

**T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI**

**DEDİKODU VE SÖYLENTİNİN İŞLETME VERİMLİLİĞİNE ETKİSİ
ÜZERİNE MERSİN İLİNDE HEMŞİRELER ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

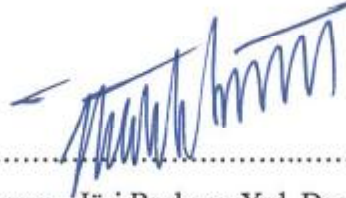
Melih ARTAÇ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

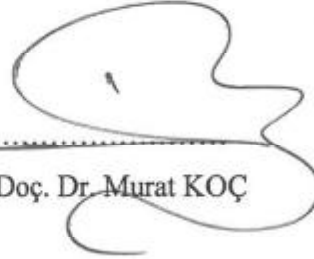
**TARSUS/MERSİN
HAZİRAN-2017**

T.C
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ' NE

20151024 numaralı öğrencimiz olan **Melih ARTAÇ** tarafından hazırlanan “**Dedikodu ve Söylentinin İşletme Verimliliği Üzerine Mersin İlinde Hemşireler Üzerine Bir Uygulama**” başlıklı bu tez çalışması jürilerimiz tarafından **oy birliği** ile **İşletme Yönetimi Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.



Üniv. İçi - Tez Danışmanı - Jüri Başkanı: Yrd. Doç. Dr. İbrahim İNAN



Üniv. İçi - Jüri Üyesi: Doç. Dr. Murat KOÇ



Üniv. Dışı - Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Hakkı ÇİFTÇİ
(Çukurova Üniversitesi)

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylıyorum.



Doç. Dr. Murat KOÇ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Adı – Soyadı: Melih ARTAÇ

Numarası: 20151024

Öğrencinin

Ana Bilim / Bilim Dalı: İşletme Yönetimi

Programı: Tezli Yüksek Lisans (x) Doktora ()

Tezin Adı: Dedikodu Ve Söylentinin İşletme Verimliliğine Etkisi Üzerine

Mersin İlinde Hemşireler Üzerine Bir Uygulama

Bu araştırmanın başlangıcından sonuçlanmasına kadar ki bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde hazırlanarak sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın başlangıcından itibaren bana yol gösterici olup, çalışmamın her safhasında bana sabırla rehberlik eden, yoğun iş temposuna ve çalışmalarına rağmen, tecrübelerinden ve bilgisinden her zaman yararlandığım, iletişim kurmaktan hiçbir zaman çekinmediğim arkadaş ve dost canlısı saygıdeğer hocam, danışmanım Yrd. Doç. Dr. İbrahim İNAN' a

Severek ve ilgiyle çalıştığım, araştırmanın her safhasında yeni bir şeyler öğrendiğim bu tez çalışma konusunu bana öneren ve güvenen, her zaman ilgiyle ve merakla takip ettiğim sayın hocam Doç. Dr. Murat KOÇ' a

Araştırmamın uygulanması için izin veren bütün hastanelere, özellikle çalışmamın hızlı seyri açısından özel bir çaba gösteren Mersin Kamu Hastaneleri Birliği Genel Sekreterliği Ar-Ge birimi çalışanı sayın Meral Özgül BAŞAR' a, çalışmamın uygulama bölümünde bana yardımcı ve destek olan yönetici hemşirelere ve yoğun çalışma tempolarına rağmen bana vakitlerini ayırıp çalışmalarına desteklerini esirgemeyen tüm hemşire arkadaşlarıma,

Eğitimine ve öğrenimine başladığım Yüksek Lisans boyunca benden desteklerini ve ilgilerini esirgemeyen yanımda hep varlıklarını hissettiğim dostlarıma ve özellikle aileme, annem Sultan ARTAÇ' a

Teşekkür Ederim...

20/06/2017
Melih ARTAÇ

ÖZET

DEDİKODU VE SÖYLENTİNİN İŞLETME VERİMLİLİĞİNE ETKİSİ ÜZERİNE MERSİN İLİNDE HEMŞİRELER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Melih ARTAÇ

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. İbrahim İNAN

Nisan 2017 Sayfa 125

Önemi ülkemizde yeterince anlaşılmamış olan dedikodu ve söylentiler, özellikle iş hayatında işletmeye ve kişilere büyük zararlar verebilmekte, kurumun imajının bozulmasına, çalışanlara karşı mobbing uygulanıp onların işten ayrılmalarına neden olabilmektedir.

Çalışma Mersin ili şehir merkezinde yer alan 6 hastane işletmesinde çalışan rastgele seçki yönetimi ile 346 hemşireye ulaşılarak anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, dedikodu ve söylentilerin insan hayatının sağlığı açısından çok fazla öneme sahip olan hastane işletmelerinin verimliliği ile ilişkisi incelenmiştir. Bu konuda farkındalık yaratmak ve dedikodu ile söylentilerin zararlı etkilerinin azaltılmasına yönelik atılacak adımlar hakkında tespitlerde bulunmak çalışmanın amaçlarındandır.

Çalışmanın 1. bölümünde iletişim ve iletişim kavramı, iletişimin süreci ve öğeleri, örgütlerde iletişim, dedikodu ve söylenti ile verimlilik kavramları yer alırken, 2. bölümde çalışmanın yöntemi ve bulguları açıklanmıştır. Son olarak 3. bölümde ise sonuç ve öneriler yer almaktadır.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre; çalışmaya katılan hemşirelerin büyük bir çoğunluğu dedikodu ve söylentileri yayan kişilerin “Kendini Beğenmiş-Takıntılı Özelliklere” sahip kişiler olduğunu ve dedikodu ve söylentilerin en çok “kuruma yönelik ” ve “kişisel” konular hakkında yapıldığını belirtmişlerdir. Sağlık çalışanlarının çalıştıkları kuruma göre işletme verimliliğine etki eden faktörlere verdikleri cevapların ortalama değerleri incelendiğinde özel hastanede çalışan bireylerin kamu hastanesinde çalışan bireylere göre daha fazla işletme verimliliğine önem verdikleri görülmektedir.

Araştırmaya göre dedikodu ve söylentiler ile işletme verimliliğini arasında güçlü bir negatif ilişki söz konusudur. Dedikodu ve söylentinin artması işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemekte ve dedikodu ile söylentiler çalışanların performanslarında negatif bir etki oluşturmaktadır yorumu yapılabilir.

Anahtar kelimeler: Dedikodu, söylenti, verimlilik, iletişim



ABSTRACT**NEGATIVE EFFECTS OF BAD RUMOURS AND GOSSIPING AT
CORPORATIONS IN CITY OF MERSIN ON NURSES****Melih ARTAÇ****Master Thesis, Department of Business Administration****Supervisor: Assist. Prof. Dr. İbrahim İNAN****April 2017 page 125**

Gossiping and bad rumour, which of theirs accounts are unperceived in our country, especially in a corporation in its business life, may result in sufferance of the business, its employees being exposed to mobbing, and corporation itself to have a tarnished image.

This study is done by using survey method and conducted within the reach of 346 nurses employed in 6 different hospitals in Mersin area who are randomly selected. In this study, it is investigated how bad rumours and gossiping affects the efficiency in hospital management where human life is a vital factor. One of this study's aim is to determining steps to take forward in order to raise awareness towards reducing drawbacks of bad rumours and gossiping.

Whilst in the first section of study, concept of communication and the communication itself takes a part, on the second part, findings and the method of the study is expounded. At the end, where third section takes part, suggestions and results are mentioned.

Regarding to the results obtained on the research, majority of the nurses attended the research claim that individuals who cause bad rumour and gossiping circulation are people with 'Self-righteous - Obsessive Characteristics' as well as bad rumours and gossips are committed 'against the institution' and about 'personal' matters. It is seen that staff in private hospitals attach more importance to work efficiency than the ones who work at state hospitals when average value of the answers given by medical staff are analysed regarding to the institution they are employed in.

With regards of the research, there is an intense negative effect of bad rumours in the institution. Increase in bad rumours and gossiping may cause the efficiency of the institution in a negative way as well as them leading to negative impact on the performance of employees.

Key words: Gossiping, bad rumours, efficiency, communication



İÇİNDEKİLER

KAPAK	i
TEZ İMZA SÜRKÜLERİ	ii
ETİK BEYANI	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
KISALTMALAR	xii
TABLOLAR LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Önemi	3
1.2. Çalışmanın Amacı.....	3
1.3. Problemin tanımı.....	3
1.4. Çalışmanın Kısıtları	3
1.5. İletişim ve İletişim Kavramı	4
1.5.1. İletişim Süreci ve Öğeleri	6
1.6. Örgütlerde İletişim	7
1.6.1. Örgütsel iletişim kavramı.....	8
1.6.2. Örgütsel İletişimin Amaçları	11
1.6.3. Örgütlerde İletişim Biçimleri.....	12
1.6.3.1. Biçimsel (Formal) İletişim.....	13
1.6.3.2. Biçimsel olmayan(İnformal) İletişim.....	21
1.7. Dedikodu Kavramı.....	24
1.7.1. Dedikodunun Özellikleri.....	32
1.7.2. Dedikodunun Oluşumu ve Nedenleri	33
1.7.3. Dedikodunun İşlevleri.....	36
1.7.4. Dedikoduların Sınıflandırılması	37
1.7.5. Dedikodudan Uzak Durma Yolları Ve Önlenmesi	38
1.8. Söylenti Kavramı	40

1.8.1. Kurumsal Söylentiler	43
1.8.2. Söylenti Çeşitleri.....	45
1.8.3. Söylentinin Oluşumu ve Nedenleri.....	46
1.8.4. Kurumsal Söylentinin Sonuçları.....	48
1.8.5. Söylentinin Önlenmesi.....	49
1.8.6. Söylenti ile Dedikodu Arasındaki Fark	51
1.9. Verimlilik Kavramı.....	52

İKİNCİ BÖLÜM

2. YÖNTEM VE BULGULAR	54
2.1. Araştırmanın Yöntemi	54
2.2. Evren ve Örneklem	54
2.3. Araştırmanın Veri Toplama Araçları.....	54
2.4. Araştırmanın Modeli.....	55
2.5. Verilerin Analizi	56
2.6. Araştırmanın Hipotezleri	56
2.7. Araştırmanın Geçerliliği	57
2.8. Araştırmanın Güvenirliği.....	57
2.9. Bulgular	60
2.9.1. Demografik Değişkenler (Bireysel ve Mesleki Özellikler) ile İlgili Frekans Dağılımları.....	60
2.9.2. Hemşirelerin Dedikodu ve Söylentilerle İlgili Görüşleri.....	65
2.9.3. İşletme Verimliliğini Ölçmeye Yönelik Olan Soruların Cevapları	67
2.9.4. Hipotezlerin Test Edilmesi	70

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	85
3.1. Sonuç	85
3.2. Öneriler	87
4. KAYNAKÇA	89
5. ÖZGEÇMİŞ	93

6. EKLER	94
6.1. Ek A: ANKET FORMU	94
6.2. Ek B: Tez Etik Kurul İzni	107
6.3. Ek C: Tez Anket İzin Yazısı.....	108



KISALTMALAR

Akt	: Aktaran
ANOVA	: Analysis Of Variance
SPSS	:Statistical Packageforthe Social Sciences
Sig.	: Significance
TDK	: Türk Dil Kurumu
v.b.	: Ve Benzeri
v.d.	: Ve Diğerleri



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Yukarıdan aşağıya iletişim şekilleri.....	17
Tablo 2.	Aşağıdan Yukarıya İletişim Biçimleri	18
Tablo 3.	Biçimsel Olmayan Grupları Oluşturan Etmenler.....	22
Tablo 4.	Dedikodu ve Söylenti Tutumu Ölçeğinin Tüm Boyutları (Tanılama+Nedenler+Etkilenme+Tepkiler) Bakımından Güvenilirlik Analizi.....	58
Tablo 5.	Tanılama Alt Boyutu Maddeleri için Güvenilirlik Analizi.....	59
Tablo 6.	Nedenler Alt Boyutu Maddeleri için Güvenilirlik Analizi	59
Tablo 7.	Etkilenme Alt Boyutu Maddeleri için Güvenilirlik Analizi	59
Tablo 8.	Tepkiler Alt Boyutu Maddeleri için Güvenilirlik Analizi	59
Tablo 9.	Verimlilik Ölçeği Maddeleri için Güvenilirlik Analizi	60
Tablo 10.	Cinsiyetiniz	60
Tablo 11.	Medeni Durumunuz	61
Tablo 12.	Eğitim Durumunuz.....	61
Tablo 13.	Yaşınız	61
Tablo 14.	Gelir Düzeyi.....	62
Tablo 15.	Çalıştığı Kurum.....	62
Tablo 16.	Çalıştığı Bölüm	62
Tablo 17.	Bölümdeki Görev	63
Tablo 18.	Bölümde Toplam Çalışma Süresi	63
Tablo 19.	Meslekte Toplam Çalışma Süresi	64
Tablo 20.	Çalışma Vardiyası.....	64
Tablo 21.	Dedikodu ve Söylentileri Yayan Kişilerin Kişilik Özellikleri.....	65
Tablo 22.	Hastanenizde dedikodu ve söylentiye en çok yapan çalışan grubu sizce hangisidir?.....	65
Tablo 23.	Kurumunuzda dedikodu ve söylenti en çok hangi konularda yapılmaktadır?.....	66
Tablo 24.	Kurumunuzda dedikodu ve söylentilerle karşılaşma sıklığınızı belirtiniz.	66
Tablo 25.	Şu anda almış olduğunuz ücretten biraz daha fazla ücretle başka bir işletmede çalışır mısınız?.....	67
Tablo 26.	Yaptığınız işe ve işletmeye ne ölçüde bağlısınız?	67

Tablo 27. İşinizde sizi memnun eden veya olmasını istediğiniz beklentilerinizden en az beşini işaretleyiniz.	68
Tablo 28. İşinizde sizi rahatsız eden ve düzeltilmesini istediğiniz hususlardan en az beşini işaretleyiniz.	69
Tablo 29. Güdülenme ve motivasyonda özendirici araçlar.....	69
Tablo 30. Kurum içi resmi iletişim kanallarının yetersiz oluşu dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.	72
Tablo 31. Kurum içi iletişim kanallarının yetersizliği ile İşletme Verimliliği arasındaki ilişki	73
Tablo 32. Dedikodu ve söylentilerden çok şey öğrenilebilir.	73
Tablo 33. Dedikodu ve söylentiler mutlaka bir gerçeğe dayanır.	74
Tablo 34. Yöneticiler dedikodu ve söylentileri bilgi sağlamada kullanır.	74
Tablo 35. Söylenti ve dedikodular bazen problem çözmede kullanılabilir.....	75
Tablo 36. İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kişileri harekete geçirerek doğru bilgiye ulaşmaya hızlandırır.	75
Tablo 37. Problem çözmede söylenti ve dedikodulardan yararlanılması ile işletme verimliliği arasındaki ilişki.....	76
Tablo 38. Dedikodu ve söylentiler bazen işten ayrılmalara neden olabilir.	76
Tablo 39. Dedikodu ve söylentilerin bazen işten ayrılmalara sebep olması ile işletme verimliliği arasındaki ilişki.....	77
Tablo 40. Söylenti ve dedikodular çalışanların moralinin bozulmasına neden olur.	77
Tablo 41. İş ortamındaki söylenti ve dedikodular çalışanlarda strese neden olur.....	78
Tablo 42. Dedikodu ve söylentiler çoğaldıkça çalışanların kuruma bağlılığı azalır.....	78
Tablo 43. Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde performansım azalma olur.....	79
Tablo 44. Meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu gruplarda dedikodu ve söylentilerle daha sık karşılaşılır.....	79
Tablo 45. Yönetimin çalışanlara eşit ve adil davranmaması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.	80
Tablo 46. İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kurumun imajına zarar verir.....	81
Tablo 47. Çalışanlarda kuruma aidiyet duygusunun gelişmemiş olması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.	81

Tablo 48. Yöneticilerin katı bir yönetim tarzını benimsemeleri dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.	82
Tablo 49. Motivasyon sistemlerinin yetersizliği dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.	83
Tablo 50. Kurumca desteklenen ve çalışanların birbirleriyle yakınlaşmasını sağlayacak sosyal aktivitelerin olmaması söylenti ve dedikoduların artmasına neden olur.	83



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. İletişim süreci	6
Şekil 2. Örgütsel iletişimin işlevleri (Chapeaux, 1996: 369).....	12
Şekil 3. Organizasyon şeması	20
Şekil 4. <i>Örgütsel buzdağı</i>	21
Şekil 5. Araştırma modeli	55



BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

Çalışmanın birinci bölümünde ilk olarak giriş, çalışmanın önemi, çalışmanın amacı, problemin tanımı ve çalışmanın kısıtları konularına yer verilmiş ve devamında iletişim, örgütlerde iletişim, dedikodu, söylenti ve verimlilik kavramlarıyla desteklenmiştir. Belirtilen bu bölümde genel olarak çalışmanın literatür kısmı yer almaktadır.

Örgütler resmi yapıları gereği ana hatları ile formal iletişim aracılığı ile yönetilirler. Formal iletişimde örgüt yapısı, örgütlenme süreci sırasında planlanarak, bilinçli bir şekilde kurulur. Örgüt üyeleri ve diğer ilgililerce resmi olarak tanınan biçimsel örgüt yapısı, mevkileri ve birimleri, bunların hiyerarşik düzeylerini, aralarındaki ilişki ve iletişim kanallarını yansıtır. Bu yapı içinde, her üyenin diğerlerinininkinden az-çok farklı biçimsel bir rolü ve statüsü vardır. Üyelerden rollerine uygun davranmaları beklenir. Bu durum, farklı rollerdeki kişilerin iletişimlerinin de farklılaşmasına neden olur. Biçimsel yapı, üyelerin davranışlarına yön ve biçim verir. (Gürgen, 1997, s. 63)

Formal iletişim, örgütün faydacı gereksinimlerini karşılarken, informal iletişim, iş görenlerin insani amaçlarla iletişim kurma gereksinimlerinin sonucunda gerçekleşir. Biçimsel olmayan iletişim sistemi, biçimsel örgüt üyeleri arasındaki biçimsel düzenlemelere bağlı olmayan iletişimi kapsar. Bu iletişim sistemi, örgüt üyeleri arasındaki kişisel yakınlık ve etkileşimler sonucunda ortaya çıkar. Örgütün iletişim sistemini formal iletişim sistemi tek başına karşılayamaz. Formal sistemin bu eksikliğini informal iletişim sistemi tamamlar. Formal yapı “olması gerekeni”, informal yapı ise “olanı” gösterir. Bu açıdan iki iletişim sistemi, örgütün iletişim sistemini tamamlayan birbirinin eksikliğini gideren bir işlev üstlenirler. (Gürgen, 1997, s. 77)

Solmaz’a göre söylenti; yeni durumlarla karşılaşılana ve baş edemeyen, yeni sorunları çözmeye gücü olmayan insanların savunma mekanizmalarıdır. Ancak insanların topluluk ruhunu koruyabilmesi için de hem geçerli hem de ortak bir çözüme sahip olmaları gerekir. Söylentinin yarattığı manipülasyon ise bu çözümü hazırlar. (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 21)

Kapferer'a göre söylenti; haberleri taşır, şöhretler yaratır veya yok eder, isyanları ve savaşları hızlandırır. Bununla birlikte, basın, sonra radyonun ve son olarak görsel-işitselin ortaya çıkışı, söylentiye ortadan kaldıramadı. Medyaya rağmen halk, bilgisinin bir kısmını kulaktan kulağa elde etmeyi sürdürüyor. (Kapferer, 1992, s. 11)

Dedikodu kavramı ise, bir kişinin yokluğunda onun hakkında konuşmak olarak tanımlanır. Teorik anlamda olumlu ya da olumsuz olabilir. Dedikodu terimi halk arasında genellikle yaygın olarak negatif anlamda kullanılır. (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 37)

İşletmelerde dedikodu ve söylentiler ile ilgili çalışmalar sınırlı sayıda var olmasına rağmen yönetim katında kesinlikle ihmal edilmemesi gereken bir olgudur. Özellikle yanlış bilgilendirmenin ve dikkat dağıtıcı iletişimin ölümcül hatalara yol açabileceği sağlık sektöründe geçerlidir. Sağlık sektörü yüksek stres altında çalışmayı gerektirir ve sadece sağlık hizmetini veren kişiler arasında açık ve doğru bir bilgi alışverişi olduğu takdirde başarıya ulaşır. Yüksek stresli bir çalışma ortamında hastane çalışanları arasındaki dedikodu da fazla olur. Dedikodunun bu denli yüksek olması günlük verilen sağlık hizmetini aksatırken özellikle hemşire gibi sağlık personeli üzerinde de derin bir etki bırakır. (Thomas ve Rozell, 2007, Akt., Eşkin, 2010)

Ülkemizde dedikodu ve söylentilerle ilgili önemli çalışmalar var olduğu gibi sayı bakımından bu çalışmalar oldukça azdır. Kapferer'da çalışmasında dedikodu ve söylentiler ile ilgili çalışmaların yeterli olmadığını belirtmiştir. Bunun yanında örgütsel hayatta dedikodu ve söylentilerin önemi, yaratacağı sonuçlar işletmeler tarafından yeterince bilinmemektedir. Bu çalışmada dedikodu ve söylentiler hakkında farkındalık yaratmak ve işletme verimliliğine olan etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmanın kapsamına insan hayatında önemli bir yere sahip olan hastaneler ve hastanelerde çalışan hemşireler alınmıştır. Çalışan hemşirelerden anket yöntemi yolu ile bilgi sağlanmaya çalışılmış, araştırmaya katkı sağlamaları amaçlanmıştır.

