yanar, 2022, s.4-5). Verimli bir örgütsel iletişim ortamı, çalışanlar arasında güvenin bulunduğu bir atmosfer yaratmaktadır. İletişim, bir kişinin yaptığı iş hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayarak örgüt içindeki birimler arasındaki etkileşime katkıda bulunmaktadır. Çalışanlar, kendi görev alanlarının dışındaki olaylardan haberdar olmak istediklerinde iletişimi tercih

etmelidirler. Örgütsel iletişimin sağlıklı işlemesi için bilginin doğru ve zamanında iletilmesi önemlidir. Bu, yöneticilerin doğru kararları hızlı bir şekilde almasına, ast-üst ilişkilerinde emir-komuta zincirinin kesintisiz devam etmesine ve yeni çalışanların sorunsuz bir şekilde ekibe dahil olmalarına olanak tanımaktadır (Şafak, 2021, s.24-25). Bu çerçevede, etkili bir örgütsel iletişim sistemi; iç ve dış çevrelerle etkileşimde bulunarak başarılı bir şekilde hareket etmeyi, ortak fikirleri paylaşmayı, sektördeki örgüt veya işletmelerle bilgi akışını sürdürmeyi ve çalışanlar arasında güveni artırmayla gerçekleşmektedir. Bu itibarla, verimli ve etkin örgütsel iletişim ortamının gelişmesi; bilgi akışının yönetiminden çalışanlar arasındaki güvenin pekiştirilmesine kadar geniş bir ağ üzerinde başarıya etki etmektedir.

Örgütlerde sürdürülebilirlik, yine etkin bir iletişimle mümkün olmaktadır. İletişim, örgütsel yapının temelini oluşturur; bu olmadan koordinasyonu sağlamak, organize olmak ve planlı bir şekilde hareket etmek mümkün değildir. Örgüt içi iletişim farklı biçimlerde gerçekleşir ve sürekli bir nitelik taşır. İletişimin şeffaf ve dürüst olması, çalışanların örgüt içinde alınan kararlarda etkin olması önemlidir. Bu şekilde, çalışanlar ile örgüt arasında bir sorumluluk bilinci birleşir, çalışanların örgüt ile bütünleşmesini sağlar. Örgüt içi iletişim, çalışanlara örgütün kurallarına ve amaçlarına uygun tutum ve davranışlar sergileme konusunda rehberlik eder. Bu iletişim eksik veya yetersiz olduğunda, örgüt içinde ve devamlılık açısından sorunlar ortaya çıkabilmektedir (Soyer, 2022, s.32). Örgütlerde başarılı bir iletişim ortamının oluşturulması, kararları hızlı alabilme, rekabetçi bir vizyon, özgün bir kurum kültürü, değişime duyarlı bir yönetim yaklaşımı, girişkenlik gibi faktörlerin sağlanmasına bağlıdır. Yapılan araştırmalar, örgütlerde iletişimin ne kadar önemli olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bu nedenle, bir örgütün iletişim kanallarının etkin ve etkili bir şekilde kullanılması, hedeflerine ulaşması açısından kritiktir. İletişim kanallarının kapalı olduğu bir örgütte, çalışanlar farklı iletişim yöntemlerine başvurulabilir, bu durum da bazen dedikodu ya da sinizm gibi olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Örgütler, olumsuz iletişim kanallarıyla karşılaşmamak için her türlü iletişime açık olmalı ve gerekli önlemleri almalıdır (Sevda, 2021, s.10-11). Sürdürülebilirlik ilkesini çeşitli iletişim kanallarını etkin ve etkili bir şekilde kullanmak ve açık iletişimi teşvik etmek gibi unsurlara dayanmaktadır.

Örgütsel iletişim, bir kuruluş içerisindeki bilgi akışını, koordinasyonu ve etkileşimi desteklemek amacıyla farklı iletişim biçimlerini içermektedir. Örgütlerde iletişim, formel ve informal olarak iki temel şekilde gerçekleşmektedir. Formel iletişim, resmi ve biçimsel bir yapıya sahiptir. Farklı hiyerarşik seviyelere sahip kişiler arasında,

belirli sınırlar içinde, yetkililer tarafından yönlendirilen bilgilerin örgüt içinde iletilmesini kapsamaktadır. Biçimsel iletişim (formel iletişim), genellikle belirli hedeflere ulaşmak ve grup içi etkinliği artırmak amacıyla oluşturulan özel yapılanmalardır. Bu tür gruplarda iletişim genellikle hiyerarşik bir düzen içinde gerçekleşir ve ilişkiler yazılı olarak bildirilir. Bu sayede görev dağılımları belirlenir ve örgütsel organizasyon şeması oluşturulmuş olmaktadır (Yanar, 2022, s.5). Diğer taraftan, informel iletişim, çalışanların veya çalışan gruplarının belirli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ortaya çıkan iletişim türüdür. Bu tür iletişimde hiyerarşik bir yapıdan ziyade, bireyler arasında doğal olarak gelişen iletişim ağları ön plana çıkarmaktadır. İnfornel iletişim, çalışanların bilgi edinme ve haber alma ihtiyaçlarını karşılamak üzere doğan bir sistem olarak tanımlanabilir (Şafak:2021, s.25). Özetlenirse formel iletişim, resmi ve biçimsel bir yapıda olup belirli sınırlar içinde yetkililer tarafından yönlendirilen bilgileri içerir. Daha sonra resmi iletişimden ayrılan gayri resmi iletişim, örgüt üyelerinin kendi istekleri doğrultusunda plansız bir şekilde gerçekleşen, formel ilkelerden bağımsız kişiler ve gruplar arasında gelişen bir iletişim biçimidir. İnfornel iletişim, özellikle sosyal ilişkileri güçlendirebilen bir iletişim şekli olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, dedikodu ve söylenti de informel iletişim türleri arasında yer alır ve bireylerin sosyal bağlarını güçlendirme, örgüt içinde bilgi paylaşımı sağlama veya belirsizliklere karşı bir tepki mekanizması geliştirme gibi işlevler üstlenebilmektedir. Örgüt üyeleri, formel iletişim kanalları aracılığıyla önemli bilgilere ulaşamadıklarında, dedikodu veya söylenti yoluyla örgüte dahil olabilmektedir, eksik bilgileri toplayabilir ve içinde buldukları çaresizliği azaltmak için informel iletişim kanallarına başvurabilmektedirler (Yanar, 2022, s.6). İletişimdeki formel bir bozukluğun yol açtığı bilgi eksikliği genellikle dedikodu ve söylenti ile doldurulmaktadır. Çalışmalar, özellikle organizasyonel iletişim çalışanların endişelerini ciddiye almadığında, dedikodu ve söylentinin organizasyonel değişiklik dönemlerinde önemli ölçüde arttığını göstermektedir. Yönetimden açık, sık ve samimi iletişim, negatif dedikodu ve söylenti düzeylerine karşı önemli bir çaredir (Grosser vd, 2012, s.56). Bu nedenle, etkili iletişim stratejileri oluşturmak ve çalışanların endişelerini ele almaya odaklanmak, organizasyonel değişiklik süreçlerinde olumlu bir çalışma ortamı sağlamak için hayati öneme sahiptir.

İnsanlar arasında resmi olmayan iletişim, dedikodu, söylenti gibi durumları ortaya çıkarabilen bireylerin ve organizasyonların zarar görmesine neden olabilen bir faktördür. Örgüt yönetimi tarafından tür iletişimi engellemeye çalışmak, çalışanları sansürlenmiş hissettirebilir ve organizasyonun bütünlüğünü bozabilmektedir. Ayrıca, önerilen

stratejiler, gayri resmi grupların düzenini bozarsa, departmanın veya organizasyonun stratejilerini etkileyebilmektedir. Gayri resmi iletişim, çalışanların bağlantı kurma ihtiyacını besler ve gruplar arasında sosyal kimlik oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu tür bağlantılar, iş tatminini etkileyebilecek değişikliklere karşı kolektif direnç oluşturabilmektedir. Ayrıca, bu iletişim grupların bilgi ve beceri birleşimini kullanarak bir güç tabanı oluşturmasına olanak tanımaktadır. İç iletişimi etkili bir şekilde yönetmek için, resmi iletişimin organizasyon şemasına dayandığı ve belirli bir komuta zincirini takip ettiği, gayri resmi iletişimin ise sosyal kimlik ağlarında meydana geldiği anlaşılmalıdır. İşte bu şekilde, organizasyon içindeki gayri resmi iletişimi anlamak ve yönetmek mümkün olabilecektir (Prestia, 2021, s.490). Neticede informel/resmi olmayan iletişim yönetilmesi, çalışanların endişelerini ele alarak güvenli ve sağlıklı bir iletişim ortamı sağlamak için önemli bir unsurdur ve organizasyon içi etkili bir iletişim stratejisinin oluşturulmasına katkı sağlayabilmektedir.

2.2. Örgütsel Dedikodu

Örgütsel dedikodu, işyerlerinde sıkça karşılaşılan ancak genellikle göz ardı edilen bir durum olarak öne çıkarmaktadır. Çay molasında, koridorda veya ofis arasındaki kısa sohbetlerde dolaşan bu söylentiler ve dedikodular, sadece bilgiyi değil, aynı zamanda işyerindeki atmosferi ve ilişkileri de şekillendirmektedir. Özellikle belirsizlik dönemlerinde, dedikodu yaygınlaşabilir ve örgüt içindeki iletişim ve güveni olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, örgütsel dedikodu yönetimi, işletmelerin iletişim stratejilerinde dikkate alınması gereken önemli bir unsurdur.

2.2.1. Örgütsel dedikodu kavramı

Dedikodu, insanlar arasında gerçeği yansıtmayan ve genellikle başkalarını konuşma ya da çekiştirme amacıyla yapılan biçimsel olmayan bir konuşma türüdür. Bu tür konuşmalar, belli bir sosyal ortamdaki kişiler hakkında değer yüklü bilginin informel bir iletişim yoluyla paylaşılması sürecini ifade etmektedir. Dedikodu, kasıtlı olma özelliği taşır ve resmi olmama özelliği gösterir. Bu nedenle dedikodu, daha çok resmi olmayan, gayri resmi iletişim kapsamında değerlendirilmektedir. Dedikodu teorik olarak faydalı veya zararlı olabilmektedir ve genellikle güvenilmeyen, itibar edilmeyen bilgiye dayanmaktadır (Çağalı, 2021, s.10). "Dedikodu" kelimesi, "dedi" ve "söyledi"

kelimelerinin birleşimiyle oluşmuştur. Bu kavram, tarihsel süreç içinde ortaya çıkmış ve toplumsal değişimlerle birlikte farklı anlamlar kazanmıştır. Bu nedenle dedikodu kavramının anlamını açıklamak için, tarihsel ve toplumsal sürecine bakmak gerekmektedir. Dedikodu kelimesi Farsça kökenlidir ve "kîl u kal" ve "güft u gû" kelimelerinden türetilmiştir (Bektaş, 2018, s.68). Günümüzde dedikodu semantik olarak, insanlar arasında yayılan, doğruluğu tartışılan veya belirsiz bir şey gibi anlam kazanmıştır.

Dedikodu", insanlar arasında yaygın olarak görülen bir davranıştır. Herkesin dedikodu yaptığı bir gerçektir ve insan tarihinin var olduğundan günümüze kadar uzanan bir serüven olarak yorumlanabilir. Günümüzde dedikodu, günlük yaşantının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş ve ilişkilerde ve iletişimde kendine özgü bir yer edinmiştir. Türk Dil Kurumu çevrim içi sözlüğünde, dedikodunun en eski iletişim kurma ve sosyalleşme aracı olduğu ve "başkalarını çekiştirmek veya kınamak amacıyla yapılan konuşma, kov, gıybet, kılükal" olarak tanımlandığı görülmektedir (Çalışır ve Uncu, 2017, s.341). Ancak, başkalarını yargılamak veya taciz etmek amacıyla dedikodu yapmak, olumsuz sosyal algılar yaratarak ve ilişkileri bozabileceğinden, dedikodunun olumlu ya da olumsuz etkileri ortaya çıkabilmektedir.

Dedikodu üzerine yapılan çalışmalar, etnografi, antropoloji, psikoloji, sosyoloji gibi çeşitli alanlarda yapılmış olsa da, bu terim genellikle iletişim bilimi kapsamına girmektedir. Dedikodu araştırmalarıyla ilgili problemlerin tanımlanması ve bu terimin ne anlama geldiği genellikle çalışmaların odak noktası olmuştur. Dedikodu genellikle başkalarının özel ve kişisel yaşamları ve işleri hakkında boş konuşma olarak tanımlanır. Daha önceki çalışmalarda, kadınlarla ilişkilendirilen önemsiz kişisel konuların dedikodu olarak tanımlandığı, kamusal veya örgütsel alanda yapılan olumsuz konuşmaların ise söylenti olarak adlandırılmaktadır. Örneğin, bir organizasyonda olası bir küçülme hakkında spekülâtif konuşmaların söylenti olarak kabul edililirken, personel arasında kullanılan aşağılayıcı ifadelerin ise dedikodu olarak tanımlanmaktadır (Hafen, 2004, s.223). Dolayısıyla dedikodu ve söylenti arasındaki farklar ve benzerlikler de tartışma konusu olmaktadır. Genel olarak bakıldığında, örgütsel dedikodu, sosyoloji, iletişim, psikoloji ve yönetim gibi çeşitli alanlarda incelenen karmaşık ve çok yönlü bir olgudur.

Dedikodunun sosyal olarak inşa edilmiş bir iletişim kategorisi olmasından dolayı tam tanımlamaların yapılamamasına neden olmuştur. Yani, yalnızca sosyal anlaşma yoluyla var olan, değişken, istikrarsız sınırlara sahip bir iletişim kategorisidir. Bu açıdan

dedikodu, nispeten nesnel terimlerle tanımlanabilen 'konuşma' ve 'yazı' gibi iletişim kategorilerinden farklıdır (Greenslade-Yeats vd., 2024, s.192).

Mills'e (2010) göre, dedikoduyu oluşturan unsurlar genellikle eğlenceli olarak görülen unsurlardır, söylenti ise ciddi bir organizasyonun tümünü ve işleyişini etkileyebilen konuşmalar ve bilgi aktarımlarıdır. İnsanlar sosyal varlıklar olduklarından, hayatları boyunca diğer insanlarla iletişim kurmayı arzulamaktadır. Bu doğrultuda, bazen diğer insanlar hakkında bilgi edinmek için resmi olmayan yolları tercih edebilmektedir. Bu durumda, insanlar kişilerle doğrudan konuşmak yerine başkaları yoluyla bilgi edinmeye çalışırlar ve bu durumda dedikoduya maruz kalma olasılıkları vardır. Dedikodu istenmeyen bir davranış modeli olarak tanımlanabilmektedir. Dedikodu, insanlara özgü bir özellik olduğundan, iletişimde etkili bir güç olarak da karşımıza çıkar ve zaman zaman kişiler arası iletişimin bir yöntemi olarak hayatımızın bir parçasıdır. Ancak, dedikodunun insanlar arasındaki ilişkileri bozabileceği ve güveni zedeleyebileceği gerçeği de göz ardı edilmemelidir (Çalışır ve Uncu, 2017, s.340). Dedikodu, insanlar arasında doğal bir eğilim olarak kabul edilse de, yönetilmediğinde örgüt içi ilişkileri olumsuz etkileyebilir ve güveni sarsabilir, bu nedenle etkin bir dedikodu yönetimi önemlidir.

Dedikodu, toplumun geleneksel yapısını ve sosyal düzenini korumak için güçlü bir araç olarak kabul edilmiştir. Ayrıca, insanlar arasındaki fikir ayrılıklarını ortaya çıkararak farklı bakış açılarının açığa çıkmasını sağlamıştır. Dedikodu, endüstri öncesi toplumlar için oldukça önemli bir rol oynamıştır (Bekteş, 2018, s.69). Dedikodu, iletişim aracı olarak kullanıldığı kadar, özellikle endüstri öncesi toplumlarda toplumsal bağları sürdürmek ve insanların farklı düşüncelere sahip olmalarını teşvik etmek amacıyla etkili bir araç olarak da kullanılmıştır. Endüstri öncesi toplumlarda, dedikodu, gruplar arasında farklı bir rol oynamıştır. Dedikodu, toplum içindeki ilişkileri tehlikeye atabilecek veya sorun çıkarabilecek kişileri dışlayarak onları izole etme işlevi görmüştür. Bu nedenle, dedikodu, toplumun geleneksel yapısını ve sosyal düzenini korumak için güçlü bir araç olarak kabul edilmiştir. Aynı zamanda, insanlar arasındaki fikir ayrılıklarını ortaya çıkararak farklı bakış açılarının gün yüzüne çıkmasına da yardımcı olmuştur. (Erten, 2019, s.6). Bu bağlamda, dedikodu, insanlar arasındaki fikir ayrılıklarını netleştirerek diyalog ve iletişimi kolaylaştırmada da rol oynamıştır.

Dedikodu kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için, bireyler ve gruplar açısından değerlendirilmesi gerekmektedir. Kişisel olarak, çaba olarak görülen dedikodu, bir bireyin kendi düşüncelerini bir gruba yaymak için kullandığı bir araç olabilmektedir. Dedikodu, belirli araçsal pozisyonları içerebilir ve bu pozisyonlar dedikodunun etkisini

ve yönünü belirleyebilmektedir. Bu araçsal pozisyonlar arasında bilgi, etki ve tanıtım bulunabilir. Dedikodunun bilgi araçsal pozisyonu, insanların belirli veya belirsiz bilgileri doğrulamak için kullandıkları bir araç olduğunu gösterir. İkinci araçsal pozisyon, dedikodunun kişisel kazanç aracına dönüşmesi ile ilgilidir. Dedikodu, bireyin herhangi bir durumda kişisel kazanç sağlamasına olanak tanıyabilir. Sonuç olarak, dedikodu bazen bilgiyi doğrulamanın bir sonucu olarak kazanç sağlayabilirken, bazen de eğlence, zevk ve tatmin unsurlarını sağlayan bir araç haline gelebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, örgütsel dedikodu, kişiler için kişisel kazanç sağlamanın ve kendilerini daha güçlü bir konumda keşfetmenin bir yolu olarak da görülebilmektedir (Bekteş, 2018, s.71). Dedikodunun bu araçsal pozisyonlarının örgüt içi ilişkilerdeki dinamikleri ve güç dengeleri üzerinde önemli etkileri olabilmektedir, bu nedenle dedikodu yönetimi stratejileri, bu farklı araçsal pozisyonları dikkate almalıdır.

2.2.2. Dedikodunun özellikleri

Dedikodu, insanlar arasında yaygın olarak bulunan bir etkinlik olup tarih boyunca varlığını sürdürmüştür. Dedikodunun iki farklı türü bulunmaktadır. Bunlar; bilgi aktarma dedikodusu ve mevcut bilgilerin yorumlanması dedikodusudur. Bilgi aktarma dedikodusu, gizli bir sırrın ifşa edilmesini içerir ve doğrudan sırrı ifşa edilen kişiye zarar verebilmektedir. Diğer tür dedikodu ise, mevcut bilgilerin yorumlanmasından yola çıkarak, insanlar hakkındaki bilgilerin yayılmasına neden olabilmektedir. Ancak, mevcut bilgiler üzerinden yapılan dedikodular, gerçeği yanlış yansıtabilir ve hiç var olmayan bir bilginin oluşturulmasına yol açabilmektedir. Dedikodunun zararlı mı yoksa eğlenceli mi olduğu, insanlar arasındaki farklı görüşlere ve düşüncelere bağlıdır. Bununla birlikte, dedikodu sınırlarının iyi belirlenmesi ve ölçülü kullanılması, dedikodunun zararlı etkilerini minimize etmek için önemlidir. Ölçülü bir şekilde kullanıldığında, dedikodu insanlar arasındaki iletişimi geliştirebilir ve ortak konularda fikir alışverişinde bulunmayı sağlayabilmektedir. Ancak, aşırıya kaçıldığında, dedikodu insanlar arasında güven ve saygıyı zedeleyemektedir. Bu nedenle, dedikodu sınırlarının iyi belirlenmesi ve dozunun iyi ayarlanması, ilişkileri koruyan ve geliştiren önemli bir faktördür. Dedikodunun faydalı ve eğlenceli yönleri olduğu kadar, zararlı etkileri de göz önünde bulundurularak, doğru bir şekilde kullanılması önemlidir (Çalışır ve Uncu, 2017, s.341). Davranışların, iş hayatında da hayatın diğer aşamaları gibi önemli bir etkiye sahip olduğu açıkça ortaya konulmuştur. Bu davranışlar, sadece bireysel sonuçların oluşmasının ötesinde, içinde

bulunulan gruplar üzerinde de ciddi etkiler yaratabilmektedir. Bu açıdan yönetimler davranışsal konulara çok önem vermektedir. Davranışsal konulara bakış açısı zaman içinde değişebilir ve farklı yaklaşımlar oluşmaktadır. Klasik yönetim anlayışı, bazı davranışları negatif olarak görürken, modern ve post-modern yaklaşımlar ise, bu davranışların optimum düzeyde tutularak örgütlerin faydasına olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle, davranışsal konuları sürekli olarak gözden geçirmekte ve değerlendirmektedir. Böylece, davranışların örgütler üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerinin minimize edilmesi amaçlanmaktadır. Sonuç olarak, davranışların iş yaşamında da önemli rol üstlendiği açıktır ve yönetim açısından ciddi bir şekilde değerlendirilmelidir (Çiçek ve Işık, 2018, s.520). Davranışsal konuların iş yaşamında etkili bir şekilde ele alınması, örgütlerin verimliliğini artırarak çalışanların motivasyonunu ve memnuniyetini artırabilir, bu nedenle yönetimler için stratejik bir öneme sahiptir.

Dedikodu, sadece güncel olayları ya da durumları yanlış veya yanıltıcı şekilde paylaşmakla kalmaz, aynı zamanda önceki deneyimleri, görüşleri veya fikirleri de yanlış şekilde aktararak ortaya çıkabilmektedir. Dedikodunun en büyük zararı, insanlar arasındaki güveni ve saygıyı zedeleme potansiyeline sahip olmasıdır. Ayrıca, örgüt içinde moral bozukluğu, güvensizlik, verimlilik düşüklüğü gibi etkilere de yol açabilir. Bu nedenle, üst yönetim, çalışanlar arasında güvenli ve saygılı bir ortamı sağlamak için tedbirler almalıdır (Salik, 2022, s.38). Bu tedbirler, bilgi paylaşımının denetim altında tutulması ve eğitim programları gibi çeşitli seçenekleri içerebilmektedir. Dedikodunun önlenmesi, örgüt içinde güvenli ve saygılı bir ortamın korunmasına ve örgütün verimliliğinin artmasına yardımcı olacaktır.

Hayatımız boyunca insanlarla iletişim kurarız ve birçok bilgi ediniriz. Ancak, bazen bu bilgilerin doğruluğunu teyit etmeden paylaşılması sonucunda dedikodu oluşabilmektedir. Dedikodular genellikle doğrulanmamış veya hayali bilgileri içeren konuşmalardır. Ayrıca, örgüt içindeki sırların önce örgüt içinde ve sonra dışarıya sızması da dedikodu olarak kabul edilmektedir. Dedikodunun konuları genellikle ahlaksız, uygunsuz veya alışılmadık davranışları içerebilir. Dedikoduları yapanların paylaştıkları bilgiler genellikle inandırıcı görünse de, bu bilgilerin doğruluğu genellikle teyit edilemez. Dedikodular, programlı ve resmi olmadığı için kalıcı bir gündemi yoktur. Ayrıca, dedikodular önemli olmayan konulara da odaklanabilmektedir. Dedikodunun yayılması sonucunda dedikoduyu yapan kişinin bilgisi diğer alanlarda da yayılabilir. Dedikoduyu yapanlar gerçekleri tarafsız ve sade bir dille aktarmazlar ve dedikodunun ahlaki olarak sakıncalı olduğunun farkındadırlar (Salik, 2022, s.33). Dedikodu yönetimi stratejileri,

örgütlerin içinde sağlıklı bir iletişim kültürünü teşvik ederek dedikodunun zararlı etkilerini azaltıp ve çalışanların güvenini ve işbirliğini artırabilmektedir.

2.2.3. Örgütsel dedikodunun oluşumu

Dedikodu, işyeri iletişimi içinde önemli bir rol oynar ve çalışanların ilişkileri üzerinde derin etkilere sahiptir. Araştırmalar, dedikodu ağlarının oluşumu ve işyerindeki diğer iletişim ağlarından nasıl farklılaştığı üzerine odaklanmıştır. Çalışmaların bir kısmı, dedikodu ağlarının genel yapısını ve desenlerini incelemiştir. Örneğin, bazı araştırmacılar dedikodu ağlarının duygusal ve sıkı bağlarla daha kolay yayıldığını öne sürmüştür. Diğer araştırmalar, dedikodu akışının genellikle "arkadaşlık ağları"nda daha yaygın olduğunu ve bu ağların iş odaklı ağlara göre dedikodu yayılmasını teşvik ettiğini belirtmiştir. Dedikodu ağlarının oluşumu ve yapısıyla ilgili bulguların yanı sıra, ilişkisel dinamikler de incelenmiştir. Araştırmalar, dedikodu dinamiklerinin, çalışanların ilişkisel ağlarıyla yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Örneğin, dedikodu yapanlar ve alıcılar arasındaki yakınlık derecesinin dedikodu yayılmasını artırdığı, ancak dedikodu hedefleriyle olan olumlu ilişkilerin dedikodu etkisini azalttığı bulunmuştur (Kim ve Lee, 2023, s.4). Dedikodu çalışmaları, işyerindeki iletişim ağlarının karmaşıklığını ve dedikodu etkisinin bu ağlar üzerindeki dinamiklerini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Çalışmalar, işyerindeki iletişim ve ilişkilerin nasıl şekillendiğini ve dedikodu gibi sosyal fenomenlerin bu süreçleri nasıl etkilediğini anlamak için önemli bir kaynak olabilmektedir.

Dedikodunun ortaya çıkmasını ve özellikle iş yerlerinde tetikleyen faktörler arasında, bireysel ego, psikolojik sözleşme ihlali, istismarcı yönetim tarzı, statü arzusu, iş yerindeki belirsizlik, etkisiz iletişim ve gruplar arasındaki sosyal baskı gibi unsurlar bulunmaktadır. Bu faktörlere ek olarak, cinsiyet, yaş ve eğitim seviyesi gibi özellikler de dedikodunun oluşmasını destekleyebilmektedir. İşverenle doğrudan temas halinde olan çalışanlar, daha fazla bilgiye sahip oldukları için dedikodu konusunda daha çekimser davranabilirler ve bu tür spekülasyonlara ihtiyaç duymazlar. Diğer yandan, işverenle daha az etkileşimde bulunan çalışanlar, dedikodu konularına daha yakın ilgi gösterebilmektedir (Akgün, 2021, s.57). Sohbet etme, sosyal, siyasi, dini ve benzeri farklı konularda konuşmanın yanı sıra duygusal ilişkiler açısından da büyük önem taşımaktadır. Ancak sohbet etmek, dertleşmek gibi ihtiyaçları karşılarken, dedikodunun oluşmasına da zemin hazırlayabilmektedir. Dedikodunun oluşumunda algılama çok önemlidir ve mesajı

şekillendirir ve alıcıya doğru bir şekilde aktarmaktadır. Dedikodu yapmadan önce, neden dedikodu yaptığını ve vermek istediği mesajı düşünmek ve yanlış anlaşılmalara dikkat etmek gerekir. Anlatıcının amacı genellikle inandırıcılık sağlamaktır ve sonuç olarak dedikodu bazen anlatılandan farklı hale getirilir ve alıcıya değiştirilmiş şekilde aktarılır. Dedikodu, bir konu ya da durumun aktarımı gibi görünebilir, ancak aslında kişinin gerçek algısını, duygusal durumunu, geçmişini ve gelecekteki planlarını da yansıtmaktadır (Uygur, 2021, s.3). Sohbet etme sosyalleşme ve dostluk kurma için gerekli olsa da, dedikodular insanların gerçek duygu ve düşüncelerini yansıtabildiğinden, aynı zamanda yanlış anlaşılmalara da neden olabilmektedir.

Akademik çalışmalar, iş yerindeki çay-kahve molası sohbetlerinin yaklaşık %14'ünün dedikodudan oluştuğunu ve çalışanlar arasındaki genel konuşmaların yaklaşık %66'sının sosyal konularla ilgili olduğunu göstermektedir, özellikle de başkaları hakkında konuşmaların bu kapsamda büyük bir yer tuttuğunu belirtmektedir (Chang ve Kuo, 2021, s.497). Bu, insanların büyük bir kısmının zamanlarını sosyal konular hakkında konuşarak geçirdiğini ve tüm konuşmaların üçte ikisinin başkalarına atıfta bulunduğunu göstermektedir. Dedikodunun haber özelliği taşıması onun yayılmasını olabilmektedir. İnsanların doğası gereği bilgi ve haberleri yayma ve diğer insanlarla paylaşma ihtiyacı duyması, dedikoduların yayılmasına neden olmaktadır. Eğer bir bilginin kimseye paylaşılmaması söylenirse, bu bilginin muhtemelen üçüncü kişilere sır olarak aktarılacağı üzerinde durulmaktadır. Dedikodular aynı zamanda günlük hayatımızın içinde bulunan konularla da bağlantılıdır, bu da insanların haberin daha fazla yayılmasını istemesine neden olur. İnsanlar her zaman dedikodulara inanmazlar, ancak merak, şaşkınlık ve heyecan gibi duyguları uyandırdığı için yapılabilir. Bazen sevdiğimiz insanlar hakkında pozitif duygular beslerken dahi sadece iyi bir mizah malzemesi vermek amacıyla dedikodu yapılabilmektedir (Uygur, 2021, s.4). Bu, dedikodu yapmanın farklı nedenlerini vurgulamakta, merak, şaşkınlık, heyecan gibi duyguların veya iyi bir mizah malzemesi sağlamak amacının dedikoduları yapmanın nedenleri olduğunu belirtmektedir. Bu da, dedikodu yapma eğilimlerinin farklı yönlerini göstermektedir.