Bu çalışmada dedikodu ve söylentilerin, hastane işletmelerindeki varlığının ne sıklıkta olduğu, dedikodu ve söylentileri yayan kişilerin daha çok hangi meslek gruplarından meydana geldiğini, bu gruplardaki insanların kişilik özelliklerini ve dedikodu ile söylentilerin hangi konulardan meydana geldiğini tespit edilmeye yönelik bir çalışma yapılmıştır. Öte yandan dedikodu ve söylentilerin işletme verimliliğine hangi yönde etki ettiği, dedikodu ve söylentileri oluşturan etkenler ile dedikodu ve

söylentileri önlemeye yönelik atılacak adımlardan bazıları ele alınmaya çalışılmış bu konuda hipotezler üretilmeye çalışılmıştır.

1.1. Çalışmanın Önemi

Ülkemizde çalışma hayatında çokta üzerinde durulmadığı görülen dedikodu ve söylentilerin insan hayatında ve işletme ömründe etkiler bıraktığı söylenebilir. Bu etkilerin ise daha çok negatif yönde olduğu söylenebilir. Dedikodu ve söylentiler hakkında farkındalık yaratmak ve zararlı etkilerinin azaltılmasına yönelik atılacak adımlar hakkında verilen fikirlerden bahsetmek çalışmanın önemini daha da arttırmaktadır.

Ayrıca ülkemizde dedikodu ve söylentilerle ilgili yapılan çalışmaların sayıca az oluşu bu çalışmayı önemli kılan etkenlerdendir. Bundan sonra yapılacak çalışmalara da kaynak niteliğinde değerlendirilebilir.

1.2. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı dedikodu ve söylentilerin hastanelerde işletme verimliliği ile ilişkisini incelemektir. İnsan sağlığının korunması ve iyileştirilmesi konusunda oldukça büyük bir öneme sahip olan hastane işletmelerinde, çalışanlar arasında meydana gelen dedikodu ve söylentiler, çalışanların motivasyonunu da ve verimliliğinde düşüşe sebep olabilir. Bu yaşanan düşüş iş başındayken hastaların hayatını tehlikeye atacak kadar tehlikeli sonuçlar doğurabilir ya da işletmenin ömrünü etkileyebilir.

1.3. Problemin tanımı

Çalışmanın probleminden bahsedecek olursak, ilk olarak dedikodu ve söylentiler ile hastane işletme verimliliği arasında bir ilişki var mıdır? Var ise, dedikodu ve söylentilerin hastanelerde işletme verimliliğine olan etkisi ne yöndedir? Bu etkiler negatif yönde mi ya da pozitif yönde midir?

1.4. Çalışmanın Kısıtları

Araştırma, verilerin toplandığı Mersin ili şehir merkezinde bulunan ve tercih edilen hastaneler ve hastanelerde örnekleme oluşturan hemşireler ile sınırlıdır. Araştırma

anket çalışmasının yapıldığı tarihler arasında sınırlıdır. Veri toplama aracı olarak ise sadece anket formundan yararlanılmıştır.

1.5. İletişim ve İletişim Kavramı

İnsanlar yaşamları boyunca hayatlarını sürdürebilmek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için diğer insanlar ile iletişim kurmaya çalışmışlardır. İletişim insanoğlunun doğasında var olup insan hayatının vazgeçilmezlerdendir.

Çok farklı anlamlarda kullanılan iletişim kavramının tek ve geçerli bir tanımını yapmak oldukça güç olmakla birlikte iletişimi, iki kişinin duygu, düşünce ve bilgilerini paylaşarak birbirini anlaması ile ilgili bir süreç olarak tanımlayabiliriz. (Gürgen, 1997, s. 9) Kuşkusuz iletişim tek yönlü olmayıp çift yönlü bir etkileşimdir. Mesajı ileten kadar mesajı alan kişinin de süreçte etkin bir rol oynadığı unutulmamalıdır.

Latince ‘‘communis’’ sözcüğünden türetilen ve toplumsallaşma ve birliktelik anlamına gelen ‘‘communication’’ sözcüğünün karşılığı olarak kullanılan iletişim, hedef ile kaynak arasındaki beraberce kurulan anlam aktarma sürecidir. (Kıraç, 2012)

TDK’ na göre iletişim, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon anlamına gelir. (www.tdk.gov.tr)

İletişim, organize olma sürecini kuran kritik bir noktadır. (Scott ve Mitchell, 1976, Akt., Kıraç, 2012) Sosyal hayatın işlenmesi ve yapılarıdaki çarkların dönebilmesi için iletişim çok kritik bir noktada durmaktadır.

Geniş anlamda iletişim, toplumsal yapının temelini oluşturan bir sistem, örgütsel ve yönetsel yapının düzenli işleyişini sağlayan bir araç ve bireysel davranışları görüntüleyen ve etkileyen bir teknik olarak tanımlanabilir. (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1996, Akt., Yatkın, 2009)

John Fiske’ ye göre; iletişim herkesin bildiği ancak çok az kişinin doyurucu biçimde tanımlayabildiği bir insan etkinliğidir. İletişim yüz yüze konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir: listeye sonsuz sayıda ekleme yapılabilir. (Fiske, 1996)

İletişim gündelik yaşamımızda bize nesnelere, insanları tanımlar, işbölümü içinde değişik toplumsal roller yüklenmiş insanlara bu rolleri yerine getirirken, bu rol dağıtımından oluşan toplumun o tarih dönemindeki hayat tarzını öğretir, olumlatır,

yeniden üretimi için gereken değerlendirme biçimlerini aşılır. (Oskay, 1999, Akt., Yatkın, 2009)

İnsan ve diğer tüm sosyal sistemler için önemli olan iletişim, özellikle günümüzde her zamankinden daha büyük bir öneme sahiptir. Günümüzde iletişimin öneminin artmasının nedeni, iletişimin bugün bir güç kaynağı olan bilgi iletiminin temel aracı olmasıdır. Yaygın bir tanımlamayla “enformasyon çağı” olarak nitelendirilmektedir. Çağımızda adını veren bilginin bir değer olarak ortaya çıkması ve iletilmesi, iletişim sayesinde mümkün olabilmektedir. (Tutar vd., 2003, Akt., Yatkın, 2009)

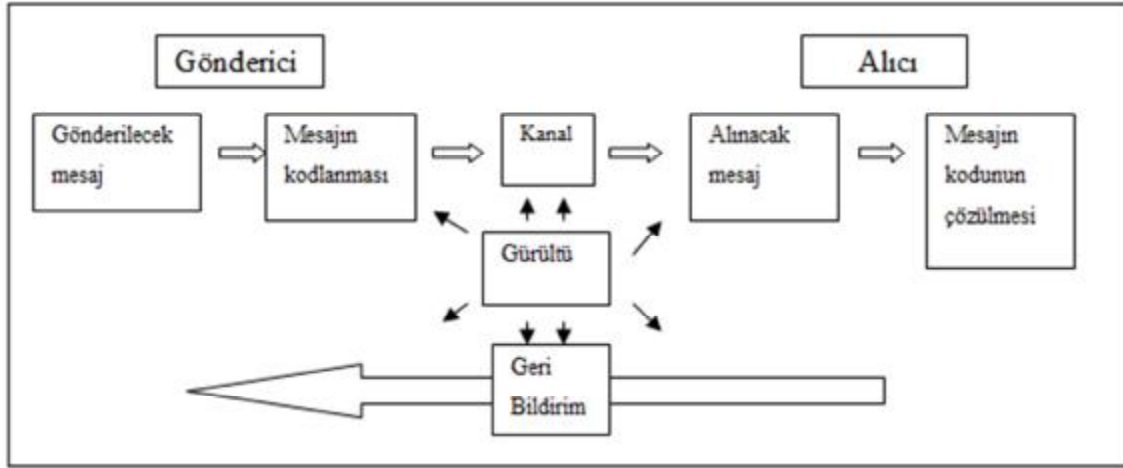
İletişim, insanları birbirine bağlayan ve onların sosyal bir grup halinde ve ahenkli bir şekilde çalışmalarını temin eden bir bağ olarak ifade edilmektedir. “Birey ile birey, birey-grup, birey-toplum, grup ile grup, grup-toplum ve toplumlar arasındaki düzenlenmiş yaşayış amaçları yönündeki karşılıklı ilişki, etkileşimi içermektedir. (Aşkun, 1989, Akt., Karaçor & Şahin, 2017)

Belli bir toplumda insanın kendisinden önce var olan kuralları öğrenmesi, değer ve inançları benimsemesi ve bunlara uygun olarak kendisine verilen rolleri oynaması diğer bir ifade ile toplumsallaşması, ancak iletişimle gerçekleşir. İnsanlar, başkalarıyla olabilmek, onları anlayabilmek, kendilerini anlatabilmek ve etkileyebilmek diğer bir ifade ile toplumsallaşabilmek için iletişim kurar. Bunun da ötesinde bireyler kendileriyle ve başkalarıyla iletişim kurarak kişiliklerini de tanımlama olanağı kazanırlar. (Gürgen, 1997, s. 9)

Bütün bunlara ek olarak insan kendini gerçekleştirebilmek için, koyduğu hedeflere ulaşabilmek ve diğer insanları etkileyebilmek için iletişim kurmak zorundadır. Kurulan doğru iletişim sayesinde insan diğer bireylerle birlikte bir araya gelerek gruplar, örgütler oluşturur ve bu yapılar ile beraber amaçlarına ulaşmaya gayret gösterir. Geçmiş çağlarda olduğu gibi insanlar iletişim sayesinde gruplar ve örgütler kurarak daha büyük bir yapıya bürünmüşler ve bu yapılar daha büyük amaçlara hizmet etmişlerdir. İşte bu yapıların devamlı olması ve sürekliliğini devam ettirebilmesi için iletişim önemli bir rol üstlenmektedir. Çünkü iletişim sayesinde kültürler kuşaktan kuşağa aktarılacak ve hayatta bulunulmaya devam edilecektir.

1.5.1. İletişim Süreci ve Öğeleri

İletişimin gerçekleşebilmesi için gönderici ve alıcı arasında iletilecek bir mesaja, amaca ihtiyaç duyulmaktadır. Gönderici mesajı kodlamakta (sembolik bir biçime dönüştürmekte) ve bu mesajı bir ortamdan (kanaldan) kodu çözen alıcıya göndermektedir. Sonuç, amacın bir bireyden diğerine aktarılmasıdır. (Robbins & Judge, 2015, s. 343)



Şekil 1. İletişim süreci

Kaynak: Robbins & Judge, 2015, s. 344

Şekilde iletişim sürecini gösterilmektedir. Gönderici, bir düşüncesini kodlayarak mesajı oluşturmaktadır. Mesaj, göndericinin kodlama süreci sonunda oluşturduğu mevcut fiziksel üründür. Konuşmalarımızda kullandığımız sözler mesajdır. Yazışmalarda kullandığımız yazılar mesajdır. Beden dilini kullanırken, kollarımızın hareketleri ve yüz ifadelerimiz birer mesajdır. Kanal, mesajın aktarıldığı ortamdır. Gönderici resmi veya resmi olmayan kanallardan hangisini kullanacağına kendisi karar vermektedir. Alıcı, mesajın doğrudan ulaştığı ve sembolleri anlaşılabilir biçime dönüştüren kişi ya da kişilerdir. Bu adım mesaj kodunun çözümlenmesidir. Gürültü ise mesajın anlaşılabilirliğini bozan, algısal problemler, bilgi yükü, semantik problemler veya kültürel farklılıklar gibi iletişim engelleri olarak nitelendirilmektedir. İletişim sürecindeki son öge geri bildirim döngüsüdür. Geri bildirim, mesajımızı başarılı bir biçimde iletip iletmediğimizi belirlememizi sağlayan kontrol sürecidir. Mesajı anlamlandırma sürecinin başarısını belirlemektedir. (Robbins & Judge, 2015, s. 344)

1.6. Örgütlerde İletişim

Örgüt, bilinçli bir biçimde koordine edilen, iki veya daha fazla kişiden oluşan, bir hedefe veya hedefler bütününe ulaşmak için nispeten sürekli bir temel çerçevesinde işleyen sosyal bir birim olarak tanımlanır. (Robbins & Judge, 2015, s. 5)

Örgüt toplumsal gereksinimlerin bir bölümünü karşılamak üzere önceden belirlenmiş amaçları gerçekleştirecek görev ve rolleri yapmak için güçlerin, eylemlerini eşgüdümleyen iş görenlerden oluşan toplumsal, açık bir sistemdir. (Gecikli, 2004, Akt., Yatkın, 2009)

Örgüt, iş ve görev bölümü yapılarak bir otorite ve sorumluluk hiyerarşisi içinde ortak ve açık bir amacın gerçekleştirilmesi için bir grup insanın faaliyetlerinin akılcı kurallara göre eşgüdümlenmesidir. (Tutar, 2009, Akt., Kıraç, 2012)

Örgüt bir işletmedeki işleri, mevkileri, çalışanları ve aralarındaki iletişim ve otorite ilişkilerini gösteren bir yapıdır, teknik ve sosyal faktörlerle ilgili bir düzenlemedir. (Koçel, 2001, Akt., Kıraç, 2012)

Örgüt özünde bir grup insanın belli bir amaç yolunda, güç birliği yapıp, bu birliğe gerektiğinde fiziksel araçları katıp, ilişkilerini yine belli bir yönetim temeline dayanarak düzenledikleri toplumsal sisteme verilen addır. (Aşkun, 2016)

Örgüt belirli amaçlar doğrultusunda bir araya gelmiş insanların gerekli diğer fiziksel öğelerle oluşturdukları yapıdır. (Gürgen, 1997, Akt., Atak, 2005)

Türkçe sözlük örgüt kavramını, ‘ortak bir amacı ya da eylemi gerçekleştirmek ereğiyle bir araya gelmiş kurumların ya da kişilerin oluşturduğu birlik’ olarak tanımlamaktadır. (Püsküllüoğlu, 1995, Akt., Gürgen 1997)

Genel olarak tanımlara baktığımızda hepsinin ortak bir noktaya dikkati çektiklerini görüyoruz. Burada bahsi geçen önemli nokta ise, kuşkusuz insandır. İnsanların örgütleri kurmalarındaki niyet ise aynı amaç etrafında toplanan insanları tek bir çatı altına almasıdır. Böylece iş bölümleri kurularak belirlenen hedeflere ulaşmak kuşkusuz tek kişinin gayretinden ve ulaşma ihtimalinden daha fazla, koordineli çalışılırsa daha kolay olacaktır.

Buradan örgütlere bankaları, belediyeleri, kamu binalarını, hastaneleri, okulları, iş kuruluşlarını, spor kulüplerini örnek olarak verebiliriz. Kuşkusuz bu sayılan örgütlerde. insanlar tek bir amaç için bir araya gelecekler ve kurulan örgüt içi sistemler doğrultusunda belirlenen hedeflere ulaşmaya gayret göstereceklerdir. Bunlara biçimsel örgüt adı verilmektedir.

Diğer yandan, aile, arkadaş grubu gibi diğer toplumsal birimleri de örgüt olarak adlandırabiliriz. Bu tür örgütlerde, üyeler arasındaki etkileşim, üyelerin birbirine karşı beslediği duygular, her üyenin rolü, faaliyet ve görevleri zamanla kendiliğinden oluşup gelişir. Toplumsal örgütler olarak adlandırdığımız bu örgüt oluşumlarında insanların davranışları, toplumsal kurallar aracılığıyla düzenlenir. Biçimsel örgütler ile toplumsal örgütler arasındaki en önemli farklılık, biçimsel örgütlerin açıkça belirlenmiş bir amaca yönelik olarak planlanmış olmasıdır. (Gürgen, 1997, s. 31)

1.6.1. Örgütsel iletişim kavramı

İnsanlar, örgütler ve kurumlar arasındaki etkileşim, iletişim sayesinde gerçekleşir. Organizasyonel anlamda iletişim ise, insan davranışlarını etkilemek için tasarlanan mesajlar, bu mesajları ileten kanallar ve mesajları alan alıcılar üzerine odaklanır. Örgütsel iletişim, örgütün iç ve dış çevresi ile olan iletişimidir. (Demirtaş, 2010)

20.yy ortalarına kadar iletişim konusu yönetim biçiminde çok da tartışılan ve önemsenen bir çalışma alanı değildi. Fakat evrensel kuramın yönetim bilimini etkilemesiyle birlikte, insanın merkeze alındığı yönetim anlayışı değer görmeye başlamış, bunun sonucunda da iletişim konusu yönetim literatüründe önemli bir noktaya gelmiştir. (Bakan ve Büyükbeş, 2004, Akt., Saylık, 2012)

Günümüzün belirsiz ve rekabetçi ortamında örgütler sadece örgüt içi işbirliği ve ortak görüş sağlama çabasında değildirler. Ayrıca çevreden aldıkları bilgilerle dış çevre şartlarına uyum sağlayabilme çabası içerisindedirler. İletişimin temel işlevinin uyumlaştırma ve eş güdüm olduğu düşünülürse, gerek örgüt içi uyum, ortak görüş ve koordinasyon sağlama, gerekse örgüt dışı adaptasyon ve bilgi giriş çıkışına yönelik faaliyetlerdeki başarı, etkin bir örgütsel iletişimde saklıdır. Bu bağlamda örgütlerde iletişimin öneminin giderek arttığı söylenebilir. (Karaçor & Şahin, Erişim: 2017) Burada örgütteki iletişimin önemine vurgu yaparken aynı zamanda örgüt içi ve örgüt dışı iletişimde ikisinin aynı önemle üzerinde durulması gerektiği öne çıkmaktadır.

Örgüt içerisinde bölümler arasında çekişmenin olması, çalışanların iletişim kopuklukları, örgüt içerisindeki uyumu ve koordinasyonu azaltıp örgütün amaçlarına ve işlerliliğine sekte vuracaktır. Aynı zamanda örgüt dışındaki gelişmelere ne kadar az uyum sağlanırsa ve bu gelişmeler takip edilmez ise örgütün çevresiyle arasında uçurum oluşmaya başlayacaktır. Burada yöneticilere büyük işler düşmektedir. Çünkü yöneticiler

gerek örgüt içinde gerekse örgüt dışında kuracakları etkili iletişim sistemleri ile örgütün mekanizmasına işlerlik kazandıracaktır.

Yöneticinin öncelikle örgüt içerisindeki rollerine bakacak olursak planlama, örgütlenme, liderlik etme ve denetleme fonksiyonlarını görmekteyiz. Planlama fonksiyonu, bir örgütün hedeflerinin tanımlanması, bu hedeflere ulaşılması için bütünlüklü bir stratejinin belirlenmesi ve örgüt içi faaliyetlerin birleştirilmesi (entegrasyonu) ile uyumlaştırılması (koordinasyonu) için kapsamlı planların yapılması faaliyetlerini içerir. Yapılan araştırmalara göre, yöneticiler başlangıç düzeyinden orta düzey yönetici konumuna yükseldikçe bu fonksiyonun ağırlığı artmaktadır. Yöneticiler bir örgütün yapısını tasarlamaktan sorumludur. Bu fonksiyonu ise örgütlenme olarak adlandırıyoruz. Örgütlenme fonksiyonu, hangi işlerin yapılacağı, bu işleri kimin yapacağı, işlerin nasıl gruplandırılacağı, kimin kime rapor vereceği ve kararların nasıl alınacağı gibi faaliyetleri içerir. Her örgüt insanlardan oluşur. Bu insanları yönlendirmek ve koordine etmek ise yönetimin işidir. Buna, liderlik fonksiyonu adını veriyoruz. Yöneticiler çalışanları motive ederken, çalışanların faaliyetlerini yönlendirirken, en etkili iletişim kanallarını seçerken veya örgüt üyeleri arasındaki çatışmaları çözmeye çalışırken hep liderlik fonksiyonunu yerine getirmektedirler. İşlerin olması gerektiği gibi yürümesini sağlamak için yönetimin kurumun performansını izlemesi ve kurum performansını daha önce belirlenmiş hedeflerle karşılaştırması gerekir. Hedeflerden önemli sapmalar söz konusuysa, kurumu yeniden rayına sokmak yönetimin işidir. Bu izleme, karşılaştırma ve olası düzeltme faaliyetlerinin hepsine birden denetleme fonksiyonu olarak adlandırıyoruz. (Robbins & Judge, 2015, s. 6)

Yöneticilerin aynı zamanda hem örgüt içerisinde hem örgüt dışarısında rolleri vardır. Bu rollere Mintzberg' in yönetici rolleri adı da verilmektedir. Bunlardan söz edecek olursak bireyler arası roller, bilgi sağlama rolleri ve karar verme rolleri olarak 3 ana başlık altında toplarız.