Dedikodular, bazen bastırılmış duyguları açığa çıkarmak, tanıdıklar arasında eğlence oluşturmak, zevk, merak ve şaşırtma yaratmak amacıyla yayılmaktadır. Ayrıca, konuşacak bir şey bulmak ve inanma ihtiyacını karşılamak için, tanıdıklara anlatılacak çok az şey olduğunda ortaya çıkan sessizliğin boşluğundan kurtulmak isteği de dedikodunun yayılmasına neden olabilmektedir (Erten, 2019, s.12). Dedikodu, dedikodu yapacak taraflar arasındaki aşinalık düzeyinin, dedikodu konusu durumun taraflarca

samimi bir şekilde değerlendirilmesinin ve dedikodu konusunun ahlaki yönünün etkisiyle belirlenir. Taraflar arasındaki sosyal mesafe dedikodu yapmayı engelleyebilmektedir. Örneğin, bir kurumdaki yönetici ve çalışan arasındaki sosyal mesafe arttıkça, dedikodu yapılma olasılığı azalır. Dedikodu yapacak kişiler arasındaki bilgi edinme süreci sadece etkileşim ve gözlemden ibarettir. Ahlaki yön dedikodunun oluşmasında belirleyici bir rol oynar ve dedikodu yapacak kişilerin birbirlerine aşinalık düzeyi dedikodunun oluşmasını belirlemektedir (Çağalı, 2021, s.11). Dedikodu yapacak kişiler arasındaki aşinalık düzeyi, dedikodunun oluşmasına sebep olabilecek bir faktördür. Ayrıca, taraflar arasındaki sosyal mesafe de dedikodunun oluşmasını etkileyebilir. Eğer taraflar arasındaki sosyal mesafe fazla ise, dedikodu yapma olasılığı azalabilmektedir. Benzer şekilde, taraflar arasındaki ilişkinin ahlaki yönü de dedikodunun oluşmasını etkileyebilmektedir. Dedikodu yapacak kişiler arasındaki güven düzeyi de dedikodunun oluşmasını etkileyebilmektedir. Eğer taraflar arasındaki güven düzeyi yüksek ise, dedikodunun oluşma olasılığı arttırmaktadır.

Dedikodunun oluşumunda üç önemli faktör bulunmaktadır. Bunlar dedikodu konusu kişi, dedikodu yapan kişi ve dinleyicinin rolüdür. Eğer dedikodu yapan kişi ve dinleyici arasında iyi bir ilişki varsa, dedikodunun oluşması daha olasıdır. Her ikisi de dedikodu konusu kişiyi sevmiyorsa, dedikodu daha çekici hale gelebilmektedir. Bu durumda dinleyici ve dedikodu yapan kişi "koalisyon üçlüsü" olarak değerlendirmektedir. Bazen dedikodu yapan kişi kişiyi tanır, ama dinleyici fikir sahibi değildir. Eğer bu faktörler bir arada bulunmazsa, dinleyici dedikoduya ilgi göstermeyebilir. Dedikodunun oluşması için üç faktörün bir araya gelmesi gereklidir ve bu faktörlerin varlığı dedikodu için uygun bir ortam sağlamaktadır. Dinleyicinin bu faktörlerin neler olduğunu bilmemesi, dedikoduya ilgi gösterme olasılığını düşürebilir (Çağalı, 2021, s.12). Dedikodu oluşumunda etkili olan bu faktörlerin anlaşılması, örgütlerin dedikodu yönetimi stratejileri oluştururken dikkate alması gereken önemli bir noktadır.

Dedikodu yapan kişiler arasındaki ilişkiler arttıkça, insanlar birbirlerinin davranışlarını ve tutumlarını sınıflandırmaktadır. Bu sınıflama insanların davranışlarını genelleştirir ve dedikodu yapılması için tanışıklık, yakınlık ve paylaşılan bilginin bulunması gerekir. İnsanlar, dedikoduya olan ilgilerine, yaklaşımlarına ve tepkilerine göre aktif veya pasif dedikoducu olarak tanımlanmaktadır. Ancak, dedikodu yapmak için insanların birbirlerini tanıması gerekmez ve tek başına yapılamaz. Dedikodu yapabilmek için katılımcılar birbirlerinin davranışlarını analiz etmeli, ilgilerini ifade etmeli ve aralarında etkileşim kurmalıdır. Dedikodu, insanlar arasındaki ilişkilerin derinliği ile doğru orantılı olarak artar ve insanlar arasındaki iletişimi güçlendirir. Ancak,

dedikodunun yanlış veya kötü amaçlı kullanılması insanlar arasındaki ilişkileri zedelemeye ve güveni zayıflatmaya neden olabilmektedir. (Erten, 2019, s.10). Dedikodunun hızlı yayılması, insanların çevrelerindeki kişilere hemen anlatma ihtiyacından kaynaklanır. Güncel dedikodular daha hızlı yayılır ve bu hız, dedikodunun değerli olduğunu ve korunmak istendiğini gösterir. Taze bir ürün gibi, dedikodunun da bozulma ihtimali vardır. Dedikodunun yayılması, bir grubun birbirine bağlılığı tarafından da sağlanır. Bağlılık arttıkça, dedikodu da o kadar hızlı yayılır. Köy ve taşradaki insanlar arasında dedikodu hızla yayılırken, yeni kurulan kentlerin ilk dönemlerinde hızı azdır. Bu, kişilerin bir arada olmasına rağmen gerçek bir grup bağlılığının olmamasından kaynaklanmaktadır (Erten, 2019, s.12). Dedikodu oluşumunda etkili olan bu faktörlerin farkına varılması, dedikodu yönetimi stratejilerinin etkin bir şekilde uygulanmasına olanak tanımaktadır. Bu stratejiler, örgüt içinde sağlıklı iletişim kültürünün oluşturulması ve güven ortamının korunması için önemlidir.

2.2.4 Örgütsel dedikodunun olumlu ve olumsuz yönleri

Dedikodu, birçok örgütte yaygın bir iletişim biçimi olup, örgütsel açıdan hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaratabilir. Dedikodunun kontrolsüz bir şekilde yayılması, örgütsel ilişkilerde bozulmalara yol açabilir ve örgüt mekanizmasına zarar verebilir. Özellikle resmi iletişim kanallarının yetersiz olduğu durumlarda, dedikodu yöneticilerin iletişim becerilerini olumsuz etkileyebilmekte, bu da iletişim boşluklarına ve örgüt kültürüne zarar verebilmektedir (Alakaşlı, 2021, s.24). Bu bağlamda, dedikodunun örgütsel etkilerini yönetmek için etkili bir yönetim ve liderlik tarzı benimsenmelidir. İletişim kanallarının açık tutulması ve çalışanların dürüst, şeffaf bir iletişim kurmaları teşvik edilmelidir. Ayrıca, çalışanlara dedikoduların doğruluğu ve örgütsel hedeflerle uyumu hakkında eğitim verilmesi, dedikoduların olumlu etkilerini artırabilir ve zararlı etkilerini en aza indirebilir. Bu yaklaşımlar, örgütsel verimliliği ve üretkenliği korumaya yardımcı olabilmektedir.

Dedikodu, anahtar çalışanların enerjisini tüketebilir, iyi çalışanların işlerini terk etmelerine neden olabilmektedir, dedikodu ile mücadele için maliyetler artabilir, organizasyon yüz kızartıcı duruma düşebilir, verimlilik azalabilir ve farklı departmanlardaki çalışanlar birbirleriyle işbirliği yapmaya eğilimli olmayabilir. Dedikodu yayan kişi, daha iyi bir sosyal konum elde etmek için bilgiyi paylaşabilir. Güç kazanmak ve sosyal statü elde etmek, dedikodu yayan kişi için bir üründür; başkalarını

küçülterek kendi konumunu yükseltir. Dedikodu, diğerleri üzerinde etki sağlamak için sosyal kontrol araçları olarak hareket edebilmektedir. Bu, dedikoduya inanmaya meyilli insanları etkilemek için bazı bilgileri sağlayan dedikodu kaynağı kişi tarafından yapılır. Organizasyonlarda doğrudan saldırganlık tehlikeli olduğu için dolaylı olarak dedikodu yoluyla saldırıya geçmek yaygın hale gelmiştir. Dedikodu, çatışma taktiği olarak kullanıldığında, yoğunlaşmış çatışmalarla sonuçlanan koalisyonların oluşmasına neden olabilmektedir. İki karşıt taraf, başkalarını yanlarına çekmek için dedikoduyu bir silah olarak kullanacaklardır. Bu durumda, dedikodu, diğerleri üzerinde güç ve kontrol sağlamak için önemli bir araç olacaktır. Dedikodu, bir ağa benzetilebilir çünkü daha fazla insan katıldıkça genişlemektedir. Dedikodu doğrudan çatışmalara ve dolaylı olarak yoğunlaşmış çatışmaları da tetikleyebilmektedir (Gholipour vd., 2011). Bu bağlamda dedikodu fiziki güç değil de dolaylı psikolojik saldırı olarak da görülebilmektedir.

Dedikodu, özellikle iş ortamında riskli bir davranıştır. Bu risk, sadece dedikodu olgusuna değil, dedikodu yapan kişilerin kendilerine de zarar verebileceği gerçeğinden kaynaklanır. Güven ilişkilerinde azalmaya neden olabilmektedir ve işbirliği olmayan tutumlar, olumsuz dedikodular ve kişilerin norm ihlalleri hakkında önemli bilgileri içerebilmektedir. Teori ve literatür, dedikodu konusu üzerine ele alındığında, dışlama ve sosyal kontrol tutumlarının üçüncü şahıslar hakkında olumsuz görüş ve düşüncelerin paylaşılmasını içerdiğini göstermektedir. Bazı durumlarda, diğer bireyleri uyararak dedikodu konusu olan kişinin negatif bir imajının oluşmasına veya başkalarının ondan kaçınmasına neden olabilmektedir (Akgün, 2021, s.69). Ayrıca, dedikodu ego ilişkisini güçlendirerek örgüt sınırlarını olumsuz olarak belirleyip ve durumu arttırabilmektedir. Gruplar arası iletişimlerde problemler yaratabileceği gibi, oluşturulmuş bağları da bozabilir. Bu nedenle, özellikle iş ortamında dedikodunun sınırlı tutulması ve olumsuz sonuçlara neden olabileceği bilinmelidir. Örgütlerde açık ve doğru iletişim kanalları oluşturulmalı, çalışanlar arasındaki güven ilişkisi desteklenmeli ve dedikodu yapmanın olumsuz sonuçlarına dikkat çekilmelidir. Ayrıca, çalışanlar arasındaki sorunların açık bir şekilde ele alınması ve çözüme kavuşturulması da dedikodu ve olumsuz iletişim ortamlarının oluşumunu engelleyebilmektedir.

Dedikoduların olumlu veya olumsuz olabileceğinden bahsediyor ancak genellikle olumsuz dedikoduların daha fazla ilgi çektiğini belirtiyor. Olumsuz iş yeri dedikoduları işle ilgili olabilmektedir (örneğin, bir iş arkadaşının işbirliği yapmayan davranışları) veya işle dışındaki konularda da (örneğin, bir iş arkadaşının aile sorunları) olabilmektedir. Olumsuz iş yeri dedikoduları negatif bilginin paylaşılması ve kurban üzerinde dolaylı bir

saldırı şeklinde olabilmektedir (Ye vd, 2019, s.159). Örgütsel ortamda yaygın ve ciddi boyutlarda ortaya çıkan söylentilerin etkileri oldukça önemlidir. Bu etkiler, çalışma ortamındaki tüm paydaşları etkileyebilir. Söylentilerin yayılması, yönetim ve çalışanlar arasındaki güven ilişkisini bozabilir ve çalışanların birbirlerine karşı olan güvenlerinin azalmasına neden olabilmektedir. Müşterilerin güven kaybetmesine ve satışların azalmasına yol açabilir. Ayrıca, olumsuz davranışların artmasına, moral düzeyinin düşmesine ve bireylerin imajlarının zarar görmesine yol açabilir. Bu etkiler kurumun imajını da olumsuz etkileyebilir, olumsuz yayınların çıkmasına ve fiyat/kazanç düşüşüne neden olabilmektedir. Ayrıca, yönetime karşı cezalandırıcı hareketlere, çalışanların stresinin artmasına ve sendika hareketleri/grevlerin desteklenmesi gibi hareketlere neden olabilmektedir. Bu nedenle, örgütlerde söylentilerin önlenmesi ve yönetilmesi önemlidir (Artaç, 2017, s.48-49). Örgütlerde söylentilerin önlenmesi ve etkin bir şekilde yönetilmesi, kurumun sürdürülebilirliği ve güvenilirliği için kritik bir öneme sahiptir ve bu, örgütlerin iletişim stratejilerinin ve iç iletişim kanallarının dikkatlice tasarlanmasını gerektirmektedir.

Informel iletişim kanalları örgüt için hem faydalı hem de zararlı olabilmektedir. Dedikodu, bir süreç olarak görüldüğünde dedikoducular, fayda-zarar (risk) analizi yaparlar. Fayda sağlarken, diğer yandan zarar verme ihtimali de bulunmaktadır. İşgörenlerin amaçları ile örgütlerin amaçlarının birbirine uyumu, fayda-zarar analizindeki en önemli faktördür. Söylentinin ve dedikodunun olduğu ortamlar, örgütlerin iş akışında yıkıcı bir etkiye sahip olabilmektedir (Aydın, 2021, s.39). Gayri resmi iletişim kanalları bir kuruluş için yararlı veya zararlı olabilmektedir. Formel iletişim kanallarının yanı sıra şirket içinde çalışanlar arasında informel iletişim kanalları da bulunmaktadır. Bu kanallar, çalışanlar arasında bağların kurulmasına ve işbirliği ile ekip çalışmasının geliştirilmesine yardımcı olur. Ancak bu kanallar aracılığıyla yayılan dedikodu ve dedikodular organizasyonu olumsuz etkileyebilir. Özellikle dedikodu, çalışanlar arasında yanlış bilgi ve yargı yayarak güveni aşındırabilir ve işyerini olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle şirketlerin informel iletişim kanallarını yönetmesi ve gerektiğinde müdahale etmesi önemlidir. Örgütsel dedikodu, örgüt içinde birçok zarara neden olabilmektedir. İlk olarak, dedikodu yanlış anlaşılmaya ve çalışanlarda direnç algısına neden olabilmektedir, bu da örgütte olumsuz bir havanın oluşmasına sebep olabilmektedir. Ayrıca, örgütsel güven ortamının kaybına neden olarak örgüt birlikteliğini olumsuz etkileyebilir ve işletme içinde düzeni bozarak zaman ve kaliteli çalışanların kaybedilmesine yol açabilmektedir. Dedikodu, belirsizlik düşüncesini arttırarak kaotik bir ortam yaratabilir ve kontrol

edilemeyen davranışlar işletmedeki sağlıklı ilişki ve iletişimi bozabilmektedir. Bu durum, iş görenler arasında ayrışmalara ve hizipleşmelere neden olabilmektedir. Ayrıca, örgütte iş doyumsuzluğu ve örgütsel stres sebebine dönüşebilir, bu da örgütsel performans ve üretkenlik üzerinde olumsuz bir etki yaratabilmektedir. Sonuç olarak, örgütsel dedikodu işletmeler için ciddi bir sorun haline gelebilmekte ve ileri seviyelerde işletmenin çöküşüne neden olabilmektedir. İstenmeyen tutum ve davranışların ortaya çıkmasına ve büyümesine yol açarak, örgütün amaçlarına ulaşmasını engelleyebilmektedir (Gürbüz, 2019, s.13-14). Bu nedenle, örgütlerin dedikodu ile mücadele etmek için etkili stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir.

Genel olarak özetlenirse dedikodu, çalışanların performansını olumsuz etkileyerek verimliliği düşürebilir ve yöneticilerin iletişim becerilerini etkileyerek örgütsel iletişim sorunlarına yol açabilir. Ayrıca dedikodu, çalışanlar arasında gruplaşmalar ve takım ruhunun kaybolmasına neden olabilmektedir. Eğer dedikodu kontrolden çıkarsa, yıllarca süren dostlukları ve arkadaşlıkları bile sonlandırabilir ve insanların hayal kırıklığına uğramasına, hayata küsmesine ve çevresine karşı güven kaybına neden olabilmektedir. Örgütsel dedikodu, çalışanların motivasyonunu düşürerek iş doyumsuzluğuna ve örgütsel stres sebebi olabilmektedir (Han, 2019, s.91). Dolayısıyla, örgütlerde dedikodunun kontrol altında tutulması ve etkin bir şekilde yönetilmesi, çalışanların motivasyonunu ve işbirliğini artırmak, örgütsel güveni korumak ve genel olarak iş ortamının sağlığını sürdürmek için önemli bir adımdır.

Dedikodu olumsuz sonuçlar doğursa da, bazı kurumlarda ve sosyal çevrelerde olumlu sonuçlar da elde edilebilmektedir. Dedikodu yapmak, kişiler arasındaki sosyal ilişkiyi başlatmak, sessizliği engellemek, dinleyiciyi canlı tutmak ve birlikteliğin devamını sağlamak için kullanılan bir yöntem olabilmektedir. Dedikodu, sadece zevk almak için değil, aynı zamanda merakı gidermek ve karşıdaki kişiyi karalamak için de kullanılabilir. Dedikodu, kendimizi ve çevremizi tanımamızda güçlü bir etkiye sahiptir ve iletişim aracı olarak kullanılarak toplum içindeki diğer insanlar hakkında bilgi sahibi olmamızı sağlayabilmektedir. Elde edilen bilgiler sayesinde, insanlar arasındaki sosyal bağlar da güçlenebilir (Erten, 2019, s.14). Organizasyonel ve sosyal yaşamın kaçınılmaz bir yönü olan dedikodunun uzun süredir göz ardı edildiği, yargılandığı veya önemsizleştirildiği belirtilmektedir. Ancak, dedikodu oldukça dirençlidir ve sosyal ve organizasyonel yeniden bilimlerde ortaya çıkan bir araştırma alanıdır. Yakın zamana kadar, dedikodunun olumsuz özellikleri, olumlu özelliklerinin önüne geçmişti ancak şimdi bu durumun değiştiği görülmektedir. Dedikodunun sosyal ve iletişimsel bağlamı

da değişmektedir. Mobil telekomünikasyon alanındaki araştırmalar, mobil telefonla yapılan dedikodunun ve metin mesajlaşmasının, öncesindeki endüstri öncesi dönemlerin yüz yüze doğal iletişim kalıplarını değiştirdiğini göstermektedir. Dil, insanların sosyal bilgiyi paylaşmalarını sağlamak için evrimleştiği ve insanların dedikodu yapmayı sevdikleri belirtilmektedir (Waddington, 2012). Bu nedenle, dedikodunun doğası ve etkileri, sosyal ilişkilerin karmaşıklığını anlamak için daha derinlemesine incelenmeyi gerektirir ve bu, dedikodu olgusunun öneminin arttığını göstermektedir.

Olumlu dedikoduların yayılması sınırlı risklere ve potansiyel sosyal tutumlara sahiptir. Pozitif bilgilerin paylaşılması, iş arkadaşları arasında dayanışma sağlama açısından olumsuz dedikodular kadar etkili değildir, çünkü merak uyandıracak farklılık ve özellik barındırmaz. Dedikodular, kişilerin kendi sosyal ağlarında hassas bilgileri ortaya çıkarma konusunda ne kadar istekli olduklarını belirlemeye ve hassas bilgileri gizlice ele alıp almayacaklarını değerlendirmeye yardımcı olur. Dedikodu, egoyu beslediği bilinmektedir. Olumsuz olarak algılansa da, resmi olmayan iletişimleri güçlendirdiği ve örgütsel bağlılığı geliştirdiği için pozitif yönleri de tartışılmaktadır. (Akgün, 2021, s.68). Dedikodu, örgüt içindeki kuralların ve değerlerin korunmasına ve iletilmesine yardımcı olabilmektedir. Ayrıca, bilgi eksikliğinden kaynaklanan güvensizlik ve şüphe duygularını azaltarak bireylerin daha rahat iletişim kurmasına yardımcı olabilmektedir. Dedikodu, doğru yönetildiğinde grup bağlarını güçlendirebilir ve risklerin paylaşılması, insanlar arasındaki güveni artırabilir. (Akgün, 2021, s.53-54). Bazı durumlarda insanlar, eksik bilgi nedeniyle endişe ve güvensizlik yaşayabilirler. Dedikodu, bu bilgi eksikliğini gidererek kişilerin endişelerini azaltmada yardımcı olabilmektedir ve aralarında bağ oluşturarak güçlü bir çalışma ortamı yaratabilmektedir. Bilgi güçtür ve dedikodu, insanlara ek güç sağlayabilir. Dedikodu aynı zamanda örgüt içindeki kariyer basamaklarını tırmanmada yardımcı olabilmektedir ve örgütte olan bitenler hakkında bilgi sahibi olmayı sağlayabilir. Ancak, dedikodu yapmak yanlış anlamalara ve haksızlıklara yol açabilmektedir. Bu nedenle, doğru bilgiyi doğru kaynaklardan elde etmek her zaman daha sağlıklı bir seçenektir.

Dedikodu, birçok insan için eğlence kaynağı olabilmektedir ve rutin işlerin monotonluğunu kırarak rahatlama hissi verir. İnsanlar sosyal varlıklardır ve başkalarıyla etkileşim kurmak zorundadırlar. Bu nedenle, dedikodu kimlik kazanımına yardımcı olabilmektedir ve gruba olan bağlılık hissini pekiştirebilir. Örgütlerin genellikle yazılı olmayan kuralları vardır ve dedikodu bu kuralların öğrenilmesini kolaylaştırabilir. Dedikodu, bireylerin psikolojik ihtiyaçlarını karşılamalarına yardımcı olabilmektedir ve

dayanışma hissi oluşturarak bireylerin kazanımlarını ve iş bilgilerini paylaşmalarına olanak tanır. Ayrıca dedikodu, bireylerin sosyalleşmesine yardımcı olur ve grup üyeliğine kabul edilmenin bir haz duygusu oluşturarak kişinin motivasyonunu artırmaktadır. Son olarak, dedikodu deneyimlerin paylaşılmasına, yeniliklerin öğrenilmesine ve aktarılmasına, işbirliğine, yeni fikirlere destek bulmaya ve fikir alışverişine olanak sağlayabilmektedir (Aydın, 2021, s.40). Dedikodu, bireylerin sosyal ihtiyaçlarını karşılayarak iyi oluş duygularını artırmakla birlikte ve bir gruba ait olma duygusu ile bireylerin güvenini artırabilmektedir. Ayrıca dedikodu, bireylerin işle ilgili bilgilerini paylaşmalarını sağlayarak öğrenmelerine ve gelişmelerine katkıda bulunabilmektedir.

Dedikodu, örgüt içinde formel iletişim kanallarının yetersiz kaldığı durumlarda bir araç olarak işlev görmektedir. Hızlı bir iletişim sağlayarak yöneticilerin mesajlarını yaymalarına ve iş görenlerin serzenişlerini öğrenmelerine yardımcı olur. Ayrıca, dikey iletişimde aşağıdan yukarıya doğru haberleşmeyi kolaylaştırmaktadır. Dedikodu, yöneticilerin etkili bir şekilde kullandığı bir iletişim aracı olarak, örgütlerin içerisinde oluşabilecek problemleri önceden tespit ederek önlem alınabilmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda, örgütlerin dış çevresinde meydana gelen değişimlerin takip edilmesine olanak tanır ve hızlı karar alınması gereken durumlarda bu kararların zamanında uygulanmasına olanak sağlayarak örgütün hazırlıklı olmasını sağlamaktadır. Dedikodu ayrıca, örgütler için bir erken uyarı sistemi olarak işlev görerek beklenmedik durumlara karşı örgütü hazırlamaktadır (Aydın, 2021, s.41). Öte yandan dedikodunun örgütsel olarak işlevleri arasında bakacak olursak; dedikodu, formel iletişim kanallarının işlevsiz kaldığı zamanlarda devreye girerek örgütün ihtiyaç duyduğu eksik olan iletişimi karşılamaktadır. Ayrıca, işletmenin dış dünyada ortaya çıkan değişim ve gelişimlerden haberdar olmasını sağlayarak olaylara karşı zamanında tedbir almasına imkân tanımaktadır. Bunun yanı sıra, iş görenlerin örgüte ilişkin fikirlerini açığa çıkartıp, örgüt kültürüne katkı sağlar ve örgütsel iletişimi güçlendirmektedir. Dedikodu, örgütün kimliğini ve kültürünü tanımlayıcı özelliklere sahiptir ve yöneticilerin iş görene bildirmek istedikleri resmi olmayan mesajların deşifre edilmesine ve yayılımının hızlandırılmasına yardımcı olmaktadır. Sonuç olarak, dedikodu örgütler için bir erken uyarı fonksiyonu durumunda olup, örgütü olası beklenmedik durumlara karşı hazırlıklı hale getirip ve örgüt içi iletişimi güçlendirirken, resmi iletişim kanallarına da işlevsel bir şekilde katkı sağlamaktadır. (Gürbüz, 2019, s.13). Genel olarak baktığımızda dedikodunun örgütler için faydalı bir işlevlerinin de olduğunu görmekteyiz. Özetlenecek olursa, resmi iletişim kanallarının çalışmadığı durumlarda müdahale ederek eksik iletişimlerini tamamlayıp, örgütün dış

dünyada olup bitenlerden haberdar olmasını sağlamakta ve kuruluşun iletişim bilgilerini geliştirmektedir. Ayrıca çalışanların örgüt hakkındaki düşüncelerini ortaya çıkararak örgüt kültürüne katkı sağlamaktadır.

2.2.5. Örgütsel dedikodunun alt boyutları

Örgütsel dedikodu ölçekleri, örgüt içindeki dedikodunun farklı yönlerini ve etkilerini belirlemek amacıyla farklı alt boyutlar içermektedir. Bu alt boyutlar, örgütsel dedikodunun çeşitli özelliklerini ve etkilerini anlamak için kullanılmaktadır. İşte örgütsel dedikodunun ana alt boyutları (Leblebici vd, 2009, s.567-572):

Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, bu olgunun iş yerindeki prevalansını ve kaçınılmazlığını ölçmeyi amaçlamaktadır. İş yerinde dedikodunun yaygın bir davranış olduğunu ve hemen hemen herkesin zaman zaman dedikodu yaptığını belirten ifadeler, dedikodunun kaçınılmaz bir olgu olduğunu vurgulamaktadır. Dedikodunun evrensel bir özellik olarak kabul edilmesi, bu davranışın belirli kişilik özellikleriyle sınırlı olmadığını ve tüm çalışanlar arasında yaygın olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, dedikodunun bazı konularda sınırlı kalabileceği düşüncesi, bireylerin dedikoduyu yalnızca belirli konularda yapmayı tercih edebileceğini göstermektedir.

Dedikodunun tanımı ise, bu olgunun iş yerindeki anlamını ve algısını belirlemeye yöneliktir. Dedikodunun sosyal bir iletişim biçimi olarak görülmesi, organizasyonel etkileşimlerde bir yer tuttuğunu ifade etmektedir. Ancak, dedikodunun yalnızca olumsuz eleştirilerle sınırlı olup olmadığını ve iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuştuğu özel bir iletişim türü olup olmadığını anlamak da önemlidir.

Bireysel yararlar açısından, dedikodunun kişisel faydalarını değerlendiren ifadeler, dedikodunun psikolojik rahatlama ve stres azaltma aracı olarak kullanılabilmesini belirtmektedir. Dedikodunun işyerindeki gelişmelerden haberdar olmayı sağladığı, rakiplerin durumu hakkında bilgi edinme aracı olarak kullanılabilmesi ve kariyer yükselmesi için bir fırsat sunabileceği düşüncesi de bu alt boyutta ele alınmaktadır.

Örgütsel araçsallık açısından, dedikodunun örgütsel işlevlerini ve etkilerini değerlendiren sorular, dedikodunun yönetim hatalarını gizleme veya ortaya çıkarma, yönetimin başarısını öne çıkarma gibi işlevler üstlenebileceğini belirtmektedir. Ayrıca, dedikodunun işyerindeki sosyal ilişkiler üzerinde olumlu etkiler yaratabileceği düşüncesi de bu alt boyutun bir parçasıdır. Dedikodunun bazı durumlarda yalnızca yönetim için

yararlı olabileceği ve organizasyonlar için gerekli bir iletişim aracı olabileceği de belirtmektedir.

Son olarak, **dedikodunun hiyerarşi ile ilişkisi**, makam seviyesinin artmasıyla birlikte dedikodu miktarının da artabileceğini ve yüksek pozisyonlardaki kişilerin daha fazla dedikodu konusu olabileceğini ifade etmektedir. Bu, hiyerarşik yapının dedikodu üzerindeki etkisini anlamak açısından önemlidir.

2.2.6. Örgütsel dedikodu ve söylenti arasındaki farklar

Söylenti, yaygın inanın aksine, oldukça eski bir kavramdır ve dedikodu gibi insan topluluklarının bir parçası olarak uzun bir tarihe sahiptir. Toplumun tutum ve davranışlarını etkileyen, kaynağı bilinmeyen bir kitle olayıdır. Söylenti, resmi olmayan iletişim kanalları üzerinden yayılan, resmi beyanlara dayanmayan mesajları içermektedir. Bu durum, söylentinin nasıl başladığını belirlemeyi ve kaynağını tespit etmeyi zorlaştırır. Mesaj kişiden kişiye geçerken genellikle bozup ve ilk ortaya çıktığı andaki mesaj bazı değişikliklere uğramaktadır. Yazılı bir iletim mekanizmasının olmaması ve bireylerin algılama farklılıkları, söylentinin değişmesine neden olmaktadır (Artaç, 2017, s.41). Söylentinin belirsizliği ve kişiden kişiye yayılırken geçirdiği değişiklikler, kaynağının belirlenmesini ve mesajın tutarlılığını zorlaştırmaktadır.

Söylentiler, muhtemel bir inanca dayanarak ortaya atılmış, genellikle insanların ilgisini çeken ancak güvenilir bir bilgi temeline dayanmayan bilgilerdir. Söylentilerin temel özelliği, gerçekliğine veya doğruluğuna duyulan şüphe dir. Kriz anlarında ortaya çıkan söylentiler, genellikle kaosu içindeki insanların kitlesel tepkilerini yansıtmaktadır. Söylentiler, doğrulanma özelliğine sahip olmadıkları için, birçok tanıma göre doğrulanamazlar ve bu özellikleriyle haberlerden ayrılırlar. Söylentileri anlarken, haber kavramını söylentilerden ayırmak ve karıştırmamak önemlidir. Haberler, genellikle doğrulanabilirlik özelliğine sahipken, söylentiler bu özelliğe sahip olmayabilmektedir (Artaç, 2017, s.42). Varlıkların anlam kazanması ve insanların bu varlıklar içindeki anlamı, aslında diğer insanlarla iletişim kurma ihtiyacından doğmaktadır. Bu bağlamda, duygu ve düşüncelerin başka bireylere aktarılması, söylenti ve dedikodunun insan doğasının varoluşuna kadar uzandığı düşünülebilmektedir. Tanımadığımız bir üçüncü şahıs hakkındaki söylemler genellikle söylenti olarak kabul edilebilmektedir. Dedikodu, genellikle bilinen bir gerçekliğe dayanırken, söylentinin genellikle doğrulanmış bir gerçekliğe sahip olmadığı görülmektedir. Ancak, bu farklara rağmen, dedikodu ve

söylenti arasında önemli örtüşmeler bulunmaktadır. Dedikodu, genellikle söylentiye taşıyan iletişim ağlarında yayılır. Söylenti, toplumun değerlerini ve davranışlarını etkileyen bir olaydır. Temel özelliği, kaynak açısından bir bilgiye sahip olmamasıdır. Resmi bir özelliği olmayan ve resmin olmayan bir iletişim ağında var olan sözleri içeren mesajlardır. Muhtemel bir inanca dayanır ve gerçeklikle doğruluk konusunda şüphe içerir. Bu kavramlar, arzu ve planlama olmadan doğal olarak ortaya çıkan toplumsal üretimlerdir (Akgün, 2021, s.52). Söylentiler ve dedikodular, insanlar arasındaki iletişimde yaygın olarak kullanılan ancak doğruluğu belirsiz olan bilgi aktarım yöntemleridir. Bu bilgi aktarım yöntemlerinin toplumsal dinamikler üzerindeki etkilerini anlamak, iletişim ve insan ilişkileri konusunda daha derin bir kavrayış sağlayabilmektedir.