Bireyler arası roller, bütün yöneticilerden, yöneticiliğin doğası gereği resmi ve sembolik görevler üstlenmeleri beklenir. Söz gelimi, bir okul müdürünün mezuniyet gününde öğrencilere diplomaları verir veya bir fabrika şefi lise öğrencileri fabrikayı ziyaret ettiğinde fabrika turunda onlara eşlik eder. Kısacası, sembolik lider olarak da görev yapmak zorundadır bir yönetici. Ayrıca bütün yöneticiler liderlik rollerini de yerine getirirler. Çalışanların işe alımı, eğitimi, motive ve disipline edilmesi liderlik rolünün kapsamına girer. "Bireyler arası roller" başlığı altında sıralayabileceğimiz üçüncü rol ise yöneticiye bilgi sağlayan kişilerle iletişimi içeren irtibat rolüdür. Kendi

şirketi içerisinde, kalite kontrol müdüründen bilgi alan satış müdürünün şirket içi irtibatı sağlamak gibi bir rolü vardır. Aynı satış müdürü pazarlama sektöründeki herhangi bir birlik aracılığıyla diğer satış yöneticileriyle irtibata geçerse, bu durumda şirket dışı irtibat sağlama görevini üstlenmiş olur. (Robbins & Judge, 2015, s. 6)

Bilgi sağlama rolleri, bütün yöneticiler belli bir noktaya kadar içinde buldukları örgütlerin ve kurumların dışından, söz gelimi basın yayın organlarını (İnternet de dahil) tarayarak veya hedef kitlenin beğenilerinin değişip değişmediğini veya rakiplerin planlarını öğrenmek için diğer insanlarla görüşerek bilgi sağlarlar. Mintzberg bu role izleme adını verir. Yöneticiler ayrıca örgüt içindeki bireylere bilgi aktaran kişi rolünü de üstlenir. Bu da Mintzberg tarafından dağıtıcılık olarak adlandırılmıştır. Yöneticiler içinde buldukları kurumu dışarıda temsil ettiklerinde de konuşmacı rolünü üstlenirler. (Robbins & Judge, 2015, s. 6)

Karar verme modelleri, Mintzberg seçim yapmayı gerektiren dört rol tanımlamıştır. Yöneticiler girişimci rolünde örgütün performansını arttırmak için yeni projeleri başlatır ve izlerler. Sorun çözümleyici rolünde ise beklenmedik sorunları çözmek için eyleme geçerler. Kaynak dağıtıcı rolünde, insan kaynaklarından fiziksel ve mali kaynaklardan sorumlu olurlar. Son olarak, yöneticiler müzakerecilik rolünde meseleleri tartışır ve kendi birimlerinin avantajlarını korumak için diğer birimlerle pazarlık eder. (Robbins & Judge, 2015, s. 6, 7)

Bahsi geçen bütün bu bilgilerin her ne kadar sadece yöneticilerin rollerinden bahsediliyormuş gibi gözükse de aslında esas üzerinde durulması gereken nokta örgüt içerisinde ve örgütün çevresi ile sağlamış olduğu iletişim kanallarının önemidir.

Örgütsel iletişim örgütün can damarıdır. Zoga iletişim sistemini “bir örgütü, insan vücudunun sinir sistemi gibi saran bir yapıdır.” demiştir. (Sabuncuoğlu, 1974, Akt., Karaçor & Şahin, 2017) Gerçekten de, iş hayatında çeşitli kademelerdeki yöneticiler arasında yapılan bir araştırma, yöneticilerin zamanlarının %75 ile %95’ini iletişime ayırdıkları belirlenmiştir. (Koçel, 2003, Akt., Atak, 2005)

İletişim sayesinde örgütte çalışanlar kendilerinden neler beklendiğini, işlerini nasıl yapmaları gerektiğini ve üstlerinin ya da çalışanların kendileri hakkında neler düşündüklerini öğrenme olanağı bulmaktadırlar. Örgütsel yaşamda bilginin iletilmesi ve alınmasının yönetsel açıdan önemli bir rolü bulunduğu gibi, çalışanların olumlu tutumlar edinmesinde de etkili iletişim sürecinin rolü bulunmaktadır. Örgütsel iletişimin etkinliği, iş tatmini, motivasyon, örgütsel bağlılık gibi unsurlarla da çalışanların davranışlarında olumlu etki yaratmaktadır. (Kıraç, 2012) Ayrıca olası bir kriz

durumunda bilgi kanallarının açık tutulması, çalışanların gelişmelerden haberdar edilmesi ve sürekli sağlanan çift yönlü iletişim etkin bir kriz yönetiminde, örgüt içi iletişimin önemini ortaya çıkarmaktadır.

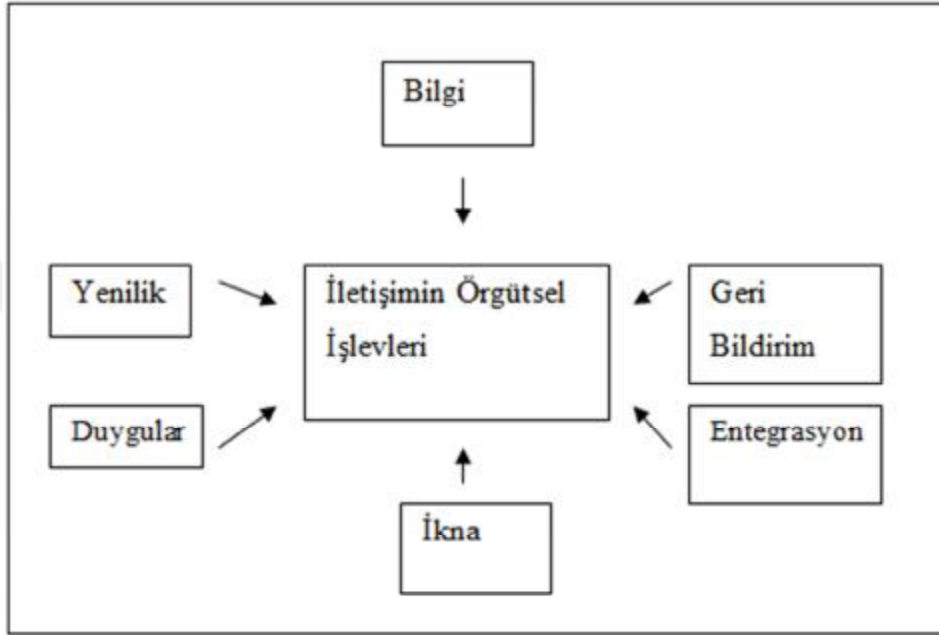
Kısaca ifade etmek gerekirse örgütlerde tüm yönetim fonksiyonlarının yerine getirilmesi iyi bir iletişim sisteminin varlığına bağlıdır. İyi bir iletişim sistemi olmayan örgütlerde planlamanın yapılması, faaliyetlerin yürütülmesi, gerekli koordinasyonun sağlanması mümkün değildir. İletişim sistemi olmayan bir örgüt kan dolaşımı bulunmayan bir insana benzer. Gerekli bilgilerin, gereken zamanda, gerekli kişiye taşınması ancak, örgütlerin adeta dolaşım sistemi olan iletişim sistemiyle mümkün olabilir. İyi bir iletişim sistemi olmayan örgütler yıkılır ve yok olur giderler. (Atak, 2005)

1.6.2. Örgütsel İletişimin Amaçları

İletişim bir amaca yönelik olarak gerçekleşir. Örgütsel iletişimde belirli amaçları gerçekleştirmek üzere yaşama geçirildiğini unutmamak gerekir. Örgütsel iletişimin amaçlarından bazılarını sıralarsak:

- Ø -Örgütsel politika ve kararların iş görenlere duyurulması ve anlatılması, örgütte dedikodu ve söylentilerin önünü keser ve örgüt-iş gören bütünleşmesini kolaylaştırır.
- Ø -Örgütün yıllık bütçesi, gelirleri, faaliyetleri ve projeleri, iş görenlere, sendikalara, hissedarlara, müşterilere, ilişkide bulunan çevrelere ve ilerde örgütte çalışma olabilecek potansiyel iş görenlere duyurulması örgütün tanınmasını ve örgüte güveni sağlar.
- Ø -Örgütlerin birleşmesi veya bir örgütün diğer örgütü kendi bünyesine katması durumunda, yanlış anlamaları, kıskançlıkları, tedirginlikleri önler.
- Ø -Örgütlerin yeni yönetim anlayışlarını veya getirmeyi düşündükleri teknolojilere iş görenlerin uyumunu sağlamaya yönelik bilgiler verilir.
- Ø -Örgütün iş görenlerine ilişkin örgüt yayınları aracılığıyla sürekli bilgi vererek, örgütte bir aile ortamının ve örgütsel bütünlük ve dayanışmanın yaratılmasında, dostluk, bağlılık ve sevgi ilişkilerinin geliştirilmesini sağlar.
- Ø -İş görenleri yakından ilgilendiren konulara ilişkin bilgilerin verilmesini sağlar. Bu şekilde iş görenlerin güdülenmeleri sağlanır.

- Ø -Örgütün faaliyet alanına ilişkin her türlü mevzuat, örgüt üyelerine duyurularak, bu konudaki olası hatalar önlenmeye çalışılır.
- Ø -Örgüte ilişkin bilgi düzeyleri yükseltilmiş iş görenler aracılığıyla örgütün toplumda tanıtılması kolaylaşır. Çünkü iyi bir tanıtımın ve halkla ilişkilerin, örgütsel bağlılıkları ve memnuniyeti gelişmiş iş görenlerle gerçekleştirilmektedir. (Gürgen, 1997, s. 37, 38)



Şekil 2. Örgütsel iletişimin işlevleri (Chapeaux, 1996: 369)

Kaynak: Kıracı, 2012

Şekilde 2' de görüldüğü gibi örgütsel iletişimle hedeflenen amaçlar gerçekleştiğinde çalışanların bilgi dolaşımı sayesinde güvenleri, duygusal bağlılıkları, örgüt bünyesine daha fazla katılımları, yeni bilgi üretilmesi gibi fonksiyonlar oluşacaktır. Bu işlevler sayesinde hem çalışan her birey iş ve özel hayatı yönünden tatmin olacaktır hem de örgüt amaçlarına ulaşmış olacaktır. (Kıracı, 2012)

1.6.3. Örgütlerde İletişim Biçimleri

Örgütlerde iletişim biçimleri, biçimsel(formal) iletişim ve biçimsel olmayan (informal) iletişim olmak üzere iki grupta ele alınmaktadır.

1.6.3.1. Biçimsel (Formal) İletişim

Biçimsel örgüt yapısı, örgütlenme süreci sırasında planlanarak, bilinçli bir şekilde kurulur. Örgüt üyeleri ve diğer ilgililerce resmi olarak tanınan biçimsel örgüt yapısı, mevkileri ve birimleri, bunların hiyerarşik düzeylerini(içerdikleri yetkiyi), aralarındaki ilişki ve iletişim kanallarını yansıtır. Bu yapı içinde, her üyenin diğerlerininkinden az-çok farklı biçimsel bir rolü ve statüsü vardır. Üyelerden rollerine uygun davranmaları beklenir. Bu durum, farklı rollerdeki kişilerin iletişimlerinin farklılaşmasına neden olur. (Gürgen, 1997, s. 63)

Resmi kurallar ve prosedürlere göre şekillenen formal ilişkilerde, hiyerarşik yapıya uygun olarak her çalışan kendi kademesinin/pozisyonunun altındaki ya da üstündeki çalışanla nasıl iletişim kuracağı önceden belirlenmiştir. Bu tip iletişimde gayri resmi iletişimlere yer yoktur. (Tutar ve Yılmaz, 2012, Akt., Saylık, 2012)

Biçimsel iletişime bağlı bir şekilde ast ve üstler arasındaki ilişki işlerlik kazanır. Örneğin resmi adlarla hitap etme şekilleri biçimsel iletişimde görülmektedir. “ ... Bey”, “ ... Hanım”, “Müdürüm”, “Amirim”, “Şefim”, “Efendim”, “Sayın Valim”, “Sayın Başkanım”, “Sayın Milletvekilim”, “Sayın Genel Başkanım”, “Sayın Genel Müdürüm”, “Sayın Savcım”, “Komutanım”, “Öğretmenim” gibi resmi olan ve bazıları makam bildiren adlarla iletişim sürdürülür. Yazışmalarda veya yüz yüze konuşmalarda hitap etmek gerekeceğinden bu resmi adlar kullanılmaktadır. “... Bey/Hanım” veya “Müdür Bey/Müdire Hanım” yerine, bölümünün müdürüne “Müdürüm” diye hitap eden bir çalışanın üstünü daha çok benimsediği ve daha olumlu izlenimlere sahip olduğu söylenebilir. Böyle bir iletişim sonucu iyi ilişkiler gelişebilecek ve örgütün olumlu iklimine bağlı olarak ast ve üst olarak bütün çalışanların örgütü daha fazla benimsemelerini sağlayacaktır. (Kıraç, 2012)

Biçimsel yapı, üyelerin davranışlarına yön ve biçim verir. Örgütlerde istikrar ve düzeni sağlar. Üyelerin davranışlarını önceden tahmin etmemizi sağlar. Böylece örgüt, belirli bireylere bağımlı olmaktan çıkarak “kurumsal” bir nitelik kazanır. Kişiler değişse de yapı aynı kaldığı ve geçerli olduğu sürece, insanların hangi davranışları niçin ve nasıl yapacakları az ya da çok tahmin edilebilir. Örgütün biçimsel yapısı, örgüt şeması olarak adlandırılan diyagramla gösterilir. Bu şema, biçimsel örgütün haritası gibidir. (Gürgen, 1997, s. 63, 64)

Resmi ya da formal organizasyonların ortaya çıkışı ve devlet yapılarının karmaşıklaşmaya başlamasıyla eş zamanlıdır denilebilir. Özellikle sanayileşme ile

beraber artan iş sahaları ve işin organize edilip baştan düzenlenmesi ile beraber insanların doğal çevrelerindeki birincil ilişkilerden öte farklı bir alanda olmaları gerekmiştir. İlk zamanlar geleneksel üretimin yapıldığı toplumsal alanda hakim olan ilişki şekli sanayileşme öncesi yine doğal olan usta-kalfa-çırak ilişkisidir. Bu da yine birincil çerçeve içerisinde salt rasyonel verim ve üretime değil yüz yüze yakın bağların etkisiyle yaşanmaktaydı. (Koray, 1987, Akt., Yılmaz, 2007) Sanayileşme ile ifade edilen bu ilişkisel süreç sadece üretim yapılan fabrikalar ve burada ortaya çıkan ilişkiler olarak algılanmamalıdır. Koray, bu konudaki gelişimi şöyle açıklamaktadır: Endüstri kesiminde başlayan örgütsel ilişkiler, bir yandan endüstrinin giderek genişleyip yaygınlaşmasıyla, öte yandan benzer örgütlenmelerin hizmetler ve kamu kesimlerinde de görülmesiyle tüm kesimleri kapsayacak bir kurumsallaşmaya gitmiştir. (Yılmaz, 2007)

Yüz yüze yaşamın tüm alanlarının birlikte yaşandığı, duyguların tüm yaşam alanına hakim olduğu, herkesin hemen hemen aynı şekilde yaşadığı, aynı şekilde hayatlarını kazandığı, aynı şekilde üretimde bulunduğu bir toplumsal yapıdan, ortaya çıkan sanayileşme ve karmaşıklaşan yaşam şekilleri beraberinde farklılaşmakta olan işkollarını, yeni meslekleri, uzmanlaşmayı beraberinde getirmiştir. Eski düzenin yerini işyerindeki uzman kişiler, kurallarla belirtilmiş hiyerarşik bir tabi oluş almıştır. (Yılmaz, 2007)

Bu döneme geçiş yapıldıktan sonra artık iş kurumlarında görevler daha net belirlenmiş, iş kolları daha detaylandırılmış ve örgüt içerisindeki kuralların üzerinde daha çok durulmaya başlanmıştır.

Örgütlerin, örgüt içi biçimsel iletişimde uyguladıkları kurallar arasında aşağıdakiler özel bir önem taşır: (Karatepe, 2005, Akt., Kıraç, 2012)

- Ø -Sürelili raporlar yazma zorunluluğu: Bir çalışan, faaliyetleri hakkında günlük, haftalık, aylık ve yıllık raporlar hazırlamakla yükümlü kılınabilir.
- Ø -İletişimde şekil ve kapsamın kısmen belirtilmesi: Yazışmaların genel düzeni ve kapsamı hakkında bazı kurallar konmuş olabilir.
- Ø -Kanalların, dağıtımın ve yazıyı gözden geçireceklerin belirtilmesi: Örgütler çoğu kez kimin kiminle yazışacağı ya da belirli yazışmalardan kimin haberdar edileceğini belirten kurallar koyarlar.
- Ø -Gelen yazıların elden geçirilmesi: Örgüt kuralları, gelen yazıları okumak ve örgüt içinde ilgili kimselere göndermekle görevli bazı birimler kurabilirler.

Formal iletişim diğer bir ifade ile biçimsel iletişim örgüt içerisindeki düzenin işleyebilmesi için örgütün iletişim kanalları bakımından temel kısmında yerini almıştır. Biçimsel iletişim örgütün disipline edilmesi ve yönetilmesi açısından oldukça önemlidir.

Ancak biçimsel iletişim soğuktur. Samimiyetten uzaktır. Çalışanların duygusal ihtiyaçlarına cevap vermez. Kişiyi iş yaşamının sıkıcılığına ve yalnızlaştırıcılığına itebilir.

Formal iletişim her ne kadar örgütte koordinasyonun sağlanması, işlerin gerektiği biçimde yapılması gibi durumlar için önemli olsa da tek başına yeterli değildir. Formel iletişim, resmi olduğu ve örgüt gerçeğini tam olarak yansıtmadığı için genelde ağır işler, esnek değildir ve etkinliği de örgüt üyelerinin kabulüne göre farklılaşır. Bu nedenle örgütlerdeki formal iletişim, informal iletişim tarafından desteklenmelidir. (Canlıer, 1997, Candan, 1999, Akt., Saylık, 2012)

Biçimsel iletişimi(formal); dikey(yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya), yatay, çapraz ve dışa dönük iletişim kanalları olmak üzere dörde ayırabiliriz.

Dikey iletişim; emir-komuta hattı boyunca, farklı hiyerarşik düzeylerdeki "ast" ve "üst"ler arasındaki mesaj akışını içerir. İşletmenin kendine özgü örgüt şemasında belirlenen hiyerarşik yapıda bu kanallar "yukarıdan aşağıya" ve "aşağıdan yukarıya" olmak üzere iki yönlü işler. (Milli Eğitim Bakanlığı, 2012)

Yukarıdan aşağıya doğru iletişim; örgütün yönetimi ve bunun için gerekli olan otoritenin gerçekleşmesi, yukarıdan aşağıya mesaj iletiminin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesine bağlıdır. Otoriteden kaynaklanan emir ve talimatlar aşağıya doğru gidildikçe genişleyen iletişim kanallarından geçerek iş görenlere iletilir. Ancak bu kanallar yalnızca bu tür mesajların iletilmesi için değil, aynı zamanda alt basamakta yer alan iş görenlere gereksinim duydukları konularda bilgi vermek için de kullanılır. (Gürgen, 1997, s. 67)

Emir ve talimatları alan iş görenler kendi içinde buldukları pozisyona göre kendisinden istenilen davranışlar doğrultusunda hareket edecek ve örgütün işlerliğine ivme kazandıracaktır. Yukarıdan aşağıya doğru iletişimde istenilen bilgilerin ve iletişimin zamanında sağlanmaması örgütün verimliliğine sekte vurabilecek ve zor koşulların altına itebilecektir. Bunlardan dolayı örgütü yöneten idarenin ve idarecilerin bu konunun üzerinde hassasiyetle durması gerekmektedir.

Bir başka tanıma göre ise; bir grup veya örgüt içinde bir kademedan daha alt bir kademeye doğru olan iletişim yukarıdan aşağıya doğru iletişim olarak

tanımlanmaktadır. Bu iletişim biçimi, grup liderleri ve yöneticiler tarafından çalışanlara amaçların bildirilmesi, iş talimatlarının sunulması, politika ve prosedürlerin açıklanması, dikkate alınması gereken problemlerin belirlenmesi ve performans konusunda geri bildirim sağlanmasında kullanılmaktadır. (Robbins & Judge, 2015, s. 344)

Robbins ve Judge'ye (2015: s.345) göre, yukarıdan aşağıya doğru iletişimde, yöneticilerin alınan bir kararın nedenlerini açıklamaları gerekmektedir. Yapılan bir araştırma, çalışanların, nedenleri tam olarak açıklanan değişimlere iki kat daha fazla bağlı olduklarını ortaya çıkarmıştır. Yine bu iletişimde bir başka problem onun tek yönlü yapısıdır. 2006 yılında yapılmış bir araştırmada, çalışanların üçte ikisi patronlarının kendilerine nadiren önerilerini sorduklarını ya da hiç sormadıklarını ortaya çıkarmıştır.

Örgütlerdeki çalışanlar işletmedeki yaptıkları işin karşılığı olarak maaşlarını almaktadırlar. Maddi yönden karşılığını almış çalışanlar, ücretlerini yeterli bulsalar da bulmasalar da ona ve onun pozisyonuna işletmenin uygun gördüğü bir ücreti almaya hak kazanmaktadırlar. Yalnız insanoğlu sadece maddi yönden tatmin olabilecek bir doğaya sahip değildir. Çalışanların aynı zamanda başarılı oldukları bir işte takdir edilme ve saygı görme istekleri vardır. Bunun yanında kendi pozisyonlarında veya bölümlerinde alınacak önemli bir kararda kendi fikirlerinin de önemsenmesini ve fikirlerine danışılmasını, alınacak kararlara katılımlarının sağlanmasını isterler. Kuşkusuz işletmesinde bu şartları sağlayan ve çalışanlarının fikirlerine ve emeklerine saygı gösteren kuruluşlar, çalışanları motive etme ve kuruma bağlılığını artırma konusunda rakiplerinin bir adım önünde yer alacaklardır.

Yukarıdan aşağıya doğru iletişim, çalışanların şu sorulara cevap verebilmesi içindir. (Çelebi, 1996, Akt.,Kurudayıoğlu & Deniz, 2001)

- Ø -Kuruluş hangi noktaya gelmek istemektedir?
- Ø -Çalıştığın bölümün hedefleri nelerdir?
- Ø -Senin bireysel hedeflerin nelerdir?
- Ø -Müşteriler senden ve kuruluştan ne istemektedir?
- Ø -Kuruluşunun bölümünün performansı ile bireysel performansın konusunda bilgin var mı?
- Ø -Kuruluşunun ve çalışanların elde ettiği başarılarından haberdar mısın?
- Ø -Kuruluş içi sosyal etkinliklerden haberin var mı?

Tablo 1. Yukarıdan aşağıya iletişim şekilleri

Yazılı	Sözlü
1.Emirler	Kişiye özel emirler
2.Mektuplar, E-posta	Açıklamalar, Konferanslar
3.Kurum Yayınları	Görüşmeler(İşe alınırken ve ayrılırken)
4.İlan tahtası	Telefonla görüşme
5.Posterler	Zil, Düdük vb.
6.Bildiriler	Gizli Bilgilendirmeler
7.El Kitabı	Sosyal ve Sendikal Uğraşlar
8.Yıllık Etkinlik Raporları	Toplantılar
9.Sendika Yayınları	Film ve Sinevizyonla açıklama

Kaynak: Kurudayıoğlu & Deniz, 2001

Yukarıdan aşağıya doğru iletişim şekilleri tablo 1’ de gösterildiği gibi gerçekleşir. (Boyacı, 1996, Akt., Kurudayıoğlu & Deniz, 2001)

Aşağıdan yukarıya doğru iletişim, çalışanlara verilen işler ve kendilerinden beklenen görevler yöneticiler tarafından takip edilir. Bunun sağlanması için yukarıya dönük iletişim kanalları kullanılmaktadır. Bu kanallar sayesinde işlerle ilgili rapor ve bilgiler üst organlara iletilir. (Güllüoğlu, 2011, Akt., Kıracı, 2012)

Gürgen’ e göre aşağıdan yukarıya doğru iletişim, iş görenlerin yöneticileriyle kurdukları iletişimi kapsar. Bu tür iletişimin temel amacı, yönetimi örgütsel çalışmalarla ilgili olarak bilgilileştirmektir. (1997, s. 67)

Aşağıdan yukarıya doğru iletişim, bir grup ya da örgütte, daha üst bir kademeye doğru gerçekleşen iletişimdir. Bu iletişim türü üst kademe yöneticilere geri bildirim sağlamak, onları amaçlara yönelik gelişmeler konusunda bilgilendirmek ve mevcut problemleri bildirmek için kullanılmaktadır. (Robbins & Judge, 2015, s. 345)

Aşağıdan yukarıya doğru iletişim kuşkusuz yukarıdan aşağıya doğru iletişim kadar önem taşımaktadır. Çünkü örgütte geri bildirim sağlanması ve verilecek raporların, bilgilerin zamanında yönetim kademelerine ulaşmaması, örgütün işlerliliğinde bazı önemli sorunların var olduğunu ve bunların kısa süre içerisinde çözümlenmesi gerektiğini haber vermektedir. Örgütte eğer aşağıdan yukarıya doğru iletişimin işleminde sıkıntılar var ise, örgütte biçimsel olmayan iletişim yaygınlık kazanacak, çalışanlar dedikodu ve söylentilerle vakit kaybedecektir. Çünkü yöneticiler

ile sağlıklı bir iletişim kuramayan çalışanlar derinlerini ve sıkıntılarını, iş ile ilgili konuları başka yollarla çözüm yoluna gidebileceklerdir. Bu da işletmeye verilmeye başlanan bir zarar olarak karşımıza çıkacaktır.

Aşağıdan yukarıya dönük iletişimin iş görenler açısından sağladığı en büyük yarar, onların temel kişisel gereksinimlerinin giderilmesini sağlamaktır. Ayrıca örgüt içinde fikirlerin sorulması, iş görenlerin morallerinin yükselmesine ve örgütü ve amaçlarını benimsemelerine yol açar. (Gürgen, 1997, s. 69)

Yukarıya doğru iletişimin gerçekleşmesi için kilit görev yönetimdedir. Bu yönde bir mesaj aktarımı dinleme yeteneği ve arzusu olan, insana saygı gösteren bir yönetim anlayışını gerektirir. Açıklanan fikirlerin dinlenmesi için yönetim ile çalışanların bir araya geldikleri ortamlar yaratılmalıdır. Aşağıdan yukarıya iletişim kanalıyla aşağıdaki bilgiler elde edilebilir; (Kurudayıoğlu & Deniz, 2001)

- Ø -Yönetim yaklaşımı
- Ø -Çalışma ortamı ve şartları
- Ø -Örgütün diğer kuruluşlara göre yeri
- Ø -İşin yapılması sırasında eksikliği hissedilen araç ve gereçler
- Ø -İşin daha iyi yapılabilmesi için öneriler

Aşağıdan yukarıya doğru iletişim değişik yollarla yapılmaktadır. (Boyacı, 1996, Akt., Kurudayıoğlu & Deniz, 2001)

Tablo 2. Aşağıdan Yukarıya İletişim Biçimleri

Yazılı	Sözlü
1.Raporlar	Telefon Görüşmeleri
2.Kişisel Mektuplar, E-Posta	Kişisel Görüşmeler
3.Değişik Sunumlar	Söyleşi ve Yüz yüze Rapor Etme
4.Teklif Sistemleri	Toplantılar
5.Anketler	Gizli Bilgiler
6.Sendika Yayınları	Sendika Temsilcileri ile Yapılan Görüşmeler
7.Kurum içi Yayınlar	Yemekli Toplantılar
8.Dilek ve İstek Kutuları	Birim içi Görüşmeler

Kaynak: Kurudayıoğlu & Deniz, 2001

Yatay iletişim; aynı hiyerarşik konumda bulunan yönetici veya fonksiyonel bölümler arasında(üretim, pazarlama, insan kaynakları, muhasebe, finansman, halkla ilişkiler gibi) ortaya çıkan sorunların çözülmesi, koordinasyonun sağlanması ve örgütsel işleyişin hızlandırılması gibi amaçlarla gerçekleşen iletişimdir. Karşılıklı güvene dayalı olan sorunları üst kademedekilere taşımadan ve resmi iletişimin zaman harcayan kurallarına takılmadan, yerinde, hızlı bir şekilde işleyen zaman kazandıran iletişim şeklidir. (Şimşek, 2010, Akt., Kıraç, 2012)

Yatay iletişim, dikey iletişime göre kuşkusuz zaman açısından daha olumlu etkiye sahip bir iletişim biçimidir. Günümüzde zamana karşı olan yarış, zamanı etkili ve verimli kullanma ve zamandan tasarruf sağlama düşüncesi gibi kavramlar giderek önemini ve geçerliliğini daha fazla arttırmaktadır. Bunun için, dikey iletişimde ast-üst ilişkisi dolayısı ile bilgilerin ve alınan kararların iletilmesi amacı taşıyan mesajların bildiriminde zaman kaybına uğranması, iletilmek istenen mesajların bozulmaya uğraması gibi etkenler yatay iletişimin değerini biraz daha arttırmış olmaktadır. Çünkü yatay iletişimde ast-üst ilişkisi temeline dayanmayan bir iletişim şekli yer almaktadır.

Katı, merkezi bir yönetim anlayışının her geçen gün biraz daha geçerliliğini yitirdiği günümüzün rekabetçi dünyasında, birimler arasında kurulan yatay iletişim, amaç ve işbirliğini sağlamada daha etkili ve verimli sonuçlar doğurmaktadır. Ancak yatay iletişimin sağlıklı bir şekilde yürüebilmesi için yönetim katının önemli ilkelerinden biri olan komuta birliğini bütünü ile sarsmamak için alınan kararlardan ve girilen eylemlerden üst düzeydeki yöneticilerin haberdar edilmesi gerektiğini unutmamak gerekir. (Gürgen, 1997, s. 74-75)

Yatay iletişimin en önemli rolü, aynı düzeyde çeşitli fonksiyonları yüklenmiş organları zaman zaman bir araya getirerek işletme için son derece gerekli bulunan eşgüdümün sağlanmasına yardımcı olmasıdır. (Milli Eğitim Bakanlığı, 2012) Farklı bölümlerin bir araya gelerek örgütün amaçları doğrultusunda çalışması ve çaba göstermesi, dayanışma ile ekip ruhunun ortaya çıkmasını da sağlayabilmektedir. Giderek sağlamlaşan ilişkiler, örgütte aile ortamının var olmasına sebep olabileceğinden örgütün verimliliğini de pozitif yönde etkileyebilecektir.

Çapraz iletişimde; farklı bölümler arasındaki iletişimden söz edilmektedir. Yalnız bu farklı bölümler arasındaki iletişimde ast-üst ilişkisinin de gözetildiği unutulmamalıdır. Örneğin, pazarlama müdürünün üretim şefinden bilgi alması ya da kendi bölümünden olmayan başka bir bölümün çalışanı ile iletişim içerisinde

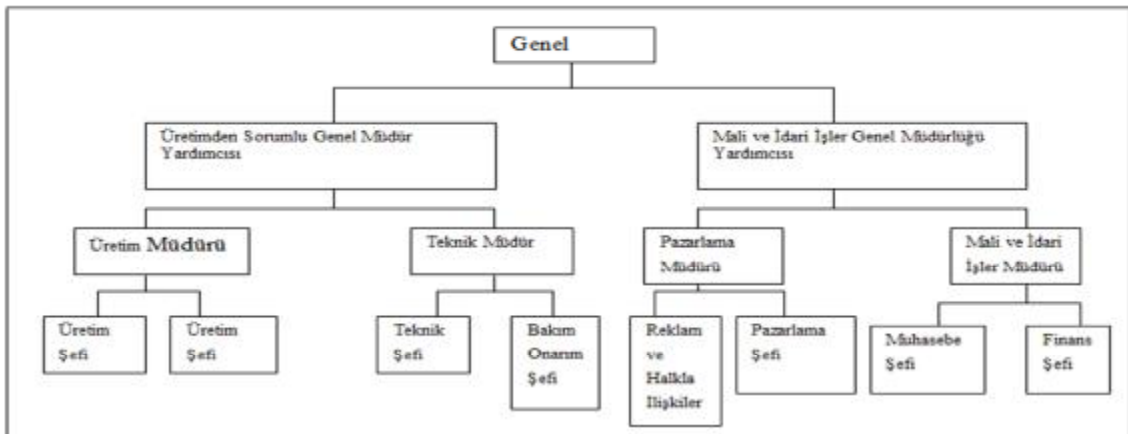
girmesinden söz edilmektedir. Buradaki amaç zaman tasarrufundan faydalanmak ve bundan istifade etmektir.

Çapraz iletişim büyük ve karmaşık örgütlerde bilgi alışverişi amacıyla kullanıldığında oldukça faydalıdır. Fakat yöneticilerin başka bölümlerdeki kişilere emir vermesi söz konusu olduğunda yetki karmaşası yaşanabilmektedir. (Güllüoğlu, 2011, Akt., Kıraç, 2012 s.48)

Dışa dönük iletişim kanalları; kuşkusuz, örgütlerin örgüt içi iletişimleri olduğu gibi örgüt, içerisinde bulunduğu çevresi ile de bir ilişkisi, iletişimi bulunmaktadır. Örgütler konum itibari ile buldukları çevreden sosyal anlamda, kültür anlamda ve ekonomik anlamda etkilenmektedirler. Bu etkilenme biçimi bazen karşılıklı bir etkileşim ile de cereyan etmektedir. Örgütler, varlıklarını sürdürebilmek, devam ettirebilmek ve uzun süreli hayatta kalmak için çevresi ile doğru bir iletişim biçimi kurmak zorundadır. Çevrenin ihtiyaçlarına, beklentilerine ve isteklerine cevap veremeyen ya da yeterli düzeyde cevap veremeyen örgütler, yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalacaklardır.

Bunun bilincinde olup, farkına varan örgütler, kendi örgüt içerisinde yapılanmaya giderek, bu konuyla ilgili bir bölüm oluşturmuşlardır. Genellikle örgütlerde örgütün çevresi ile iletişimi Halkla ilişkiler bölümü sağlamaktadır.

Örgütün dış çevresiyle, kendi iç örgüt yapısı arasında sürekli bir iletişim bulunmaktadır. Örgüte dışarıdan gelen bilgiler, örgütün karar alıcı organlarının yapıda programlarda ve davranışta sürekli düzenleme ve ayarlamaları yapmalarına olanak tanır. (Gürgen, 1997, s. 76) Cümleden anlaşılacağı üzere örgüt, çevresi ile ne kadar sağlıklı bir iletişim kurup bunu geliştirir ise, başarılı olma şansları o denli yüksek olmaktadır.



Şekil 3. Organizasyon şeması

Kaynak: Milli Eğitim Bakanlığı, 2012

1.6.3.2. Biçimsel olmayan(İnformal) İletişim

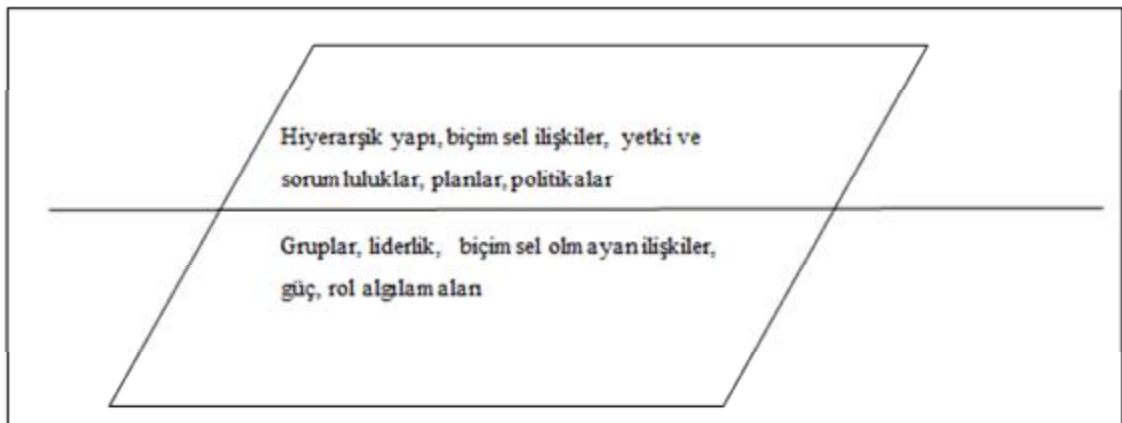
Biçimsel iletişimin diğer adı ile formal iletişimin, örgütün kuralları doğrultusunda oluştuğunu ve yönetimin belirlediği düzen içerisinde geliştiğini geçtiğimiz bölümlerde belirtmiştik. Biçimsel olmayan(informal) iletişim ise, tamamen kurallardan arındırılmış, örgüt içi üyeler tarafından doğal olarak ve kendiliğinden oluşan iletişim biçimidir. Biçimsel iletişimin katı ve soğuk ortamından sıyrılarak örgütte kendi yerini oluşturmuş bir iletişim biçimidir. Bu iletişim sisteminde çalışanlar kendi psikolojik ihtiyaçlarını gidermek ve sosyalleşebilmek için biçimsel olmayan iletişim kanallarına başvururlar.

İnformal iletişim, örgütsel hiyerarşi ve yetki durumunu göz ardı eden, farklı örgütsel kademelerde kurulan iletişimdir. (Tutar, 2009, Akt., Kıracı 2012, s.50) İnformal iletişimde ast-üst ilişkisi yoktur. Kurallara dayalı bir iletişimden bahsedilmez.

İnformal iletişim, yönetim veya yöneticilerin komuta ve kontrollerinin en az düzeyde gerçekleştiği ve daha çok işletmenin sosyal özelliklerini vurgulayan iletişim olarak ele alınmaktadır. (Fay, 2011, Akt., Barutçu & Haşiloğlu, 2010, s. 7-8)

Formal iletişim, bir örgütün iskelet sistemini oluşturuyorsa, informal iletişim örgütün merkezi sinir sistemini oluşturur. (Greemberg ve Barın, 1997, Akt., Bektaş & Erdem, 2015, s.125-139)

Biçimsel organizasyon ile biçimsel olmayan organizasyon birlikte bir buzdağı gibidir. Biçimsel organizasyonun ikili ilişkiler ve sorumluluklar buzdağının üst kısmına benzetilebilir. Ancak biçimsel olmayan iletişim, buzdağının görünmeyen kısmına benzetilir. Boyutları tam olarak belirlenemeyen, açıkça görülmesi zor olan bir iletişim sistemidir. (Zeytinoğlu, Erişim: 2017)



Şekil 4. Örgütsel buzdağı

Kaynak: Zeytinoğlu, Erişim: 2017

Bir örgütte sadece biçimsel iletişimden ya da sadece biçimsel olmayan iletişimden bahsedilemez. Çünkü biçimsel iletişimin olduğu yerde biçimsel olmayan iletişimin varlığından söz etmemek doğru olmaz. Ancak bir örgütte ağırlıklı olarak biçimsel olmayan iletişim yaygın ise, o örgütte işler yolunda gitmiyor demektir. Bu durum örgüte giderek zarar vermeye başlar. Bunun önüne geçilebilmesi için örgüt, biçimsel ve biçimsel olmayan iletişimi bir denge halinde tutmalı ve öyle yönetmelidir. Biçimsel olmayan iletişim biçimi, biçimsel iletişimi tamamlayıcı bir özelliğe sahiptir.

Örgütlerde informal iletişimin başlıca nedenleri;

- Ø -Örgütlerdeki ikilileşme ve gruplaşmalar
- Ø -Örgütteki iş görenlerin karakteristik özellikleri
- Ø -Örgütte meydana gelen büyük çaptaki değişiklikler
- Ø -Örgütte oluşan belirsizlik durumları
- Ø -Örgütlerde söylenenler ve yapılanlar arasındaki tutarsızlıktır. (Koçel, 2007, Akt., Bektaş & Erdem, 2015, s.125-139)

Başka bir kaynağa göre ise biçimsel olmayan iletişimin başlıca nedenlerinden bahsedecek olursak;

Tablo 3. Biçimsel Olmayan Grupları Oluşturan Etmenler

Gereksinimlerin doyurulması	Arkadaşlık, güvenlik, kendini geliştirme, grup üyesi olma
Fiziksel yakınlık ve etkileşim	Aynı adayı ya da çalışma araçlarını paylaşma, bir işin parçalarını yapma
Aynı amacı paylaşma	Öğrenme, yönetime yakın olma, yönetimi geliştirme
Benzerlik	Karakter veya zevkler, inançlar, din, dil, yetenek, aynı yöreden olma

Kaynak: Zeytinoğlu, Erişim: 2017

Tabloda yer alan maddeler üzerinden gidecek olursak; arkadaşlık ilişkileri, kendini geliştirme ve grup üyesi olma ihtiyacı ile aynı çalışma ortamında bulunma, aynı amacı paylaşma ve benzer karakterlere sahip olma, aynı inanca sahip olma gibi

özellikler biçimsel olmayan iletişimi başlatan ve geliştiren özellikler arasında yer almaktadır. Bu iletişim sisteminde daha önce belirttiğimiz gibi ast-üst ilişkisi yoktur. Bir müdür ile normal statüye sahip olan çalışan arasında samimi bir ilişki kurulabilir.

Örgütler için asıl önemli olan nokta ise, biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim biçimlerinin örgütte dengeli ve birbirini tamamlayıcı şekilde idare edilmesi ve yönetilmesidir. Çünkü örgütler informal ilişkilerin ne kadar önüne geçmeye çalışırsa çalışanlar böyle bir mücadeleyi başaramayacakları yüksek ihtimal olacaktır. Biçimsel olmayan iletişimi suya benzetirsek, suyun akmasını ne kadar engellemeye çalışsak da önüne engeller koysak da su elbet akacak bir yol, bir delik bulacaktır.

İnformal iletişimin örgüt için yararları, kişiler informal iletişim sayesinde iş ortamının sıkıcılığında ve çalışma rutininden kurtularak sosyalleşir ve işteki arkadaşları ile diyalog kurma imkanı bulur. İşyerinde kendini yalnız hissetmekten uzaklaşarak kuruma aidiyet duygusu besleyerek kendini güvende hisseder. Kuşkusuz iş ortamında kurulan sağlam sosyal ilişkiler çalışanların verimli çalışmasına yardımcı olur. Bu durum kurumda olumlu yansyarak, işletme verimliliğini olumlu yönde etkiler. İş görenlerin sabahları çalışmak istemedikleri bir iş ortamının önüne geçmiş olur.

Kurumlarda işbirliğinin, ekip çalışmasının ve sosyal ilişkilerin gelişmesini ve böylelikle bireyde psikolojiyle tatmin sağlar. İyi yönetildiğinde yöneticiler için etkili bir yönetim aracı olmayı, biçimsel ilişkileri tamamlayıcı bir rol oynamasını sağlar. (Tutar, 2009, Akt., Saylık, 2012, s. 36)

İnformal iletişim, örgüt üyelerinin moralinin yükselmesi ve örgütte birlik ruhunun gelişmesini sağlar. (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008, Akt., Saylık, 2012)

İnformal iletişim örgütün çevresindeki değişiklikleri örgüte zamanında haber vererek, örgütün bu değişikliklere karşı önlem almasını ve içyapısında değişiklikler yapmasını sağlar. Örgütlerde bazı önemli kararların zamanında alınmasına yardımcı olur. (Gürgen, 1997, s. 80) Ayrıca biçimsel olmayan iletişim biçimsel iletişime göre, daha hızlı ve daha aktif çalışmaktadır. Alt kademelerdeki sorun ve şikayetler üst yönetime ve üst kademelere daha hızlı bir şekilde iletilebilir.

Biçimsel olmayan iletişimin zararları da bulunmaktadır. Eğer biçimsel olmayan iletişim örgüt tarafından iyi yönetilemez ise, örgüt için zararları öngörülemez boyutlara kadar ulaşabilir. Örgütte meydana gelebilecek dedikodu ve söylentiler işletme verimliliğini negatif yönde etkileyip örgütü zarara uğratabilir. Çalışanlar arasındaki sorunlar ve uyuşmazlıklar örgütün işlerliğine sekte vurup üretimi olumsuz yönde etkileyebilir. Örgüt içerisindeki sorun ve problemler dışarıya da yansyarak kurumun

imajını derinden sarsabilir. Kurumun varlığını tehlikeye atacak kadar problemlere yol açabilir. Biçimsel olmayan iletişimin önemi ve verebileceği zararın boyutları mutlaka örgüt yönetimi tarafından farkında olunması gereken önemli detaylardandır.