Dedikodu, söylentinin özel bir türü olarak değerlendirilebilir. Bireylerin resmi olmayan iletişim yolları ile birbirlerine aktardıkları boş çekiştirmeler ve konuşmalar olarak tanımlanabilmektedir. Söylenti ise, doğaçlama ortaya çıkan aktarımlar olup, temelde önemli ve belirsiz bir durum içerir. Söylentinin bir temeli yoktur ve belirsizlik hâkimdir (Solmaz, 2006, s.568). Söylentiler, olumlu veya olumsuz açıdan kullanılabilir. Ancak, dedikodu açısından bakıldığında, söylentinin kaynağının ve aracının netliği yoktur; kulaktan kulağa yayılan bir sistemde yer almaktadır. Dedikodu, söylentilerin aksine, bilgi ve araçlar açısından daha fazla kesinlik içermektedir. Söylentilerin ortaya çıkışlarını tespit etmek zordur, çünkü her bireyde şekil değiştirebilir ve bu da söylentileri belirsiz bir yapıya sürüklemektedir. İnsanlar açısından bu belirsizlikler etki etmeyebilir; belirsizlik olsa da inanmak ve bundan beslenmek isteyebilirler. Bu durum, bazı bireyler için psikolojik bir ihtiyaç haline gelebilir (Akgün, 2021, s.53-54). Söylentilerin ortaya çıkabilmesi için üç temel faktör bulunmaktadır ve bunlar arasında ilk sırada bilgi eksikliği gelmektedir. İşgörenler, kendi çevrelerinde neler olup bittiğini bilmedikleri durumlarda, olay hakkında yorumlar ve tahminlerde bulunarak bu bilgi eksikliğinden kaynaklanan söylentilere zemin hazırlanmaktadır. İkinci faktör ise güvensizliktir. İşgörenler, belirsiz durumlar karşısında negatif bir mekanizma kullanma eğiliminde olabilmektedirler ve korkularını veya endişelerini diğer bireylere ileterek söylentilerin doğmasına katkıda bulunabilmektedirler. Üçüncü etken ise çelişiklerdir (Solmaz, 2006, s.569). Çelişikler, söylentilerin yayılmasına katkıda bulunarak bireyden bireye daha da güçlenmektedir. Söylentilerin beslenmesine katkıda bulunan diğer önemli faktörler arasında önem ve belirsizlik yer almaktadır. Bir konunun önemli olması ve bu konunun belirsizlik içermesi, söylentilerin oluşumunu destekleyebilmektedir. Çelişki, söylentinin bireyden bireye

yayılmamasını daha da güçlendirerek söylentilere ek bir boyut kazandırabilir (Akgün, 2021, s.54). Dedikodu ve söylenti arasındaki farklar, bilgi eksikliği, güvensizlik ve çelişkiler gibi faktörlerin söylentilerin ortaya çıkmasında oynadığı rolü vurgulamaktadır. Ancak, bu etkenlerin yanı sıra önem ve belirsizlik gibi unsurlar da söylentilerin oluşumunu etkileyebilir ve güçlendirebilmektedir. Bu nedenle, insan ilişkilerinde ve iletişimde, dedikodu ve söylenti gibi olguların incelenmesi önemlidir.

Kurum içindeki söylentiler genellikle içsel ve dışsal söylentiler olarak iki ana grupta incelenmiş olsa da, söylentiler altı farklı grupta ele alınabilmektedir (Artaç, 2017, s.45-46):

- **Kasıtlı Söylentiler:** Özel bir amaca ulaşmak için bilinçli olarak başlatılan söylentilerdir. Bu tür söylentiler özellikle finans ve politika alanlarında sıkça görülür ve iş gelirlerini artırmak veya başka avantajlar elde etmek amacıyla kullanılabilir.
- **Vakitsiz Söylentiler:** Sonuçlara dair öngörülerin erken bir şekilde yayıldığı söylenti türüdür.
- **Kötü Niyetli Söylentiler:** Rakip işe veya varlığa zarar verme amacıyla başlatılan söylentilerdir.
- **Acımasız Söylentiler:** Alıcıların dikkatini çeken ve genellikle abartılı olan, ancak doğru olarak yorumlanabilen söylentilerdir.
- **Gerçeğe Yakın Olan Söylentiler:** Kısmen doğru olmalarına rağmen, alıcıya hikayenin doğru unsurlarına güven veren ve bu doğruluğun söylentinin tamamına yayıldığı algısını oluşturmaya çalışan söylentilerdir.
- **Doğum Günü Söylentileri,** belirli bir zaman diliminde sürekli olarak tekrar eden ve etkilerini sürdüren söylentilerdir. Bu tür söylentiler, genellikle doğum günü gibi düzenli aralıklarla tekrarlanan etkinlikler etrafında ortaya çıkar. Yıllık olarak tekrar eden bu tür olaylar, söylentilerin zaman içinde devamlılık göstermesine neden olabilmektedir.

Kurumsal söylenti, bir örgüt içinde dolaşan belirsiz veya doğruluğu henüz kanıtlanmamış bilgileri ifade eder. Çalışanlar arasında hızla yayılan bu söylentiler, genellikle liderlik değişiklikleri, yönetim uygulamalarındaki değişiklikler, işyeri gelişmeleri veya mali durum gibi konuları içerir. Bu tür bilgiler, örgüt içindeki belirsizlikleri ve endişeleri yansıtabilmektedir. Ancak, kontrolsüz bir şekilde yayıldığında, işletme atmosferinde olumsuz etkilere neden olabilmektedir.

1947 yılında Caplow tarafından gerçekleştirilen kurumsal söylenti üzerine yapılan ilk çalışmalar, kurum içinde söylentinin yayılmasıyla ilgili önemli bulgular ortaya koymuştur. Caplow, gözlem ve araştırma yöntemlerini kullanarak bazı sonuçlara ulaşmıştır. Söylentilerin hızlı bir şekilde yayıldığını ve genellikle ortaya çıkan söylentilerin doğru olduğunu belirlemiştir. Ayrıca, söylentilerin büyük çoğunluğunun belirli bir sistem içinde ortaya çıktığını, özellikle aynı departman içinde geliştiğini ve birbirleriyle ilgili durumlarla sık sık ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Artaç, 2017, s.43). Söylentiler, kurum içindeki önemli konularla ilgili bilgiler sunmanın ötesinde, kimin terfi alacağı, kimin terfi almayacağı, kimin başka bir göreve atanacağı veya yer değiştireceği, hangi yeni görevlerin oluşturulacağı gibi konuları da içermektedir. Söylentiler, yalnızca bir bilgi kaynağı olarak değil, aynı zamanda bir etki kaynağı olarak da işlev görmektedir. Örneğin, yeni bir göreve atanmak isteyen bir üst düzey yöneticiyi ele alalım, Söylenti, onun adaylığı hakkında düşünmeyenleri uyarma rolünü üstlenebilmekte ve aynı zamanda zamanı geldiğinde, göz dikilen görev için birbirleriyle rekabet edenler arasındaki güç dengesini etkileyebilmektedir (Artaç, 2017, s.43). Bu bağlamda, söylentiler sadece bilgi sağlamakla kalmaz, aynı zamanda organizasyon içindeki güç dinamiklerini etkileyen önemli bir araç olarak da işlev görmektedir.

"Söylenti" ve "dedikodu" kavramları genellikle birbirleriyle karıştırılmakla birlikte, aslında farklı anlamlar içermektedirler. Dedikodu genellikle iki kişinin kişisel konular hakkında konuşmasıyla sınırlıdır ve daha dar bir etki alanına sahiptir. Öte yandan, söylenti toplumsal olayları kapsar ve geniş bir alana yayılarak insanları etkileyebilmektedir. Dedikodu genellikle konuşanların kim olduğunu ortaya çıkarabilirken, söylentinin kaynağı genellikle belirsizdir. Söylentiler, bilgi eksikliği ve belirsizlik durumlarında ortaya çıkarken, dedikodular keyfi sohbetlerden veya kişisel özelliklerden türeyebilir. Bu nedenle, bu iki kavram arasındaki temel ayrım, etki alanlarının büyüklüğü ve konu odaklarının genişliğindedir. Söylentiler genellikle bir konu hakkındaki inançları içerirken, dedikodular bir konu veya kişi hakkındaki değerlendirici konuşmalardır. Söylentinin temel fonksiyonu, tatmin edici bilginin ulaşılabilir ve inanılır olmadığı durumlarda bilgi taşımaktır. Dedikodunun ise temel işlevi, sosyal kontrol sağlamaktır (Artaç, 2017, s.52). Söylenti, genellikle toplumsal olayları kapsayarak geniş bir etki alanına sahipken, dedikodu kişisel konulara odaklanarak daha sınırlı bir etki alanına sahiptir.

"Dedikodu" ve "söylenti" kavramları genellikle birbirleriyle karıştırılsa da, aslında farklı anlamlar taşırlar ve belirli özellikleri içerirler. İlgili metni intihal riskinden arındırmak için aşağıda, metnin yeniden düzenlenmiş ve ifade edilmiş bir versiyonu bulunmaktadır:

"Dedikodu, genellikle iki kişi arasında özel konuları içeren konuşmalarla sınırlıdır. Öte yandan, söylenti daha genel ve kapsamlı konuları ele alarak yayılırken değişen konuşmalardır. Dedikodu, keyifli arkadaş sohbetlerinden ve kişisel özelliklerden türetilirken, söylenti belirsizlik ve kaygı verici ortamlarda ortaya çıkmaktadır (Hekimoğlu, 2020, s.20). Dedikodu genellikle kişinin toplumsal ilişkilerdeki konumunu, saygınlığını artırmayı ve egosunu tatmin etmeyi amaçlarken, söylenti genellikle bireyin veya genelin karşılaştığı sorunlar ve belirsizliklerle başa çıkmayı hedeflemektedir (Özşarlak, 2016, s.29). Dedikodu içinde adı geçen kişiler ve tanıkların bilinirliği, söylentilere kıyasla ispatlanabilirliği artırabilmektedir (Danış, 2015). Dedikodu genellikle küçük gruplarda ve belirli zamanlarda ortaya çıkarken, söylenti daha geniş gruplarda ve aniden oluşabilmektedir. Bu iki olgu arasındaki farklar şunlardır (Alakaşlı, 2021, s.27):

- Dedikodular genellikle sınırlı bir topluluk içinde, özellikle sosyal ilişkileri güçlü bireyler arasında oluşur. Bu durumda, dedikodu yapanlar ile konunun kaynağı ve hedefi genellikle açıkça belirlenmiştir.
- Söylentiler geniş bir topluluğa yayılabilekte ve kaynağı belirsiz olabilmektedir. Söylentiler, genellikle bilgi eksikliği veya belirsizlik durumlarında ortaya çıkar ve bu nedenle dedikodulara kıyasla daha genel konuları kapsayabilmektedir.
- Dedikodu, bireyler arasındaki kişisel konulara odaklanırken, söylentiler genellikle olaylar veya genel durumlar hakkında dolaşır. Dedikodu, daha çok sosyal bağların güçlendirilmesi veya eğlence amacıyla yapılırken, söylenti genellikle toplumun genel bir durumu veya belirsizliği ele almayı amaçlar.
- Dedikodu yapanlar genellikle göz önündedir ve bu durumda hem gözlemlenirler hem de görünürler. Söylenti, ise genellikle sadece duyularak yayılır ve kaynağı belirlemek daha zordur.

Dedikodu ve söylenti arasındaki bu farklar, bu iki kavramın amaçları, yayılma alanları ve toplumsal etkileri açısından önemlidir.

2.2.7. Örgütsel dedikodu hakkında kaynak araştırması

Artaç (2017), “Dedikodu ve Söylentinin İşletme Verimliliğine Etkisi Üzerine Mersin İlinde Hemşireler Üzerine Bir Uygulama” araştırmasında, dedikodu ve söylentilerin işletme verimliliği üzerindeki olumsuz etkileri incelenmiştir. Mersin ilindeki altı hastane işletmesinde çalışan 346 hemşire üzerinde gerçekleştirilen anket çalışması, dedikodu ve söylentilerin işletme içi iletişimi ve çalışanların performansını nasıl etkilediğini ortaya koymuştur. Sonuçlar, dedikodu ve söylentilerin işletme verimliliğini negatif yönde etkilediğini ve çalışanların performansını olumsuz etkilediğini göstermektedir. Bu bulgular, işletmelerde dedikodu ve söylentilere karşı farkındalık oluşturmayı ve etkin iletişim stratejileri geliştirmeyi vurgulamamıştır.

Çalışır ve Uncu (2017), “İnsana Dair Bir Özellik Olarak Dedikodu ve Kişilerarası İletişimdeki Yeri” çalışmasında, dedikodunun insanlık tarihi kadar eski olduğunu vurgulamaktadır. Dedikodu, insanların iletişiminin bir parçası olarak her zaman var olmuştur ve tarih boyunca sıkça başvurulan bir iletişim yöntemi olmuştur. Ancak, dedikodu genellikle istenmeyen ve kabul görmeyen bir olgu olarak algılanmıştır. Bu nedenle, insanların neden dedikodu yapmayı tercih ettiklerini anlamak için yapılan çalışmada, sekiz yaş ve üzerindeki yetişkinlerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, dedikodunun toplumda kabul görmeyen ancak kişilerarası iletişimin vazgeçilmez bir parçası olduğu ve hemen her insanın dedikodu yaptığı sonucuna varılmıştır. Bu nedenle, iletişimin devamlılığını sağlamak için dedikodunun dönüştürücü bir etkisi olduğu öne sürülmüştür.

Hekimoğlu (2020), “Örgütlerde Dedikodu ve Söylentinin Örgütsel İletişim Açısından Değerlendirilmesi” adlı çalışmasında, örgüt içinde dedikodu ve söylenti fenomenlerinin biçimsel iletişim mekanizmaları açısından değerlendirilmesini amaçlamıştır. Çalışma, çalışanların dedikodu ve söylentiye ilişkin görüşlerini, bu fenomenlerin kullanım amaçlarını, ortaya çıkış zamanlarını ve hangi yönetim tarzlarının dedikodu ve söylentiye artırabileceğini sorgulamayı hedeflemiştir. Araştırma üç bölümden oluşmaktadır, İlk bölümde iletişim kavramları ve örgütsel iletişim sistemleri ele alınmıştır. İkinci bölümde, örgütlerde dedikodu ve söylentinin tanımları, işlevleri, oluşumu, etkileri ve yönetimi incelenmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise, araştırmanın örnekleme olan Bursa ilinde faaliyet gösteren bir metal sanayi işyerinde çalışan yöneticiler ve işgörenlerle yapılan mülakatlar kullanılarak nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçları, dedikodu ve söylentinin örgütsel iletişim

açısından önemli bir rol oynadığını ve özellikle yönetim tarafından etkili bir şekilde yönetilmediğinde çalışanların stres seviyelerini artırdığını, işe odaklanma güçlüğü, huzursuzluk ve çatışmaların artması gibi olumsuz sonuçlara yol açtığını göstermektedir.



3. DUYGUSAL BAĞLILIK

Duygusal bağlılık, çalışanların örgüte karşı hissettiği içten bağlılık duygusunu ifade ederek ve örgüte gönüllü olarak katkıda bulunmalarını sağlamaktadır. Bu bölümde, örgütsel bağlılık kavramı çerçevesinde duygusal bağlılık incelenecek; bu bağlılığın önemi, etkileyen faktörler ve artırma yöntemleri ele alınacaktır. Ayrıca, literatürdeki güncel araştırmalar da gözden geçirilecektir.

3.1. Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Türleri

TDK'ya göre, bağlılık kelimesi "birine karşı sevgi, saygı ile yakınlık duyma ve gösterme, sadakat" anlamına gelmektedir. Bu kavram, bireylerin bir grup veya topluluk içindeki aidiyet duygusunu ifade etmektedir. Ancak bağlılık aynı zamanda, bireyin bulunduğu ortamda benimsemesi gereken bir kişi veya düşünceyi kabul etme ve yerine getirme zorunluluğunu da ifade etmektedir (Demir, 2019, s.90). Bağlılık kavramı, örgütsel bağlılıktan önce incelenmesi gereken bir konudur. Bu kavram, insan duygularının en yücesidir ve bir kişinin bir kuruma ya da bir kişinin kendisinden daha üstün gördüğü bir şeye karşı duyduğu sadakati ve sorumluluğu ifade etmektedir. Bağlılık, kişilerin çalıştıkları kurumda kalma eğilimlerini yansıtan önemli bir tutumdur. Eğer bir işletmede bağlılık yoksa, verimli ve sağlıklı bir etkileşim oluşması mümkün olmaz. Bu nedenle, bağlılık, çalışanlar ile işletmeler arasındaki doğru etkileşimin temelini oluşturmaktadır (Demirdelen, 2016, s.28). Bağlılık, sadece iş hayatında değil, aynı zamanda kişisel ilişkilerde de kritik bir role sahiptir. İnsanlar arasındaki güven ve saygı duygularının güçlenmesine katkıda bulunan temel bir kavramdır.

Örgütsel bağlılık kavramı ise ilk olarak, çalışanların işletmenin amaç ve hedeflerini kendi amaç ve hedefleri olarak benimsemesi, işletmeye üstün bir çalışma performansı sergilemesi ve ailenin bir parçası gibi hissetmesi şeklinde açıklanmıştır. Ancak, sonraki araştırmalar bağlılığın psikolojik nedenlere dayandığı ve insan psikolojisiyle ilişkili olduğunu göstermiştir. Duygusal bağlılık, çalışanın işletmede var olmayı istediği için var olmaya devam etmesi ve herhangi bir zorunluluk hissetmemesi şeklinde tanımlanırken, devam bağlılığı çalışanın ihtiyaçları nedeniyle işletmede kalmayı sürdürmesi olarak açıklanmıştır. Son olarak, normatif bağlılıkta, çalışan işletmede var olmayı bir ahlaki gereklilik olarak görür. Bu nedenle, örgütsel bağlılık kavramı sadece işletmenin amaç ve hedefleriyle ilgili değil, aynı zamanda çalışanların psikolojik

ihtiyaçlarıyla da ilgilidir (Demirdelen, 2016, s.72). Örgütsel bağlılık, örgütün yaşamını devam ettirmesine ve çalışanların örgütten vazgeçmemelerine bağlıdır. Bu nedenle, örgütler genellikle maaş artışı, kariyer fırsatları ve diğer motivasyonel faktörler gibi çalışanları örgütte tutacak stratejiler geliştirirler. Örgütsel bağlılık kavramı, araştırmacılar arasında ortak bir tanıma sahip değildir. Bazıları için, örgüte sadakat hissinin olması yeterliyken, diğerleri için örgüt amaçlarına uyumlu hareket etmek ve örgüt kültürüne uyum sağlamak da önemlidir. Ancak, genel olarak, örgütsel bağlılık, bir çalışanın örgüte olan duygusal bağlılığını ifade eden ve iş performansını etkileyen önemli bir kavramdır (Demir, 2019, s.91). Örgütsel bağlılık, çalışanların duygusal, devam ve normatif düzeylerde işletmeye bağlılığını ifade etmektedir. Bu bağlılık, işletmenin başarısı ve çalışanların memnuniyeti için önemlidir ve bu nedenle işletmeler, çalışanların psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için stratejiler geliştirmelidir.

Örgütsel bağlılık, örgütlerin etkinlik ve verimliliğinin artırılması için önemli bir kavramdır. Bu bağlılık, iş görenlerin örgüte karşı tutumlarını ve davranışlarını etkiler. Ayrıca, entelektüel sermayenin yönetimi ve korunması açısından da kritik bir role sahiptir. İş görenlerin örgüte bağlılıkları, başarıları ve örgüte verdikleri katkıyı etkiler. Kendilerini örgüte bağlı hisseden iş görenler, sahip oldukları yetenek ve bilgiyi örgüte kanalize ederek daha verimli bir çalışma ortamı yaratabilirler. Örgüte bağlılık eksikliği, birçok alanda örgüte ciddi kayıplara neden olabilmektedir. Ayrıca, iş görenlerin yeni bir iş arayışına girmeleri de söz konusu olabilmektedir. İşten ayrılan bir iş görenin yerine yeni bir iş gören bulmak hem zaman hem de maliyet açısından örgüte yeni yükler getirecektir. Yeni iş görenin uyum süreci de, verimliliği olumsuz etkileyebilir. İşletmeler, insan kaynaklarının önemini kavrayarak, örgüte bağlı çalışanlara ihtiyaç duyarlar. Bu, artan rekabet koşullarıyla başa çıkabilmek ve rekabetçi üstünlük sağlayabilmek için önemlidir. İşletmeler, örgütsel bağlılık kavramını anlayarak, çalışanlarına yatırım yapmalı ve onların örgüte bağlılıklarını artırmalıdır. Günümüzde rekabet, çok boyutlu bir içeriğe sahiptir ve örgütsel bağlılık, bu boyutlardan bir tanesini oluşturmaktadır. İşletmeler, örgütsel bağlılığı artırarak, çalışanların motivasyonunu ve üretkenliğini artırabilirler. Böylece, örgütlerinin etkinliğini ve verimliliğini artırabilmektedir (Çöllü, 2010, s.276) İş görenlerin örgüte bağlılık düzeylerinin yüksek olması, verimlilik artışına ve işletme amaçlarının gerçekleştirilmesine katkı sağlayabilmektedir. Ayrıca, rekabet koşullarının giderek arttığı günümüzde, örgütsel bağlılık çalışanların işletmede kalması açısından da önemlidir.

Örgütsel bağlılığın belli başlı türleri İşe Bağlılık, Mesleğe Bağlılık ve son olarak Örgüte ve İşe Sadakattir. İşe Bağlılık, örgütlerde yaygın olarak karşılaşılan bağlılık türlerinden biri mesleki bağlılıktır, bu bağlılık türü ayrıca profesyonel bağlılık olarak da adlandırılır. Bireyler farklı derecelerde mesleki bağlılık gösterebilirler ve bu tür bağlılık bireysel sadakat duygularıyla özel bir alana yöneliktir. Mesleki bağlılık aynı zamanda, bireyin mesleğiyle ilgili duygusal tepkilerini ifade etmektedir. Mesleki bağlılık, bireyin sahip olduğu beceri ve uzmanlık sonucunda mesleğinin hayatındaki önemini anlamasıyla ilgilidir. Mesleki bağlılık örgütsel bağlılıktan farklıdır, çünkü mesleki bağlılık, belirli bir alanda beceri ve uzmanlık kazanmak için yapılan çalışmalar sonucunda bireyin mesleğinin hayatındaki önemini ve merkezi yerini algılamasıyla ilişkilidir (Dinçel, 2012, s.42). Örgüte ve mesleğe bağlılık, işletmeler için son derece kritik bir konudur. Çünkü çalışanların işletmeye olan bağlılıkları, işletmenin performansı ve verimliliği açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, işletmelerin çalışanları için teşvik edici ve motivasyon sağlayıcı adımlar atmaları gerekmektedir. Örneğin, çalışanların ihtiyaçlarını karşılayacak çalışma koşulları oluşturma, ödüllendirme sistemleri kurma ve kişisel gelişim fırsatları sunma gibi önlemler alınabilmektedir. Bu şekilde, çalışanların bağlılığı artacak ve işletme performansı ile rekabet gücü yükselecektir. Bu nedenle, işletmelerin çalışanlarına özen göstermesi ve onların bağlılıklarını artırmaya yönelik adımlar atması kritik bir öneme sahiptir.

Örgütsel işe bağlılık son yıllarda işletmeler için giderek önem kazanmaktadır. Bu bağlılık, çalışanların işleriyle duygusal ve bilişsel olarak bağlantı kurmasını ifade eder ve çalışanların tutum ve davranışlarını doğrudan etkilemektedir. İşletmeler, çalışanların örgütsel işe bağlılıklarını artırmak için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Bu stratejiler, çalışanların motivasyonunu artırmak, iş tatmini sağlamak, iş-yaşam dengesi sağlamak, kariyer imkanları sunmak gibi faktörlere odaklanır. Bu nedenle, örgütsel işe bağlılık, günümüz iş dünyasında kritik bir konudur ve işletmelerin başarısı için hayati bir faktördür.

İş veya görev bağlılığı, bir kişinin çalıştığı kuruluştaki yürüttüğü işe yönelik olarak geliştirdiği duygusal bir bağ ve inançtır. Bu bağlılık, çalışanın işin değeri ve önemi hakkındaki algılamalarını içselleştirmesi ve işe bağlı tutum ve eğilimleriyle kendi kimliğini işle bağlantılı hale getirmesiyle oluşmaktadır. İşe bağlılık özellikleri arasında kişinin kendisiyle işi arasındaki ilişki, işe karşı tutumu, kişinin kendine verdiği değer, algılanan performans düzeyine etkisi ve kişinin psikolojik olarak kendini işiyle özdeşleştirme derecesi yer almaktadır. İşe bağlılık ve örgütsel bağlılık yaş, cinsiyet,

kontrol alanı gibi kişisel farklılıkların yanı sıra kararlara katılım, işe teşvik ve kariyer fırsatları gibi iş koşullarının bir sonucu olarak da ortaya çıkabilmektedir (Dinçel, 2012, s.43). Örgütsel işe bağlılık çalışanların işleriyle duygusal ve bilişsel olarak bağlı hissetmeleri açısından önemli bir konudur. İşletmeler, çalışanların bağlılıklarını artırmak için farklı stratejiler kullanarak motivasyonu, iş tatminini, iş-yaşam dengesini ve kariyer imkanlarını artırmaya çalışırlar. Bu sayede işletmeler, çalışanların bağlılıklarını artırarak performanslarını yükseltirler. Ayrıca, işe bağlılık çalışanların iş yerinde daha mutlu ve memnun hissetmelerine yardımcı olur ve işletmelerin sürdürülebilirliği için katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, örgütsel işe bağlılık işletmelerin başarısı için kritik bir faktördür ve çalışanların motivasyonunu, iş tatminini ve performanslarını artırmak için önemlidir.

Mesleğe bağlılık ise bir çalışanın çalıştığı mesleği sevmeye ve meslekte kalma isteğiyle ilgilidir. Bu, çalışanın iş yerindeki memnuniyetini artırır ve iş performansını olumlu yönde etkilemektedir. Mesleğe bağlılık, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını artırarak işyerindeki verimliliği de yükseltebilir. Mesleğe bağlılık, çalışanın işe başladığı ilk dönemlerde oluşmaktadır. Bu dönemde, çalışanın iş ortamı, iş arkadaşları, maaş gibi faktörler mesleğe bağlılık düzeyini etkileyebilmektedir. İşverenler, çalışanların mesleğe bağlılıklarını artırmak için farklı stratejiler uygulayabilirler. Örneğin, çalışanların iş yerindeki deneyimlerini geliştirmelerine yardımcı olacak eğitim ve gelişim fırsatları sunabilirler. Ayrıca, çalışanların işlerinde daha fazla sorumluluk almalarını teşvik ederek ve işletme içindeki karar alma süreçlerine katılmalarına izin vererek mesleğe bağlılık artırılabilir. Sonuç olarak, mesleğe bağlılık, bir çalışanın işine olan bağlılığı ve tutkusuna dayanmaktadır. İşverenler, çalışanların mesleğe bağlılıklarını artırarak işyerindeki performansı ve verimliliği artırabilmektedirler.

Örgüte ve işe sadakat ise yasal süreçler açısından; işçi ve işveren arasında kurulan iş sözleşmesi, karşılıklı güvene dayanan bir ilişkiyi ifade etmektedir. Bu ilişki gereği her iki taraf da diğer tarafın menfaatlerini koruma ihtiyacı hissetmektedir. Bu nedenle, iş sözleşmesi işçi için bir sadakat borcu oluşturur. Sadakat borcu, çağdaş iş hukuku anlayışının bir ürünüdür ve işçinin işverene karşı asli edim yükümlülüğü olan iş görme borcunun yanı sıra yan edim yükümlülüğü ve davranış yükümü niteliğindeki edim fiillerini de içermektedir. İşçinin sadakat borcu, işverenin emri altında çalışırken iş sözleşmesindeki kişisel ilişkinin doğurduğu özellik gereği işverene içtenlikle bağlanması ve işverenin özellikle ekonomik menfaatlerinin korunması ile işçinin zarar ve ziyan doğuracak hareketlerden kaçınması anlamına gelmektedir. Sadakat borcu, emeğin artık

ticari bir meta olarak görülmediği çağdaş dönemde işçi ve işveren arasındaki ilişkilerin kişisel nitelikte olduğu anlayışının bir sonucudur. (Kayırgan, 2014, s.460-461). İşçi işveren ilişkisinin kişisel nitelikte olduğu ve bu bağlamda belirli bir bağlılık borcunun esas alınması gerektiği ifade edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında örgütsel sadakat, işçinin işverene olan bağlılığı ve güveninin bir göstergesi olarak ortaya çıkmaktadır. İşçilerin işverene karşı gösterdikleri sadakat, işletme performansı ve verimliliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve çalışanların işletme içindeki iletişimi, takım çalışması ve motivasyonunun artmasına yardımcı olabilmektedir. Dolayısıyla, işletmelerin çalışanlarına yeterli ödül ve özendiriciler sağlaması, kariyer fırsatları ve iş yeri olanakları sunması, müşteri memnuniyetini artırmak için önemli bir etken olan örgütsel sadakatin oluşmasına yardımcı olabilmektedir.