İnformal iletişim kanallarının yaygın olduğu grupların, yönetimin aldığı kararların birçoğuna karşı direniş ve tepki göstermelerini engellemek için alınacak önlemleri şu şekilde açıklayabiliriz: (Gürgen, 1997, s. 79)

- Ø -Sözlü ve yazılı iletişim de had birliği sağlanmalıdır.
- Ø -Merkezi olmayan bir yönetim biçimi uygulanmalıdır.
- Ø -İletişim sistemini sekteye uğratabilecek insanlar önemli yerlere getirilmemelidir.
- Ø -Örgütte kadro fazlalığı var ise, bu fazlalık azaltılmalıdır.

Görüldüğü gibi biçimsel olmayan iletişimin avantajları kadar dezavantajları da bulunmakta, eğer akılcı bir yönetim tarzı benimsenmez ise örgüte daha çok zarar verici bir konumda bulunmaktadır. Bunun önlenmesi konusunda ise örgütler çeşitli politikalar uygulamalı ve biçimsel iletişim sistemi ile biçimsel olmayan iletişim sistemini koordineli bir şekilde örgüt sistemine adapte etmelidir.

Biçimsel olmayan iletişim diğer ifade şekli ile informal iletişim denilince akla genel olarak gelen, ele alınan kavramlar dedikodu ve söylentilerdir. Araştırmamızın bundan sonraki safhalarında temel olarak dedikodu ve söylenti kavramları üzerinde durulacaktır.

1.7. Dedikodu Kavramı

BBC Türkçe'nin internet sitesinde yayınladığı habere göre dedikodu ateşin bulunması ile ortaya çıkmıştır. Bu teorinin nedeni ise, öğlen avcılık toplayıcılık yapan ve gündüzleri daha aktif olarak çalışan kabile üyeleri, vakit akşam olduğunda karanlık çöktüğünde genelde uyuyorlardı. Ateşin bulunması ile beraber akşamları ateş yakıp, ateşin etrafında toplanan üyeler birbirlerine hikayeler anlatıyor ve başkalarının hakkında konuşuyorlardı. (Hogenboom, 2015) Eski çağlardan beri dedikodu aslında hayatımızın bir parçası halinde var olmakta ve o zamanlardan bu zamanlara kadar varlığını devam ettirerek, geliştirerek günümüze kadar ulaşmıştır.

Sabah gazetesindeki yer alan habere göre ise, en eski iletişim yöntemi olarak değerlendirilen söylenti ve dedikodu tarihinin düşünülenin aksine insanoğlunun

konusmasıyla yaşıt, hatta daha da eski olduğu bilinmektedir. Çünkü insanların dedikodu yapmak için kelimelerden öte beden dili unsurlarını da kullanabileceği düşünülebilir. (Gönen, Ünal Öztürk, & Efiltili, 2008, s. 143)

Dedikodunun tarihsel sürecine baktığımızda aslında yeni bir kavram olmadığı, insanlık tarihi kadar eski olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü dedikodu yazının icat edildiği zamandan önce dahi var olmaktadır. İnsanlar birbirleri hakkında haberleri, olayları dedikodu ve söylentiler sayesinde haber alıyor, bu kanallar vasıtasıyla öğreniyorlardı. Kimin nereli olduğu, nereden geldiği, kaç kişi oldukları ve daha birçok bilgi, dedikodu ve söylenti sayesinde kulaktan kulağa, dilden dile dolaşıyordu.

Türk Dil Kurumu'ndaki yer alan tanıma göre dedikodu, başkalarını çekiştirmek ve kınamak üzere yapılan konuşma, kov, gıybet olarak tanımlanmaktadır. (www.tdk.gov.tr) İngilizce karşılığı "gossip" olan kavramın etimolojik kökeni çok ilginçtir. Vaftiz edilen ile vaftiz babası arasındaki ruhsal yakınlığı ifade etmektedir. Ancak bugün İngilizce kullanımda da söz konusu anlamından eser kalmamış, olumsuz biçimde kullanılır hale gelmiştir. (Leblebici, Yıldız, & Karasoy, Erişim : 2017, s. 562)

Kişinin arkasından hoşlanmayacağı bir takım sözler söylemek, bulunmadığı bir yerde onun hakkında maddi ve manevi bir şekilde çekiştirmesine yapmak da gıybet olarak değerlendirilmiştir. (Gürler, 2004) Burada dedikodu ve gıybet kavramlarının tanımlarını iyi yapmak gereklidir. Çünkü dedikodu kavramı, olumlu veya olumsuz yönde olabilirken, gıybet kavramı olumsuz anlamda kullanılmaktadır.

Jaeger ve arkadaşları (1998), Schein (1994) gibi yazarlar dedikoduyu boş sohbet, çene çalmak, şom ağızlık etmek ya da kötü söz olarak ifade etmişlerdir. (Bektaş & Erdem, 2015, s. 131)

Oxford sözlüğü dedikoduyu, bireyler veya sosyal olaylar hakkında yapılan informal sohbet, gelişigüzel ve özgürce yapılan konuşma olarak tanımlamaktadır. (Akdoğan, Mirap, & Cingöz, 2009, s. 17)

Dedikodu iki kişinin, ortamda bulunmayan üçüncü kişi hakkındaki konuşmalarıdır. Dedikodu genellikle içinde bulunulmak istenmeyen ama bir şekilde dahil olunan, kimsenin doğru bulmadığı informal iletişim biçimlerindedir. Aslında ikilem tam da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Çünkü insanlar kendileri hakkında bir dedikodu duyduklarında genellikle hayal kırıklığına uğrayıp bundan üzüntü duyarlar. Ama arkadaş ortamlarında gerçekleştirilen ve başkaları hakkında yapılan dedikodular kişiye genellikle keyif vermektedir. Bunun nedeni, ortamda bulunmayan şahıs hakkında yapılan dedikodularda, dedikodusu yapılan kişiye ait olan, daha önce duyulmamış ya da

kendisinin ilk defa duyduğu, bilinmeyen bilgiler elde edilir. Bu merak duygusu ve merak duygusunun yeni duyulan bilgilerle tatmin edilmesi kişiye bir doyum sağlar. Karşıdaki kişiye karşı bir avantaj, bir üstünlük kurulmuş hissi verir. Çünkü onun bilinmeyen sırlarını ya da özelliklerini bilmek, kişinin elinde zor zamanlarda kullanılmak üzere geçmiş koz düşüncesi verir.

Solmaz'ın çalışmasında yer alan bilgiye göre dedikodu, başkaları hakkındaki bilgi gereksinimi doyurmanın informal, sıra dışı bağlamıdır. (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 38)

Arkadaş grubumuzda tanıştığımız kişinin ya da işyerimizde çalışmaya başlayan yeni çalışanın, spor salonuna yeni gelen spor hocasının hakkındaki bilgileri, merak ettiklerimizi onun hakkında dedikodu yaparak öğrenebiliriz. Burada özellikle dedikodunun bilgi sağlama işlevi öne çıkmaktadır.

Dedikodu aynı zamanda alınganlıkların, kırgınlıkların, kızgınlıkların, gücenmelerin, küsmelerin, ince hasetlerin ve kıskançlıkların, suçluluk, öç, hınç, övünç, utanç duygularının ve merakın ortamıdır. (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 38)

Sosyal hayatta dedikodu, içinde bulunmak istesek de istemesek de bir şekilde içinde bulunduğumuz ve yörüngesine çekildiğimiz bir olgu haline gelmiştir. Günlük yapılan dedikodular, büyük çaplı olmayan dedikodulardır, hemen hemen her arkadaşlık ortamında gerçekleşen dedikodular, bazen insanlara zarar verici boyutlara da ulaşabilmektedir. Dikkat edilmediği ve ölçülü davranılmadığı sürece dedikodu, yıllarca süren dostlukları, arkadaşlıkları bile bitirebilmekte, yıkıma uğratabilmektedir. İnsanların hayal kırıklığına uğramasına, hayata karşı küsmesine, çevresine karşı güven problemleri yaşamaya başlamasına neden olabilmektedir.

Dedikodu insanların işlerinden olmasına, evliliklerin sonlandırılmasına kadar insan hayatında oldukça telafisi güç olan durumlar yaratabilmektedir. Özellikle ülkemizde ateş olmayan yerden duman çıkmaz mantığı ile olaylara karşı alınan tavır ve bakış açısı kişileri hiç suçları olmadığı durumlarda bile zor bir konum içerisine koyabilmektedir. Dedikodu kavramı küçümsenmemesi gereken bir konudur. Ancak insanlar genelde dedikodulara, dedikodudan ağızları yandıktan sonra dikkat etmeye başlarlar.

20 Mayıs 2006 tarihinde Işık Samancılar'ın Radikal gazetesindeki "Dedi-kodu" başlıklı yazısından bahsetmek yerinde olacaktır. "Bilge, karşısında duran iki adamı ilgiyle süzerek, "Sorun nedir?" diye sormuş. Adamlardan biri diğerine işaret ederek,

“O, yaptığı dedikodularla sadece benim şöhretimi mahvetmekle kalmadı, bu köydeki pek çok insanın canını yaktı!” demiş. Öteki hemen atılmış: “Üzgünüm... Böyle olsun istememiştim. Tüm söylediklerimi geri alıyorum.” “Yaa... bunun gerçekten her şeyi düzelteceğini mi sanıyorsun?” diye söze katılmış bilge, “Yarın köy meydanına kuş tüyü yastığınla gel.” Ertesi gün köy meydanında buluşmuşlar. Bilge, adamın eline bir makas vermiş ve yastığı kesip içindeki tüyleri boşaltmasını söylemiş. Yastıkta boşalan tüyler rüzgarla birlikte etrafa savrulunca, “Şimdi,” demiş bilge, “Bunların hepsini toplayıp bana getir.” Adam şaşkınlıkla, “Ama bu mümkün değil!” diye cevap vermiş. “Baksanıza duvarların ardındaki bahçelere kadar savruldu. Öyle geniş bir alana yayıldılar ki bunların hepsini toplamak imkansız...” “Tıpkı başkalarının hakkında sarf ettiğin sözler gibi” demiş bilge, “Yaptığın dedikoduların nerelere, ne kadar uzak mesafelere kadar gittiğini ve nelere sebep olduğunu bilebilir misin, söylesene?...” (Kocabay, 2007, s. 122)

Dedikodu konusunda değinilmesi gereken başka noktalardan birisi de dedikoduların yayılma hızıdır. Ağızdan çıktıktan itibaren dedikodu öyle sanılmayacak yerlere ulaşır ki, bunu bazen dedikoduyu yapan kişi bile tahmin edemez. Günümüzde gelişen teknoloji ile beraber medya iletişim sistemlerinin varlığıyla dedikodu, çok kısa bir süre içerisinde uç noktalara kadar bile ulaşabilecek bir potansiyele sahiptir.

Dedikodu, tarih süreci içerisinde değerlendirildiğinde; haber iletici, bilgi aktarıcı, isyanları ve savaşları başlatıcı ve bu isyan ve savaşları bitirici özellikler taşımıştır. Görsel ve işitsel iletişim araçlarının varlığına rağmen insanlar dedikodunun tatlı, kışkırtıcı, sıcak, güçlü, kavrayıcı ve büyüleyici havasından vazgeçemezler. Çünkü bu iletişim araçlarının ortaya çıkışı ve varlığı, söylentileri ya da dedikoduları yok etmek bir tarafa onları daha da özelleştirir ve her bireye kendi iletişim alanına sahip olma imkanı sağlar. (Kapferer, 1992, Akt., Eşkin, 2010)

Ancak şöyle de bir gerçek var ki, dedikodu genel olarak olumsuz anlamı ile anılsa da insanları bir araya getirici ve sosyal bağları kuvvetlendirici bir rolde oynar. Dedikodu bazen, insanları birbirlerinden uzaklaştırdığı gibi bazen de insanları birbirlerine yakınlaştırarak aralarında daha sağlam ilişkilerin kurulmasına yardımcı olabilir. Örneğin, yeni tanışan iki bireyin birbirleriyle aralarında geçen konuşmalarda hoşlanılmayan ve sevilmeyen kişilerin sayılarının fazla olması ve bu kişilerin aynı olması, bireylerin arasında farklı bir bağ yaratabilir. Düşmanımın düşmanı dostumdur mantığı ise burada özel bir rol oynar.

Dedikodu ayrıca, kişilerin bir araya gelerek hayatın sıkıntılarından, stresinden ve sıkıcılığında bir anda olsa arınmak için yapılan, bireyleri rahatlatan ve başka bireyler hakkında konuşulması dolayısıyla bireyleri eğlendiren bir kavram olarak karşımıza çıkar. Bireyler bu arınmayı dedikodu yaparak sağlar. Yoğun ve stresli geçen bir iş gününün ardından arkadaşlar ve dostlarla yemek veya çay, kahve sohbetlerinde bir araya gelip, ortamda bulunmayan diğer bireyler hakkında yapılan dedikoduların, çekiştirmelerin tadına doyum olmaz. Bu durum bireylerin stresli geçen iş gününün ardından rahatlamalarına ve kendilerinin bu duygu durumundan uzaklaşmalarına yardımcı olur.

Hürriyet Gazetesi'nde yer alan Sevgi Gönül'ün yazısına göre; dedikodunun yapılmadığı hiçbir yer tanımıyorum, en tatlı dedikodular gazeteciler arasında yapılan dedikodulardır. İkinci sırayı ise siyasi dedikodular alır. Hastane ortamındaki dedikodulara ise doyum olmaz demektedir. En sert dedikoduları ise üniversite çevrelerinde dinlediğini söylemektedir. Dedikodu yapmayan kişilerin egoist ve sadece kendileri ile meşgul olan kimselerden olduğunu ve bu kişilerin sadece kendilerinden bahsedip, lüzumsuz ve kimsenin ilgisini çekmeyen laflar ettiklerini belirtmektedir. Dedikodunun her türlü sosyal ortamda olduğunu, cahil ve tutucu ortamlarda yapılan dedikoduların tehlikeli sonuçlar doğurabileceğini ama mürekkep yalamış ortamlardaki dedikoduların keyfine doyum olmadığını söylemektedir. Bunların içinde gevezelik, çekememezlik, kıskançlık ve nispet yapmanın kokuları olduğundan, analizleri de çok keyifli olmaktadır. (Gönül, 2002)

Dedikoduyu din açısından ele aldığımızda genel olarak Müslümanlıkta, Hristiyanlıkta ve Yahudilikte dedikodu yapılmaması gereken bir davranış biçimi olarak kabul görmektedir. Kur'an, dedikodu alışkanlığının bir mü'minin kişilik özellikleri arasında yer alamayacağını açıklamıştır. Bu alışkanlığı daha çok inkarcı kimselerin bir karakteri olarak göstermiştir. Dedikoducu olmaları sebebiyle inkarcıları hümeze, lümeze, hemmaz gibi isimlerle nitelemiştir. (Kasapoğlu, 2006, s. 52) Aslında dedikodunun bir davranış bozukluğu olduğu ve toplumdaki her bireyin bu davranıştan uzak durması gerektiği belirtilmiştir.

Örgütsel hayatta dedikoduya bakacak olursak; insan yaşamında önemli bir yer etmiş olan dedikodunun örgütlerdeki varlığı inkar edilemeyecek boyutlardadır. Dedikodunun örgütsel yaşamdaki önemi ilk kez Noon ve Delbridge (1993) tarafından ifade edilmiş ve "örgütsel dedikodu" kavramı öne sürülmüştür. (Akdoğan, Mirap, & Cingöz, 2009, s. 17)

Yöneticiler bilgisel gücü zayıflattığı ve dedikoduları gidermenin zaman ve enerji kaybına yol açtığı için söylenti ve dedikodulardan hoşlanmazlar. (Newstrom, 1974, Akt., Erol & Akyüz, 2015, s. 156) Genel olarak örgütlerin dedikoduya bakış açıları özellikle ülkemizde negatif yöndedir. Örgütler kurumlarda meydana gelen dedikoduların kurum içi iletişimi olumsuz etkilediğini ve kuruma zarar verdiğini düşünmektedirler.

Dedikodu çalışanlar arasında ayrışmalara sebebiyet vererek, ekip ruhunun yok olmasına neden olur ve ekip ruhunun olmadığı yerde ise örgütsel verimlilikten bahsedilemez.(Kılıçoğlu, 2008, Akt., Erol & Akyüz, 2015) Dedikodunun varlığı dolayısıyla çalışanlar arasında anlaşmazlıklar ve birbirlerine karşı olumsuz tavır durumlarının meydana gelmesi beklenebilir. Sağlam bir iletişimin olmadığı bölümler de ise insanların dedikodu yüzünden diyalog kopukluğu yaşaması örgütün işlerliğini olumsuz yönde etkileyebilir. Ayrıca çalışanların dedikodu ile fazla zaman harcaması, yapılacak işlerden alınacak verimin düşmesine sebep olmakta ve çalışma saatlerinin boşa sarf edilmesi anlamına gelmektedir.

Yemek molalarının, kahve sohbetlerinin uzaması ise dedikoduyu arttırmakta, buda işletmede çalışanların verimli olmasının önüne geçen başka etkenlere sebep olmaktadır.

Dedikodunun işyerindeki olumsuz etkilerine ek olarak sayacaklarımızdan bir tanesi de, örgütteki kalifiyeli ve tecrübeli çalışanların işten ayrılmaları da örnek olarak gösterilebilir. Haklı, haksız yere dedikoduya uğrayan, işyerindeki gruplaşmalardan nasibini alan çalışanlar, mutsuz oldukları bir çalışma ortamında bulunmak istemeyebilirler. Bu gibi durumlar çalışanların işten ayrılmalarına sebebiyet verebilir. Kalifiye ve tecrübeli, işinde son derece başarılı olan çalışanların örgüt tarafından kaybedilmesi, örgütü zarar uğratacak durumlardan bir tanesi olabilir. Çünkü bu çalışana kaybetmek, yerini dolduramamak gibi durumlar, yerine alınacak yeni çalışanın oryantasyon süresi, eğitimi için yapılacak harcamalar örgütün sürekli karşılaşmak istemeyeceği durumlardandır.

Dedikodu veya dedikodu iletişimi, çalışanlar arasında resmi olmayan mesaj alışverişi olarak bilinir. Birçok işletmede dedikodu kötü bir üne sahip olmakla beraber birçok insan da dedikoduların, söylentileri yaymaya yarayan bir sistem olduğuna inanır. Bu kısmen doğru olabilir ancak dedikodu aynı zamanda, hem işverenlere hem de çalışanlara yardımcı olacak iyi haberleri ve bilgileri de içerir. (Williams ve Eggland,

1991, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 39)

Örgüt içerisindeki olumlu etkilerinden bahsetmek gerekirse dedikodu, çalışanların sosyalleşebilmeleri, birbirleriyle iletişim kurabilmeleri ve yakınlaşabilmeleri için gerekli informal iletişim biçimlerindedir. İyi bir iletişime sahip çalışanlar dedikodu sayesinde dostluk veya arkadaşlık ilişkileri kurabilir. Bunun dışında dedikodu her zaman kötü algılanmamalıdır. Çünkü yapılan iyi dedikoduların varlığından da haberdar olmak gereklidir. Dedikodu her zaman kötü içerikli değildir. Örneğin, kuruma yeni gelmiş bir çalışan örgüte adapte olurken, oryantasyon uygulanırken, diğer çalışanlar hakkında olumlu sözler söylenebilir, onların hakkında pozitif söylemler geliştirebilir. Örgütteki kıdemli çalışanların tecrübelerinden bahsederken, diğer çalışanların yeteneklerini izah ederken ve farklı başarı öykülerinden bahsedilirken dedikodunun içerik olarak pozitif kısmına değinilmektedir.

Çalışma'nın çalışmasında da yer verdiği gibi, psikoloji profesörü Frank McAndrew'e göre insanlar arasında kötü bir üne sahip olan dedikodu aslında büyük bir yetenektir ve çalışma hayatının bilinmeyenlerini öğrenmenin en iyi araçlarından birisidir. (Çalışma, Öz, Göral, Bozoğlu, & Ateş, 2013)

Dedikodu örgütte yararlı olabilecek amaçlara da hizmet edebilir. Çalışanların moralini düzeltme, çalışanların problemlerinin ifade şekli olma ve grup normları hakkında çalışanlara bilgi verme pozitif bir etki yaratır. İş hayatının sıkıcılığından uzaklaştırır. (Dubrin, 2000, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 40)

Sosyal ilişkilerin kontrol edilmesinde dedikodu ve söylenti gibi informal ağlar örgütlerin kontrol edilmesinde önemli araçlardır.

Örgüt iletişimde önemli bir öge olarak görülen dedikodu, örgütte görülmeyen ve duyulmayan dünyaları keşfetmeye yarar. Ayrıca örgütsel iletişim için önemli bir görev üstlenir. (Waddington, 2005, Akt., Uğurlu, 2014, s. 88) Aynı zamanda dedikodu sayesinde, formal iletişim kanalları ile iyi açıklanmamış konular açığa kavuşturulmuş olur. Örgütsel ortamlar dedikodunun gelişmesi için iyi bir zemin oluştururlar. (Bektaş & Erdem, 2015, s. 131)

Northeastern Üniversitesi'nden Profesör Dr. Jack Levin duygusal sağlığımız için iyi olabileceğini savunuyor (İtibarı zedeleyenler hariç). Sosyal ve iş bağlantılarımızı bir arada tutan güç olarak görüyor. New York Eyalet Üniversitesi'nin çalışması, kişilerin içlerini dökmelerinden dolayı rahatladıklarını söylüyor, olaya farklı bakış açısıyla

bakıyor. Yanlış davranışları nedeniyle bir kişinin dedikodusu yapılarak adının çıkarılmasının, bu davranışları önleyeceğini düşünüyor. HBR, dedikodunun problemlerin çözümüne katkısı olduğunu belirtiyor. Kişiler işlerinde rahatsız oldukları noktaları paylaşıyor, iş arkadaşlarının desteğiyle daha rahat atlatıyor. Groningen Üniversitesi'nde araştırmacılar başkaları hakkında iyi hikayeler duymanın kendini geliştirmede motivasyon sağladığını bulmuşlar. İş arkadaşıyla kıyaslama, "Ben de yapabilirim!" düşüncesi gayret ettiriyor, başarı öyküleri motive ediyor. Stanford Üniversitesi'nin 216 kişiyle gerçekleştirdiği araştırmada katılımcılar gruplara ayrılıyor. Dedikodu yapanlar grup içinde işbirliğine daha yatkın, bencillikten uzak. Kentucky Üniversitesi'nde yapılan araştırmaya göre; pek çok organizasyonda işine adanmış insanlar hakkında efsaneler vardır. Müşteriye yardım etmek için sıra dışı bir şeyler yapan, başarısız bir projeyi kurtaran, yeniliği uygulayan... Zaman içerisinde bunlar anlatıldıkça sonunda organizasyonun DNA'sında bir parça haline gelir ve şirketin ideallerini, değerlerini yansıtır. Dedikoduyu bilinçli üreten, şirket içi iletişimde bilgi toplama ve yayma amacıyla kullananlar da oluyor. Çalışanlar "Yönetimin kulağına ulaşsın." dedikleri şeyleri dile getiriyor. Çok çalıştıkları, iyi bir firmadan teklif aldıkları, istedikleri zammı alamazsa gidecekleri... Yöneticiler; çalışanlar, güncel ve gelecek uygulamalar hakkında havayı kokluyor, riskleri azaltmaya çalışıyor. Erken uyarı sistemi oluşuyor. Dilekler, şikayetler saptanıyor. İlgilenilen pozisyonda çalışan kişinin ayrılacağı öğrenilmesi hazırlık yapma şansı doğuruyor, eksik noktalar kapatılıyor. Yeni başlanan işte kurumla ya da önceki çalışanla ilgili öğrenilenler, var olan ama yazılı olmayan sosyal normlar hakkında bilgi veriyor. Enformasyon işlevi görüyor. (Şahin, 2016)

İster sosyal hayattaki dedikodular olsun, ister örgütsel yaşamdaki dedikodular olsun, insana kattığı başka pozitif durumlar da vardır. Her şerde bir hayır vardır mantığı ile düşünüldüğünde, hakkımızda yapılmış ve bize zarar verici boyutlara kadar ulaşabilecek dedikodular, bize bunu yapan insanlardan uzak durmamızı, eğer uzak duramıyorsak aynı örgüt çatısında veya aile yapısı içerisinde bulunuyorsak bile onlarla özelimizi paylaşmamamız ve daha dikkatli davranmamız gerektiği konusunda bize uyarılar göndermektedir. Kuşkusuz bu uyarıların farkında olup, bunlara göre hareket etmek bizim elimizdedir.

Dedikodu, kimi zaman yapıcı kimi zaman da yıkıcı olabilir. Çünkü dedikodu iyi yönde yapıldığında bireyleri ve toplumları birbirine bağlama misyonu bile üstlenebilmektedir. Küçük toplumlarda herkesin bildiği gibi dedikodu, ortak kimliği

olan insanların doğal olarak gerçekleştirdikleri bir faaliyet özelliği göstermektedir. Herkesin birbirini tanıdığı bir toplumda birbiri hakkında konuşmak, birbirini tanımayan bir topluma kıyasla daha fazla mümkün olabilmektedir. (Tekgöz, 2013, s. 6)

Trobriand Adalarına giden antropolog Bronislaw Malinowski, o insanlardan biri olarak yaşamaya çalıştığını, köy hayatında yer aldığını, toplumun önemli addettiği olaylara onlar gibi yaklaştığını, köy dedikodularına dahil olup, yapılan dedikodularla ilgilendiğini ve her sabah yerlilere daha yakın biri olarak uyandığını söyler. Antropologun bulunduğu toplum içindeki dedikodulara iştirak etmesi, üzerinde araştırma yaptığı çevreye uyum sağlayarak grup içinde kabul görmesi anlamına gelir. (Bergman, 1993, Akt., Polat, 2014 s. 10)

1.7.1. Dedikodunun Özellikleri

Dedikodu birçok özelliğe sahip olmakla beraber, bu özelliklerin farkında olunması gerekmektedir. Oluşturulacak politikalar, yöneticiler ve örgütler tarafından üzerinde önemle durulması gereken noktalardan oluşmaktadır. Beykent Üniversitesi öğretim üyesi olan Dr. Sevda Ergenekon' da yazısında bu özellikleri yazısında belirtmiştir.

- Ø -Dedikodular, işyerinin resmi organizasyon yapısına ve iletişimine dahil olmaz. Toplantı tutanaklarına geçirilmez. Resmi tutanıklara geçen yazılar dedikodu olarak değerlendirilmemektedir.
- Ø -Dedikodular genellikle kişinin özel hayatı hakkında yapılmaktadır. Çalışanların işlerindeki pozisyonlarından bağımsızdır.
- Ø -Dedikodu ortamda bulunmayan şahıs hakkında yapılmaktadır. Genelde kişi savunma hakkını o an için kullanamaz.
- Ø -Dedikoduları kimin başlattığı çoğu zaman bilinemediğinden, hangi görüşün kime ait olduğu bilinemez.
- Ø -Dedikodular evrenseldir. Din, dil, cinsiyet farkı gözetmez.
- Ø -Dedikodu çarkını sadece söylenen sözler çalıştırmaz. Yeri gelince yapılan jestler, mimikler bile bu çarkın oluşması için bile yeterlidir.
- Ø -Dedikodunun büyüüp yayılması için dinleyenlerden ilgi görmesi ve diğer bireylere aktarılması esastır.
- Ø -Örgütlerde açık bir iletişim sisteminin var olmaması dedikodulara sebebiyet

verebilmektedir. (Ergenekon, 2017)

Dedikodunun özelliklerinden bahsederken din, dil ve cinsiyet farkı gözetmez diye belirtmiştik. Dedikodu eski çağlardan beri kadınların uğraşı olarak bilinmekte ve kadınların erkeklerden daha çok dedikodu yaptıkları belirtilmektedir. Aslında yapılan araştırmalarda kadınlar ile erkekler arasında dedikodu yapma bakımından önemli bir farka rastlanmamıştır. Erkekler de en az kadınlar kadar dedikodu yapmaktadır. Belki dedikodusu yapılan konular bakımından arada farklar olabilmekte ama bu durum iki taraftan birinin daha fazla dedikodu yaptığı anlamına gelmemektedir.

Dedikoducu kavramı ilk kez 18. yüzyılda ansiklopedilerde kadınlarla ilişkilendirilmeye başlandı. Erkeğe ait olduğu varsayılan kamusal alan rasyonel aklın, bilimin, felsefenin, politikanın, soyut, evrensel düşüncenin alanı olarak kurulmaktaydı. Kadınlara tahsis edilen özel alan ise gündelik sıradanlığın, ev işlerinin, çocuk bakımının önemsiz ayrıntılarıydı. (Çabuklu, 2016) Erkeklerin daha önemli işlerle meşgul olduğunun düşünülmesiyle beraber kadınların önemsiz gündelik işlerle uğraşmasından dolayı, dedikodu daha çok kadınlar ile ilişkilendirilmiştir.

Kadınların erkeklerden daha çok dedikodu yaptıkları söylenir ancak erkeklerde dedikodu yaparlar ve yaptıkları dedikoduyu ‘‘ağ kurma’’ diye nitelendirirler. Dedikodu söz konusu olduğunda kadınla erkek arasındaki değişen tek şey dedikodunun içeriği açısından karşımıza çıkar. Erkekler, rekabetçi oyunları tercih ettikleri gibi daha çok insanların iniş ve çıkışlarıyla, kadınlar ise daha çok toplumsal kalıtım ve ahlaki uyumla(şimdi kim gözde, kimin ne özellikleri var gibi) ilgili dedikodular yaparlar. Darwin’in cinsel seçilim dediği şey, kadınların iyi erkek arama ve erkeklerin kendi nitelikleriyle gösteriş yapma özellikleri, erkekleri rekabete ve yalnızca işlevsel olan eylemler üzerine odaklanmaya iterken, kadınları da yakınlık, duygular ve toplumsal ilişkilerin dinamiğine yönlendirir. (Nicholson, 2002, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye’deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s.52)

1.7.2. Dedikodunun Oluşumu ve Nedenleri

Dedikodu aslında sosyal ortamların hepsinde meydana gelen ve meydana gelmesi engellenemeyen kavramlardan bir tanesidir. İnsanların bir araya geldiği, bulunduğu ortamlarda dedikodu muhtemelen kaçınılmaz olacaktır. Bazı insanlar karakter ve kişilik yapıları dolayısı ile dedikodu yapmadan duramazlar. Çevresi hakkında kendisinin bilmediği bilgileri merak eder ve öğrenmek ister ya da kendi bildiklerini içinde

tutamayarak çevresinde kendisine yakın bulduklarına anlatır. Bu kişiler bir araya gelerek meydana gelen olaylar hakkında birbirlerini bilgilendirip, gerçekleşen bu olaylar veya durumlar hakkında değerlendirici konuşmalar yaparlar. Bu konuşmalar ise daha çok kendilerince olması gereken değer yargılarıdır.

Dedikoduların oluşabilmesi için kişilerin birbirlerini tanıması gereklidir. Kişilerin başkası hakkında dedikodu yapabilmesi için bahsedilen kişiyi tanımaları, o kişi hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Ayrıca gelişmelerin ve dedikodusu yapılacak kişinin, bireyler için bir önemi olmalıdır. Sıradan olan kişi ve olaylar, bireylerin dikkatini çekmeyerek, dedikodusu yapılmaya değer de görülmeyebilir. Zaten Solmaz'a göre, dedikodusu yapılanlar genelde çevrelerinde sivrilmiş olanlardır. (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 44)

Solmaz'ın (2004) çalışmasında yer alan bilgilere göre dedikoducular aktif ve pasif olmak üzere iki gruba ayrılmaktadırlar. Aktif dedikoducular, dedikoduyu çevresine aktaran, dedikodu sürecine aktif bir biçimde katılan, görüşlerini bildiren kişilerden oluşmaktadır. Bu kişiler çevresinde meydana gelen olaylar hakkında o kadar meraklıdırlar ki, her zaman kişilerin bir açıklarını ararlar. Kendi üzerlerine vazife olmayan işlere bile burunlarını sokmaktan çekinmezler ve tek istekleri kendi meraklarını gidermek ile kişiler hakkında bilgi sahibi olmak istemeleridir. Çünkü bu bilgileri başka ortamlarda diğer bireylere satarak kendilerini prestijli ve önemli bir insan gibi hissetmek isteyeceklerdir. Aslında baktığımızda bu tip insanlar sosyal ortamlarda en tehlikeli insan tipidirler. Çünkü insanların arasını bozarak, kişileri çok tehlikeli durumlara sokabilirler. Ayrıca uzak durulması gereken insan tiplerindedir. Bu konuyu özetleyecek en anlamlı söz ise büyük insanlar fikirleri, orta insanlar olayları ve küçük insanlar kişileri konuşurlar.

Dedikoducular kategorisindeki diğer kesimden olan pasif dedikoducular ise ne dedikodu yaparlar nede aktif olarak dedikoduya katılırlar. Pasif dedikoducular, konuşmanın yapıldığı ortamda bulunsalar da dedikoduya karışmazlar. Dedikodusu yapılan kişiyi tanımlayabilir veya dedikoduya ilgi göstermeyebilirler. Ancak dedikodu anında orada buldukları için de katılımcı olarak düşünülürler. (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 47) Muhtemelen bu süreç içerisinde aslında ortamda bulunulması istenmeyen kişilerin başında dedikoduya aktif olarak katılmayan ve sessizliğini koruyan pasif dedikoducular gelmektedir. Çünkü aktif dedikoducular, dedikodu sürecinde karşı tarafında bu sürece

dahil olmasını isteyebilir ve dahil olmaları için karşı tarafa sorular sorarak karşı tarafı da sürece dahil etmek isteyebilirler. Sessizliğini bozmayan pasif dedikoducular, muhtemelen bu gibi durumlarda aktif dedikoducuların hoşlanmayacakları bir harekette bulunmuş olacaktırlar.

Eğimli ve Bitirim (2008), kurumlarda meydana gelen dedikodu ve söylentileri, zehirli(toksik) iletişim olarak adlandırmış ve bu zehirli iletişimin örgütlerde meydana gelme nedenlerini çalışmasında bizlere aktarmıştır.

Geleneksel teorinin temsilcilerinden olan Allport ve Postman'a (1947) göre, toksik iletişimi yaratan dedikodu ve söylentilerin ortaya çıkışı iki varsayıma dayanmaktadır. Birincisi, insanlar olay ve olguların gerçek anlamını bulmak için çaba harcarlar; ikincisi, önemli bir olayda belirsizlikle karşılaştıklarında konuyu başka biçimde anlatıp tekrar üreterek bazı anlamlar bulmaya çalışırlar. Rosnow (1991) bu teoriyi geliştirerek, dedikodu ve söylentilerin yayılmasında dört önemli faktörün bulunduğunu ifade etmektedir. Buna göre dedikodu ve söylentiler, "dinleyiciye konu ile ilgili bir sonuç taşınmalı, kişisel kaygıyı çoğaltmalı, belirsizliği(iki anlamlılık) genelleştirmeli ve biraz güvenilirlik taşınmalıdır. (Guerin ve Yoshihiko, 2006, Akt., Eğimli & Bitirim, 2008, s. 127)

Dedikodunun ortaya çıkış nedenlerine biraz daha ayrıntılı olarak bakmak gerekirse, şu şekilde ele almak mümkündür. Planlı propaganda, doğrudan düşmanlık, saldırganlığın yer değiştirmesi, yansıtma, rahatsız eden duyguları dışa vurma, kişisel ve sosyal imajın artması, standartlar belirlemek, dayanışma, kurum kültürü, kişilik/karakter yapısı, gruba dahil olma ihtiyacı, sosyal karşılaştırma, duygusal arınmadır. (Stirling, 1956, Paine, 1967, Flynn, 2007, Akt., Eğimli & Bitirim, 2008, s. 127,128,129,130)

Planlı propaganda, karşı tarafa beslenen negatif duygular ışığında olumsuz faaliyetler gösterilmesidir. Kişi çevresindekileri de etkilemeye çalışarak karşı tarafı sindirmeye çalışır. Doğrudan düşmanlık, dedikodunun bilinçli olarak, kasten yapılmasıdır. Amaç karşı tarafa zarar vermektir. Salırganlığın yer değiştirmesi, yöneticisine veya amirine kızan bir çalışanın, kızgınlığını ve hırsını diğer çalışma arkadaşlarına durumu anlatarak amirini kötülemesi şeklinde olabilir. Yansıtma, kıskançlık gibi içsel tepkiler nedeniyle hiç sevmediği çalışma arkadaşını çok seviyormuş gibi görünmesi yansıtma için iyi bir örnek olabilir. Rahatsız eden duyguları dışa vurma, kendisinden daha düzenli çalışan ve işini daha iyi yapan çalışma arkadaşlarını eleştirmek dedikodunun oluşmasına zemin hazırlayabilir. Kişisel ve sosyal imajın artması, bu kişiler kendilerini gerçekte olmadıkları kadar iyi ve mükemmel

göstererek çevresindekilerin kusurlu kendisinin ise kusursuz olduklarını göstermeye çalışmaktadırlar. Standartlar belirlemek, bu durumda kişiler çalışma arkadaşlarını oldukları gibi kabul etmek yerine, yapılanlar karşısında şöyle olmalı, böyle olmalı diyerek dedikodunun oluşumuna zemin hazırlarlar. Dayanışma, bu örneğin en belirgin özelliği ise düşmanların aynı kişilerden oluşmasıdır. Bu durum örgütte gruplaşmalara yol açmaktadır. Kurum kültürü, örgütün başına gelebilecek en kötü durumlardan birisi ise dedikodu ve söylentilerin artık bir kurum kültürü haline gelmiş olmasıdır. Dedikodu ve söylentilerin varlığının farkında olan ve hiçbir şekilde müdahale etmeyen bunlara göz yuman yönetim ve yöneticiler, örgütte dedikodu ve söylentinin bir kurum kültürü haline gelmesine yol açmış olurlar. Kişilik/karakter yapısı, bireyler sosyal yaşamlarında çoğu zaman karakter ve kişiliklerine uygun bir davranım sergilemektedirler. Bunun ışığında sürekli başkalarını merak edip başkalarının ne yaptığıyla ilgilenen, kendi işi ile meşgul olmayan kişiler dedikodunun meydana gelmesine ön ayak olacaktırlar. Gruba dahil olma ihtiyacı, çoğu zaman bireyler sosyal ortamlarda ve örgütlerde, yalnızlıklarını gidermek ve bir grubun üyesi olmak için dedikodu yaparlar. Bu kişiler ellerindeki bilgileri grup ile paylaşarak yerlerini sağlamlaştırmak ve kendilerini özel hissetmek için uğraş verirler. Sosyal karşılaştırma, bu kişilerin amacı yalan ve abartılarla oluşturulan yapay gündemin kahramanı olmaktır. Colson'a (1953) göre, dedikodu yapan kişilerin, diğer dedikodu yapan kişilerle aralarında bir rekabet hissettiklerini ve buna bağlı olarak da bu rekabeti yönetebilmek için çaba gösterdiklerini ifade etmektedir. (Eğinli & Bitirim, 2008)

Duygusal arınma ise, insanlar kendilerine huzursuzluk ve mutsuzluk getiren, kendilerini kötü hisseden durumlardan kurtulmak için dedikodu yaparlar ve bu durumlardan arınmak isterler.

1.7.3. Dedikodunun İşlevleri

Yönetim yazınındaki dedikoduyu inceleyen çalışmalar sıklıkla onun sosyal ve bireysel yararları üzerinde durmaktadır. Antropologlar dedikodunun grup çıkarlarının korunmasına yardımcı olan bir araç olduğunu söylemişlerdir. (Gluckman, 1963; Haviland, 1977, Akt. Leblebici, Yıldız, & Karasoy, Erişim : 2017)

Psikologlar ise onun bireysel çıkarlar adına kullanıldığından dem vururlar. (McAndrew ve Milenkovic 2002; Nicholson 2001 Akt. Leblebici, Yıldız, & Karasoy, Erişim : 2017) Kişinin işletme hayatında kendi konumunu yükseltmek için dedikodu

yapması da, dedikodunun bireysel çıkarlar içinde kullanılabilceğinin bir göstergesi olabilir.

Yönetim alanındaki araştırmacılar ise dedikodunun bu iki çıkar seviyesi arasında bir denge arayışındadır. (Kniffin ve Wilson, 2005, Akt. Leblebici, Yıldız, & Karasoy, Erişim : 2017)

Dedikodunun örgüt performansı üzerindeki rolünü sorgularlar. (Glover, 2001; Prietula, 2001, Akt. Leblebici, Yıldız, & Karasoy, Erişim : 2017)

Dedikodunun işlevleri konusunda en geçerli sınıflamalardan birini ise Rosnow (2001) yapmıştır. Rosnow dedikodunun işlevlerini bilgi, etki ve samimiyet olarak ifade etmiştir. Bilgi edinme işlevi, bireylerin örgüt yaşamında veya sosyal yaşamlarında çevresinde meydana gelen gelişmeler ile olaylar hakkında bilgi sağlama durumlarıdır. Söz gelimi örgütlerde bireyler, iş arkadaşlarının aldığı terfiler, ödüller veya işten çıkarılanlar ile ilgili olarak bilgi edinmek için dedikodu yapmaktadır. Etkileme işlevi, diğer insanların hareketleri üzerinde kontrol olanağını ifade etmektedir. Örneğın bir yönetici, ilerleme kaydetmesi gereken bir çalışan ile işinde çok başarılı başka bir çalışan hakkında konuşabilir. Bu tür bir dedikodu, dinleyicinin davranışını etkileyebilir ve onun istedik yönde davranış geliştirmesine olanak sağlayabilir. Samimiyet işlevi, dedikodu bireyler arasındaki arkadaşlık ilişkilerini bozduğu gibi, bazı zamanlar da arkadaşlık ilişkilerinin doğmasına neden olabilmektedir. (Rosnow 2001, Akt. Gönen, 2010)

1.7.4. Dedikoduların Sınıflandırılması

Dedikodu kendi içinde üç farklı kategoride ele alınmaktadır. Bu kategoriler; içerik, güvenilirlik ve iş odaklılığı başlıkları altında gösterilmektedir. (Kurland ve Pelled, 2000, Akt., Gönen, 2010)

İçerik, dedikodunun içerdiği bilginin olumlu veya olumsuz olması ile ilgilidir. Dedikodu diğerleri hakkında olumlu haberler içerdiğinde pozitif, olumsuz haberler içerdiğinde ise negatif olacaktır. Güvenilirlik, dedikodu da yer alan bilgilerin ne kadar doğru ve güvenilir olduğu ile alakalıdır. Burada mesajı veren kişinin de güvenilir olup olmasının önemi büyüktür. Daha önce doğru olmayan bilgilerin yer aldığı durumları aktaran bireyler, kuşkusuz güvenilirliklerini sarsacak ve diğer taşıdıkları dedikodulara ise kuşku ile yaklaşılacaktır. İş odaklılığı, dedikodunun içerdiği bilginin iş performansı, kariyer programları, diğer örgüt üyeleri ile ilişkiler ve iş yerindeki genel davranışlar gibi işle ilgili konuları kapsamasını ifade etmektedir. (Gönen, 2010)

1.7.5. Dedikodudan Uzak Durma Yolları Ve Önlenmesi

Dedikodu sosyal hayatımızda ve örgütsel hayatımız da aslında uzak durması zor olan bir kavramdır. Çünkü dedikodu yapılmayan yer hayatımız da yok gibidir. Bireysel anlamda bakıldığında dedikodu hem yapan için hem de dedikodusu yapılan kişi için olumsuz anlam taşır. Dedikodu yapan kişi çevresinde dedikoducu olarak tanımlanarak, çevresinde istenilmeyen bir insan konumuna gelebilir. Çünkü bir araya geldiği diğer insanlar, benimde söylediklerimi başka kişilere taşıyabilir ya da yanlış aktarabilir düşüncesi ile ortamda sessiz kalmayı tercih ederler. Açıkçası hiçbir birey arkadaşlık ortamında rahat edemediği, rahatça fikirlerini söyleyemediği bir çevrede bulunmak istemez. Bu gibi nedenlerden dolayı da dedikoducu kişiler aslında çevrelerinde istenmeyen insanlar olarak anılabilir.