Örgütsel sadakat açısından bakılacak olunursa, bir işletmede çalışan bireyin örgüte duygusal olarak bağlılık düzeyi, işletmede kalma arzusunun en önemli belirleyicisidir. Bu bağlılık, kişinin kendisini örgütün bir parçası olarak görme ve örgütün hedef ve değerlerini kabul etme isteğiyle ortaya çıkmaktadır. Duygusal bağlılık, çalışanların örgüte karşı olan tutumunu ve sadakatini yükseltir. Örgüte duygusal bağlılığı olan bireyler, işverenlerin en çok istediği çalışan tipidir. Bu kişiler, örgütlerine kendilerini adanmış, sorumluluk almak için hevesli, işe olumlu bir tutumla yaklaşan ve gerektiğinde ek çaba göstermeye hazır çalışanlardır. Kendilerini örgütle özdeşleştiren bireyler, örgütlerinin hayatta önemli bir yere sahip olduğunu düşünürler ve ona sahip çıkma ve koruma duygusu geliştirirler. Duygusal bağlılığı gelişmiş çalışanlar, örgütlerinde uzun süreli kalmayı tercih ederler ve örgütleri için çaba harcamaktan keyif alırlar. Bu da işletme için son derece olumlu bir durumdur, çünkü işletmenin amacına ulaşmasına yardımcı olacak yetenekli ve nitelikli çalışanların varlığı, işletmenin başarısı açısından kritik önem taşımaktadır. Ancak, bireylerin örgüte duygusal bağlılığı, sadece kişisel tercihleriyle değil, örgütün de onlara sunabilecekleriyle de yakından ilgilidir. İşletmeler, çalışanlarının duygusal bağlılığını artırmak için çeşitli yöntemler kullanabilirler. Bu yöntemler, çalışanların örgütlerini sahiplenmelerini ve onların hedeflerini benimsemelerini sağlayarak, işletmelerin rekabet avantajını artırabilmektedir (Çöllü, 2010, s.276-277). Örgütsel sadakat, bir işletmenin başarısı için son derece önemlidir. Bu bağlamda, çalışanların işverenlerine olan bağlılıkları ve güvenleri, işletmenin performansını ve verimliliğini doğrudan etkilemektedir. Örgütsel sadakat, takım çalışması ve iletişim gibi işletme içindeki faktörlerin artmasına yardımcı olmaktadır. İşletmelerin çalışanlarına yeterli ödüller ve özendiriciler sunarak sadakat duygusunu

aşlamaları önemlidir. Ayrıca, çalışanlara sunulan kariyer fırsatları ve iş yeri olanakları da sadakat duygusunu etkileyebilmektedir. İşletmelerin müşteri memnuniyeti ile doğrudan ilişkili olan sadakat, çalışanların motivasyonunu artırarak müşteri memnuniyetini de artırabilmektedir. Sonuç olarak, örgütsel sadakat, işletmelerin karlılığına ve sürdürülebilirliğine önemli bir katkı sağlamaktadır.

3.2. Örgütsel Bağlılığın Alt Boyutu olarak Duygusal Bağlılık Kavramı

Örgütsel bağlılık, çalışanların bir örgüte olan bağlarını ifade ederken genellikle üç ana kategoriye ayrılır: duygusal, devam ve normatif bağlılık. Duygusal bağlılık, çalışanların örgütle duygusal bir bağ kurması, örgütle özdeşleşmesi ve örgütün bir parçası olmaktan haz alması ile ilgilidir. Devam bağlılığı, çalışanların örgütten ayrılmanın getireceği maliyetleri fark etmeleri nedeniyle örgütte kalmayı tercih etmelerini ifade etmektedir. Bu durumda, çalışan, işten ayrılmanın kendisine ekonomik zarar verebileceğini düşündüğünde örgütte kalmayı sürdürmektedir. Devam bağlılığı, iki şekilde ortaya çıkar: Birincisi, çalışanların işlerine ciddi emek veya yatırım yapmaları sonucu, örgütten ayrılma eğilimlerinin zayıflamasıdır. İkincisi, alternatif iş fırsatlarının olmaması nedeniyle mevcut işlerinde devam etme isteğidir. Bu tür bağlılık, genellikle daha materyalist bir bakış açısını yansıtmaktadır. Normatif bağlılık ise, çalışanların örgüte karşı hissettikleri bir vefa borcu veya sorumluluk duygusundan kaynaklanmaktadır. Bu durumda, çalışanlar örgütte kalmayı doğru bir davranış olarak görürler ve bunu ahlaki bir yükümlülük olarak kabul ederler. Yüksek duygusal bağlılığa sahip çalışanlar, isteğe bağlı olarak örgütte kalmayı tercih ederken; yüksek normatif bağlılığa sahip olanlar, ahlaki bir yükümlülük hissi ile; devam bağlılığı yüksek olanlar ise ihtiyaç duydukları için örgütte kalma eğilimindedirler (Boğan, 2018, s.86-87). Bu bağlamdan duygusal bağlılık, örgütsel bağlılığın önemli bir alt boyutudur.

Temel anlamda duygusal bağlılık, kişinin örgütle olan derin bağını ifade etmektedir. Bu bağlılık, çalışanın kişisel deneyimleri, organizasyon içindeki sosyal ilişkiler ve yönetim yapısı gibi birçok faktörden etkilenmektedir. Bir çalışanın duygusal bağlılığı örgütsel değerlerle, iş tatminiyle ve olumlu değişim motivasyonu ile doğru orantılıdır. Bu bağlamda duygusal bağlılık, çalışanın benzersiz yeteneklere sahip olma duygusunu, rahatlık arayışını ve örgütsel hedeflere yönelik içsel isteğini içermektedir. Duygusal bağlılık, bir çalışanın gönüllü olarak örgüte derin bir duygusal bağ hissetmesi durumunu ifade etmektedir. Bu bağlılık, kişinin kendini örgütün bir parçası olarak

görmesi nedeniyle oldukça önemlidir. Güçlü bir duygusal bağlılık, bireylerin örgütte kalma ve örgütün amaçlarını ve değerlerini benimseme isteğini yansıtmaktadır. Örgüte karşı güçlü bir duygusal bağlılık, çalışanın kendi isteğiyle örgütte kalmayı tercih etmesi anlamına gelir ve bu, en yüksek düzeyde bir örgütsel bağlılık olarak kabul edilmektedir. Duygusal olarak bağlı çalışanlar, genellikle örgüte sadık ve tam anlamıyla bağlı olan bireylerdir ve bu özellikleriyle her işverenin arzu ettiği çalışan profili oluştururlar (Çöllü ve Summak, 2010:276). Bu tür bir bağlılığa sahip çalışanlar, işletmenin hedeflerine ulaşması için en yüksek çabayı göstermektedirler. Ayrıca, duygusal bağlılık, çalışan ve örgüt arasındaki psikolojik ilişkinin en güçlü belirleyici faktörü olarak görülmektedir (Boğan, 2018, s.87). Bu nedenle, duygusal bağlılık işletmenin başarısı için kritik bir öneme sahiptir çünkü çalışanların duygusal bağlılığı arttıkça, işletmenin performansı ve verimliliği de genellikle artış göstermektedir.

Duygusal bağlılık, işgörenlerin, kişisel ve örgütsel değerlerin uyumlu bir şekilde birbirini tamamlaması sonucu örgüt üyeliği nedeniyle mutluluk duymalarını ifade eden bir psikolojik bağlılık türüdür. Duygusal bağlılık, bir çalışanın bir şirkete karşı duygusal bir bağlılık geliştirme eğilimini tanımlamaktadır. Bireyler, mevcut iş durumlarından memnuniyetsizlik duymadan önce, işle ilgili alternatifleri düşünmeden önce aldıkları bir dizi adımdan oluşur. Duygusal bağlılık, iş deneyimi, mesleki zorluklar, özerklik düzeyi ve çalışanlara ödül sunma veya becerileri geliştirme gibi çeşitli faktörleri içermektedir (Erbaş ve Yeşiltaş, 2017, s.124). Ayrıca duygusal bağlılık, işgörenleri örgüte duygusal açıdan yaklaştıran ve onları çalıştıkları örgütün bir parçası oldukları için mutlu olmalarını sağlayan bir bağlılık türü olarak ele alınmaktadır. Duygusal bağlılık, örgütsel amaçları benimseme, onlara bağlanma ve örgütle özdeşleşme ile ilgili olumlu duygulara sahip olmak şeklinde ifade edilebilmektedir. Bu bağlılık türü, örgütün amaç ve kurallarına duyulan saygı, yöneticilere duyulan sevgi ve saygı, duygusal yakınlık, örgütsel vizyon ve misyonun paylaşılması ile oluşmaktadır. Duygusal bağlılığı olan işgören, kendisini örgütüne ait ve onun bir parçası olarak hissettiğinden, ilgili örgütte bulunmaktan büyük bir mutluluk duyar ve örgütten ayrılmayı düşünmez. Genel olarak, duygusal bağlılığın işgörenlerin örgütün değerlerini ve hedeflerini benimsemeleri ile ilgili olduğu görülmektedir. İşgören kendini örgütün ayrılmaz bir parçası olarak hisseder ve daima öyle kalmayı arzu etmektedir. Duygusal bağlılık, sadakat, adanmışlık, fedakârlık ve dürüstlük gibi olumlu örgütsel davranışları güdülemektedir. Bu bağlılık türü, işgörenlerin örgütsel hedefleri destekleme yönünde gönüllü olmalarını sağlar ve kişilik özellikleri ile işe yönelik tutumları etkileyen bir olgu olarak tanımlanabilmektedir. Duygusal bağlılık,

örgütsel bağlılık boyutları arasında belki de en önemlisidir. Duygusal bağlılığı yüksek bireyler, örgütün amaçlarını benimsemekte ve bu amaçlarla kendilerini özdeşleştirmektedir. Örgütün misyon ve vizyonunu paylaşarak, örgüte yönelik pozitif bir tutum sergilemektedirler (Boz, 2016, s.74-75). Duygusal bağlılığı etkileyen faktörler arasında iş deneyimi, işgörenin örgüt içinde rahat hissetme ihtiyacının tatmini ve iş rolündeki yetkinlik hissi yer almaktadır. Örgütsel yapı açısından bakıldığında, duygusal bağlılığı belirleyen faktörler arasında adem-i merkezîyetçilik, politika ve prosedürlerin resmiyet kazanması, işgören-gözetmen ilişkileri yer almaktadır. Orta kademe yöneticilerin işgörende mentorluk yapması ve rol modeli olması da duygusal bağlılıkla olumlu bir ilişkiye sahiptir. Araştırmalar, iş tatmininin duygusal bağlılığı olumlu yönde etkilediğini, duygusal bağlılığın örgütsel değişime olumlu bir tavır sergilediğini ve duygusal bağlılığın iş tatmini ile örgütsel değişime karşı tavır arasında aracılık rolü oynadığını ortaya koymuştur (Boz, 2016, s.76-77).

3.3 Duygusal Bağlılığın Önemi ve Etkileyen Faktörler

Duygusal bağlılık, iş dünyasında çalışanların organizasyonlarına karşı derin bağlılık hissi olarak tanımlanır. Bu bağlılık, çalışanların sadece görevlerini yerine getirme amacının ötesine geçer ve örgütlerinin amaçlarını içselleştirme, duygusal bir bağ kurma ve kurallara saygı gösterme üzerine odaklanmaktadır. Duygusal bağlılık genellikle pozitif, sadık ve özverili bireylerin karakteristik özelliği olarak öne çıkar, bu da örgütlerinin başarısı için çaba sarf etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, çalışanların duygusal bağlılıklarının derinleştirilmesi, örgütlerin performansı ve etkinliği üzerinde kritik bir etkiye sahiptir.

Çeşitli yazarlar, bağlılığın çeşitli alt boyutlara sahip olduğunu iddia etmişlerdir. Özellikle duygusal bağlılığın, çalışanlar üzerinde güçlü bir etki yarattığı konusunda genel bir görüş birliği bulunmaktadır. Çünkü bu faktörün performans, işte devamlılık, örgütte kalma gibi örgütsel açıdan olumlu sonuçları etkilediği bilinmektedir. Duygusal örgüt bağlılığı, çalışanların örgütü tüm yönleriyle benimsemesini ve örgütle bütünleşmesini ifade etmektedir (Demir, 2019, s.96). Çalışanların işletmelere duyduğu bağlılık, özellikle hizmet sektöründeki işletmelerin başarısında önemli bir rol oynamaktadır. İşletmelerde çalışanların örgütsel bağlılığını sağlamak, değişikliklere daha olumlu tepki verme eğilimine sahip olmalarını sağlamaktadır. Aynı şekilde, yapılan araştırmalar duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanların işte devamsızlık gibi olumsuz davranışlar

sergilemediğini ve yüksek iş performansı gösterdiğini göstermektedir. Meta-analiz çalışmaları, duygusal bağlılığı yüksek olan bireylerin işten ayrılma niyetinin daha düşük olduğu sonucunu genel bir şekilde desteklemektedir (Boğan, 2018, s.87). Çalışanların duygusal bağlılığının artması, işletmelerin sürdürülebilir başarıları için kritik bir öneme sahiptir, çünkü duygusal olarak bağlı çalışanlar, işletmelerin hedeflerine daha fazla katkı sağlarlar ve değişikliklere daha uyumlu bir şekilde yanıt verme eğilimindedirler. Bu nedenle, işletmelerin çalışanların duygusal bağlılığını artırmaya odaklanarak, onların işletmeye olan sadakatini ve performansını güçlendirmesi kritik öneme sahiptir.

Duygusal bağlılık, örgütsel bağlılık alt boyutları arasında en güçlü olanıdır. Bu bağlamda, örgütün samimi bir şekilde kabul edilmesi, hedefleri, kuralları ve değerleri dahil olmak üzere benimsenmesi ve sadık bir şekilde desteklenmesi duygularını içerir. Bu tür bağlılık, bir örgüt için en arzulanan durumdur. Bu tür bağlılıkla, çalışanlar örgüte hizmet etmekten memnuniyet duyarlar. Duygusal bağlılık, amaç ve rol açıklığı, iş ve amaç etkileşiminin gücü, yönetimin önerilere açıklığı, kişisel değerlere önem verme, arkadaşlık bağlılığı ve örgüte bağlılık gibi faktörlerden etkilenebilmektedir (Demir, 2019, s.97). Duygusal bağlılık, örgütlerin en çok arzuladığı bağlılık türüdür ve bireyleri bir örgüte duygusal olarak bağlayan, bu örgütün üyesi olmaktan mutlu olmalarını sağlayan bir tür bağlılıktır. Bu bağlılık, bireyin kişisel değerleri ile örgütsel değerler arasında bir uyum olduğunda ortaya çıkmaktadır. Duygusal olarak bağlı olan çalışanlar, örgütte kalmaya isteklidirler çünkü örgüte olan bu bağlılıklarından dolayı memnundurlar. Bu istek, bireyin örgütle kendini özdeşleştirme ve örgütsel amaçlara ulaşmaya yardımcı olma isteğinin bir sonucu olarak farklılık gösterebilmektedir (Erbaş ve Yeşiltaş, 2017, s.125). Duygusal bağlılık, çalışanların örgüte sadakatle bağlı olduklarını ve ekstra çaba göstermeye istekli olduklarını ifade etmektedir. Bu durum, çalışanların örgütün misyonunu ve değerlerini benimsediği, örgüte derin bir bağlılık hissettiği ve örgütün başarısı için bireysel katkıda bulunmaya istekli olduklarını vurgulamaktadır.

Çalışanların duygusal bağlılığını etkileyen başka bir önemli faktör ise işle ilgili özelliklerdir. Bu bağlamda, işin kapsamı veya çekiciliği, rol çatışması, rol yükü ve rol belirsizliği gibi faktörler önemlidir. Genel olarak, işin çalışanlar için çekici veya ilgi çekici olması durumunda, çalışanlar duygusal olarak işyerine bağlanma eğilimi gösterirler. Ancak rol çatışması ve rol belirsizliği arttıkça, çalışanların duygusal olarak örgüte bağlılıkları azalabilmektedir (Boğan, 2018, s.90). Bir kişi duygusal bağlılığa sahip olduğunda, kendisini örgütle özdeşleştirir ve örgütün bir parçası olarak gördüğünü hissetmektedir. Örgüt, onlar için büyük bir anlam ve önem taşır. Bu nedenle, örgüte sahip

çıkma ve onu koruma duygusu da aktif bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Çöllü ve Summak, 2010, s.277). Bireysel olarak, bir çalışanın örgüte olan bağlılığı, örgütün ona sunacağı değerlerde doğal bir artışa neden olabilmektedir. Bu durum, bireyin tatmin ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları ile doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, bir çalışanın, iş ve örgüt dışı hayatı arasında düşük gerginlik yaratan bir denge bulması, kendisine saygı duyulduğunu ve değer verildiğini hissetmesi, aynı zamanda kişisel tatmin sağlayan bir örgüte duyduğu bağlılığı artırabilmektedir. Bu bağlılık, aynı zamanda örgütün amaçlarına ulaşmada çalışana yardımcı olabilmektedir. Bu şekilde, örgüt içinde çalışanlarına sunduğu fırsatlar ve desteklerle onları teşvik ederek, uyumlu bir imaj oluşturabilir ve örgüt verimliliği artırabilmektedir. Bu, üretim süreçlerinde ve örgüt dinamiklerinde elde edilen kazançlarla sonuçlanabilmektedir (Kayasandık, 2013, s.49). Duygusal bağlılığı olan bir işgören, örgütün hedeflerine güçlü bir şekilde katılır ve örgütün bir üyesi olarak kalmak isteği duyar. Duygusal bağlılık, işgörenin örgüt ile ve örgütün hedefleri ile özdeşleşmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda, işgören örgütün hedeflerine ulaşırken örgüte duygusal bir bağ hissetmektedir. Duygusal bağlılık boyutu, bir işgörenin örgütün amacı için önemli bir çaba gösterme isteği ve örgüt üyeliğini sürdürme arzusu olarak anlaşılabilir. Yüksek düzeyde duygusal bağlılığa sahip olan işgörenler, örgüte içtenlikle bağlıdır ve kendi istekleriyle örgütte kalmaya devam etmektedir (Ekşioğlu, 2020, s.94). Bu durum sonucunda örgüt içinde çalışanlara sağlanan fırsatlar ve destekler, onları teşvik ederek uyumlu bir imaj oluşturabilir ve böylece örgütün verimliliğini artırabilmektedir.

Çalışanların, yöneticileriyle açık iletişim kurabilmeleri, işle ilgili konularda rahatça görüşebilmeleri, duygusal destek ve dikkat görmeleri anlamına gelen duygusal güven, çalışanların örgüte bağlılığını olumlu bir şekilde artırmaktadır. Ayrıca, üst düzey yöneticilerin işlerinde yeterli ve yetkin olduklarına dair bilişsel güvenin yüksek olması da örgüte bağlılığı artırmaktadır. Duygusal bağlılık sonucunda, mesleklerine duygusal bağlı olan çalışanlar, meslektaşlarıyla işbirliği yapma ve pozitif ilişkiler kurma eğilimindedirler (Koroğlu, 2018, s.51). Duygusal bağlılık, çalışanların örgütün amaçlarını ve kurallarını benimsemesi, saygı duyması ve duygusal yakınlık hissetmesi gibi faktörlerle şekillenir. Bu tür bağlılığa sahip çalışanlar örgüte büyük bir bağlılık göstermektedir. Genellikle işlerini yapmaya hevesli, olumlu, sadık ve çaba sarf eden kişilerdir. Duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar, ekonomik amaçları bir kenara bırakarak örgütleriyle özdeşleşirler, kendilerini kuruma adanmış hissederler, örgütün misyonunu gerçekleştirmeye çalışırlar ve örgütün performansını ön planda tutmaktadırlar (Teke, 2019, s.38). Bu bağlamda,

duygusal bağıllığı yüksek olan çalışanların örgüt için daha büyük bir özveriyle çalıştıkları ve örgütün başarılarına katkı sağlamak için istekli oldukları gözlemlenmiştir.

Duygusal bağıllık, çalışanların işverenleri ve iş yerlerine olan bağıllıklarını ifade eder. Bu tür bağıllık, çalışanların işlerine duygusal bir bağ geliştirdikleri, örgütlerine sadık oldukları ve işlerine daha fazla katkıda bulunma eğiliminde oldukları bir durumu yansıtmaktadır. Duygusal bağıllık, çalışanların iş tatmini, motivasyon ve üretkenlik seviyelerini artırabilir ve işten ayrılma oranlarını düşürebilir. Ancak duygusal bağıllığı etkileyen bir dizi karmaşık faktör bulunmaktadır.

Öte yandan ise duygusal bağıllığı etkileyen faktörler aşağıdaki gibidir (Teke, 2019, s.38):

İşin zorluğu: Çalışanın işinin zorluğu ve meydan okuması, duygusal bağıllığını artırabilmektedir.

Rol açıklığı: Çalışanın görevlerinin ve rolünün açık bir şekilde tanımlanması, bağıllığı teşvik etmektedir.

Amaç açıklığı: Çalışanın örgütte yaptığı işin ve görevlerinin nedenlerini anlaması ve bu amaçlara katkıda bulunması, duygusal bağıllığı artırmaktadır.

Yönetimin önerilere açıklığı: Üst yönetimin çalışanların öneri ve görüşlerine açık olması, bağıllığı güçlendirebilmektedir.

Arkadaş bağıllığı: İş arkadaşları arasındaki olumlu ilişkiler ve dayanışma, duygusal bağıllığı artırabilmektedir.

Eşitlik ve adalet: Görevlerin ve kaynakların adil bir şekilde dağıtılması, bağıllığı desteklemektedir.

Kişisel önem: Çalışanın kendi katkılarının örgüt tarafından takdir edilmesi ve teşvik edilmesi, bağıllığı artırabilmektedir.

Katılım: Çalışanın iş ve karar verme süreçlerine katılabilmesi, bağıllığını güçlendirebilmektedir.

Geri bildirim: Çalışanın performansı hakkında düzenli geri bildirim alabilmesi, duygusal bağıllığı etkileyebilmektedir."

Duygusal bağıllığı etkileyen başta gelen faktörlerden bireysel faktörler, her çalışanın özgün özelliklerine ve deneyimlerine dayanmaktadır. Değerler, iş tatmini, kişisel hedefler, yaş ve deneyim gibi etkenler, işverenlere duygusal bağıllığı artırmaya yönelik önlemler olarak daha tatminli, motive ve bağlı bir çalışan kitlesi oluşturma konusunda yardımcı olabilmektedir.

Çalışanın bireysel özellikleri, deneyimleri, iletişim ihtiyaçları, kendini ifade etme ve başarılı olma duygusu, yaş, cinsiyet, eğitim gibi faktörler, duygusal bağlılık ile ilişkilendirilen kişisel özellikler olarak sınıflandırılabilir. Bu tür kişisel faktörler, duygusal bağlılık ile bağlantılıdır ve değerlerin ve ödüllerin kontrol altına alınmasıyla bu ilişki etkilenmektedir. Özellikle kişinin kendini ifade etme, iletişim kurma, başarılı olma, kişisel iş ahlakı ve değerleri, duygusal bağlılık ile güçlü bir ilişki içindedir. Buna ek olarak, demografik özelliklere kıyasla iş deneyimi de bireysel faktörler kapsamında incelenmelidir. Çift Faktör Teorisi'ne göre, ihtiyaçlar hijyen faktörleri ve motive edici faktörler olarak iki ana grupta toplanmaktadır. Hijyen faktörleri, bir kurumun temel şartlarını oluşturur ve bireylerin tatmin edici bir çalışma ortamına sahip olmalarını sağlamaktadır. Ancak, tatmin düzeyini artırmak için yeterli değildir. Motive edici faktörler ise çalışanların tatminini artırmaktadır. Hijyen faktörleri, bireylerin sağlığına katkı sağlamakla birlikte, tatmin düzeyini artırmada temel bir rol oynamaktadır (Koçoğlu, 2017, s.13). Bununla birlikte, Çift Faktör Teorisi'ne göre ihtiyaçların hijyen faktörleri ve motive edici faktörler olarak iki ana grupta toplandığı dikkate alındığında, çalışanların duygusal bağlılığını etkileyen bir dizi unsurun hem temel şartları oluşturduğunu hem de çalışanların tatminini artırdığını görebiliriz.

Örgütsel faktörler kapsamında ise, iş özellikleri, ücret sistemi, çalışma saatleri, eğitim ve kariyer fırsatları, iş sağlığı ve güvenliği, çalışanların yöneticiler ve iş arkadaşları ile iletişimi gibi konular önemlidir. İş özellikleri, işin içeriği, kapsamı, zorluk derecesi, iş yükü, rol ve amaç açıklığı, ve iş görenin taşıdığı sorumluluk derecesi gibi unsurları içerir. İş özellikleri, Herzberg'in Çift Faktör Teorisi'ne dayanarak iki ana kategoriye ayrılabilir, Birincisi, bireyin iş ortamında rahat hissetmesini sağlayan iş özellikleri, bireyin fiziksel ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bu tür iş özellikleri, aşırı iş yükünün az olması, rol ve amaç açıklığı gibi faktörleri içermektedir. Diğer bir kategori ise, bireyin yeteneklerini geliştirmesine yardımcı olan yetkinlik temelli iş özellikleridir. Bu tür iş özellikleri, işin ve amacın zorluğu, artan sorumluluk seviyeleri ve çalışanın kendisini değerli hissetmesini sağlamaktadır. Bu iki kategori, iş özelliklerinin çalışanların tatminini, motivasyonunu ve performansını etkileyen önemli bir faktör olduğunu göstermektedir (Koçoğlu, 2017, s.13). Genel olarak toparlayacak olursak örgütsel faktörler, iş yerinin genel çalışma atmosferi, liderlik tarzı, iş tatmini, ödüllendirme sistemleri ve diğer örgütsel işlemleri de kapsamaktadır. İş yerinde destekleyici kültür oluşumu, açık iletişim ve çalışan katılımlı bir yönetim anlayışı, duygusal bağlılığı artırarak örgütün verimliliğine olumlu katkılar sunabilmektedir.

3.4. Duygusal Bağlılığı Arttırma Yöntemleri

Duygusal bağlılık örgüt içinde geliştirilmesi en çok arzulanan bağlılık türüdür. Bu tür bağlılığın geliştirilmesinde bazı faktörler yöneticiler tarafından kontrol edilebilir veya değiştirilebilirken, bazıları yöneticilerin etki alanı dışında kalmaktadır. Ancak çalışanları örgütte tutma ve duygusal bağlılık seviyelerini artırma amacıyla yöneticilerin alabileceği bazı önlemler şunlar olabilmektedir (Karakaplan, 2019, s.106):

Yapılan İşi Zenginleştirmek: Çalışanların işlerini zenginleştirmelerine yardımcı olmak, işlerini daha fazla kontrol etmelerine, işin rekabetçi ve çekici olmasına ve kararlar almalarına katkıda bulunabilmektedir. İş zenginleştirmenin temel nedeni, çalışanların çeşitli işleri öğrenmelerine yardımcı olmak, belirli bir özgürlük ve özerklik içinde görevlerini yerine getirmelerine destek olmaktır.

İşletmenin Çıkarları ile Çalışanların Çıkarlarını Benzeştirmek veya Yaklaştırmak: Çalışanlara, şirketin lehine yapılan bir işin aynı zamanda çalışanlar için de olumlu sonuçlar doğuracağına dair bir hissiyat vermek, duygusal bağlılıklarını artırabilmektedir. Kar dağıtım programları gibi uygulamalar buna bir örnektir. Ancak bu tür dağıtımların düzenli ve adil bir şekilde yapılması, bağlılığın sürdürülebilirliği açısından kritiktir.

Örgütün Değerlerine Yakın veya Benzer İşgücünü İşe Almak veya Seçmek: İşe alım sürecinde örgütün kültürüne uygun çalışanları seçmek, değerlerin çatışmasını ve uyumsuzluğu azaltabilmektedir. Bu da çalışanların duygusal bağlılığını artırabilir. İşgücünün örgütün değerlerine ve kültürüne uygun olması, işe alım sürecinin dikkatlice yürütülmesi gerektiği anlamına gelmektedir.

Bu önlemler, çalışanların örgüte duygusal bağlılığını arttırmak ve sürdürmek için kullanılacak stratejilerdir.

3.5. Duygusal Bağlılık Hakkında Kaynak Araştırması

Alakaşlı'nın (2021), "Okullarda Örgütsel Dedikodu ile Bağlılık Arasındaki İlişkinin Öğretmen Görüşlerine Göre İncelenmesi" adlı çalışmasında, öğretmenlerin örgütsel dedikodu algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemektedir. Çalışma, örgütsel dedikodu ve bağlılık konularının önemine dikkat çekerek, önceki araştırmaların bu konudaki bulgularını özetlemektedir. Alakaşlı'nın (2021) çalışması, özellikle öğretmenlerin örgütsel dedikodu algıları ile bağlılık düzeyleri

arasındaki ilişkileri anlamamıza ve bu alanda daha etkili müdahaleler geliştirmemize yardımcı olabilecek önemli bulgular sunmaktadır.

Demir (2019), “Toksik Liderlik Algısının Örgütsel Sessizlik, Duygusal Bağlılık ile Görev Performansı Arasındaki İlişki” adlı çalışmada, örgütlerin etkinlik ve verimliliklerini sürdürebilmeleri için çalışanların beceri ve yeteneklerinin en temel kaynaklar olduğunu vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, liderin takipçileri üzerindeki tutum ve davranışlarının örgüt performansına katkıda bulunduğunu, yönetici ve takipçi arasındaki uyumun örgüt etkinliğini artırdığını belirtmiştir. Çalışmada, örgüt hedefleri önünde engel oluşturan toksik liderlik algısının, çalışan sessizliği, duygusal bağlılık ve görev performansı arasındaki ilişkisi araştırılmıştır. İstanbul’da dokuz hastanede yapılan anket çalışması sonucunda, toksik liderlik ile görev performansı arasındaki ilişkide örgütsel sessizliğin aracılık etkisi gözlenmezken, duygusal bağlılığın tam aracılık etkisi olduğu; ayrıca örgütsel sessizlik ve performans ilişkisinde duygusal bağlılığın kısmi aracılık etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Güteryüz (2010), “Öncülleri ve Sonuçları Bağlamında Örgütsel Özdeşim ile Örgütsel Bağlılığın Duygusal Bağlılık Boyutuyla İlişkisi” adlı doktora tezinde, örgütsel özdeşim ile örgütsel bağlılık boyutlarından duygusal ve normatif bağlılığın ayrı yapılar olup olmadığını ve bu yapıların çeşitli öncüllerle olan ilişkilerini incelemiştir. Çalışmada, örgütsel özdeşim, duygusal bağlılık ve normatif bağlılık yapılarının farklı yapılar olarak ele alınabileceği üç faktörlü model doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiş ve bu üç yapının birbirinden ayrı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca örgüt kimliğinin gücü, örgütün algılanan dışsal prestiji, kişi-örgüt uyumu ve birarada olma ihtiyacının hem örgütsel özdeşim hem de duygusal bağlılık üzerinde etkili olduğu; örgüt temelli benlik değerinin yalnızca örgütsel özdeşimi, iş doyumunun ise yalnızca duygusal bağlılığı yordadığı saptanmıştır. Çalışmanın sonucunda, örgütsel özdeşimin duygusal bağlılık aracılığıyla görev performansı, bağlamsal performans ve işten ayrılma niyetini yordadığı bir modelin desteklendiği görülmüştür.