Bireysel anlamda dedikodudan uzak durmanın aslında birçok yolu vardır. Özellikle yeni bir arkadaş ortamına veya örgüt hayatına üye olduğunda o ortamdaki insanların iyi tanınması gerekir. Oradaki insanları iyi tanımadan yapılan konuşmalar ve kişinin kendisi hakkında bahsettiği, sarf ettiği sözler, bu insanlar tarafından başka yerlerde yanlış bir şekilde aksettirilebilir. Bu nedenlerden dolayı insanları iyi tanımadan sosyal ortam içerisinde çok konuşmanın doğru bir yol olacağı düşünülmemektedir.

Dedikodudan uzak durmanın bireysel anlamda diğer bir yolu ise, dedikodu yapılan ortamdaki uzak durmaktır. Dahil olduğumuz sosyal ortam içerisinde başka kişiler hakkında hoş olmayan sohbetler, konuşmalar geçiyor ise bu tarz konuşmalardan haz etmediğimizi belirterek oradan uzaklaşmamız daha doğru bir yaklaşım olabilir. Çünkü bu tepkiyle karşı karşıya kalan insanlar, dedikodudan hoşlanmadığımız algısını oluşturduğumuz için bizimle olan diğer konuşmalarda, sohbetlerde daha dikkatli davranabilirler. Bazı durumlarda içinde bulunduğumuz ve dedikodu yapılan sosyal ortam içerisinden uzaklaşmamız pek mümkün olmayabilir, bu gibi durumlarda yapılması gereken hareket ise dedikodular karşısında sessiz kalmak, yorum yapmamak olabilir. Hatta bu kişilere karşı kullanacağımız yüz ifadelerine bile dikkat etmemiz gerekebilir. Çünkü konuşmaları kafa ile onaylama, jest veya mimikler bile bizi hoş olmayan bir durumun içerisine sokabilir.

Kurumsal anlamda bakılacak olursa, aslında informal iletişim bağlamında ele alınan dedikodu ve söylentileri önlemek pek mümkün görünmemektedir. Çünkü örgütsel temelde bakıldığında yöneticilerinde tespit etmekte zorlandıkları ve bundan dolayı da örgütlerde dedikodu ve söylentilerin çokta incelenmeye müsait bir alan

olmadığı görülmektedir. Ancak alınacak bazı karar ve önlemlerle dedikoduların zararlı etkileri önlenmeye çalışılabilir ya da bu zararı minimum seviyeye indirmek mümkün olabilir.

Gönen'in çalışmasında yer alan bilgilere değinecek olursak, çalışanlara sadece onları ilgilendiren kısımlar paylaşılmalı ve yönetimde şeffaf olunmalıdır. Çalışanlardan örgüt ile ilgili alınan kararları saklamak ya da açıklamamak pek doğru bir yaklaşım gibi gözükmemekte ve dedikoduları arttırabilmektedir. Yöneticilerin, çalışanları ile başka çalışanlar hakkında dedikodu yapmaması çok önemlidir. Çünkü örgütte dedikodu istenmiyorsa bunun için yönetim ve yöneticiler ilk başta örnek olan kişiler olmalıdır. Çalışanların kişisel problemleri için sizi kullanmalarına izin vermeyip, her çalışana eşit davranılması son derece doğru bir hareket tarzı olacaktır. Çalışanların fikirlerini özgürce paylaşabileceği bir ortam kurulması dedikoduların önüne geçmede önemli bir artı olabilir. Çalışanların üst yönetime dilek, istek ve şikayetlerini rahatça iletebilmesi, örgütte iletişimi kuvvetlendirici bir fayda sağlayabilir. Ayrıca çalışanlara örgüt içinde dedikodu yapmanın zararları konusunda verilen eğitimler, çalışanları bu konular hakkında detaylı bir bilgi sahibi olmasına katkı sağlayarak, dedikodudan uzak durmanın önemini kavramasını yardımcı olabilir. (Gönen, 2010, s. 110)

Eğimli ve Bitirim'in çalışmasında yer alan bilgilere göre ise zehirli(toksik) iletişimi önlemeye yönelik öneriler; toksik iletişimi fark etmek, sınır koymak, açık uçlu iletişimden kaçınmak, kişileri yargulamaktan kaçınmak, azarlamaları/küçük düşürmeleri durdurmak, sanal ortamdan gerçek olmayan mesajların aktarılmasını önlemek ve ilişkiye bitirmek gibi maddeler sayılabilir. (Eğimli & Bitirim, 2008, s. 136,137)

Yönetimin ve yöneticilerin özellikle örgütte klikleşmeler yaratmaması için çalışanlarına eşit mesafede yaklaşmaları çok önemli bir ayrıntıdır. Çünkü yönetime daha yakın olan çalışma grupları veya çalışanlar ister istemez örgütte anlaşmazlıkların ve çatışmaların çıkmasına ve dedikodunun meydana gelmesine sebebiyet verebilecektir.

Yöneticiler dedikodu yapan çalışanları tespit etmeli, onlarla birebir konuşmalı ve yaptıklarının doğru olmadığı konusunda uymalıdır. Dedikodu ve söylentilerin örgüte zarar verebileceğini ve örgüt kültürüne ters düştüğü konusunda bilgilendirilmelidirler. Çünkü örgütün ve yöneticilerin en önemli görevlerinden biriside çalışanlara huzurlu ve güvenli bir çalışma ortamı sağlamaktır. Ayrıca çalışanlara oryantasyon dönemlerinde işletmenin kuralları öğretilmelidir. Dedikoducu bir kişiliğe sahip bireyler örgütte önemli noktalara, mevkilere getirilmemelidir. Tüm uyarılara

rağmen dedikodu yapan bireylerin yerleri değiştirilmeli mümkünse başka bir şubeye ya da noktaya gönderilmeli, en son tercih ise çalışan ile yolları ayırmaktır.

1.8. Söylenti Kavramı

Söylenti sanıldığı gibi aksine ortaya çıkan yeni bir kavram değildir. Dedikodu gibi tıpkı söylentide insanoğlunun var olmasıyla süre gelen süreçte oldukça eski bir fenomendir.

Roma mitolojisi, söylentinin canlı örneği olan Fama'yı (Halkın sesinin sembolü olan Fama, Yer'in kızıdır.) içermektedir. Virgil'in Aeneid şiiri söylentiye edebi bir güvenilirlik vermiştir. "Söylenti! Hangi kötülük onun yayılımından hızlı olabilir? Hareket halindeyken hızlı bir şekilde büyür ve büyük bir üstünlük kazanıp hakimiyeti eline alır, tıpkı hızlı yayıldığı gibi..." (Williams, 1910, Akt., Görkey, 2009, s.49)

Shakspeare, hangi davranışların söylenti uyandıracaklarını belirtmeye çalışmıştır: "Söylenti; kuşkular, kıskançlıklar, tahminler tarafından üflenen bir düdüktür..." (Tripp, 1938, Akt., Görkey, 2009, s.49)

Okuma yazma oranının çok düşük olduğu ve dolayısıyla yazı yolu ile haber yayma kapasitesinin son derece düşük olduğu toplumlarda, toplumsal iletişim ve haber yayımı büyük ölçüde söylenti yolu ile gerçekleşiyordu. 1789 yılındaki köylü ayaklanmaları üzerine çalışmasında Lefevbre haber yayımında söylenti ve dedikodunun gücünü ve köylü ayaklanmalarında ne kadar önemli bir yer tuttuğunu vurgular. (Eroğlu, 2005)

Modern dönem öncesi toplumsal ilişkilerde dedikodu ve söylentinin en önemli medya olması; halkı yönlendirme kapasitesinin yüksek olması ile ilgilidir. 17. yüzyıldan itibaren söylentilerin sıkça olduğu kahvehanelerin Avrupa'da boy göstermesiyle birlikte, kahvehane söylentilerinin sosyal düzene karşı bir tehdit oluşturduğu Avrupa devletlerinin de üzerinde sıklıkla durduğu bir konudur. (Kırlı, 2000, Akt., Eroğlu, 2005)

Söylentiler üzerine ilk sistematik çalışmaları Amerikalılar yaptı. 2. Dünya Savaşı sırasındaki söylentilerin sayısı ve birliklerin ve halkın morali üzerindeki olumsuz etkileri, birçok araştırma ekibini konuyla ilgilendirmeye yöneltti. (Kapferer, 1992, s. 12)

Görüldüğü gibi söylenti fenomeni, insanların var olduğu, bulunduğu her yerde varlığını sürdürmüş ve kendisine bir hayat sahası bulup toplumu etkileyen bir süreç dönüşmüştür.

Bu alanın kurucu ataları olan Allport ve Postman'a göre söylenti, "kesinliği kanıtlamaya elverişli somut veriler olmaksızın, genellikle kulaktan kulağa kişiden kişiye yayılan, inanılması istenen, günün olaylarına bağlı bir önermedir." Knapp'a göre "inanılması istenen, güncelliğe bağlı olan ve resmi bir doğrulama olmaksızın yaygınlaşan bir deklarasyondur." Peterson ve Gist'e göreyse söylenti, "kişiden kişiye dolaşan ve kitlenin ilgisini çeken, bir nesne, bir olay veya bir soruna dayanan doğrulanmamış bir açıklama ya da bir özetir." (Kapferer, 1992, s. 12-13)

Kapferer'ında belirttiği gibi bu üç tanım birbirine oldukça yakın durmaktadır. Bu üç tanımda söylentinin özelliklerinden olan noktalara dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu noktalar ise, söylentinin informal olması, genellikle kişiden kişiye bir yayılım göstermesi ve kitlenin ilgisini çeken güncel olaylarla ilgili olmasıdır. Kuşkusuz kitlenin ilgisini çekecek bir olay olması gereklidir. Çünkü ilgi çekmeyen ve kitlelerin büyük bir kısmının merak duygusunu harekete geçirmeyecek olan olaylar yayılma imkanı bulamayacak ve büyük kitlelere ulaşamayacaktır. Tanımlardan anlaşılacağı üzere söylenmesi gereken bir diğer durum ise, söylentinin oluşabilmesi için ortada herhangi bir sorun veya bir olay olması gerekmekte ve bu olay ve sorunlar ise belirsizlikten beslenmelidir. Belirsizlik ile beslenen bu olay ve sorunlar gündemde daha çok kalıp insanların merakını uyandıracak ve canlı tutacaktır.

Scott (1995) ve Kapferer'in (1992) birleştikleri nokta medyaya inanılmayan, belirsizlik hissinin hakim olduğu anlarda söylentinin yaşam şansı bulmasıdır. Her ikisi de tarihsel süreçte söylentiye 'aşağıdakiler'in 'hakim olanlara' karşı kullandıkları bir güç olarak tanımlamıştır. (Çaylı, 2003, s. 24)

Söylenti toplumun tutum ve davranışlarını etkileyen bir kitle olayıdır. En büyük özelliği ise, kaynağının bilinmemesidir. Söylenti, resmi olmayan iletişim kanalı boyunca dolaşan ve resmi sözlere dayanmayan mesajlara denir. (Dubrin, 2000, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004) Dubrin, bu tanımlamayı yaparken söylentinin en büyük özelliği olarak kaynağının bilinmemesi noktasını vurgulamıştır. Söylenti kişiden kişiye kulaktan kulağa yayıldığı için genel olarak ilk çıktığı nokta olan söylentinin kaynağı bilinmez, tespit etmekte çok zordur. Ayrıca mesajın kişiden kişiye aktarımı sırasında mesaj, bozulmalara uğrar ve söylentinin ilk çıktığı andaki mesaj bazı değişiklikler geçirir. Zaten söylentinin yazılı bir iletim mekanizması olmaması ve her insanın algılama düzeyinin farklı oluşu söylentiye birtakım değişikliklere uğratar.

Allport ve Postman'ın deneylerine kitabında atıfta bulunan Kapferer, bu deneyde bir kişi cadde sahnesinin resmini seyreder, sonra gördüğü şeyi, duyduğu üçüncü bir kişiye anlatacak olan ikinci bir kişiye anlatır. Altıncı ya da yedinci aracından sonra, aktarılan bilginin başlangıçtaki resimle yalnızca uzaktan ilişkisi kalır. (Kapferer, 1992, s. 14)

Ancak çalışmada da belirtildiği üzere bu durum her zaman geçerli olmayabilir. Amerika'da hatta söylentilerin akışını kontrol eden bir kuruluş olan Office of War Information'ın varlığından da söz edebiliriz. (Kapferer, 1992, s. 14)

Söylentiler herhangi bir güvenilir bilgiye değil muhtemel bir inanca dayanarak ortaya atılmış, insanların ilgisini çeken bilgilerdir. Söylentilerin anahtar özelliği, gerçekliğine/doğruluğuna duyulan şüphe'dir. Solmaz' a göre kriz anlarında ortaya çıkan söylentiler kaostun ortasındaki insanların kitlesel bir tepkisidir. (Difonzo ve Bordia, 2002, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004) Birçok tanımdan da anlaşılacağı üzere söylentilerin doğrulanması söz konusu değildir. Onlar tanımları gereğince doğrulanamazlar ve bu özellikleri ile söylentiler, haberlerden ayrılırlar. Söylentilerden bahsederken, haber kavramını söylentilerden ayrı tutmak ve birbirine karıştırmamak gerekir. Haberler doğrulanabilir olma özelliği ile söylentilerden ayrılırlar.

Söylenti çalışmalarının çağdaş temsilcileri ise, Shibutani, Rasnow, Kapferer olarak sıralanmaktadır.

Shibutani söylentileri, bilişsel ve iletişimsel unsurlardan meydana gelmiş ortaklaşa yapılan bir aktarım olarak tanımlamaktaydı. Ona göre söylenti, yayılan bireysel bir yaratı değil, birçok kişinin işbirliğiyle ortaya çıkan kolektif bir oluşumdur. Rosnow'a göre söylenti, özel bir durumla ilgili onaylanmamış hipotezlerdir. Rosnow söylentinin üç aşaması olduğunu belirtmektedir. Bunlar ortaya çıkma(doğum), yayılma ve kontrol ya da sona ermedir. Kapferer ise, söylenti tanımıyla ilgili resmi doğrulama olmaksızın, yayılan tartışmalı konuyla ilgili inanç ve önerilerdir demiştir. (Görkey, 2009)

Yapılan araştırmalar söylentinin kolektif bir oluşum olduğunu belirtmektedir. Çünkü söylentinin yayılabilmesi ve oluşabilmesi için ortaklaşa bir davranış, bir eylem olmalıdır. Söylentiler topluluktan ilgi görmedikleri zaman yayılamazlar. Zaten Rosnow'da söylentinin üç aşamasında bu konulara değinmiştir. İlk aşamada söylentiler ortaya çıkma durumu gösterirler. Söylentiler kasıtlı ya da kendiliğinden oluşmuş bir şekilde meydana gelebilir. Örneğin rakip firmalar veya şirketler hakkında aradaki

rekabeti etkileyecek söylentiler diğ er firma tarafından kasıtlı bir şekilde ortaya atılabilir. Meydana gelen doğal toplumsal olaylarda ise söylentiler kendiliğ inden oluşabilir. Yayılma aşamasında ise, söylenti toplumdan insanlar tarafından ilgi görmeli ve bu söylentiler ilgi çekici olmalıdır. Günümüzde söylentilerin eski zamanlara göre yayılma hızının daha yüksek olduğ u bir gerçektir. Eski zamanlarda iletişim araçları ile şimdiki zamandaki iletişim araçları arasında hız açısından ve teknolojik açıdan büyük farklar vardır. Söylentinin son aşaması olan sona erme aşamasında ise söylenti yanlış olduğ unun belirtildiğ i zamanlarda ya da belirsizliğ in ortadan kalktığ ı durumlarda sona ermektedir.

1.8.1. Kurumsal Söylentiler

Caplow tarafından 1947 yılında, bir kurumda söylentinin yayılması ile ilgili ilk kurumsal çalışmalar ve araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Caplow, hem gözlem hem de araştırma yöntemlerini kullanarak bazı sonuçlara ulaşmıştır. Söylentilerin hızlı yayıldığını ve ortaya çıkan söylentilerin çoğ u zaman doğru olduğ unu, söylentilerin çok azının sistemde ortaya çıktığını ve aynı departman içinde meydana geldiğini, birbirleriyle ilgili durumlardan oluştuğ unu ortaya koymuştur. (Jablin vd., 1987, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 188,119)

Özellikle örgütlerdeki değ işim dönemlerinde, örgütsel iletişimin başarısı örgütte yayılan söylentilerle ölçülebilir. Her arz kendi talebini yaratırken, her söylenti de kendini dinletecek bir taraf bularak özellikle örgüt koridorlarında dolaşmaya başlar. (Bektaş M. , 2014, s. 132)

Söylentiler kurumda kim önemli bir terfi görececek, kim görmeyecek, kim başka bir göreve kaydırılacak veya yeri değ iştirilecek, hangi görevler oluşturulacak ve bunu kim biliyor gibi konuları söyler. Yalnızca bir bilgi kaynağ ı değ ildir, aynı zamanda üst üste gelen söylentiler aracılığ ıyla bir etki kaynağ ıdır. Yeni oluşturulan bir göreve atanmak isteyen bir üst düzey görevliyi ele alalım: söylenti, onun adaylığ ı konusunda bunu düşünmemiş olanları uyarma görevini üstlenebilir, aynı zamanda vakti geldiğ inde, göz dikilen görev için birbirlerine rakip olanlar arasındaki güç dengesini bozabilir. Kariyerin yönetimi, kendi iç ve dış imajının yönetiminden geçer: bu durumda söylentilerin diyeceğ i bir söz vardır. (Kapferer, 1992, s. 233-234)

Kurumlarda meydana gelen söylentileri içsel söylentiler ve dışsal söylentiler olarak iki grupta inceleyebiliriz. Kurum içi söylentiler kurumda çalışan bireyleri, kurum dışı söylentiler kurumun hizmetlerini ya da ürünlerini satın alan, genel/kamusal hisse senedi sahiplerini, basını ilgilendirmektedir. Nicholas DiFonzo ve Prashant Bordia içsel ve dışsal söylentileri şu şekilde sıralamaktadır.

İçsel Söylentiler

- Ø -İş güvenliğini tehdit eden söylentiler
- Ø -İş tatminini tehdit eden söylentiler
- Ø -Personel değişimleri hakkında çıkan söylentiler

Dışsal söylentiler

- Ø -Ürün/hizmet kalitesine yönelik çıkan söylentiler
- Ø -Kurumun imajıyla ilgili çıkan söylentiler

Müşterilere ya da piyasanın değişimine yönelik çıkan söylentiler (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004)

Ashnda sayılan bu maddelerin tümü örgütün yararına değil zararına olmaya başlayacaktır. Genel olarak bakıldığında insan zihni belirsiz durumlardan dolayı kendini oldukça rahatsız hissedebilecek bir potansiyele sahip yapıdadır. Kurum içerisinde meydana gelebilecek belirsiz bir durum çalışanların kendilerini örgüt içerisinde rahatsız hissetmelerine ve çalışma saatleri içerisinde bu rahatsızlıktan dolayı verimlerinin düşmesine neden olabilir. Örneğin, kurumdan işçi çıkarılacağı veya yöneticinin değişeceği gibi söylentilerin başlaması ile örgütte birçok problemler kendini göstermeye başlar. Öncelikle çalışanlar kendilerini işlerine veremez, işlerini sağlıklı bir şekilde yapmadıklarında kuruma verimli olamazlar, kurum çalışanlardan verim alamayınca ürün veya hizmetin kalitesi düşer. Bunun sonucu olarak örgüt ve çalışanlar olumsuz yönde etkilenir.

Kurum dışında meydana gelebilecek bir söylenti ise, kurumun toplumsal hayatta olumsuz şekilde algılanmasına neden olabilir. Örneğin, Mersin'de tantunicilik yapan kişi ve işletme sayısı oldukça fazladır. Haliyle bu işletmeler arasında rekabet oldukça yüksektir. İşletmeler arasında rekabetlerden doğabilecek olumsuz bir söylenti işletmeyi zor bir pozisyona sokabilir ve satışlarının düşmesine sebebiyet verebilir. Mesela halk arasında X tantunici at eti satıyor ya da işletmesinde sağlıklı koşullarda üretilen eti

kullanıyor gibi söylentiler işletmeyi oldukça zor bir konum içerisine itebilir. Örnek olarak biraz daha geniş bir yelpazeden bahsedecek olursak; Coca-Cola'nın formülü şirket sırrı olarak kalmaktadır. Bu formülü yalnız şirketteki bazı yöneticiler bilmektedir. Şirketteki bu belirsizliğin ve şeffaflığın olmaması durumu Coca-Cola gibi global bir dev hakkında bazı söylentilerin üremesine yol açmıştır. Ülkemizde Coca-Cola'nın renginin nereden geldiği, içeceğe renk vermesi açısından böcek ya da böcek kanı mı var soruları ve söylentileri insanların kafasında soru işareti uyandırmış ve kuşkuya düşürmüştür. Aynı şekilde Starbucks'ın kahvelerinde fil dışkısı kullanıyor iddaları ve söylentileri, Starbucks yönetimini oldukça zora sokmuştur.