Çöllü ve Summak (2010) tarafından yapılan “Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılığa Etkisi, Konya’da Bulunan Mali Müşavir Çalışanları Üzerine Bir Araştırma” çalışmada örgütsel iletişimin çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisini incelemiş ve sağlıklı iletişim sistemlerinin, çalışanların işbirliği ve aidiyet duygusunu artırarak bağlılıklarını güçlendirdiğini bulmuştur. Çalışanların kendilerini ifade edebildiği ve bilgi paylaşımı yapabildiği bir ortamda, örgütsel bağlılığın daha yüksek

olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, güçlü bir iletişim ortamının çalışanları örgüte daha bağlı hale getirebileceğini ve örgütsel başarı için önemli olduğunu göstermektedir.



4. ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA

Yabancılaşma ve örgütsel yabancılaşma, modern iş yaşamının önemli kavramlarından biridir. Yabancılaşma, bireyin kendini işinde, çalışma ortamında ve genel olarak örgüt içinde yabancı hissetmesini ifade etmektedir. Bu durum, çalışanın işine ve örgütsel hedeflere ilişkin bağlarını kaybetmesiyle karakterizedir. Örgütsel yabancılaşma ise, bireyin örgüt yapısından, kültüründen ve değerlerinden uzaklaşması durumudur. Bu kavramlar, iş tatminsizliği, motivasyon kaybı ve iş performansında düşüş gibi olumsuz sonuçlar doğurabilir. Özellikle teknolojik gelişmelerin hız kazandığı ve rekabetin arttığı günümüz iş dünyasında, yabancılaşma ve örgütsel yabancılaşma konuları, işletmeler için dikkate alınması gereken önemli hususlardır. Bu kavramlar, çalışanların memnuniyetsizliklerini ve bağlılık eksikliklerini anlamak ve iş yaşamındaki verimliliği artırmak adına üzerinde durulması gereken alanlardır.

4.1. Yabancılaşma Kavramı

Yabancılaşma kavramı, köken olarak Latince'deki "alienus" kelimesinden türetilmiştir ve bu kelime, Fransızca'da "aliene" (ruh hastası) ve İspanyolca'da "alineado" gibi benzer anlamlar taşımaktadır (Akyıldız, 1998, s.2). Genel olarak, yabancılaşma bireylerin diğer insanlardan veya çevrelerinden uzaklaşmalarını ifade etmektedir. İngilizce'de "alienation" ve Almanca'da "Entfremdung" olarak karşılık bulan bu kavram, Latince "alienatio" kelimesinden türetilmiştir ve Türkçeye "yabancılaşma" olarak geçmiştir. Yabancılaşma, çeşitli alanlarda farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Hukukta, mülkiyetin başkasına devredilmesi anlamında; sosyolojide, insanlardan, toplumdan veya Tanrı'dan kopma olarak; tıp ve psikolojide ise, akıl hastalarının zihinsel dengeyi kaybetmesi anlamında ele alınır (Büber, 2019, s.19). Bu kavram, düşünce tarihi boyunca önemli bir yer tutmuş olup, özellikle son birkaç yüzyılda felsefeciler, sosyologlar, psikologlar ve ilahiyatçılar tarafından detaylı bir şekilde incelenmiştir. Yabancılaşma terimi, ilk kez G.W. Friedrich Hegel tarafından sistemli bir biçimde kullanılmış, ardından Karl Marx tarafından sosyal, politik ve ekonomik açılardan kuramsallaştırılmıştır. Marx, yabancılaşmayı kapitalizmin bir sonucu olarak tanımlar ve işçilerin üretim sürecini kontrol etme yetisinin ve ürettiği ürüne sahip olma kabiliyetinin kaybolması nedeniyle hissettikleri güçsüzlük olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte, Feuerbach, Durkheim, Simmel, Tönnies, Weber, Sartre ve Heidegger gibi diğer önemli düşünürler

de yabancılaşmayı çeşitli bağlamlarda ele almışlardır (Tekin, 2014, s.30). Türkçe'de yabancılaşma kavramı, Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğüne göre, "belli tarihsel şartlarda insan ve toplum etkinlikleri ürünlerinin, bu etkinliklerden bağımsız ve bunlara egemen olan unsurların değişik biçimde algılanması" olarak tanımlanmaktadır. Toplum Bilim Terimleri Sözlüğünde ise, "belirli tarihsel koşullarda insan ve toplum etkinlikleri ürünlerinin (emeğin, paranın, toplumsal ilişkilerin sonuçlarının, insanın özelliklerinin ve yeteneklerinin) bu etkinliklerden bağımsız ve bunlara egemen ya da özlerinde olduklarından farklı bir şekilde algılanması" şeklinde açıklanmaktadır (Abaslı, 2018, s.35). Yabancılaşma kavramı, çeşitli düşünürler ve disiplinler tarafından ele alınmış ve bu nedenle geniş bir inceleme yelpazesine sahiptir.

Yabancılaşmanın temel bir özelliği, bireyin karşılaştığı durumları kendi eylemleriyle ilişkilendirememesi durumudur. Yabancılaşmanın tüm yönlerinde, bireyin aidiyet duyduğu ortam, toplum, yaptığı iş veya üstlendiği görevlere etki edememe durumu mevcuttur. Eğer birey uzun bir süre boyunca bu etkisizlik durumunda kalırsa, kendi eylemlerinin sonuçları üzerindeki etki gücünü yitirebilir ve böylece çevresini oluşturan sistemi sorgulamaya başlayabilmektedir. Zaman içinde, birey önceki deneyimlerine dayanarak kendi değer yargılarını şekillendirecek ve çevresindeki sistemin kurallarını görmezden gelmeye, hatta bu kuralları en pasif haliyle umursamamaya başlayacaktır. Yabancılaşma terimi, bu süreci, bireyin bu tükenme yaratıcı etkenin etkisi altında bulunduğu durumu ve bu durumun basamaklarını tanımlamak için kullanılmaktadır (Uysaler, 2010, s.28). Yabancılaşma, insanlığın evrildiği bir aşama olarak ortaya çıkar ve bireyin kendisinden ayrılma sürecini yansıtmaktadır. Bu süreç, hem yaratıcı hem de toplumsal doğadan kaynaklanan çelişkilerin gelişiminin bir parçasıdır. İnsan öncelikle emeğinin özü olan doğaya yabancılaşmaktadır. Ancak bu yabancılaşma, insana doğa üzerinde egemenlik kurma ve bedensel durumunu örgensel olmayan bir hale getirme fırsatı sunar. İnsan, artık türünün bir üyesi olmaktan çıkarak diğer insanlara karşı bir yabancılaşma yaşamaktadır. Ancak bu yabancılaşma, insana özgü toplumsal koşulların oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Sonuç olarak insan, kendi öz benliğine yabancılaşır ve bu noktada fiziksel yaşamı sürdürmek adına gerçek insani yaşamını reddetme noktasına gelebilmektedir. Bu aşamada insan, insanlığını onarma süreci dışında bir seçeneğin kalmadığını anlamaktadır. Yabancılaşma, insan doğasındaki çelişkilerin gelişim evrelerini yansıtmaktadır. Bu doğal çelişkiler, daha üst bir birlik içinde birleşerek gelişme ihtiyacını taşımaktadır. Bu, insanın özgürlükçü öz yapısının kökenini oluşturur. Devlet ve din gibi en yüksek düzeydeki kurumlar bile bu özden türetilmiştir. Ancak bu

yapılar, toplumsal ilişkilerin gelişmesi sonucu insanı kontrol eden ve sonunda onu yabancılaştıran güçlere dönüşebilmektedir (Yılmaz ve Sarpkaya, 2019, s.318-319). Yabancılaşma, bireyin hem yaratıcı hem de toplumsal doğasından kaynaklanan çelişkilerin oluşmasının bir parçası olarak ortaya çıkmakta ve bu süreç bireyin kendi doğasından kopma sürecini yansıtmaktadır.

4.2.Yabancılaşma Kavramının Tarihi

Yabancılaşma kavramı din tarihi kadar eski bir kökene sahiptir. Hristiyan din literatüründe yabancılaşma, insanın Tanrı'dan uzaklaşması olarak nitelendirilir; Adem ile Havva'nın cennetten kovulmasıyla başlayan süreçte birey, yaratıcısından ve öz benliğinden uzaklaşma eğilimi göstermiştir. Dini bağlamda yabancılaşma, bireyin kendi ürettiği sembollerini kullanarak yaşamıyla ilgili inisiyatiflerini kaybetmesi ve kendi başına karar alamaz hale gelmesi olarak açıklanmaktadır. İnsan, kendi karar verme yetisini somutlaştırarak putlaştırır ve daha sonra bu semboller aracılığıyla gücüne erişmeye çalışır. İslam dini putlara tapmayı yasaklamış ve Tanrı inancını bireyin içinde ve aracısız olarak erişebileceği bir unsur olarak tanımlamıştır. Bu bakış açısında bireyin karar verme yetkisi ve sorumluluğu tamamen kendisine aittir ve doğru ile yanlış ayırt etme sürecinde yardım kendi içinden gelmektedir. Tüm bu yaklaşımlar, bireyin karar alma sürecini dışsal etkenlerle somutlaştırarak yabancılaşmayı önleme amacını taşımaktadır (Uysaler, 2010, s29). Yabancılaşma kavramı, sanayi devrimine kadar din ve felsefe alanında tanımlanırken, sanayi devriminin başlamasıyla birlikte sosyoloji ve psikoloji alanında da ele alınmaya başlamıştır (Abaslı, 2018, s.36). Yabancılaşma olgusu, daha önceleri kavramsal bir bağlamda kullanılmamış olmasına rağmen, köken olarak İyonya felsefesine kadar uzanmaktadır. Bu kavram Antik dönemden 18. yüzyıla kadar metafizik bir düşünce olarak ele alınmış ve Endüstri Devrimi'nden sonra somut gerçeklikler boyutunda içerik kazanmıştır. Yabancılaşma kavramı, felsefe alanında ilk defa Hegel tarafından gündeme getirilmiştir. Politik kavramlar alanına ise ilk olarak Rousseau tarafından dahil edilmiştir. Ancak yabancılaşma olgusuna somut bir boyut kazandıran ve bilinçli olarak ilk dikkat eden düşünür Marx olmuştur (Akyıldız, 1998, s.1-2).Yabancılaşma kavramının felsefe, din, sosyoloji ve psikoloji alanlarında uzun bir geçmişe sahip olması ve bu farklı disiplinler içerisinde farklı bağlamlarda tartışılıp geliştirilmesi, kavramın derin ve çok katmanlı bir anlama sahip olduğunu göstermektedir.

Yabancılaşma kavramı, felsefe, edebiyat, güzel sanatlar ve toplumla olan uzaklaşma sonucunda ortaya çıkabilmektedir. Bu kavramın bazı özellikleri vardır. İlk olarak, yabancılaşma birinin birisinden veya bir şeyin bir şeyden uzaklaşması anlamına gelir. İkincisi, yabancılaşma insan doğasında var olan bir durumdur. Üçüncüsü, yabancılaşma insanoğlunun ortaya çıktığı ilk zamanlardan beri gözlemlenen bir olgudur. Dördüncüsü, yabancılaşma bireylerin sosyal çevreleriyle yakından ilişkilidir. Beşinci olarak, çağdaş yabancılaşma biçiminde, birey ve çevresi arasındaki farklı güçlerin etkisi büyük önem taşımaktadır. Son olarak, yabancılaşma yaşayan bireylerde kıskançlık, saldırganlık, karşılıklı boyun eğmeme, rekabet ve güven eksikliği gibi davranış bozuklukları görülebilmektedir (Büber, 2019, s.19). Yabancılaşma, insanların kendi iç dünyaları, diğer insanlar ve sosyal çevreleriyle ilgili algı ve duygularını ifade ederken, toplumsal sistemde yer alan bireylerin davranışlarının, hedefledikleri sonuçları ne kadar etkileyebileceğine dair inançları arasında yakın bir ilişki içindedir. Yabancılaşma, genellikle bir bireyin kişisel olarak kendisinden, değerlerinden, kurumlardan, örgütlerden veya toplumsal yapılanmalardan uzaklaşma eğilimlerini içermektedir. Bu kavramın farklı düşünceleri dikkatle incelendiğinde, yabancılaşmanın ne kadar geniş kapsamlı bir olgu olduğu açıkça görülmektedir. Yabancılaşma, insanların bir arada yaşayıp birbirlerine ihtiyaç duydukları geçmiş dönemlerden günümüzdeki örgüt yapılarına kadar devamlı bir şekilde gündemde olan bir olgudur. Bu durum, toplumsal etkileşimlerin ve bireylerin kimlikleriyle olan bağlarının karmaşık ve önemli bir parçasıdır (Şimşek vd., 2006., s.573). Kısacası insanoğlunun varlığı ile ortaya çıkan yabancılaşma bireysel yabancılaşmadan toplumsal ve örgütsel bir hal alarak geçmişten günümüze, günümüzden geleceğe de var olacak gibi.

4.3. İşe Yabancılaşma

"Yabancılaşma" kavramı, örgüt içindeki bölünme, sınıfsal bürokrasi, düşük işe önem verme, az çaba sarf etme, dışsal ödüller için çalışma gibi durumların bir sonucu olarak tanımlanmaktadır. İşe yabancılaşma, çalışanın istihdam konumuyla ilgili hayal kırıklığından kaynaklanan duygusal tepkilerin yansıması olarak da ifade edilmektedir. Yabancılaşma, yetki-otorite ilişkileri, mesleki gelişim, yer ve kabul edilme durumu gibi konularda doyumсузлук yaşanması olarak da nitelendirilmektedir. Ayrıca, işe yabancılaşma bireylerin kurum beklentilerinden, değer ve ilişkilerinden uzaklaşması olarak da açıklanmaktadır. Bu durum işten psikolojik kopma, ifade eksikliği ve sessizlikle

sonuçlanabilmektedir. İşe yabancılaşma, mesleki gelişim beklentilerinin karşılanmaması ve normlara uygun davranış göstermede yetersizlik gibi sorunlara yol açabilmektedir (Abaslı, 2018, s.42-43).

Yine bu kavram, örgütlerin etkinlik ve verimliliği açısından önemli bir sorun olup çalışanın örgüt kurallarına, yapısına ve ilişkilerine uzaklaşması olarak tanımlanır. Öte yandan, iş görenin işin dışsallaşması ve bağımsız üretkenlik gücünün azalması sonucunda ortaya çıkan bir durumdur. Bu kavram, çalışanın mesleki gelişim ve değişim beklentilerinin karşılanmaması nedeniyle duyduğu memnuniyetsizlik olarak da açıklanmaktadır. Yabancılaşma, örgüte yönelik tutum bozukluklarını içerir ve umursamazlık şeklinde örgüte zarar verebilecek bir durumu ifade eder, örgüte yabancılaşan birey, kendisini örgütün bir üyesi olarak görmekte zorlanır, ancak işine devam etmektedir (Abaslı, 2018, s.42-43). Yabancılaşma kavramını tarihsel boyutta incelediğimizde Hegel, Marx, Emile Durkheim, Charles Wright Mills, Herberst Marcause ve Melvin Seeman gibi pek çok bilim insanı çalışmalar yapmıştır. Bu düşünürlerden olan Marx, üretim faaliyetinde veya etkinliğinde görülen yabancılaşmadan bahsetmiştir. İnsan, üretim etkinliğiyle doğayı kendi eseri gibi görerek onu sahiplenmektedir. Bu üretim etkinliği, insan güçleriyle üç özel ilişki içerisindedir. İlk olarak, insan güçlerinin birlikte çalışmasının en temel örneği olan etkinlik. İkincisi, doğayı dönüştürerek bu güçlerin gerçekleşmeleri için yeni imkanlar ortaya çıkarmakta ve doğanın dayattığı sınırlamaları aşmaktadır. Üçüncüsü, insanın potansiyellerinin geliştiği bir araç olarak etkinlik hizmet etmektedir. Ancak kapitalist çalışma, bu üç ilişkiyi geriletir veya tersine çevirerek insanı üretim etkinliğinden yabancılaştırmaktadır. Marx, çalışmayı işçiyi olumsuzlayan bir dışsal faktör olarak görür. Çalışma, insanın özgürlüğüne ait olmayan, dışsal bir şeydir. İşçi çalışırken mutsuzdur ve gönüllü değildir. Bu gönüllülüğün olmaması, onun çalışmaya zorlandığını gösterir ve onu çalışmaya zorlayan da kapitalist sistemdir. Ayrıca, çalışılan iş başkasına aittir. Tüm bunlar nedeniyle işçi, bu çalışma eylemine yabancılaşır (Aydoğan, 2015, s.279). İş sürecinde çalışanların yabancılaşması, dış etkenlerin kısıtlaması ve zorlamasıyla ilişkilidir.

Kapitalist sistemin içerisinde, emek-sermaye ilişkisi bireyin yaratıcılığını engelleyip çalışmayı anlamsız bir uğraşa dönüştürmektedir. Bu nedenle, yabancılaşma kapitalist sistemin doğal bir parçası olarak kabul edilmekte ve kaçınılmaz bir sonuç olarak ortaya çıkar. Karl Marx, emek ve sermaye arasındaki ilişkiyi açıklamak için 'emek süreci' terimini kullanmaktadır. Bu süreçte birey emeğini sermayedarlara satar ve sermayedarlar kâr amacıyla verimliliği artırmak ve masrafları azaltmak için işleri düzenlemekteler.

Ancak modern iş ortamlarında iş bölümünün aşırılığı ve resmi otoritenin merkezियeti nedeniyle birey üretim sürecini ve ürününün kaderini kontrol etme yetisini yitirmektedir. Bu durum, bireyin fiziksel ve zihinsel yeteneklerini serbestçe geliştirmesine engel olur ve çalışma sürecindeki ifade yetisini ortadan kaldırmaktadır. Bu süreç, bireyin üretim faaliyetini onur kırıcı ve zorlayıcı bir deneyime dönüştürerek bireyin ürettiği ürüne, çevresine, diğer insanlara ve en sonunda kendi öz benliğine yabancılaşmasına yol açmaktadır (Turgut ve Kalafatoğlu, 2016, s.30). İşe yabancılaşma olgusuna yönelik yaklaşımlar, özellikle sanayi devrimi ile birlikte ortaya çıkan kitlesel üretim ve iş bölümü sonucunda görünür hale gelmeye başlamıştır. Bu dönemde işçinin emeği, makinenin neredeyse canlı bir bileşeni haline gelerek dışsal bir varlık gibi algılanmıştır. Bu, özellikle sanayi devriminin getirdiği makine-insan etkileşiminin yaygınlaştığı bir dönemin sonucudur. Aynı zamanda, işe yabancılaşma olgusu günümüzde, insanlar arası ilişkilerin yoğun bir şekilde yaşandığı hizmet sektöründe de varlığını koruduğu söylenebilir. Bunun temel nedeni, kapitalist üretim ilişkilerinin getirdiği emek-sermaye çatışmasının hala etkili olmasıdır (Kaya ve Serçeoğlu, 2013, s.321). İşe ve emeğe olan yabancılaşma süreci, Sanayi Devrimi'nde seri üretim ve işbölümüyle kendini göstermiş ve hizmet sektöründe günümüze kadar devam etmiştir.

İşe yabancılaşmanın nedenleri ise, çevresel ve örgütsel etmenler olarak sınıflandırılmaktadır. Örgütsel nedenler arasında yönetim biçimi, örgütsel büyüklük, geçmiş olaylar ve deneyimler, bilgi akışı, grup özellikleri, üretim biçimi, iş bölümü, çalışma koşulları, inançlar ve tutumlar bulunmaktadır. Çevresel nedenler arasında ise ekonomik yapı, teknolojik yapı, politik ve hukuki yapı, toplumsal ve kültürel yapı, sendikal örgütlenmeler ve kitle iletişim araçları yer almaktadır (Korkmazer ve Ekingen, 2017, s.463). Bu nedenler veya faktörler iş görenlerin işe konsantre olmalarını engelleyebilir hatta işten ayrılmalarına neden olabilmektedir.

4.4. Örgütsel Yabancılaşma

Örgütler, insan topluluklarının bir araya gelerek önceden belirlenmiş amaçları gerçekleştirmek için oluşturdukları yapıları ifade etmektedir. Bu amaçlar ortak olduğunda, insanlar birbirlerine bağımlı hale gelmektedirler. Ancak genellikle örgüt içinde yer alan bireyler, kendi yaratmadıkları bir iş dünyasında işin gerekliliklerini yerine getirmeye çalışmaktadırlar. Çalışanlar, başkalarının kurallarını, kararlarını ve fikirlerini benimsemek, uygulamak veya uygulatmak zorunda kalmaktadırlar. Bu durumda

istenmeyen olumsuzluklar ortaya çıkmaktadır. Örgütlerdeki olumsuzluklar, işlerin basit ve sıkıcı olması, yapılan işlere anlam verilememesi, işler üzerinde kontrolün olmaması, gelişme fırsatlarının eksikliği, sabit kariyer durumu, tekdüze çalışma ortamı ve olumsuz çalışma koşulları gibi faktörlerle açıklanabilmektedir. Bu olumsuzluklar, işgörenlerin örgütsel yabancılaşma deneyimlemesine yol açmaktadır. Beklentileri karşılanmamış işgörenler, kendilerini sadece verilen işi yapmak zorunda olan robotlar gibi hissederler. Ayrıca yöneticilerin katı uygulamalarıyla da karşılaşabilmektedirler. Bu nedenle işgörenler, saldırganlık ve yabancılaşma gibi tepkisel davranışlar sergileyebilir neticede işgörenler örgütsel hedeflere ulaşmada gerekli çabayı ve isteği göstermeme eğiliminde olmaktadır(Büber, 2019, s.43). Dolayısıyla çalışanlar örgüt veya işletme hedeflerine ulaşmak için gereken çabayı gösteremeyebilmektedirler.

Sanayi Devrimi'nin beraberinde getirdiği farklı güç kaynaklarının üretim sürecine dahil olması, insan gücünün yerini alması ve yabancılaşmanın artmasına yol açmıştır. Bu durum, sonraki yıllarda pek çok bilim insanı tarafından incelenen örgütsel sorunlara zemin hazırlamıştır. Yabancılaşma, Hegel'in sosyal psikolojide önemli bir kavramdır. Hegel'e göre, birey kendi eylemlerinin ürününü dışarıda bir "şey" olarak algıladığında yabancılaşma ortaya çıkmaktadır. Marx'a göre, bireyin yabancılaşması üç şekilde gerçekleşir: İlk olarak, bireyin emeğinin ürünü bağımsızlaşır ve bu, bireyin kendisini yabancı hissetmesine neden olmaktadır. İkincisi, yabancılaşmanın ilk durumundan kaynaklanarak birey kendini sürecin dışında hissetmektedir. Üretim sürecindeki kişinin diğerleriyle arasındaki uzaklık hissi, yabancılaşmanın bir sonucudur. Marx, yabancılaşmanın kökenini dışsal faktörlere bağlar. Yabancılaşma konusunda düşünceleri Karl Marx ile benzerlik gösteren Weber, insanların çalışma koşulları nedeniyle bireyselliklerini kaybettiklerini düşünür. Bireyin evrenle ilgili düşüncelerinden uzaklaşması ona yeni yükler getirir ve bu baskı, yabancılaşma sorununun ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır (Elave Seçilmiş, 2021, s.728). Yabancılaşma, örgütsel yaşamın kaçınılmaz bir sonucudur. Son 60 yıldır sosyoloji, psikoloji ve örgütsel araştırmalarda yabancılaşma kavramı incelenmekte ve araştırmalara konu olmaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası literatürde, örgütsel yabancılaşma, işe yabancılaşma ve çalışan yabancılaşması gibi farklı terimlerle aynı içeriği ifade eden farklı görünürlükte kullanılmaktadır (Büber, 2019, s.44).

Örgütsel yabancılaşma, örgütlerde çalışanların işleri ve örgütleriyle olan bağlarını zayıflatan bir süreçtir. Bu sürecin nedenleri, örgütsel ve çevresel faktörler olarak iki ana grupta incelenir. Örgütsel faktörler, örgütün içyapısı, yönetim tarzı, iş bölümü, üretim

metotları, çalışma şartları ve iletişim gibi örgüte özgü etmenleri kapsar. Diğer yandan, çevresel faktörler arasında ekonomik, teknolojik, sosyal ve kültürel yapı yanı sıra politik ve hukuki sistemler, sanayileşme derecesi ve kitle iletişim araçları yer alır. Çalışanların örgütsel yabancılaşma deneyiminde en önemli etken, çalışma ortamının onları tatmin etmemesi ve bu durumdan kaynaklanan stres olarak öne çıkmaktadır. Olumsuz ve yetersiz çalışma koşulları çalışanların işlerine karşı olan bağlılıklarını azaltmakta ve işlerini sadece para kazanma aracı olarak görmelerine neden olmaktadır. Bu duygusal kopuş, çalışanların örgütün amacına yönelik çabalarını azaltır ve performanslarını olumsuz yönde etkilemektedir (Eroğluer, 2020, s.329). Çeşitli çalışmalarda örgütsel ve çevresel olarak ayrılan örgütsel yabancılaşmaya, yol açabilen örgütsel etmenler oldukça çeşitlidir ve örgütün iç yapısından, yönetim tarzına ve çalışma koşullarına kadar birçok faktörü içerir. Bu etmenler arasında şunlar yer almaktadır (Şimşek vd, 2006, s.576-577) :

1. Yönetim tarzı: Örgütün liderlik ve yönetim şekli, çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını etkileyerek yabancılaşmaya neden olabilmektedir.
2. Geçmiş olaylar ve deneyimler: Örgütün geçmişteki deneyimleri, çalışanların güvenini ve tutumlarını şekillendirerek yabancılaşmayı etkileyebilmektedir.
3. Örgüt büyüklüğü: Örgütün büyüklüğü, çalışanların kendilerini önemli ve değerli hissetmelerini veya tam tersini tetikleyerek yabancılaşmayı etkileyebilmektedir.
4. Bilgi akışı: İletişim eksikliği veya yetersiz bilgi akışı, çalışanların örgüte ve karar alma süreçlerine katılımını azaltarak yabancılaşmaya yol açabilmektedir.
5. Grup özellikleri: Çalışanların bulunduğu grupların yapısı, içindeki roller ve normlar, kişiler arası ilişkiler ve grup dinamikleri yabancılaşmayı etkileyebilmektedir.
6. Modüler ilişkiler: Geçici, yapmacık ve yüzeysel ilişkiler, çalışanların örgüte bağlılık duygusunu zayıflatarak yabancılaşmaya yol açabilmektedir.
7. Üretim biçimi: Üretim süreçleri, işin tekrarlayıcı ve monoton olması veya işçilerin ürünün tamamına dair katkılarının az olması yabancılaşmayı etkileyebilmektedir.
8. İşbölümü: İşlerin bölümlendirilmesi ve uzmanlaşma, çalışanların işlerinin tamamını görmemelerine neden olarak yabancılaşmaya yol açabilmektedir.
9. Çalışma koşulları: Çalışma ortamının gürültü, yüksek tempolu iş ve izolasyon gibi olumsuz özellikleri yabancılaşmaya katkıda bulunabilmektedir.
10. İnanç ve tutumlar: Çalışanların örgüt hakkındaki inançları ve tutumları, örgüte karşı hissettikleri bağlılığı ve yabancılaşmayı etkileyebilmektedir."

Öte yandan, yabancılaşmayı etkileyen çevresel etmenler oldukça çeşitlidir ve toplumsal yapıdan ekonomik koşullara kadar geniş bir yelpazeyi içermektedir. Bu etmenler, yabancılaşmaya neden olabilecek çevresel faktörler arasında şunlar yer almaktadır (Şimşek vd, 2006, s.576-577):

1. Ekonomik yapı: Ekonomik politikadaki istikrarsızlık, enflasyon ve para-sermaye piyasalarındaki dalgalanmalar gibi faktörler, çalışanların güvencesizlik duygularını artırarak yabancılaşmayı etkileyebilmektedir.
2. Teknolojik yapı: Hızla gelişen teknolojiye ayak uyduramamak veya yeni üretilen mal ve hizmetlerden yeterince yararlanamamak, çalışanların işlerine ve örgütlere karşı bağlılıklarını zayıflatabilmektedir.
3. Toplumsal ve kültürel yapı: Toplumsal değerlerdeki hızlı değişimler, aile yapısındaki sorunlar ve geleneksel değerlerin modern yaşamla uyuşmaması, çalışanların örgütlere uyum sağlama güçlüğü çekmesine neden olabilmektedir.
4. Sanayileşme, kentleşme ve sosyal çözülme: Plansız sanayileşme, çarpık kentleşme ve çevresel dengenin bozulması gibi sorunlar, çalışanların yaşam kalitesini olumsuz etkileyerek yabancılaşmaya katkıda bulunabilmektedir.
5. Politik ve hukuki yapı: Yetersiz siyasi iktidarlar, yolsuzluklar ve hukuk sistemindeki sorunlar, çalışanların örgütsel yapılarını ve toplumsal düzeni sorgulamalarına neden olabilmektedir.
6. Sendikal örgütlenmeler: Zayıf sendikal örgütlenme, işçilerin haklarını koruma ve taleplerini iletmekte zorlanmalarına sebep olarak yabancılaşmayı artırabilmektedir.
7. Kitle iletişim araçları: Medyanın manipülatif haberleri, takip edilememe ve duyarsız kalma, çalışanların gerçekleri anlamakta zorlanmalarına ve yabancılaşmalarına yol açabilmektedir.

Örgütsel düzeyde işe yabancılaşmayı azaltmak ve yönetmek için çeşitli yöntemler uygulanabilmektedir. İşin değiştirilmesi ve zenginleştirilmesi, çalışanların işten aldıkları tatmini artırabilmektedir. Esnek çalışma saatlerinin sağlanması, iş ve kişisel yaşam dengesini kurmalarına yardımcı olmaktadır. Bağımsız çalışma gruplarının oluşturulması, çalışanların iş süreçlerinde daha fazla kontrol ve sorumluluk sahibi olmalarını sağlar. Sağlıklı ve güvenli bir iş ortamının oluşturulması, çalışanların kendilerini güvende hissetmelerini desteklemektedir. Etkili iletişim ortamının sağlanması, çalışanların örgütle olan bağlarını güçlendirmektedir. Çalışan katılımının teşvik edilmesi ise bağlılıklarını

artırabilmektedir. Yabancılaşmayı yönetmek için erken uyarı sistemi kurulması, yabancılaşma belirtilerini erken aşamada tespit edebilmektedir. Program ve stratejik politikaların üretilmesi, yabancılaşmayı önlemeye ve yönetmeye yardımcı olabilmektedir. Yabancılaşmaya neden olan etmenlerin sürekli analiz edilmesi ve gerekli önlemlerin alınması önemlidir. Kabul görececek bir sosyal politikanın oluşturulması, yabancılaşmayı azaltabilmektedir. Çalışma yaşamının kalitesinin artırılması, çalışan memnuniyetini ve bağlılığını yükselmektedir. Moral yönetimi ve ekibin sürekli özendirilmesi, yabancılaşmanın etkilerini azaltabilmektedir. Bu yöntemler, işletmelerde yabancılaşmayı azaltma ve yönetme açısından etkili olabilmektedir. Ancak, her işletme kendi özgün ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş çözümler geliştirmelidir. Ayrıca, sürekli iletişim ve işbirliği, yabancılaşmanın azaltılmasında kritik bir rol oynamaktadır (Korkmazer ve Ekingen, 2017, s.463). İşverenler, ürün kalitesini arttırmak amacıyla çalışan memnuniyetini öncelikli hale getirmelidirler. Bu, işgörenlerin işlerine ve örgüte olan bağlılığını artırarak daha iyi performans göstermelerine ve yüksek kaliteli ürünler üretmelerine olanak tanır. İşini ve örgütünü seven çalışan, performansını daha üst seviyelere taşıyabilmektedir. Ayrıca, işgörenin kendini anlaşılmış ve desteklenmiş hissetmediği durumlarda, performansı olumsuz etkilenebilmektedir. Bu etkiler sadece işgörenin performansını değil, aynı zamanda çevresindeki iş arkadaşlarıyla ilişkilerini ve onların performansını da olumsuz etkileyebilmektedir. Bu olumsuz sonuçlar, işgörenin işine yabancılaşmasına yol açabilmektedir (Tanrıverdi ve Kılıç, 2016, s.16). Nihayetinde yüksek verimli çalışan memnuniyeti, ürün kalitesini ve iş performansını artırırken, düşük çalışan memnuniyeti, çalışan performansını ve iş memnuniyetini etkileyebilmektedir.

4.5.Örgütsel Yabancılaşmanın Alt Boyutları

Örgütsel yabancılaşma, çeşitli alt boyutlarda incelenir: güçsüzlük, anlamsızlaşma ve kendi kendine yabancılaşma. Bu alt boyutlar, çalışanların iş yaşamlarındaki deneyimlerini anlamamıza ve işyeri ilişkileri üzerindeki etkilerini değerlendirmemize yardımcı olmaktadır.

4.5.1. Güçsüzlük

Bireyin davranışlarına ilişkin karar verme sürecinde belirsizlik yaşaması veya dış etkenlerin kontrolünü ele geçirmesi sonucunda hissedilen güçsüzlük, bireyin kendini

olayların akışına bırakmış gibi hissetmesi olarak nitelendirilebilmektedir (Karadana, 2022, s.12). Bu durum, bireyin kendi kararlarına güvenmemesi, içsel çatışmalar yaşaması veya dış etkenlerin baskısı altında hissetmesiyle ilişkilendirilebilmektedir. Örneğin, belirsizlik ve kararsızlık hissi, bireyin kendi hedeflerine ulaşmakta zorlanmasına neden olabilmektedir ve kendini olayların kontrolü altında hissetme durumu, bireyin kendi yaşamını yönlendirmede zorlanmasına ve pasif bir tutum sergilemesine yol açabilmektedir. Bu duyguların farkında olmak ve uygun stratejiler geliştirmek, bireyin duygusal ve zihinsel sağlığına olumlu katkı sağlayabilmektedir.

4.5.2. Anlamsızlaşma

Bir grup deneyimini aktarırken karşılaşılan bazı eksiklikler, genellikle bireyin çevresindeki olayları tam olarak anlamlandıramaması ve neyin doğru olduğunu belirleyememesiyle ilişkilendirilir (Karadana, 2022, s.12). Bu durum, iletişimde eksikliklere yol açabilmekte ve grup deneyimini aktarmayı zorlaştırabilmektedir. Bireyin deneyimlerini diğerleriyle paylaşırken kafa karışıklığı yaşaması veya deneyimlerinin doğru şekilde ifade edememesi, iletişimde anlaşmazlıklara veya yanlış anlamalara neden olabilmektedir. Ayrıca, bireyin deneyimlerini tam olarak anlamlandıramaması, kendi duygularını ve düşüncelerini ifade etme konusunda da zorlanmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle, grup deneyimlerini aktarmada karşılaşılan bu tür eksiklikler, iletişim becerilerinin geliştirilmesi ve duygusal farkındalığın artırılmasıyla aşılabilmektedir.

4.5.3. Kendi kendine yabancılaşma

Kendine yabancılaşma, bir bireyin kendi gücünün ve varlığının farkında olmaması durumunu ifade etmektedir. Bu durum, bireyin istekleri ile çalıştığı ortamın politikaları arasında bir çatışma yaşamasıyla da ilişkilendirilebilir. Bu tür bir çatışma, bireyde kaybetme duygusu ve yitirilmişlik hissi yaratarak kendine yabancılaşma sürecine yol açabilmektedir. Sonuç olarak, birey bu durumla karşılaştığında çeşitli sosyolojik ve psikolojik sorunlarla karşılaşabilmektedir (Karadana, 2022, s.12). Bu nedenle, bireyin kendine yabancılaşma hissi, çalışma ortamındaki uyumsuzlukların ve kişisel tatminsizliklerin altında yatan birçok sorunu işaret edebilmektedir.

4.6. Örgütsel Yabancılaşma Hakkında Kaynak Araştırması

Aydoğan (2015), “Marx ve Öncülerinde Yabancılaşma Kavramı” çalışmasında, yabancılaşma kavramının insanlık tarihindeki önemine ve felsefi boyutuna odaklanmaktadır. Genel olarak yabancılaşma, özne ile nesne ya da bilinç ile şeyler arasındaki ilişkinin bozulması veya öznenin ötekileşmesi olarak tanımlanır. Felsefe tarihinde yabancılaşma kavramının ilk olarak Hegel tarafından ele alındığı belirtilmektedir. Ancak, çalışmanın odak noktası olan toplumsal ve iktisadi bağlamda yabancılaşmanın incelenmesinde Marx'ın etkisi önemlidir. Marx, Hegel'in öncülerinden farklı olarak yabancılaşmayı materyalist bir konumda ele alır ve bu kavramı üretim süreciyle ilişkilendirir. Marx'ın yabancılaşma konusundaki devrimci ve pratik felsefesinin incelendiği çalışmada, Marx'ın yabancılaşma kavramını nasıl yorumladığı ve bu kavramın Hegelci ve Feuerbach temelleri üzerine nasıl inşa edildiği tartışılmaktadır.

Günsal (2017), “Algılanan Örgütsel Adalet ile Örgütsel Yabancılaşma Arasındaki İlişki ve Bir Araştırma” çalışmasında, entelektüel sermayenin örgütlerdeki öneminin artmasıyla birlikte, yönetim stratejilerinin çalışanlara yönelik yaklaşımını değiştirdiğini vurgulamaktadır. Çalışanların, örgütlerin hedeflerine ulaşmada kritik rol oynadığı anlayışıyla, onların en değerli unsurlar olduğuna dikkat çekilmiştir. Bu bağlamda, çalışanların örgüt hakkındaki düşünceleri ve algılarının örgütsel adalet kavramı açısından önem kazandığı ifade edilmiştir. Araştırma, yüksek örgütsel adalet algısına sahip çalışanlarla çalışmanın önemini vurgulamakta, zira örgütsel adaletin, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini gibi çeşitli örgütsel sonuçlarla ilişkili olduğu belirtilmiştir. Çalışmanın amacı ise, algılanan örgütsel adalet ile örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkiyi incelemektir. Yapılan analizler, algılanan örgütsel adalet ile örgütsel yabancılaşma arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Salihoglu (2014), “Örgütsel Yabancılaşma” başlıklı çalışmasında, örgütsel yabancılaşma kavramını Trabzon ilinin Arsin ilçesinde bulunan Onurlar Ticaret şirketinde çalışanların demografik özelliklerine göre incelemiştir. Örgütsel yabancılaşma, bir çalışanın mesleki gelişiminin ve değişiminin üstleri tarafından tanınma, takdir edilme beklentilerinde doyumsuzluk yaşamaları olarak tanımlanmıştır. Çalışmada, J. Clifford Mottaz'ın (1981) geliştirdiği üç boyutlu yabancılaşma ölçeği kullanılarak veriler toplanmıştır. Araştırma, cinsiyetler arasındaki farklılıklara dikkat çekmiş ve çalışanların yabancılaşma boyutlarına bakış açıları arasında farklar bulunduğu sonucuna ulaşmıştır.

5. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Batman Üniversitesi'ndeki idari personel üzerinde örgütsel dedikodunun duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışmanın amacı, önemi, kapsamı ve yöntemi hakkında bilgiler sunulmuş, ardından saha araştırmasında elde edilen birincil verilerle analizler gerçekleştirilmiş ve bulgular değerlendirilmiştir. Araştırma, örgütsel dedikodunun çalışanların duygusal bağlılığına ve örgütsel yabancılaşma düzeylerine olan etkilerini inceleyerek, literatüre katkı sağlamayı ve yöneticilere bu konuda stratejiler geliştirme konusunda rehberlik etmeyi amaçlanmaktadır.

5.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, örgütsel dedikodunun çalışanlar üzerindeki etkilerini incelemektir. Özellikle, örgütsel dedikodunun duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma üzerindeki etkileri Batman Üniversitesi'ndeki idari personel örneği üzerinden değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, araştırma aşağıdaki sorulara yanıt aramaktadır:

1. Örgütsel dedikodu, çalışanların duygusal bağlılığını nasıl etkilemektedir?
2. Örgütsel dedikodu, çalışanların örgütsel yabancılaşma düzeylerini nasıl etkilemektedir?

5.2. Araştırmanın Önemi

Araştırma, örgütsel davranış literatürüne katkılar sağlamayı amaçlamaktadır. Örgütsel dedikodunun, işyerindeki sosyal dinamikler üzerindeki etkileri genellikle göz ardı edilen bir konu olmuştur. Çalışmanın önemi şu başlıklar altında özetlenebilir:

1. **Teorik Katkı:** Araştırma, örgütsel dedikodunun çalışanların duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma üzerindeki etkilerini inceleyerek, literatürdeki mevcut boşlukları doldurmayı hedeflemektedir.
2. **Pratik Katkı:** Elde edilen bulgular, yöneticilere ve insan kaynakları profesyonellerine, örgütsel dedikodunun olumsuz etkilerini minimize etmek ve

çalışanların duygusal bağlılığını artırmak için stratejiler geliştirme konusunda yol gösterebilir.

3.Özelleşmiş Örnek: Batman Üniversitesi'ndeki idari personel üzerinde yapılan çalışma, üniversite gibi büyük ve karmaşık yapılar içindeki sosyal dinamiklerin anlaşılmasına katkı sağlayarak, bu tür örgütlerde yönetsel politikaların daha etkili bir şekilde uygulanmasına yardımcı olabilmektedir.

Araştırma, işyerindeki sosyal dinamiklerin ve iletişim biçimlerinin çalışanlar üzerindeki derin etkilerini gözler önüne sermeyi ve bu bağlamda yöneticilere daha bilinçli ve etkin yönetim stratejileri geliştirmeleri için kaynak sunmayı amaçlamaktadır.

5.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Batman Üniversitesi'nde çalışan toplam 373 idari personelden oluşmaktadır. Evrenin genişliği, araştırmanın bulgularının genel olarak üniversite idari personeline genellenebilirliğini olabilmektedir.

Araştırmanın örnekleme, evreni temsil eden bir grup olarak, kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 206 idari personelden oluşmaktadır. Bu seçilen kişilere uygulanan anketlerden 12 tanesi eksik veya hatalı olduğundan dolayı değerlendirme dışı bırakılmış ve analizler 194 geçerli anket üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Örneklem büyüklüğünün yeterliliğini hesaplamak için kullanılan formül (Yamane, 1967, s.919):

$$n = (N * Z^2 * p * (1 - p)) / (e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * (1 - p))$$
 Formüle göre:

n: Örneklem büyüklüğü, N: Evren büyüklüğü (373), Z:Güven seviyesi için Z değeri (95% güven seviyesi için 1.96), p: Evren içindeki olumlu durum oranı (genellikle %50 olarak alınır, 0.5), e: Hata payı (0.05)

Formüle göre yeter örneklem sayısı 186 olarak hesaplanmıştır. Araştırmada 194 katılımcıya ulaşılmış olup bu sayı yeter örnekleme olabilmektedir.

5.4. Varsayımlar ve Kısıtlar

Araştırmada, Batman Üniversitesi'nde çalışan idari personelin örgütsel dedikoduya, duygusal bağlılığa ve örgütsel yabancılaşmaya yönelik algılarını incelemek amacıyla belirli varsayımlar yapılmış ve kısıtlar göz önünde bulundurulmuştur.

5.4.1. Varsayımlar

1. **Temsil Yeteneği:** Araştırmada seçilen örneklemin, Batman Üniversitesi'ndeki idari personelin genelini temsil ettiği varsayılmıştır. Bu nedenle, araştırma sonuçlarının üniversitenin tüm idari personeline genellenebilir olduğu kabul edilmiştir.
2. **Doğruluk ve Güvenilirlik:** Anket verilerinin doğru ve güvenilir olduğu varsayılmıştır. Katılımcıların ankete dürüst ve samimi yanıtlar verdikleri kabul edilmiştir.
3. **Değişkenlerin Etkileşimi:** Örgütsel dedikodu, duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkilerin, literatürde öne sürülen teorik çerçevelerle tutarlı olduğu varsayılmıştır.
4. **Anketin Geçerliliği:** Kullanılan anketin, araştırmanın amacına uygun olarak geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğu kabul edilmiştir.

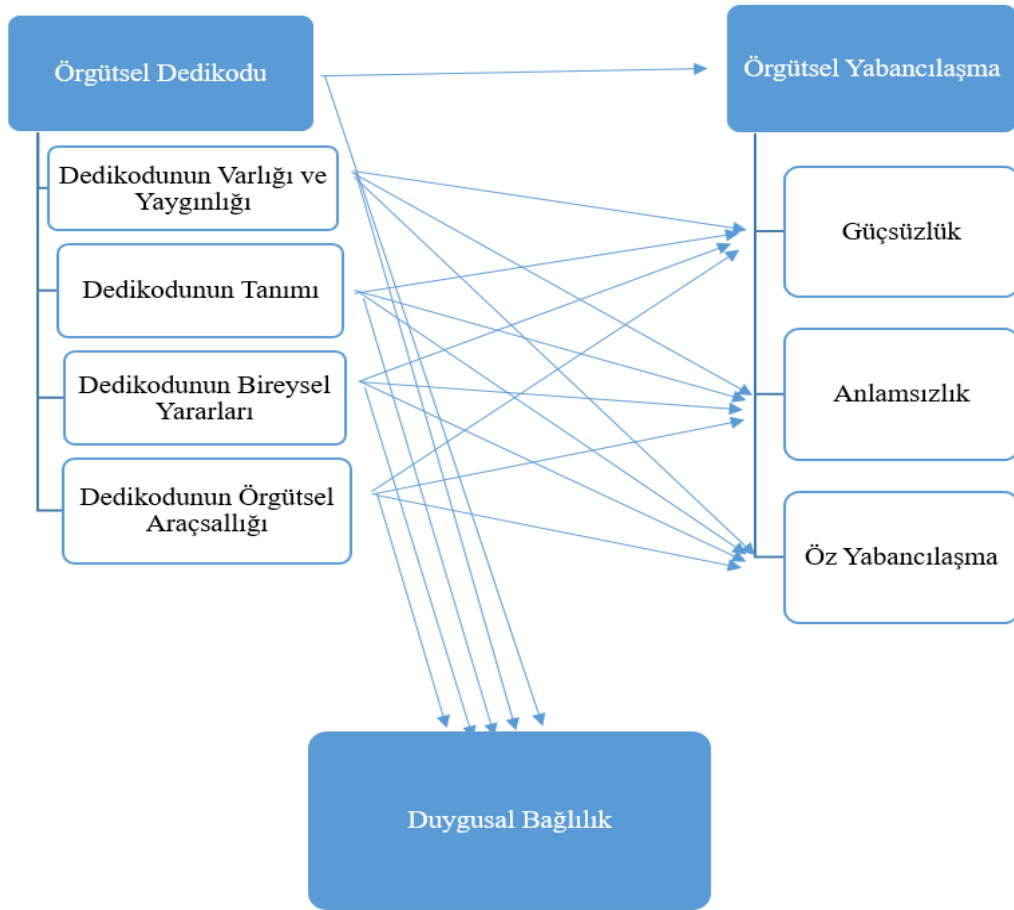
5.4.2. Kısıtlar

1. **Zaman ve Kaynak Kısıtları:** Araştırma, belirli bir zaman dilimi içinde ve sınırlı kaynaklarla gerçekleştirilmiştir. Bu durum, daha geniş kapsamlı veri toplama ve analiz süreçlerini sınırlamış olabilmektedir.
2. **Örneklem Büyüklüğü:** Araştırmada 194 geçerli anket kullanılmıştır. Her ne kadar bu örneklem büyüklüğü istatistiksel olarak yeterli olsa da, daha büyük bir örneklem ile daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilecektir.
3. **Katılımcı İstekliliği:** Katılımcıların anketlere verdiği yanıtlar, gönüllülük esasına dayanmaktadır. Katılımcıların anketi doldururken motivasyon düzeyleri ve yanıt verme isteklilikleri, sonuçları etkileyebilecek bir kısıt olarak değerlendirilebilir.
4. **Kültürel ve Kurumsal Farklılıklar:** Araştırma sonuçları, Batman Üniversitesi'ndeki idari personelin algılarını yansıtmaktadır. Farklı üniversitelerde veya kurumlarda benzer araştırmalar yapıldığında, kültürel ve kurumsal farklılıklar nedeniyle sonuçlar değişebilecektir.

5. **Veri Toplama Aracının Sınırlılıkları:** Anket yöntemi ile veri toplamanın doğal sınırlılıkları bulunmaktadır. Katılımcıların anket sorularını yanlış anlamaları veya eksik yanıtlamaları, veri kalitesini etkileyebilmektedir.

5.5. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada, Batman Üniversitesi'nde çalışan idari personelin örgütsel dedikoduya, duygusal bağlılığa ve örgütsel yabancılaşmaya yönelik algılarını incelemek amacıyla belirli hipotezler oluşturulmuştur. Araştırmanın modeli, örgütsel dedikodunun çalışanların duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma boyutları ve alt boyutların etkilerini belirlemeye yönelik olarak kurulmuştur.



Şekil 5.1. Araştırma modeli

Araştırmanın Hipotezleri:

H1: Örgütsel Dedikodunun Örgütsel Yabancılaşma üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.a. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Güçsüzlük Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.b. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Anlamsızlık Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.c. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Öz Yabancılaşma Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.d. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Güçsüzlük Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.e. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Anlamsızlık Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.f. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Öz Yabancılaşma Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.g. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Güçsüzlük Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.h. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Anlamsızlık Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.i. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Öz Yabancılaşma Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.j. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Güçsüzlük Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.k. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Anlamsızlık Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.l. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Öz Yabancılaşma Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Örgütsel Dedikodunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H2.a. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H2.b. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H2.c. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H2.d. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

5.6. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada, Batman Üniversitesi'nde çalışan idari personelin örgütsel dedikodu, duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşmaya yönelik algılarını ölçmek amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama süreci, aşağıdaki adımları içermektedir:

Anket Geliştirme

1. **Literatür Taraması:** İlk olarak, örgütsel dedikodu, duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma konularında mevcut literatür taranmıştır. Bu literatür taraması sonucunda, bu kavramları ölçmek için yaygın olarak kullanılan ölçekler ve sorular belirlenmiştir.
2. **Anket Sorularının Oluşturulması:** Literatürdeki mevcut ölçekler ve sorular dikkate alınarak, araştırmanın amacına uygun bir anket formu hazırlanmıştır. Anket, örgütsel dedikodu, duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma ile ilgili soruların yanı sıra, demografik bilgileri içeren soruları da kapsamaktadır.
3. **Pilot Uygulama:** Anketin geçerliliğini ve güvenilirliğini test etmek amacıyla pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama 30 kişi üzerinde yapıldı ve elde edilen veriler analiz edilerek, ankette gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Veri Toplama Süreci

1. **Örneklem Seçimi:** Araştırmada, Batman Üniversitesi'nde çalışan toplam 373 idari personelin 206'sına anket uygulanmıştır. Ancak, bu kişilere uygulanan

anketlerden 12 tanesi eksik veya hatalı olduğundan değerlendirme dışı bırakılmış ve analizler 194 geçerli anket üzerinden gerçekleştirilmiştir.

2. **Anket Uygulaması:** Anketler, yüz yüze görüşme yöntemi ile katılımcılara uygulanmıştır. Katılımcılar, anket sorularını kendi başlarına yanıtlamıştır. Anket uygulama sürecinde, katılımcıların gönüllü olmaları ve anketi samimi bir şekilde doldurmaları sağlanmıştır.
3. **Veri Toplama Süresi:** Anketlerin uygulanması ve verilerin toplanması yaklaşık olarak bir ay sürmüştür. Bu süre zarfında, anket formları toplanarak veri analizi için hazırlanmıştır.

5.7.Ölçekler

Araştırmada kullanılan anket formu, örgütsel dedikodu, duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma değişkenlerini ölçmek amacıyla üç ölçeklerden oluşmaktadır. *Örgütsel dedikodu* düzeyini ölçmek için, Leblebici, Yıldız ve Karasoy'un (2009) "Örgütsel Yaşamda Dedikodunun Algılanışı ve Araçsallığı" çalışmalarındaki ölçekten faydalanılmıştır. Çalışanların örgüte olan *duygusal bağlılık* düzeylerini ölçmek için Boğan, E. (2018)'in "Algılanan Kurumsal Davranışsal Tutarlılık ve Duygusal Bağlılık İlişkisinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yapılan Yüklemelerin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. "çalışmasındaki ölçekten yararlanılmıştır. Çalışanların *örgütsel yabancılaşma* düzeylerini belirlemek amacıyla Mottaz'ın (1981) "Some determinants of work alienation- İş Yabancılaşmasının Bazı Belirleyicileri " çalışmasındaki ölçek kullanılmıştır. Katılımcılar, bu ölçeklerdeki ifadelere katılma düzeyleri 5'li Likert ölçeği (1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 5 = Kesinlikle Katılıyorum) üzerinden değerlendirmiştir. Ayrıca, demografik bilgi formu ile katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, görev süresi ve çalışma birimi gibi değişkenlerine ilişkin veriler toplanmıştır.

5.8.Araştırma Verilerinin Analiz Yöntemi

Araştırmada, Batman Üniversitesi'nde çalışan idari personelin örgütsel dedikodu, duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşmaya yönelik algılarını ölçmek için toplanan veriler çeşitli istatistiksel yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak, veriler SPSS programına aktarılmış, eksik ve hatalı veriler temizlenerek analiz için hazırlanmıştır.

Tanımlayıcı istatistikler ile örneklemin demografik özellikleri ve ana değişkenlerin genel dağılımları belirlenmiştir. Ölçeklerin güvenilirliğini değerlendirmek için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Araştırmada hipotezlerin doğruluğunu test etmek için çeşitli istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. İlk olarak, verilerin analizine uygunluğunu değerlendirmek amacıyla faktör analizi gerçekleştirilmiş ve normal dağılıma uygunluk test edilmiştir. Verilerin normal dağıldığı tespit edildiğinden, analizlerde parametrik testler tercih edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için korelasyon analizi uygulanmış, hipotezlerin test edilmesi için ise çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar literatür ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

5.9. Verilerin Analizi

Araştırma verileri, SPSS 16 (Statistical Package for the Social Sciences) programı kullanılarak analiz edilmiştir. Anket sorularına verilen yanıtlar, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve regresyon analizi gibi istatistiksel yöntemler kullanılarak değerlendirilmiştir. Bu analizler sonucunda, araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi ve sonuçların yorumlanması sağlanmıştır. Veri toplama sürecinde, katılımcıların anonimliği ve gizliliği korunmuş, elde edilen veriler sadece araştırma amaçları doğrultusunda kullanılmıştır.

5.9.1. Tanımlayıcı istatistikler

Araştırmada, Batman Üniversitesi'nde çalışan idari personelin demografik özelliklerini ve ana değişkenlere ilişkin genel dağılımlarını belirlemek amacıyla tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler, örneklemin genel yapısını ve temel değişkenlerin dağılımlarını anlamak için önemlidir.

Tablo 5.1. Cinsiyet sorusuna ilişkin yanıtlar

İfadeler	Yanıtlar	Yüzde
Kadın	47	24,2
Erkek	147	75,8
Toplam	194	100

Tablo 5.1' de görüldüğü üzere katılımcıların büyük çoğunluğu erkektir.

Tablo 5.2. Yaşınız sorusuna ilişkin yanıtlar

İfadeler	Yanıtlar	Yüzde
18-24 Yaş	16	8,2
25-44 Yaş	161	83,0
45 + Yaş	17	8,8
Toplam	194	100

Tablo 5.2.'de katılımcıların %83'lük kısmı 25-44 yaş aralığındadır. Bu yaş grubu, genellikle kariyerlerinin aktif döneminde olan çalışanları temsil etmektedir. Daha genç ve daha yaşlı grupların (18-24 ve 45+) oranı oldukça düşüktür.

Tablo 5.3. Medeni durum sorusuna ilişkin yanıtlar

İfadeler	Yanıtlar	Yüzde
Bekar	61	31,4
Evli	133	68,6
Toplam	194	100

Tablo 5.3'deki sonuçlara göre katılımcıların %68,6'sı yani yaklaşık üçte ikisi evlidir, geri kalan üçte biri ise bekindir.

Tablo 5.4. Eğitim durumu sorusuna ilişkin yanıtlar

İfadeler	Yanıtlar	Yüzde
İlkokul	3	1,5
Ortaokul	2	1,0
Lise	25	12,9
Önlisans	46	23,7
Lisans	69	35,6
Lisansüstü	49	25,3
Toplam	194	100

Tablo 5.4.'de katılımcıların büyük çoğunluğu lisans ve lisansüstü eğitime sahiptir. Bu durum, katılımcıların genel olarak yüksek eğitim seviyesine sahip olduklarını göstermektedir.

Tablo 5.5. Üniversitedeki çalışma yılınız sorusuna ilişkin yanıtlar

İfadeler	Yanıtlar	Yüzde
2 Yılda Az	28	14,4
2-10 Yıl	71	36,6

11-20 Yıl	82	42,3
21+ Yıl	13	6,7
Toplam	194	100

Tablo 5.5’de katılımcıların büyük çoğunluğu %78,9 oranında 2-20 yıl arası çalışma deneyimine sahiptir. Araştırmaya katılanların çoğunlukla orta ve uzun vadeli çalışma deneyimine sahip olduklarını göstermektedir.

Tablo 5.6. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler

İfadeler	Ortalama
Herkesin bazen dedikodu yaptığını düşünüyorum.	4,1598
Herkes dedikodu yapar.	3,7732
İyi insanlar da dedikodu yapar.	3,6598
İşyerinde dedikodu kaçınılmazdır.	3,8557
Dedikodu yaparım ama her konuda değil.	3,2062

Tablo 5.6’da Batman Üniversitesi’ndeki idari personelin örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığı konusundaki algılarını yansıtmaktadır.

Tablo 5.7. Dedikodunun tanımı konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler

İfadeler	Ortalama
Dedikodu bir İletişim Biçimidir	2,6598
Dedikodu sadece eleştirmektir.	2,5722
Dedikodu iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşmasıdır.	3,7577

Tablo 5.7 ‘deki sonuçlara göre katılımcılar, dedikoduyu genellikle iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşması olarak tanımlamaktadır. Bu ifadenin ortalaması 3,7577 ile oldukça yüksek olup, bu tanımın yaygın olarak kabul gördüğünü göstermektedir. Bu durum, dedikodunun çalışanlar arasında tanınmış ve sıkça karşılaşılan bir olgu olduğunu işaret etmektedir.

Buna karşılık, dedikodunun sadece eleştirmekten ibaret olduğu görüşü katılımcılar tarafından genel olarak reddedilmektedir. "Dedikodu sadece eleştirmektir." ifadesinin ortalaması 2,5722 ile düşük bir değere sahiptir. Bu sonuç, katılımcıların dedikodunun

eleştiriden daha geniş bir anlam taşıdığını ve çeşitli şekillerde ortaya çıkabileceğini düşündüklerini göstermektedir.

Dedikodunun bir iletişim biçimi olarak görülmesi konusunda ise katılımcılar arasında bir kararsızlık veya kısmi kabul söz konusudur. "Dedikodu bir iletişim biçimidir." ifadesinin ortalaması 2,6598'dir. Bu orta düzeydeki değer, katılımcıların dedikoduyu bir iletişim biçimi olarak görme konusunda tam olarak hemfikir olmadığını, ancak bu görüşü tamamen reddetmediklerini de göstermektedir.

Tablo 5.8. Dedikodunun bireysel yararları konusundaki ifadelere ilişkin değerlendirmeler

İfadeler	Ortalama
Dedikodu insanların psikolojik açıdan rahatlamalarına yardımcı olur.	3,2990
Dedikodudan uzaklaştıkça işyerinde olup bitenlerden uzak kaldığımı hissederim	2,7629
Dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında bilgi alırım.	2,6340
İşyerinde dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur	2,4898

Tablo 5.8 de görüldüğü üzere, katılımcıların dedikodunun psikolojik rahatlama sağladığı konusunda kararsız olduklarını, ancak işyerinde kariyer yükseltmenin bir yolu olarak dedikoduyu görmediklerini göstermektedir. Dedikodunun bilgi edinme ve işyerinde olup bitenleri takip etme konusundaki etkileri hakkında ise katılımcılar genel olarak kararsızdırlar. Bu durum, dedikodunun işyerindeki rolü ve işlevi konusunda çalışanların farklı görüşlere sahip olduğunu ve bu konuda net bir fikir birliği bulunmadığını göstermektedir.

Tablo 5.9. Dedikodunun örgütsel araçsallığı konusundaki ifadelere ilişkin değerlendirmeler

İfadeler	Ortalama
Yönetim kuralsız işlerini dedikodu yoluyla örtbas eder.	2,7784
Dedikodu yönetimin kuralsız işlerini ortaya çıkarır.	3,0773
Yönetim dedikodu yoluyla kendisini başarılı kılmaya çalışır.	2,8866
Dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri de vardır.	2,6546
İşyerinde dedikodu sadece yönetimin işine yarar	2,4948

Tablo 5.9’da Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı konusunda dedikodunun örgütsel işlevleri konusunda katılımcıların genelde kararsız olduğunu göstermektedir. Yönetimin dedikodu yoluyla kuralsız işlerini örtbas ettiği veya kendisini başarılı kılmaya çalıştığı görüşleri konusunda katılımcılar kararsızdır. Ayrıca, dedikodunun yönetimin kuralsız işlerini ortaya çıkarabileceği fikrine kısmen katılmakla birlikte, dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri olduğuna dair görüşlere katılmamaktadırlar.

Sonuç olarak, katılımcılar dedikodunun yönetim ve işyeri ilişkileri üzerindeki etkilerine dair net bir fikir birliğine sahip değildir. Ancak genel olarak, dedikodunun sadece yönetimin işine yaradığını veya bir kurumda gerekli olduğunu düşünmemektedirler. Bu, dedikodunun örgütsel araçsallığı konusunda çalışanların farklı görüşlere sahip olduğunu ve bu konuda net bir algının bulunmadığını göstermektedir.

Tablo 5. 10. Dedikodu-hiyerarşi ilişkisi konusundaki ifadeye ilişkin değerlendirme

İfadeler	Ortalama
Makam arttıkça dedikodu artar.	3,2216

Tablo 5.10’a göre katılımcılar, "Makam arttıkça dedikodu artar." ifadesine yönelik ortalamayla kısmen katıldıklarını göstermiştir (Ortalama, s.3,2216). Bu sonuç, üst düzey yöneticilerin dedikoduyla ilişkilendirildiği ve bu pozisyonlarda dedikodunun artma eğiliminde olduğu algısını yansıtmaktadır. Ancak, katılımcılar genel olarak kararsızdırlar, yani bu konuda kesin bir fikir birliği bulunmamaktadır. Dedikodu ve hiyerarşi ilişkisi konusundaki algılar, çalışanların dedikodu hakkında nasıl düşündüklerini ve üst düzey yöneticilerle ilişkilendirilen dedikodunun nasıl algılandığını anlamak açısından önemli ipuçları sunmaktadır.

Tablo 5. 11. Örgütsel yabancılaşmanın güçsüzlük konusundaki ifadelere ilişkin değerlendirmeler

İfadeler	Ortalama
Günlük (rutin) görevlerimi yerine getirirken oldukça özgürüm.	3,4691
İşimde kendi değerlendirmemi yapma /kararımı verme fırsatına sahibim.	3,3505

Günlük (rutin) görevlerimi nasıl yerine getirdiğim konusunda kontrole sahip değilim	2,5155
Çoğu iş kararını, üslerime danışmadan alırım.	2,5852
İş faaliyetlerimle ilgili değişiklikler yapamam.	2,8402
İş yerindeki rolüm ile ilgili faaliyetlerimin büyük çoğunluğu başkaları tarafından belirleniyor.	3,0052
İş yerinde pozisyonum ile ilgili işlerde kararları ben alırım.	3,0515

Tablo 5.11’de Batman Üniversitesi’ndeki idari personelin örgütsel yabancılaşma ve güçsüzlük algılarına dair yapılan değerlendirme, katılımcıların iş yaşamlarında çeşitli deneyimler yaşadıklarını göstermektedir. Katılımcılar genellikle günlük görevlerini yerine getirirken özgür olduklarını düşünse de, karar alma süreçlerinde ve iş faaliyetlerinde değişiklik yapma yetilerinin sınırlı olduğunu ifade etmişlerdir. İş yerindeki rol ve sorumluluklarının belirlenmesinde dış etkenlerin etkili olduğunu düşünmelerine rağmen, pozisyonlarıyla ilgili karar alma süreçlerinde belirli bir kontrol sahibi olduklarını vurgulamışlardır. Ayrıca, katılımcılar işlerinin kuruma katkı sağladığına inanmakta ve bu durumun iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinde olumlu bir etki yarattığını düşünmektedirler. Bu değerlendirme, örgütsel dinamiklerdeki karmaşıklık anlamak ve çalışanların iş yaşamlarındaki deneyimlerini iyileştirmek için önemli bir yol haritası sunmaktadır.

Tablo 5.12. Örgütsel yabancılaşmanın anlamsızlık konusundaki ifadelerle ilişkin değerlendirmeler

İfadeler	Ortalama
İş yerindeki emeğim/çalışmalarım, kurumun başarılı işleyişine önemli bir katkı olabilmektedir.	3,8041
Görevimin neden önemli olduğunu sıklıkla sorgularım.	3,3557
İşim gerçekten önemli ve değerlidir.	4,0309
Çoğu zaman işimin gerçekte ne kadar önemli olduğunu merak ederim.	3,2680
Çoğu zaman işimin burada önemsiz olduğunu hissediyorum.	2,5103
Görevimin kurumun genel işleyişindeki yerinin farkındayım.	3,7680
Buradaki diğer çalışanların işleriyle kendi işimin nasıl uyumlu olduğunu farkındayım.	3,6340

Tablo 5.12 sonuçlarına göre, Batman Üniversitesi'ndeki idari personelin örgütsel yabancılaşmanın anlamsızlık boyutuna ilişkin algıları değerlendirildiğinde, genel olarak işlerinin değerli ve önemli olduğunu düşündükleri görülmektedir. Katılımcılar, işlerinin kurumun başarılı işleyişine önemli katkı sağladığını (Ortalama, s.3,8041) ve görevlerinin neden önemli olduğunu sorguladıklarını (Ortalama, s.3,3557) belirtmişlerdir. Ayrıca, işlerinin gerçekten önemli ve değerli olduğunu güçlü bir şekilde hissettiklerini (Ortalama, s.4,0309) ifade etmişlerdir. Ancak, zaman zaman işlerinin önemini merak ettiklerini (Ortalama, s.3,2680) ve nadiren de olsa işlerinin önemsiz olduğunu hissettiklerini (Ortalama, s.2,5103) belirtmişlerdir. Görevlerinin kurumun genel işleyişindeki yerini bildiklerini (Ortalama, s.3,7680) ve diğer çalışanların işleriyle kendi işlerinin nasıl uyumlu olduğunu farkında olduklarını (Ortalama, s.3,6340) ifade etmişlerdir. Genel olarak, katılımcılar işlerinin anlamlı ve önemli olduğuna inanmaktadırlar, ancak zaman zaman bu anlamı sorguladıkları da görülmektedir. Bu durum, iş yerinde anlamsızlık hissini tamamen ortadan kalkmadığını, ancak genel olarak düşük seviyede olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.13. Örgütsel yabancılaşmanın öz yabancılaşma boyutu konusundaki ifadelere ilişkin değerlendirmeler

İfadeler	Ortalama
Mesleğim bana bir başarı duygusu hissettirmiyor.	2,6443
İşimin en tatmin edici yönü maaşıdır.	2,5309
İşim bana kişisel tatmin duygusu sağlar.	3,2216
Yaptığım işte gerçek yeteneklerimi ve becerilerimi kullanma fırsatım çok az.	3,2216
Mesleğimin sağladığı kişisel tatmin yüksektir.	3,1701
Çoğu zaman işim rutin ve sıkıcıdır, yaratıcılık için çok az fırsat sunar.	2,9278
Mesleğim ilgi çekicidir ve gayret gerektirir.	3,5309

Tablo 5.13'de Batman Üniversitesi'ndeki idari personelin örgütsel yabancılaşmanın öz yabancılaşma boyutuna ilişkin algıları değerlendirildiğinde, mesleklerinin kendilerine genel olarak tatmin ve başarı duygusu sağladığını ancak bazı konularda eksiklikler hissettiklerini görmekteyiz. Katılımcılar, mesleklerinin kendilerine bir başarı duygusu hissettirmediklerini (Ortalama, s.2,6443) ve işlerinin en tatmin edici yönünün maaş olduğunu düşündüklerini (Ortalama, s.2,5309) belirtmişlerdir. İşlerinin kişisel tatmin

sağladığını (Ortalama, s.3,2216) ve mesleklerinin sağladığı kişisel tatminin yüksek olduğunu ifade etmişlerdir (Ortalama, s.3,1701). Ancak, yaptıkları işte gerçek yeteneklerini ve becerilerini kullanma fırsatının çok az olduğunu düşündükleri (Ortalama, s.3,2216) ve işlerinin rutin ve sıkıcı olduğunu, yaratıcılık için az fırsat sunduğunu belirttikleri (Ortalama, s.2,9278) gözlemlenmiştir. Buna rağmen, mesleklerinin ilgi çekici ve gayret gerektirdiğini düşündüklerini ifade etmektedirler (Ortalama, s.3,5309). Genel olarak, katılımcılar işlerinin bazı yönlerinden memnunken, bazı alanlarda öz yabancılaşma hissi yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, iş tatmininin ve kişisel gelişimin artırılması için işlerin yeniden yapılandırılması ve çalışanlara daha fazla yetenek ve beceri kullanma fırsatı sunulması gerektiğini göstermektedir.

Tablo 5. 14 Duygusal bağlılık konusundaki ifadelere ilişkin değerlendirmeler

İfadeler	Ortalama
Kariyerimin kalan kısmını bu kurumda geçirirsem çok mutlu olurum.	2,7113
Çalıştığım bu kurumun problemlerini kendi problemim gibi hissediyorum.	3,3557
Bu kuruma karşı güçlü bir aidiyet hissetmiyorum.	2,7990
Bu kuruma duygusal bir bağlılık hissetmiyorum.	2,7320
Bu kurumu ailemin bir parçası gibi hissediyorum.	3,2216

Tablo 14'te yer alan sonuçlar, çalışanların kuruma karşı duygusal bağlılık düzeyleri hakkında önemli ipuçları sunmaktadır. "Kariyerimin kalan kısmını bu kurumda geçirirsem çok mutlu olurum" ifadesinin ortalama değeri 2,7113 olup, bu durum çalışanların kurumu uzun vadede çalışmak için ideal bir yer olarak görmediklerini ve genel memnuniyet seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir. "Çalıştığım bu kurumun problemlerini kendi problemim gibi hissediyorum" ifadesinde ortalama değer 3,3557 olup, çalışanların kurumun problemlerini kendi problemleri gibi hissetme düzeyinin orta seviyede olduğunu ve kuruma karşı belirli bir aidiyet duygusunun mevcut olduğunu ancak tam anlamıyla içselleştirilmediğini göstermektedir. "Bu kuruma karşı güçlü bir aidiyet hissetmiyorum" ifadesinde ortalama değer 2,7990 olup, çalışanların kuruma karşı güçlü bir aidiyet hissetmediklerini ve aidiyet duygusunun nispeten zayıf olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, "Bu kuruma duygusal bir bağlılık hissetmiyorum" ifadesinde ortalama değer 2,7320 olup, çalışanların kuruma duygusal bağlılık hissetme düzeyinin düşük olduğunu ve duygusal bağın zayıf olduğunu göstermektedir. Son olarak, "Bu

kurumu ailemin bir parçası gibi hissediyorum" ifadesinde ortalama değer 3,2216 olup, çalışanların kurumu ailelerinin bir parçası gibi hissetme düzeyinin orta seviyede olduğunu ve belirli bir duygusal bağın var olduğunu ancak bunun çok güçlü olmadığını işaret etmektedir. Genel olarak, bu bulgular çalışanların kuruma karşı duygusal bağlılık ve aidiyet düzeylerinin düşük olduğunu ve bu durumun genel memnuniyetsizlikle ilişkili olabileceğini göstermektedir.

5.9.2. Güvenirlik analizi

Çalışmanın bu bölümde, anket ve ölçeklerin tutarlılığını ve güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla yapılan güvenirlilik analizine yer verilmiştir. Analiz, veri toplama araçlarının ne derece güvenilir olduğunu ve elde edilen sonuçların ne ölçüde tutarlı olduğunu belirlemek için kullanılmıştır.

Tablo 5.15. Cronbach alfa katsayılar

Katsayı Aralıkları	Güvenirlilik Düzeyleri
$X < 0,50$	Yetersiz Güvenirlilik Seviyesi
$0,60 > X > 0,50$	Genel Kabul gören Düzeyde Güvenilir
$0,70 > X > 0,60$	İyi Derecede Güvenilir
$0,90 > X > 0,70$	Çok İyi Derecede Güvenilir
$1 > X > 0,90$	Mükemmel Derecede Güvenilir

Kaynak, (Güdelci, 2019, s.80)

Cronbach alfa katsayıları aralıkların güvenirlilik düzeyleri belirtilmektedir. Cronbach alfa katsayı değerinin 0,50'tan küçük olması ölçeğin yetersiz güvenilirlik seviyesi olduğunu, 0,51'den büyük ve 0,60 arasında olması ölçeğin güvenilirliğin genel kabul gören düzeyde olabileceğini gösterir. 0,61 ve 0,70 arasında değerler ölçeğin iyi derecede güvenirliliğinin olduğu, 0,71 ve 0,90 arasında çok iyi derecede güvenilir ve 0,91 ile 1 değerler arasında ise ölçeğin mükemmel derecede güvenilir şeklinde değerlendirilmektedir.

Tablo 5.16. Değişkenlerin cronbach alfa değerleri

Bölüm	Cronbach's Alfa Değerleri
Örgütsel Dedikodu Ölçeğine İlişkin İfadeler	0,856
Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğine İlişkin İfadeler	0,659
Duygusal Bağlılık Ölçeğine İlişkin İfadeler	0,680

Tablo 5.16 daki verilere göre Cronbach Alfa değerleri, anket formunun genel olarak güvenilir olduğunu ve çalışmanın geçerliliğini desteklediğini göstermektedir.

Örgütsel dedikodu ölçeği 0,856 düzeyinde yüksek güvenilirlik gösterirken, örgütsel yabancılaşma 0,659 düzeyinde ve duygusal bağlılık ölçeği de 0,680 düzeyinde orta derece kabul edilebilir güvenilirlik göstermektedir. Bu sonuçlar, çalışmanın genel olarak sağlam ve güvenilir verilere dayandığını ve elde edilen bulguların güvenilir bir şekilde analiz edilebileceğini göstermektedir.

5.9.3. Geçerlilik analizi (faktör analizi)

Geçerlilik (faktör) analizi, bir anket veya testin ölçmek istediği kavramları ne kadar doğru ve kapsamlı bir şekilde ölçtüğünü değerlendirmek amacıyla kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Bu analiz, verilerdeki temel yapıları ve ilişkileri ortaya çıkarmak için kullanılarak, ölçüm aracının geçerliliğini ve tutarlılığını test eder. Faktör analizi, özellikle çok sayıda değişken içeren anketlerde, bu değişkenlerin daha az sayıda, anlamlı faktöre indirgenmesini sağlayarak veri setinin yapısını ve organizasyonunu anlamaya yardımcı olmaktadır.

Tablo 5.17 Örgütsel dedikodu değişken faktör analizi sonuçları tablosu

Alt Boyutlar	Bileşen	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4
	Soru 1	,809			
	Soru 2	,815			
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	Soru 3	,726			
	Soru 4	,731			
	Soru 5	,512			
Dedikodunun Tanımı	Soru 7		,351		
	Soru 8		,865		
Dedikodunun Bireysel Yararları	Soru 9			,738	
	Soru 10			,762	
	Soru 11			,733	
Örgütsel Araçsallık	Soru 13				,752
	Soru 14				,717
	Soru 15				,806
	Soru 17				,726
	Soru 18				,458

Tablo 5.17’de yapılan faktör analizi sonuçlarına göre örgütsel dedikodu, dört alt boyutta toplanmıştır. Her bir alt boyuta ait maddelerin faktör yükleri belirlenmiştir. Ayrıca, Dedikodunun Tanımı alt boyutunda yer alan 6. Soru, Dedikodunun Bireysel

Yararları alt boyutunda yer alan 12. Soru ve Örgütsel Araçsallık alt boyutunda yer alan 16. soru, faktör analizi sonucu farklı boyutlara yüklenmeleri nedeniyle analizden çıkarılmıştır.

Tablo 5.18 Örgütsel yabancılaşma değişkeni faktör analizi sonuçları tablosu

Alt Boyutlar	Bileşen	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3
Güçsüzlük	Soru 1			,692
	Soru 2			,707
	Soru 4			,626
	Soru 7			,748
Anlamsızlık	Soru 8	,695		
	Soru 9	,618		
	Soru 10	,754		
	Soru 11	,624		
	Soru 13	,701		
	Soru 14	,628		
Öz Yabancılaşma	Soru 15		,637	
	Soru 16		,594	
	Soru 18		,739	
	Soru 20		,684	

Tablo 5.18’de yapılan faktör analizi sonuçlarına göre Örgütsel Yabancılaşma boyutu 3 alt boyuta yüklemiş olup, farklı boyutlara yüklemeler nedeniyle Güçsüzlük alt boyutundan Soru 3, Soru 5 ve Soru 6, Öz Yabancılaşma boyutundan Soru 17, Soru 19 ve Soru 21, Anlamsızlık boyutundan Soru 12 sorusu analizden çıkarılmıştır.

Tablo 5.19 Duygusal bağlılık faktör analizi sonuçları tablosu

Alt Boyutlar	Bileşen	Faktör1
Duygusal Bağlılık	Soru 1	,680
	Soru 2	,729
	Soru 3	-,793
	Soru 4	-,812
	Soru 5	,766

Tablo 5.19 ‘da duygusal bağlılık değişkeninin faktör yükleri belirtilmiştir.

5.9.4. Normallik analizi

Normallik analizi, verilerin istatistiksel analizlerde kullanılan varsayımları karşılayıp karşılamadığını belirlemek için yapılan bir değerlendirmedir. Bu analiz, verilerin normal dağılıma ne derece uyduğunu ölçerek, geçerli ve güvenilir sonuçlar elde etmek için temel bir adımdır.

Tablo 5. 20. Normallik analizi tablosu

Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
İstatistik	df	Anlamlılık	İstatistik	df	Anlamlılık
,051	194	,200*	,991	194	,304

Tablo 5.20’de Kolmogorov-Smirnov Testi’nde, istatistik değeri 0.051, serbestlik derecesi (df) 194 ve anlamlılık değeri (Sig.) Lilliefors Significance Correction ile 0.200 olarak bulunmuştur. Shapiro-Wilk Testi’nde ise, istatistik değeri 0.991, serbestlik derecesi (df) 194 ve anlamlılık değeri (Sig.) 0.304 olarak belirlenmiştir. Her iki testin de anlamlılık değerleri (0.200 ve 0.304) 0.05’ten büyük olduğu için, veriler normal dağılım göstermektedir. Veriler normal dağılım gösterdiğinden araştırmada parametrik testler uygulanmıştır. Veriler normal dağılım gösterdiğinden araştırmada parametrik testler uygulanmıştır.

5.10. Araştırmanın Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın hipotezleri basit doğrusal regresyon ve çoklu regresyon analizleri ile test edilmiştir.

“H1: Örgütsel Dedikodunun Örgütsel Yabancılaşma üzerine anlamlı bir etkisi vardır.”

Tablo 5. 21. H1 hipotezi regresyon analizi sonucu tablosu

Bağımsız Değişken	B Katsayısı	Standart Hata	Beta	t Değeri	p Değeri
Örgütsel Yabancılaşma	0.436	0.110	0.276	3.977	0.000

Tablo 5.21’de görüldüğü üzere p değeri 0.000, 0.05’ten küçük olduğu için H1 hipotezi kabul edilmiştir. Yani Örgütsel dedikodunun örgütsel yabancılaşma üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

H1.a. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Güçsüzlük Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.b. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Anlamsızlık Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.c. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Öz Yabancılaşma Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 5. 22. H1.a., H1.b. ve H1.c. hipotezleri çoklu regresyon analizi sonucu tablosu

Bağımsız Değişken	B Katsayısı	Standart Hata	Beta	t Değeri	p Değeri
Güçsüzlük	0.029	0.080	0.026	0.359	0.720
Anlamsızlık	0.135	0.091	0.108	1.483	0.140
Öz yabancılaşma	0.135	0.073	0.134	1.855	0.065

Tablo 5.22’de görüldüğü üzere Güçsüzlük, Anlamsızlık ve Öz yabancılaşma değişkenlerinin katsayıları incelendiğinde, p değerlerinin 0.05’ten büyük olması, bu değişkenlerin dedikodunun varlığı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. -Güçsüzlük değişkeni için $p = 0.720$, anlamlı değildir. -Anlamsızlık değişkeni için $p = 0.140$, anlamlı değildir. -Öz yabancılaşma değişkeni için $p = 0.065$, anlamlı değildir.

Dolayısıyla, bu bağımsız değişkenlerin dedikodunun varlığına etkisi anlamlı bulunmamış, H1.a., H1.b. ve H1.c. hipotezleri reddedilmiştir. Başka bir deyişle Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın alt boyutları olan Güçsüzlük, Anlamsızlık ve Öz yabancılaşma üzerine anlamlı bir etkisi yoktur.

H1.d. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Güçsüzlük Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.e. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Anlamsızlık Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.f. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Öz Yabancılaşma Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 5. 23 H1.d., H1.e. ve H1.f. hipotezleri regresyon analizi sonucu tablosu

Bağımsız Değişken	B Katsayısı	Standart Hata	Beta	t Değeri	p Değeri
Güçsüzlük	-0.011	0.079	-0.010	-0.142	0.887
Anlamsızlık	0.182	0.089	0.146	2.036	0.043
Özyabancılaşma	0.189	0.071	0.188	2.640	0.009

Tablo 5.23.'te H1.d: hipotezine göre Güçsüzlük için katsayı: $B = -0.011$, $p = 0.887$. p değeri 0.05'ten büyük olduğu için Güçsüzlük ile Dedikodunun Tanımı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiş. Bu bakımdan H1.d hipotezi reddedilmiştir. H1.e: hipotezine göre ise Anlamsızlık için katsayı: $B = 0.182$, $p = 0.043$ p değeri 0.05'ten küçük olduğu için bu etki anlamlı bulunmuştur. Yani Anlamsızlık ile Dedikodunun Tanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır sonucu ile birlikte H1.e hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca H1.f: hipotezi için Özyabancılaşma için katsayı: $B = 0.189$, $p = 0.009$ p değeri 0.05'ten küçük olduğu için bu etki anlamlı bulunmuştur. Yani Özyabancılaşma ile Dedikodunun Tanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Nihayetinde H1.d hipotezi reddedilmiştir, H1.e ve H1.f hipotezleri kabul edilmiştir.

H1.g. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Güçsüzlük Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.h. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Anlamsızlık Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.i. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Öz Yabancılaşma Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 5. 24 H1.g., H1.h. ve H1.i. hipotezleri regresyon analizi sonucu tablosu

Bağımsız Değişken	B Katsayısı	Standart Hata	Beta	t Değeri	p Değeri
Güçsüzlük	0.158	0.089	0.128	1.781	0.076
Anlamsızlık	0.101	0.101	0.071	0.998	0.320
Özyabancılaşma	0.245	0.081	0.215	3.037	0.003

Tablo 5.24.'de, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Dedikodunun Bireysel Yararları üzerindeki etkileri özetlenmektedir. Güçsüzlük için katsayı $B = 0.158$ ve $p = 0.076$ olarak bulunmuştur. p değeri 0.05'ten büyük olduğu için bu etki anlamsızdır, dolayısıyla Güçsüzlük ile Dedikodunun Bireysel Yararları arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Bu nedenle H1.g hipotezi reddedilmiştir.

Anlamsızlık için katsayı $B = 0.101$ ve $p = 0.320$ 'dir. Yine p değeri 0.05'ten büyük olduğu için bu etki de anlamsızdır ve Anlamsızlık ile Dedikodunun Bireysel Yararları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bu sonuç doğrultusunda H1.h hipotezi reddedilmiştir.

Özyabancılaşma için ise katsayı $B = 0.245$ ve $p = 0.003$ olarak hesaplanmıştır. p değeri 0.05 'ten küçük olduğundan bu etki anlamlıdır ve Özyabancılaşma ile Dedikodunun Bireysel Yararları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu nedenle H1.i hipotezi kabul edilmiştir.

Genel olarak, H1.g ve H1.h hipotezleri reddedilirken, H1.i hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuçlar, Özyabancılaşma değişkeninin dedikodunun bireysel yararları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir.

H1.j. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Güçsüzlük Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.k. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Anlamsızlık Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1.l. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Örgütsel Yabancılaşmanın Öz Yabancılaşma Alt Boyutu üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 5. 25 H1.j., H1.k. ve H1.l. hipotezleri regresyon analizi sonucu tablosu

Bağımsız Değişken	B (Regresyon Katsayısı)	Standart Hata	Beta	t Değeri	p Değeri (Anlamlılık)
Güçsüzlük	0.281	0.076	0.247	3.688	0.000
Anlamsızlık	-0.207	0.087	-0.159	-2.384	0.018
Öz Yabancılaşma	0.390	0.069	0.371	5.634	0.000

Tablo 5.25.' de, Örgütsel Dedikodunun Örgütsel Araçsallık alt boyutlarının Güçsüzlük, Anlamsızlık ve Öz Yabancılaşma alt boyutları üzerindeki etkileri incelenmiştir. H1.j hipotezine göre, Güçsüzlük alt boyutu üzerinde regresyon katsayısı 0.281 olarak hesaplanmış ve bu etki pozitif bulunmuştur. p değeri 0.000 olduğu için bu etki anlamlıdır ($p < 0.05$). Dolayısıyla, Güçsüzlük alt boyutunun örgütsel araçsallık üzerindeki etkisinin pozitif ve anlamlı olduğu sonucuna varılmış ve H1.j hipotezi kabul edilmiştir.

H1.k hipotezine göre, Anlamsızlık alt boyutu için regresyon katsayısı -0.207 olarak bulunmuş ve bu etki negatif çıkmıştır. p değeri 0.018 olup bu etki anlamlıdır ($p <$

0.05). Bu nedenle, Anlamsızlık alt boyutunun örgütsel araçsallık üzerindeki etkisi negatif ve anlamlıdır ve H1.k hipotezi kabul edilmiştir.

H1.l hipotezinde ise, Öz Yabancılaşma alt boyutu üzerinde regresyon katsayısı 0.390 olarak tespit edilmiştir ve bu etki pozitif yönlüdür. p değeri 0.000 olduğundan bu etki anlamlıdır ($p < 0.05$). Bu sonuç, Öz Yabancılaşma alt boyutunun örgütsel araçsallık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu göstermekte ve H1.l hipotezinin kabul edilmiştir.

Genel olarak değerlendirilirse, verilen sonuçlar doğrultusunda H1.j, H1.k ve H1.l hipotezlerinin tamamı kabul edilmiştir. Bu durum, Güçsüzlük ve Öz Yabancılaşmanın örgütsel araçsallık üzerinde pozitif, Anlamsızlığın ise negatif yönde anlamlı etkisi olduğunu göstermektedir

“H2: Örgütsel Dedikodunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.” Hipotezi test edilmiştir.

Tablo 5. 26. H2 hipotezi regresyon analizi sonucu tablosu

Bağımsız Değişken	B Katsayısı	Standart Hata	Beta	t Değeri	p Değeri
Duygusal Bağlılık	0.072	0.079	0.065	0.903	0.368

Tablo 5.26'ya bakıldığında, p değeri 0.368, 0.05'ten büyük olduğu için H2 hipotezi reddedilmiştir. Örgütsel dedikodunun duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı bulunmuştur.

H2.a. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H2.b. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H2.c. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H2.d. Örgütsel Dedikodunun, Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Duygusal Bağlılık üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 5. 27 H2.a, H2.b, H2.c. ve H2.d hipotezi regresyon analizi sonucu tablosu

Hipotez	Alt Boyut	t Değeri	p Değeri (Sig.)
H2.a	Dedikodunun Varlığı	0.797	0.426
H2.b	Dedikodunun Tanımı	0.237	0.813
H2.c	Bireysel Yararları	0.401	0.689
H2.d	Örgütsel Araçsallık	1.362	0.175

Bu tablo, Örgütsel Araçsallık ve diğer alt boyutların duygusal bağlılık üzerindeki etkilerini incelemiştir. H2.d hipotezine göre, Örgütsel Araçsallık alt boyutu için katsayı 1.362 ve p değeri 0.175 olarak hesaplanmıştır. p değeri 0.05'ten büyük olduğundan bu etki anlamlı bulunamamıştır. Bu durum, Örgütsel Araçsallık alt boyutunun duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını gösterir. Ayrıca, diğer alt boyutlar olan örgütsel dedikodunun varlığı, tanımı ve bireysel yararlarının da duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür. Bu sebeple, H2.a, H2.b, H2.c ve H2.d hipotezlerinin tamamı reddedilmiştir. Sonuç olarak, bu bulgular, örgütsel dedikodunun farklı alt boyutlarının duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını ortaya koymaktadır.

Tablo 5. 28 Hipotez Ret/Kabul Tablosu

Hipotez	Hipotez Tanımı	Katsayı (B)	t Değeri	p Değeri	Durum	Açıklama
H1	Örgütsel dedikodunun Örgütsel Yabancılaşma üzerinde etkisi vardır.	0.436	3.977	0.000	Kabul	Örgütsel dedikodunun örgütsel yabancılaşma üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.
H1.a	Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı, Güçsüzlük üzerinde etkili midir?	0.029	0.359	0.720	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H1.b	Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı, Anlamsızlık üzerinde etkili midir?	0.135	1.483	0.140	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H1.c	Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı, Öz Yabancılaşma üzerinde etkili midir?	0.135	1.855	0.065	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H1.d	Dedikodunun Tanımı, Güçsüzlük üzerinde etkili midir?	-0.011	-0.142	0.887	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H1.e	Dedikodunun Tanımı, Anlamsızlık üzerinde etkili midir?	0.182	2.036	0.043	Kabul	Anlamsızlık üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.
H1.f	Dedikodunun Tanımı, Öz Yabancılaşma üzerinde etkili midir?	0.189	2.640	0.009	Kabul	Öz Yabancılaşma üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.
H1.g	Dedikodunun Bireysel Yararları, Güçsüzlük üzerinde etkili midir?	0.158	1.781	0.076	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H1.h	Dedikodunun Bireysel Yararları, Anlamsızlık üzerinde etkili midir?	0.101	0.998	0.320	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.

H1.i	Dedikodunun Bireysel Yararları, Öz Yabancılaşma üzerinde etkili midir?	0.245	3.037	0.003	Kabul	Öz Yabancılaşma üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.
H1.j	Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı, Güçsüzlük üzerinde etkili midir?	0.281	3.688	0.000	Kabul	Güçsüzlük üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.
H1.k	Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı, Anlamsızlık üzerinde etkili midir?	-0.207	-2.384	0.018	Kabul	Anlamsızlık üzerinde negatif ve anlamlı etkisi vardır.
H1.l	Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı, Öz Yabancılaşma üzerinde etkili midir?	0.390	5.634	0.000	Kabul	Öz Yabancılaşma üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.
H2	Örgütsel Dedikodunun Duygusal Bağlılık üzerinde etkisi vardır.	0.072	0.903	0.368	Ret	Örgütsel dedikodunun duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H2.a	Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı, Duygusal Bağlılık üzerinde etkili midir?	-	0.797	0.426	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H2.b	Dedikodunun Tanımı, Duygusal Bağlılık üzerinde etkili midir?	-	0.237	0.813	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H2.c	Dedikodunun Bireysel Yararları, Duygusal Bağlılık üzerinde etkili midir?	-	0.401	0.689	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
H2.d	Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı, Duygusal Bağlılık üzerinde etkili midir?	-	1.362	0.175	Ret	Anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Örgütler, bireylerin belirli amaçlar doğrultusunda bir araya gelerek oluşturdukları dinamik yapılar olarak tanımlanabilir. Bu yapılar, işbirliği ve koordinasyon gerektiren çeşitli faaliyetleri içerir. Örgütsel iletişim, bu süreçlerin etkin bir şekilde yürütülmesi için hayati öneme sahiptir. Literatürde, örgütsel iletişimin açık, şeffaf ve iki yönlü olması gerektiği vurgulanmaktadır. Etkin iletişim, çalışanların örgüte olan güvenini ve bağlılığını artırır, yanlış anlamaları ve dedikoduyu azaltır.

Örgütsel dedikodu ve söylenti, iş ortamında sıkça karşılaşılan olgulardır. Dedikodu, genelde kişilerle ilgili kişisel bilgileri içerirken, söylenti daha çok olaylar veya durumlarla ilgili bilgi yaymaktadır. Dedikodunun örgütsel kültür üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu belirtilmektedir. Olumlu etkiler arasında çalışanlar içindeki sosyal bağların güçlendirilmesi ve işbirliğinin artması yer alırken, olumsuz etkiler arasında güvensizlik, moral düşüklüğü ve yabancılaşma sayılabilir. Dedikodu ve söylentiler, belirsizlik dönemlerinde ve bilgi eksikliğinde daha yaygın hale gelir.

Duygusal bağlılık, çalışanların örgüte olan aidiyet duygularını ve örgütle özdeşleşmelerini ifade eder. Duygusal bağlılığın yüksek olduğu örgütlerde çalışan memnuniyeti ve performansının arttığı, devamsızlık ve işten ayrılma oranlarının ise düştüğü görülmektedir. Duygusal bağlılık, çalışanların işlerine ve örgüte yönelik motivasyonlarını da artırır. Örgütsel yabancılaşma ise, çalışanların örgüte ve işlerine karşı olumsuz duygular beslemeleri ve kendilerini örgütten kopuk hissetmeleri durumudur. Yabancılaşmanın nedenleri arasında kötü yönetim, yetersiz iletişim ve düşük iş tatmini yer alır. Yüksek duygusal bağlılık, yabancılaşmayı azaltmada etkili bir faktördür. Literatürde ortaya konulan bu bulgular, örgütsel dedikodunun iş yerindeki sosyal dinamikler ve bireysel psikolojik süreçler üzerindeki etkisinin karmaşıklığını göstermektedir. Örgütsel dedikodunun, çalışanların duygusal bağlılıklarını nasıl etkilediği ve örgütsel yabancılaşma düzeylerini nasıl şekillendirdiği konusundaki farklı boyutları anlamak, örgütlerdeki rolünü daha iyi kavramayı mümkün kılmaktadır. Bu çerçevede, çalışmanın amacı doğrultusunda Batman Üniversitesi idari personeli üzerinde yapılan anket çalışması ile örgütsel dedikodunun duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma üzerindeki etkileri alt boyutlar düzeyinde analiz edilmiştir. Araştırmada, dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, tanımı, bireysel yararları ve örgütsel araçsallığı gibi alt boyutlarının, örgütsel yabancılaşmanın güçsüzlük, anlamsızlık ve öz-yabancılaşma

gibi alt boyutları ile duygusal bağlılık üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde incelenmeye çalışılmıştır.

1. Örgütsel Dedikodunun Örgütsel Yabancılaşma Üzerindeki Etkisi

Araştırma sonuçları, örgütsel dedikodunun örgütsel yabancılaşma üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu göstermiştir ($p = 0.000$). Bu bulgu, örgütsel dedikodunun çalışanların yabancılaşma düzeylerini artırabileceğini ortaya koymaktadır.

Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı Alt Boyutunun Yabancılaşma Alt Boyutlarına Etkisi

- Güçsüzlük: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.720$).
- Anlamsızlık: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.140$).
- Öz-Yabancılaşma: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.065$).

Bu sonuçlar, dedikodunun varlığı ve yaygınlığı algısının, örgütsel yabancılaşmanın alt boyutlarında doğrudan bir etki yaratmadığını göstermektedir.

Dedikodunun Tanımı Alt Boyutunun Yabancılaşma Alt Boyutlarına Etkisi

- Güçsüzlük: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.887$).
- Anlamsızlık: Pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur ($p = 0.043$).
- Öz-Yabancılaşma: Pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur ($p = 0.009$).

Dedikodunun tanımı boyutunun, anlamsızlık ve öz-yabancılaşma hissini artırdığı tespit edilmiştir. Bu durum, dedikodunun tanımlanma biçiminin çalışanlar üzerindeki psikolojik etkilerinin önemini vurgulamaktadır.

Dedikodunun Bireysel Yararları Alt Boyutunun Yabancılaşma Alt Boyutlarına Etkisi

- Güçsüzlük: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.076$).
- Anlamsızlık: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.320$).
- Öz-Yabancılaşma: Pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur ($p = 0.003$).

Bu bulgu, bireysel yararların, öz-yabancılaşma üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Çalışanlar, bireysel çıkar sağlama amacıyla dedikoduya katıldıklarında bu durumun; örgüt bireylerinde oluşan öz-yabancılaşma hissini arttırdığı söylenebilir.

Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı Alt Boyutunun Yabancılaşma Alt Boyutlarına Etkisi

- Güçsüzlük: Pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur ($p = 0.000$).
- Anlamsızlık: Negatif ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur ($p = 0.018$).
- Öz-Yabancılaşma: Pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur ($p = 0.000$).

Bu sonuçlar, örgütsel araçsallığın bazı boyutlarda çalışanların yabancılaşma algısını artırabileceğini, diğer boyutlarda ise anlamsızlık hissini azaltabileceğini göstermektedir.

2. Örgütsel Dedikodunun Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkisi

Araştırmada örgütsel dedikodunun duygusal bağlılık üzerinde genel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.368$).

Alt Boyutların Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkisi

- Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.426$).
- Dedikodunun Tanımı: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.813$).
- Dedikodunun Bireysel Yararları: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.689$).
- Dedikodunun Örgütsel Araçsallığı: Anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.175$).

Bu sonuçlar, dedikodunun alt boyutlarının duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir değişim yaratmadığını göstermektedir.

Dedikodunun varlığı, tanımı, bireysel yararları ve örgütsel araçsallık boyutlarının duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır ($p > 0.05$). Bu durum, dedikodunun duygusal bağlılık üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olmadığını ve çalışanların bu tür etkileşimlerden etkilenmediğini göstermektedir.

Araştırma bulguları, örgütsel dedikodunun örgütsel yabancılaşma üzerindeki etkilerinin, dedikodunun alt boyutlarına bağlı olarak değiştiğini ortaya koymuştur. Özellikle dedikodunun tanımı ve bireysel yararları, çalışanların anlamsızlık ve öz-yabancılaşma algısını artırırken, örgütsel araçsallık güçsüzlük algısını yükseltmiştir. Öte yandan, örgütsel dedikodunun duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır.

Araştırma sonuçlarına dayanarak, örgütsel dedikodunun etkilerini azaltmak ve çalışanların duygusal bağlılıklarını artırmak için çeşitli stratejiler önerilebilir. Bunlar:

Etkili İletişim Kanallarının Oluşturulması:

Dedikodunun yayılmasını engellemek için örgüt içi iletişim kanallarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Çalışanların bilgiye kolayca erişebilmesi ve resmi kanallardan bilgilendirilmesi, yanlış bilgilerin ve dedikoduların yayılmasını önleyebilir.

Düzenli toplantılar, haber bültenleri ve intranet sistemleri gibi araçlarla örgüt içi iletişimde şeffaflık artırılmalıdır.

Çalışan Katılımının Artırılması:

Çalışanların örgütsel karar alma süreçlerine dâhil edilmesi, onların kendilerini daha değerli hissetmelerini sağlar ve dedikodunun olumsuz etkilerini azaltabilir. Katılım, çalışanların örgüte olan bağlılıklarını da artıracaktır.

Eğitim ve Farkındalık Programları:

Dedikodunun olumsuz etkileri hakkında çalışanlara yönelik eğitim ve farkındalık programları düzenlenmelidir. Bu programlar, çalışanların dedikodu yerine doğrudan ve açık iletişimi tercih etmelerini teşvik edebilir.

Geri Bildirim Mekanizmalarının Kurulması:

Çalışanların yönetime geri bildirimde bulunabilecekleri ve sorunlarını dile getirebilecekleri mekanizmalar oluşturulmalıdır. Bu, alışanların yaşadığı sorunları dedikodu yoluyla zmek yerine resmi yollarla çözmelerine yardımcı olabilmektedir.

Sosyal Destek Sistemlerinin Glendirilmesi:

Çalışanlar arasında gcl sosyal bağlar ve destek sistemleri oluşturmak, dedikodunun yayılmasını engelleyebilir. Sosyal etkinlikler, takım çalışmaları ve mentorluk programları gibi uygulamalar bu bağları glendirebilir.

Liderlik ve Yönetim Yaklaşımlarının Geliştirilmesi:

Yöneticilerin açık ve dürüst bir iletişim tarzı benimsemeleri, çalışanlar arasında güveni artırabilir. Etkili liderlik, dedikodunun yayılmasını engellemede önemli bir rol oynar.

Çalışanların Psikolojik İyi Hallerinin Desteklenmesi:

Çalışanların iş memnuniyetlerini ve genel psikolojik iyi hallerini artırmak için çeşitli destek programları uygulanabilir. Bu, alışanların örgütsel yabancılaşma hislerini azaltabilir ve dedikodunun olumsuz etkilerini minimize edebilir.

Bu neriler, Batman niversitesi'ndeki idari personel üzerinde yapılan araştırmanın bulgularına dayanmaktadır ve örgütsel dedikodunun olumsuz etkilerini azaltarak çalışanların duygusal bağlılıklarını artırmayı hedeflemektedir. Elde edilen veriler, örgütlerin iletişim stratejilerini geliştirerek ve çalışan katılımını artırarak daha olumlu ve verimli bir çalışma ortamı yaratabileceklerini göstermektedir.

KAYNAKLAR

- Abaslı, K. (2018). *Örgütsel Dışlanma, İşe Yabancılaşma ve Örgütsel Sinizm İlişkisine Yönelik Öğretmen Görüşleri*. Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi
- Akduru, H. E., ve Semerciöz, F. (2017). Kamu Kurumlarında Örgütsel Dedikodu ve İşyeri Yalnızlığına Dair Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(13), 106-119.
- Akgün, R., (2021). *İş Özelliklerinin İş Yerinde Dedikoduya Yaklaşımındaki Rolü Sağlık Sektöründe Bir Araştırma*. Yüksek lisans Tezi. Trakya Üniversitesi.
- Akgül, R. (2020). *Öğretmenlerin Algısal Mobbing Düzeylerinin Örgütsel Sosyalleşme, Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Yalnızlık İle İlişkisi*. Yüksek lisans Tezi. Fırat Üniversitesi.
- AKYILDIZ, H. (1998). Bireysel ve Toplumsal Boyutlarıyla Yabancılaşma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 3(3).
- Alakaşlı, H. (2021). *Okullarda Örgütsel Dedikodu ile Bağlılık Arasındaki İlişkinin Öğretmen Görüşlerine Göre İncelenmesi*. Yüksek lisans Tezi. Siirt Üniversitesi.
- Alıç, M. (1995). Örgütler. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, *Eğitim Yönetimi Dergisi* 1(1). 1-40.
- Arslantaş, H. A. (2008). Örgüt kültürü. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*. 7(1), 172-176.
- Artaç, M. (2017). *Dedikodu ve Söylentinin İşletme Verimliliğine Etkisi Üzerine Mersin İlinde Hemşireler Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek lisans Tezi. Çağ Üniversitesi.
- Aydın, E. (2021). *Ortaokullarda Görev Yapan Yönetici ve Öğretmenlerin Örgütsel Dedikoduya Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi*. Yüksek lisans Tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Aydoğan, E. (2015). Marx ve Öncüllerinde Yabancılaşma Kavramı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (54), 273-281.
- Bayat, B. (2005). Örgüt İçerisindeki Rol ve İşlevleri Bakımından “Orta Kademe” Yöneticileri . *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 7(3). 1-13.
- Bektaş E., (2018). *Dikizleme Kültürü Perspektifinden Sanal Dedikodu*. Yüksek lisans Tezi. Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Boğan, E. (2018). *Algılanan Kurumsal Davranışsal Tutarlılık ve Duygusal Bağlılık İlişkisinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yapılan Yüklemelerin Aracılık Rolü*. Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Doktora Tezi. Sakarya Üniversitesi.

- Boz, H. (2016). *Yöneticilerin Yetenek Yönetimi Yetkinliklerinin İşten Ayrılma Niyeti İle İlişkisinde Duygusal Bağlılık, Çalışmaya Tutkunluk ve İş Tatmininin Aracılık Etkisi, Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*. Doktora Tezi. .Akdeniz Üniversitesi.
- Büber, F. D. (2019). *Birey-Örgüt Uyumu İle Örgütsel Yabancılaşma Arasındaki İlişkide Örgütsel Politikanın Düzenleyici Rolü*. Yüksek lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Chang, K. ve Kuo., C-C., (2021). Can Subordinates Benefit From Manager's Gossip?. *European Management Journal*, 39, 497-507.
- Çağalı, E., (2021). *Örgütsel Dedikodu ve Sinerjiye Yönelik Lise Öğretmenlerinin Görüşleri*. Yüksek lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Çalışır, G. ve Uncu, G.,(2017). *İnsana Dair Bir Özellik Olarak Dedikodu ve Kişilerarası İletişimdeki Yeri*. II. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Sempozyumu 1(1).
- Çetin, M. (2003). Örgüt Kuramları Perspektifinden Halkla İlişkilerin Gelişimi. *İletişim Dergisi*. 18. 31-58.
- Çiçek, B. ve Işık,. M. 2018, Örgütsel Dedikodu ve İntikam, 6. *Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı*, s. 520-534.
- Çöllü, E. F., & Summak, M. E. (2010). Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılığa Etkisi, Konya'da Bulunan Mali Müşavir Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*. 13(1-2), 273-288.
- Dağıstan, U. (2019). Klasik Örgüt Kuramlarının Genel Bir Değerlendirmesi. *Atlas Journal*, 5(21), 597-603.
- Danış, M.S. (2015). *Dedikodunun Sosyolojisi*. Yüksek lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi.
- Demir, B. (2019). *Toksik Liderlik Algısının Örgütsel Sessizlik, Duygusal Bağlılık İle Görev Performansı Arasındaki İlişki*. Doktora Tezi. Beykent Üniversitesi.
- Demir, C., ve Öztürk, U. C. (2013). Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1). 17-41.
- Demirdelen, Ş. (2019). *Örgüt Kültürü ve Çalışanların Örgüte Duygusal Bağlılıkları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Dinçel, G. (2012). *Kurumsal İtibar ile Örgütsel Kıvanç, Duygusal Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Bir araştırma*. Doktora Tezi. Kocaeli Üniversitesi.
- Ela, K. Ö. Z., ve Seçilmiş, C. (2021). Yabancılaşma ve Öncüllerinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 22(2), 727-748.

- Ekinci, N. (2019). Klasik, Neoklasik Teori, Sistem ve Durumsallık Yaklaşımları İle Bunların Karşılaştırılması ve Toplam Kalite Yönetimi İçerisindeki Yerlerinin Değerlendirilmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 16-38.
- Ekşioğlu, E. (2020). *Örgütsel Vatandaşlık ve Duygusal Bağlılık Konusunda Öğretmen Görüşleri Arasındaki İlişki Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa.
- Erbaş, K., ve Yeşiltaş, M. (2017). Presenteizm İle Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişki Seyahat Acentaları Üzerine Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1).121-135.
- Erdirençelebi, M., ve Ertürk, E. (2018). Çalışanların Örgütsel Yalnızlık Algısının İş Tatmini Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkileri. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 603-617.
- Erdirençelebi, M., Ertürk, E., ve Çini, M. A. (2020). Örgütsel Yalnızlık İle İşten Ayrılma Niyeti İlişkisinde Örgütsel Sessizliğin Aracılık Etkisi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 20(39). 32-52.
- Eroğlu, K. (2020). Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Yabancılaşma Arasındaki İlişkide İş Zenginleştirmenin Aracılık Etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(21). 323-355
- Ertekin, İ.(2017). Klasik Örgüt Kuramları. *In international congress of management Economy and Policy Proceeding Book* .150.
- Erten, H., (2019). *Dedikodu Olgusuna Psiko-Sosyolojik Bir Yaklaşım Van Merkez Toki Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Gholipour, A., F. Kozekanan, S., ve Zehtabi, M. (2011). Utilizing Gossip As A Strategy To Construct Organizational Reality. *Business Strategy Series*, 12(2), 56-62.
- Greenslade-Yeats, J., Cooper-Thomas, H., Corner, P. D., & Morrison, R. (2024). A Paradox-Constitutive Perspective of Organizational Gossip. *International Journal of Management Reviews*, 26(2), 187-210.
- Grosser, T., Kidwell, V., & Labianca, G. J. (2012). Hearing it Through the Grapevine, Positive and Negative Workplace Gossip. *Organizational Dynamics*, 41, 52-61.
- Güdelci, E. N. (2019). Batman İlinin Ekonomik Durumunun Genel Çerçeve Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(38), 1602-1610.
- Günsal, E. (2010). *Algılanan Örgütsel Adalet İle Örgütsel Yabancılaşma Arasındaki İlişki Ve Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi.
- Gürbüz, S., (2019). *Örgütsel Dedikodu ile İş Yeri Yalnızlığı Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi.Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Hafen, S., (2004). Organizational Gossip, A Revolving Door of Regulation and Resistance. *Southern Communication Journal*, 69(3), 223-240.
- Han, B., (2019). *İnformel İletişim Biçimi Olarak Okullarda Söylenti ve Dedikodunun Öğretmen Görüşlerine Göre İncelenmesi*. Doktora Tezi. Dicle Üniversitesi.
- Hekimoğlu, F., (2020). *Örgütlerde Dedikodu ve Söylentinin Örgütsel İletişim Açısından Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- İşcan, Ö. F., ve Timuroğlu, M. K. (2007). Örgüt Kültürünün İş Tatmini Üzerindeki Etkisi Ve Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 119-135.
- Karadana, B., (2022), *Kamuda Esnek Çalışmanın Örgütsel Yabancılaşma Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Karakaplan Özer, E. (2019). *Etkili Liderlik İle Duygusal Bağlılık İlişkisinde İşveren Markası Algısının Aracılık Etkisi ve Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnönü Üniversitesi.
- Kaya, U. ve Serçeoğlu, N. (2013). Duygu İşçilerinde İşe Yabancılaşma, Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. *Çalışma ve Toplum*, 1(36), 311-346.
- Kayaalp, E., (2019). *Öğretmenlerin Örgütsel Sessizlik, Örgütsel Yalnızlık ve Örgütsel Yabancılaşma Algılarının Örgütsel Sinizm Düzeyleriyle İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi.
- Kayasandık, A. E., ve Özgener, Ş. (2013). *İş-aile Çatışması ve Duygusal Bağlılık İlişkisinde Algılanan Örgütsel Adaletin Düzenleyici Rolü*. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Kayırgan, H. (2014). İş Hukukunda Sadakat Borcunun Genel Bir Değerlendirmesi. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*. 20(1). 459-478.
- Kim, K., & Kyong Lee, S. (2023). From Organizational Gossip to a Corporate Crisis, s.A Network Analysis of Anonymous Online Communication on the Blind Application. *International Journal of Business Communication*.
- Koçoğlu, İ. (2017). *Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüğünde Çalışan Personelin Duygusal Bağlılıkları Ve İçsel Motivasyon Seviyeleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek lisans Tezi. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi.
- Korkmazer, Ö. G. F., ve Ekingen, Ö. G. E. 2017, Örgütsel Yabancılaşma'nın İş Tatmini İle İlişkisi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama, *The Journal of Academic Social Science Studie*, s. 63 , ss. 459-470.
- Köroğlu, A. (2018). *Örgütsel Destek ve Hizmetkâr Liderliğin Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi Uygulamalı Bir Araştırma*. Yüksek lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Leblebici, D. N., Yıldız, H. H., ve Karasoy, A. (2009). Örgütsel Yaşamda Dedikodunun Algılanışı ve Araçsallığı. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 561-574.
- Mills, C., (2010). Experiencing Gossip, s.The Foundations for a Theory of Embedded Organizational Gossip. *Group & Organization Management*, 35(2), 213-240.
- Mottaz, C. J. (1981). Some Determinants Of Work Alienation. *Sociological Quarterly*, 22(4), 515-529.
- Öğütoğulları, E. ve Akpınar, T. (2016). İnsan Kaynakları Yönetiminin Kuramsal Gelişimi, Klasik, Neo-Klasik Ve Modern Örgüt Kuramları. *Karatahta İş Yazıları Dergisi*, (6).
- Özşarлак, P. (2016). *Örgütlerde Dedikodu ve Söylentilerin Ortaya Çıkış Nedenleri, İçerikleri ve Etkilerine İlişkin Çalışan Algularının Değerlendirilmesi Ve Bir Uygulama Örneği*. Yüksek lisans Tezi.Yaşar Üniversitesi
- Prestia, A. S. (2021). Informel Communication Coexisting With the Grapevine. *Nurse Leader*, 19(5), 489-492.
- Salihoglu, G. H. (2014). Örgütsel yabancılaşma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 1-20.
- Salik Ata, N. (2022). *Karanlık Liderlik Algısının Dedikodu ve Bilgi Uçurma Üzerindeki Etkisinde Nepotizmin Aracı Rolü*. Doktora Tezi. Kafkas Üniversitesi.
- Seçtim, H., ve Erkul, H. (2020). Yönetim Yaklaşımları Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme. *Management and Political Sciences Review*, 2(1), 18-50.
- Sevda, P., (2021). *Okullarda Örgütsel Dedikodu ile Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki*. Yüksek lisans Tezi. Siirt Üniversitesi.
- Solmaz, B. (2013). Söylentilerin Kurumsal İletişim Açısından Değerlendirilmesi ve Bir Uygulama Örneği . *Selçuk İletişim* , 3 (3) , 120-127 .
- Soyer, R. (2022). *Kamu Kurumlarında Dedikodu ve İşyeri Yalnızlığı Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek lisans Tezi. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.
- Şafak, H.F., (2021). *İlkokul ve Ortaokul Öğretmenlerinin Algularına Göre Örgütsel Dedikodunun Okul İklimi Üzerindeki Rolü*. Yüksek lisans Tezi. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi.
- Şimşek, M. Ş. , Çelik, A. , Akgemci, T. ve Fettahlıoğlu, T. (2006). Örgütlerde Yabancılaşmanın Yönetimi Araştırması . *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , (15) , 569-587 .
- Tanrıverdi, H., ve Kılıç, N. (2016). Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Yabancılaşma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1(1), 1-18.

- Teke, Ö. (2019). *Duygusal Denge ile Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişki Bir Meta Analiz Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi.
- Tekin, F. (2014). Peter L. Bergerin Yabancılaşma Anlayışı, Diyalektik Bilincin Kaybı., *Beytulhikme An International Journal of Philosophy*, 4(2), 30-46.
- Turgut, T., ve Kalafatoğlu, A. G. Y. (2016). İşe Yabancılaşma ve Örgütsel Adalet. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 18(1), 23-46.
- Uygur, S., 2021. *Kişilerarası İletişimde Dedikodu*, Yüksek Lisans. Marmara Üniversitesi.
- Uysaler, L. A. (2010). *Örgütsel Yabancılaşmanın Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Eğilimi İle Bağlantısı ve Yabancılaşma Yönetimi*. Yüksek Lisans Tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Üniversitesi.
- Yılmaz, S., ve Sarpkaya, P. (2009). Eğitim Örgütlerinde Yabancılaşma ve Yönetimi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 314-333.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). *Harper and Row*.
- Yanar, E. (2022). *Örgütsel Dedikodu ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki, Sağlık Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Bayburt Üniversitesi.
- Waddington, K. (2012). *Gossip and Organizations*. *Routledge Studies In Management, Organizations and Society*.
- Ye, Y., Zhu, H., Deng, X., ve Mu, Z., 2019. Negative Workplace Gossip and Service Outcomes: An Explanation From Social Identity theory. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 159-168

EKLER

EK-1 Anket

<p>Değerli Mesai Arkadaşlarım;</p> <p>Örgütsel dedikodu; iş yerinde yaygın olarak gerçekleşen sözlü iletişim biçimlerinden biri olarak tanımlanır. anket, Batman Üniversitesinde iş yerindeki örgütsel dedikodu algıları ile duygusal bağlılık ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Dr. Öğr. Üyesi Yavuz ELİTOK danışmanlığındaki ankete katılımınız, örgütsel dedikodunun iş yerindeki etkilerini anlamamızda ve çalışma sonuçlarımızın güvenilirliğini artırmamızda önemli bir adımdır. Verdiğiniz cevaplar gizlilik prensipleri çerçevesinde korunacak ve bilimsel araştırma amacıyla kullanılacaktır. Katılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.</p> <p style="text-align: right;">Serhat TAŞ</p>

KİŞİSEL BİLGİLER (Size uygun seçeneğin başındaki kutunun içerisine “X” işaretini koyunuz.)	
1. Cinsiyetiniz , () Kadın () Erkek	
2. Yaşınız , 18-24 () 25-44 () 45+ ()	
3. Medeni Durumunuz, s. Bekar () Evli ()	
4. Eğitim Durumunuz,.İlkokul () Ortaokul () Lise () Önlisans () Lisans () Lisansüstü ()	
5. Üniversitedeki çalışma yılınız	
2 Yılden Az () 2-10 Yıl () 11-20 Yıl () 21+ Yıl ()	

Aşağıda Örgütsel Dedikodu Ölçeğine İlişkin ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerle ilgili olarak katılım derecenizi lütfen belirtiniz.(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

	1	2	3	4	5
Herkesin bazen dedikodu yaptığını düşünüyorum.					
Herkes dedikodu yapar.					
İyi insanlar da dedikodu yapar					
İşyerinde dedikodu kaçınılmazdır.					
Dedikodu yaparım ama her konuda değil.					
Dedikodu bir iletişim biçimidir.					
Dedikodu sadece eleştirmektir					
Dedikodu iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşmasıdır.					
Dedikodu insanların psikolojik açıdan rahatlamalarına yardımcı olur.					

Dedikodudan uzaklaştıkça işyerinde olup bitenlerden uzak kaldığımı hissedirim.					
Dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında bilgi alırım.					
İşyerinde dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur.					
Yönetim kurlsuz işlerini dedikodu yoluyla örtbas eder					
Dedikodu yönetimin kurlsuz işlerini ortaya çıkarır.					
Yönetim dedikodu yoluyla kendisini başarılı kılmaya çalışır.					
Dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri de vardır					
İşyerinde dedikodu sadece yönetimin işine yarar.					
Bir kurumda, kuruluştta (veya örgütte) dedikodu gereklidir					
Makam arttıkça dedikodu artar.					

Bu bölümde “**örgütsel yabancılaşmaya**” yönelik çeşitli ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadelerle ilgili olarak katılım derecenizi lütfen belirtiniz.(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

	1	2	3	4	5
Günlük (rutin) görevlerimi yerine getirirken oldukça özgürüm.					
İşimde kendi değerlendirmemi yapma /kararımı verme fırsatına sahibim.					
Günlük (rutin) görevlerimi nasıl yerine getirdiğim konusunda kontrole sahip değilim					
Çoğu iş kararını, üslerime danışmadan alırım.					
İş faaliyetlerimle ilgili değişiklikler yapamam.					
İş yerindeki rolüm ile ilgili faaliyetlerimin büyük çoğunluğu başkaları tarafından belirleniyor.					
İş yerinde pozisyonum ile ilgili işlerde kararları ben alırım.					
İş yerindeki emeğim/çalışmalarım, kurumun başarılı işleyişine önemli bir katkı olabilmektedir.					
Görevimin neden önemli olduğunu sıklıkla sorgularım.					
İşim gerçekten önemli ve değerlidir.					
Çoğu zaman işimin gerçekte ne kadar önemli olduğunu merak ederim.					
Çoğu zaman işimin burada önemsiz olduğunu hissediyorum.					
Görevimin kurumun genel işleyişindeki yerinin farkındayım.					
Buradaki diğer çalışanların işleriyle kendi işimin nasıl uyumlu olduğunu farkındayım.					
Mesleğim bana bir başarı duygusu <u>hissettirmiyor</u> .					
İşimin en tatmin edici yönü maaşıdır.					
İşim bana kişisel tatmin duygusu sağlar.					
Yaptığım işte gerçek yeteneklerimi ve becerilerimi kullanma fırsatım çok az.					
Mesleğimin sağladığı kişisel tatmin yüksektir.					
Çoğu zaman işim rutin ve sıkıcıdır, yaratıcılık için çok az fırsat sunar.					

Mesleğim ilgi çekicidir ve gayret gerektirir.					
---	--	--	--	--	--

Bu bölümde “ duygusal bağlılık ölçeği ”ne yönelik çeşitli ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadelerle ilgili olarak katılım derecenizi lütfen belirtiniz. (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)					
	1	2	3	4	5
Kariyerimin kalan kısmını bu kurumda geçirirsem çok mutlu olurum.					
Çalıştığım bu kurumun problemlerini kendi problemim gibi hissediyorum.					
Bu kuruma karşı güçlü bir aidiyet <u>hissetmiyorum.</u>					
Bu kuruma duygusal bir bağlılık <u>hissetmiyorum.</u>					
Bu kurumunu ailemin bir parçası gibi hissediyorum.					



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Serhat TAŞ
Uyruğu : T.C.

EĞİTİM

Derece	Adı, İlçe, İl	Bitirme Yılı
Üniversite	: Sütçü İmam Üniversitesi	2012
Yüksek Lisans	: Sütçü İmam Üniversitesi	2016
Doktora	:	

İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görevi
2011-2012	Diyarbakır Valiliği	Büro Personeli
2012-2016	Siirt Üniversitesi	Sekreter
2016-Halen	Batman Üniversitesi	Şef

YABANCI DİLLER

İngilizce