Kapferer'a göre pek az ortam, mesleki hayattaki, fabrikadaki, bürodaki, şirket veya bürokrasi içindeki koşullar kadar söylentilere elverişlidir. Sonuçta söylentiler, insanlar kendi gelecekleri üzerindeki tüm denetimi kaybettikleri duygusuna kapıldıklarında ortaya çıkar. Fabrikanın kapanması, işe son verme, şirket merkezinin yer değiştirmesi, ikramiyelerdeki artış oranı, primlerdeki artış, terfiler, yeni eleman alma gibi konular çalışanlara en son haber verilmektedir. Şirket büyük bir gizlilik mekanıdır. Dolayısıyla söylenti çok olacaktır. Son olarak, ister özel ister kamuya ait olsun şirket, gerilim altındaki bir toplumsal mekandır. Burada sürekli çıkar çatışmaları vardır. Söylentiler, hiyerarşik ilişkilerin, işçi-patron ilişkilerinin ve bireyler arasındaki uyumsuzlukların dokusunu yansıtır. Fransa'da içe atılmış yoksunlukların alanı olarak işyeri aynı zamanda bir kaygı mekanıdır. İşsizlik tehlikesi eşitsiz bir şekilde her birinin başı üzerinde dolanmaktadır ve ekonominin tüm sektörleri Demokles'in kılıcı üzerinde durmaktadır. (Kapferer, 1992, s. 226)

1.8.2. Söylenti Çeşitleri

Kurum içerisindeki söylentileri genel olarak içsel ve dışsal söylentiler olarak iki grupta incelemiştik. Ancak söylenti üzerine yapılmış başka sınıflandırmalarda mevcuttur. Banks'ın yaptığı başka bir sınıflandırmaya göre söylentiler altı grupta incelenmektedir. (Saffery, 2004, Akt., Gönen, Ünal Öztürk, & Efilti, 2008, s. 145,146)

- Ø -Kasıtlı Söylentiler: Özel bir amaca ulaşmak için başlatılan söylentilerdir. Bu tür söylentiler finans ve politika arenalarında sık görülmekte, iş gelirlerini yükseltmek ve fayda sağlamak amacıyla kullanılmaktadır.
- Ø -Vakitsiz Söylentiler: Sonuca ilişkin öngörülerin erken haber verildiği söylenti

türüdür.

- Ø -Kötü Niyetli Söylentiler: Rakibin işine veya varlığına hasar verme amacı ile başlatılan söylentilerdir.
- Ø -Acımasız Söylentiler: Alıcıların doğru olarak yorumladığı ve abartılı olduğu dikkat çeken söylentilerdir.
- Ø -Gerçeğe Yakın Olan Söylentiler: Kısmen doğru olmakla birlikte, alıcının hikayenin doğru unsurlarına güven vermesini sağlayan ve bu doğruluğun söylentinin bütününde geçerli olduğu sonucunu kabul ettirmeye çalışan söylentilerdir.
- Ø -Doğum Günü Söylentileri: Zaman içinde tekrarlanarak etkilerini sürekli kılmaya çalışan söylentilerdir. Bu söylentiler özellikle doğum günü gibi olağan ve periyodik olarak tekrarlanan konularda çıkarılırlar.

1.8.3. Söylentinin Oluşumu ve Nedenleri

Shibutani'nin formülüne göre $S = \text{Önem} \times \text{Belirsizlik}$ çoğaltıcı bir ilişki söz konusudur. Eğer önemi sıfırsa ve olay tamamen belirsiz değilse, söylenti olmayacaktır. Ayrıca Kapferer'e göre bütün söylentiler açıklanacak bir olaydan hareket etmezler, bazıları tam anlamıyla olayı yaratırlar. (Kapferer, 1992, s. 21)

Shibutani'nin formülüne göre bir örgütte söylentinin oluşabilmesi için ortadaki olayın ne kadar önemli olduğu ve ne kadar belirsiz olduğu konusu önemlidir: Eğer iki durumdan birisinde bile sıfıra yakınlık söz konusu ise, söylenti olmayacaktır. İnsan zihni belirsizliği sevmez, bertaraf etmek ister. Belirsizlik olduğu zamanlarda ve olayın önemi yüksek olduğunda söylenti meydana gelecektir. Çünkü çalışanlar belirsizlikten kurtulmak isteyecek, bunun içinde kendilerince birtakım açıklamalara, fikir üretimlerine gideceklerdir.

Araştırmacı Keith Davis söylentilerin başlayabilmesi için üç temel ögenin olması gerektiğini vurgular. Bu öğeleri şöyle sıralamak mümkündür. (Dessler, 1998, Akt., Solmaz, Söylentilerin Kurumsal İletişim Açısından Değerlendirilmesi Ve Bir Uygulama Örneği, 2004)

- 1.Bilgi Eksikliği
- 2.Güven Duygusunun Olmaması(Güvensizlik)
- 3.Çelişkiler

Sayılan bu maddelere dönüp baktığımızda aslında örgütlerde iletişimin kaliteli ve sağlıklı olarak yürütülmesinin önemini bir kez daha görmüş oluyoruz. Çünkü bu maddelerin temelinde yatan asıl olgu, iletişimin yeterli seviyede olmayışı ve örgüt yönetimi ile çalışanlar arasındaki iletişimden doğan samimiyetin, güvenin olmayışıdır. Çalışanlar örgütte olup bitenlerden yeterince bilgi alamadıklarında, yönetimin söyledikleri ile yaptıkları arasında uçurumlar olduğunda ve bu çelişkiler güvensizlik ortamını yarattığında söylentiler ve dedikodular örgütte baş gösterecektir.

Söylenti ve dedikoduların oluşumuna neden olan başka bir etken ise örgütteki yönetim veya yöneticilerin söylenti ve dedikodulardan yararlanma yoluna gitmeleridir. Şirket içerisinde meydana gelebilecek herhangi bir değişikliğin sonuçlarını ya da çalışanların tepkilerini ölçmek isteyen yöneticiler ortaya bir söylenti atarak nabız ölçme yoluna gidebilmektedirler ya da direk olarak çalışanın herhangi bir konuyla ilgili fikirleri önemsendiğinde, ne düşündüğü öğrenilmek istendiğinde bu gibi yollar kullanılabilir.

Örgütte yönetici değişikliği olduğu zamanlarda ya da ucu açık olarak bilgilerin çalışanlara verilmesi söylentileri oluşturabilir. Bundan dolayı bilgilerin tam olarak doyurucu ve net olması gerekmektedir. Kapferer'ın kitabında yer alan bilgiye göre, Georges Besse Renault'daki yöneticilik görevine atanmasından kısa bir süre sonra iki cümle söylemişti: "Tasarrufa gitmek gerekiyor" ve "Şirket içindeki kesin rolünü öğrenmek için herkesle tek tek görüşeceğim." Sonra, haftalar boyunca süren tam bir sessizliğe gömüldü. Bu sessizlik, tabanda, işçiler ve memurlar arasında söylenti vanasını açmıştı. Her biri acımasız yöneticinin korkutucu niyetlerini ölçmeye çalışıyordu. (Kapferer, 1992, s. 227)

Söylentiler pazarlama sektöründe rakibin dengesini bozmak ve kendi firmasına avantaj sağlamak içinde kullanılabilir. Bu konuda firmalar veya işletmeler arasında gizli mücadeleler söz konusudur. Buradan çıkarabileceğimiz sonuçlardan biri, fayda sağlayan söylentilerinde olduğudur. Bir efsaneye göre ise, Rothschildler servetlerini, Napoleon'un Waterloo yenilgisini erken öğrenmelerine borçludur. Londra mali piyasalarında, böyle bir bilgiye bir tek onların sahip olmaları (ve inanmaları), haber öğrenildikten ve resmileştikten sonra birden fırlayacak olan hisse senetlerini satın almalarını sağlamıştı. (Kapferer, 1992)

Yönetimlerin sessizliğe gömülmesi, çalışanlarına gerekli zamanda ve gerekli bilgileri iletmemesi bu olayda da söylentilerin üremesine neden olmuştur. Örgütlerin şirket yönetimlerinde kural olarak çalışanlarına zamanında bilgi vermeyi görev

edinmesi gerekir. Gerekirse örgüt içerisinde ilan panolarında bilgilendirmelere yer vererek, şirket içerisinde yayınlanan şirket dergisi veya gazetesinde durumları açıklama yollarına giderek ve bu konuda belirli kişileri görevlendirerek söylentilerin oluşumunun önüne geçerek şirket için zararlı bir durum olmasına engel olabilirler.

Eroğlu'nun çalışmasında yer alan bilgilere göre, örgütlerde dedikodu ve söylentilerin oluşmasının ve var olmasının en önemli sebeplerinden bir tanesi şirketlerin aile şirketi olup, kurumsallaşmamış örgütler olmasıdır. Şirketle ilgili toplantılara sadece aile üyelerinin katılması, toplantı sonucunda bilgi paylaşılmaması, yöneticilerinden bilgi paylaşma konusunda isteksiz davranmaları, çalışanların bilgileri başka yerden sağlamaya yöneltip söylentileri oluşturabilir. Ayrıca kurumsallaşmamış şirketlerde kimin ne kadar alacağına bilinmemesi çok fazla söylenti ve dedikoduya sebep olur. (Eroğlu, 2005) Bunun yanında örgüt içerisindeki söylenti ve dedikodulara kulak asmamak önemsememek bile söylentilerin başka bir boyutta oluşup büyümesine neden olabilir.

Söylentilerin oluşuktan sonra yayılması ise inanç faktörüne bağlıdır. İnsanlar söylenti duyumu aldıklarında bu duyuma inançları oranında ilgi gösterecek ve onu diğer bireylere yayma yoluna gideceklerdir.

1.8.4. Kurumsal Söylentinin Sonuçları

Difonzo ve Bordia'ya göre kurumsal ortamda yaygın ve ciddi boyutlarda ortaya çıkan söylentilerin etkilerini ise şu şekilde sıralamak mümkündür. (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 122,123)

- Ø -Söylentiler, yönetim ile çalışanlar arasında güven kaybolmasına,
- Ø -Çalışanların kendi aralarında birbirlerine karşı olan güvenin azalmasına,
- Ø -Müşterilerin güven kaybına,
- Ø -Satışlarda azalmaya,
- Ø -Artan geç kalmalara ve devamsızlıklara,
- Ø -Moral düzeyinin düşmesine,
- Ø -Bireylerin imajlarının kötüye gitmesine,
- Ø -Kurumun imajının kötüye gitmesine,
- Ø -Kuruma yönelik sabotaj türünden davranışlara,
- Ø -Kuruma yönelik olumsuz yayınların çıkmasına,

- Ø -Fiyat ve kazanç düşüşüne
- Ø -Yönetime karşı cezalandırıcı hareketlerde bulunmaya,
- Ø -Çalışanların streslerinin artmasına
- Ø -Sendika hareketleri ve grevlerin desteklenmesi gibi hareketlere neden olmaktadır.

Kurumsal söylentilerin elbette kuruma olan faydalarından da bahsetmek mümkündür. Söylentiler yönetime örgütte bir sorun veya belirsizliğin olduğunu haber vererek bunlara karşı yönetimin bir önlem almasını sağlayabilir. Bu durum karşısında örgütün ileride önüne geçemeyeceği zararlı durumlar erkenden bertaraf edilmiş olur. Belirsizlik durumlarında kurumda yönetimin açıklama yapmasını sağlayarak çalışanların belirsizlikten kaynaklanan sorunlarını dindirmiş olur. Ayrıca Kapferer'ında belirttiği gibi söylenti, yönetimi konuşmaya, suskunluğu bırakmaya iter. (Kapferer, 1992, s. 230)

1.8.5. Söylentinin Önlenmesi

Sosyal hayatta ve örgütsel hayatta dedikodu ile söylentilerin önüne geçmek, onları kesin olarak ortadan kaldırmak oldukça zor hatta imkansız olabilmektedir. İnfomal iletişim, yapıları gereği önlenmesi ve fark edilmesi oldukça zor olan iletişim sistemidir. Dedikodusu yapılan kişi dedikodudan genellikle en son haberdar olmaktadır. Söylentinin ortaya çıkması ise söylentiden haberdar olması gereken kişiye en son ulaşır. Söylentiler bazen hiçbir etki olmadığında bile kendiliğinden ortaya çıkabilir. Söylentinin çıkmasının önüne geçilemese de zararlı etkilerini en aza indirip bu konuda birtakım önlemler alabilmek ya da söylentiye bitirmek için yerinde hamleler ile duruma müdahale edip söylentiye sonlandırmak mümkün olabilmektedir.

Söylentinin artmasını önlemek için Knapp tarafından verilen beş öğüt ilginçtir. Bunlar, farkına varmadan, neden söylentilerin her zaman rahatsız ettiğini ortaya çıkarırlar. İlk olarak, halkın dışarıdan bilgilenme yoluna gitmeyecek şekilde resmi medyalara tam bir güven duyması, kitlenin yöneticilerine tam olarak inanması, bir olay gündeme geldiğinde hızla azami bilginin verilmesi, bilgisizlik adacıklarını yok etmek ve halkı aylıklıktan uzak tutmak önemlidir. (Kapferer, 1992, s. 16)

Kapferer'ın (1992) kitabında yer alan bilgilere göre söylenti büyümeye başladığında sorun noktasını belirlemek ve müdahale etmek, gerektiğinde medya

aracılığı ile açıklama yapmak, bu konuda çıkarılmış kasıtlı söylentiler yüzünden fırsatçılara dava açmak ve yalanlamak seçenekler arasındadır. Tekrarı azaltmaya yönelik önlemler alınması ise yine başka seçeneklerdendir. Çünkü söylentinin tekrar sayısının fazla olması insanlarda söylentiye yönelik inandırıcılığı yükseltmede önemli bir rol oynar. En son seçeneklerden biriside söylentiler karşısında sessiz kalmaktır. Aslında bu çok tercih edilen bir yöntem değildir. Çünkü sessiz kalmak söylentileri daha da alevlendirici bir etkiye sahip olabilir.

Robbins ve Judge söylentilerin olumsuz yanlarını azaltmak için kitaplarında şu tavsiyelere yer vermiştir: (2015, s. 351)

- Ø -Bilgi vermek uzun vadede söylentilere karşı en iyi savunmadır.
- Ø -Uyumsuz adaletsiz veya gizli görülebilecek konularla ilgili kararları ve olayları açıklayın.
- Ø -Haber vereni kişiyi reddetmeyin; söylentiler örgüt hayatında doğal olarak ortaya çıkar, bu nedenle sakın, akılcı ve saygı çerçevesinde karşılık verir.
- Ø -İletişim kanallarının etkin bilmesini sağlayın. Astlarınızın size düşünceleri, tavsiyelerini ve endişelerini anlatmak konusunda cesaretlendirin.

2.Dünya Savaşı sırasında Boston'da, ünlü gazete Herald Traveler bir girişim başlattı ve bu girişim çok kısa sürede 40 büyük Amerikan gazetesi ve çok sayıda ABD ve Kanada dergisi tarafından taklit edildi. Mart 1942 – Aralık 1943 arasında bu gazete, her seferinde, okuyucuların kendiliklerinden bildirdiği ya da halk arasında dolaşan ve gazete için çalışan bir haberciler grubunun öğrendiği, gündemdeki söylentilerden birinin çürütülmesine ayrılmış haftalık bir sütun oluşturmuştu. Çürütme genellikle, sözüne güvenilen liderlerle görüşmeye ve söylentinin iddialarının imkansızlığını ortaya koyan olguların sunulmasına dayanıyordu. (Kapferer, 1992, s. 317) Söylentilerin üzerine gidip, bunların çürütülmesine dair açıklamalar yapmak ve mantiki gerekçeler sunmak, eldeki bilgileri paylaşmak söylentinin çürütülmesi için gerekli adımlar olabilir.

Söylentilerin önlenmesi açısından iddiaların önüne hızlıca geçmeye çalışmak ve bu iddiaları zaman kaybetmeden asılsız olduklarını kanıtlamak kuşkusuz söylentiye maruz kalan taraf için avantaj sağlayıcı maddelerdendir.

Fotokopi makinesi markalarının en tanınmış olan Xerox, mürekkebinin kanserojen olduğu söylentisi dolaşmaya başlamıştı. Şirket telefon santralleri endişeli müşterilerden gelen telefonlarla felce uğradı. Hatta bir Avustralya gazetesi ilk sayfadan

şu haberi verdi: ‘‘On binler tehlikede.’’ Xerox Corporation, araştırmalarının sonuçlarını hemen, evre Koruma Ulusal Ajansı’na ve basına sundu. Görüldüğü gibi, önleyici tedbirler konusunda zaman faktörü çok önemlidir. Henüz söylenti sınırlı bir bölgede kaldığında, çok çabuk davranmak gerekir. (Kapferer, 1992, s. 323)

Söylentilerle başa çıkmada etkili olabilecek diğer aşamalar; tetikte ol, sylentiyi değerlendir, karşı atak planla ve karşı atağı başlattır. (Boone, 1997, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler zerine Bir Uygulama, 2004, s.126)

James Esposito ve Ralp Rosnow söylentileri önlemek için dört strateji belirlemiştir. Bunlar; alışanları bilgilendirme, söylentilere dikkat etme, zaman kaybetmeden harekete geçme ve personeli eğitmedir. (Wilcox, 1998, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler zerine Bir Uygulama, 2004, s.127,128)

1.8.6. Söylenti ile Dedikodu Arasındaki Fark

Söylenti ile dedikodu kavramları birbirlerine yakın hatta aynı anlamlara geliyormuş gibi anlaşılmasına karşılık aslında durum pek de öyle değildir. Söylenti ile dedikodu kavramları ayrı kavramlardır. Birbirlerine karıştırmamak gerekir. Birbirleri ile kesin olarak ayrıldıkları noktalar mevcuttur. Birbirlerinden ayrıldıkları en başlıca noktalardan bahsedecek olursak dedikodu çok sığ bir alanı etkilerken, söylenti bir toplumu, bir ülkeyi hatta ülkeleri etkileyerek büyük bir alana yayılarak insanları etkisi altına alabilir. Dedikodu genel olarak iki kişinin birbirleriyle, ortamda bulunmayan nc bir kişi hakkında konuşmasıdır ve daha çok kişisel konulardan meydana gelir. Ancak söylenti toplumsal olayları konu alır. Kapsama alanı daha geniştir ve söylentiler yayılırken birtakım değişikliklere uğrar. Genellikle dedikoduyu yapanların kim olduğu ortaya çıkabilmekte ama söylentinin kaynağını, kimin çıkardığını bulmak söz konusu değildir. Söylentiler genelde bilgi eksikliği ve belirsizliğin olduğu endişe ve kaygı verici durumlarda meydana gelirken, dedikodular keyfi sohbetlerden de, kişinin karakteristik özelliklerinden de meydana gelebilir.

Horton Cooley’e göre söylenti, insanların büyük bölümünün ilgisini çeken olaylar ve konuları kapsarken, dedikodu, belli insanların bir arada buldukları kk grupları kapsamakta ve söylenti geniş alanlara yayılırken dedikodu daha sınırlı yayılır.

(Macionis, 1997, Akt., Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 72)

Söylentiler daha çok bir konudaki inançları içine alır ancak dedikodular bir konu veya kişi hakkındaki değerlendirici konuşmalardır. Söylentinin ana fonksiyonu, tatmin edici bilginin ulaşılabilir ve inanılır olmadığında bilgi taşımaktır. Dedikodunun ana işlevi ise, sosyal kontroldür. (Solmaz, Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, 2004, s. 70)

1.9. Verimlilik Kavramı

Verimlilik genellikle “geniş” ve “dar” anlamda olmak üzere iki biçimde tanımlanmaktadır. Geniş anlamda verimlilik ekonomik amaçlara ulaşmada araçların duyarlılık ve etkinliğini ölçen soyut bir kavram anlamı taşımaktadır. (İştar, 2012, Akt., Kahraman, 2015, s.54) Dar anlamda verimlilik daha çok işletmeler üzerinde ele alınmakta ve “girdi-çıkıtı oranı” şeklinde ifade edilmektedir. Bu açıdan verimlilik, teknik açıdan verimlilik ile aynı anlama gelmekte ve üretim miktarı ile üretim faktörleri miktarı arasındaki fiziksel ilişkiyi ortaya koymaktadır. (Taşçı, 2011, Akt., Kahraman, 2015, s.54) Japon Verimlilik Merkezi tarafından benimsenen çok geniş kapsamlı bir tanımlamaya göre verimlilik, “doğru olan işleri doğru biçimde ve ekonomik çalışmayla gerçekleştirmeyi hedefleyen akılcı bir yaşam biçimidir. Japonlara göre verimlilik, gelişmeci bir düşünce ya da var olan her şeyde, özellikle de insanda sürekli gelişmeyi hedefleyen bir düşüncedir. Bugün dünden iyi, yarın bugünden iyi olmalıdır,” inancıdır. (Hacıtahiroğlu, 2012, Akt., Kahraman, 2015, s. 54)

Verimlilik, bir işletmenin veya bir örgütün mal ve hizmet üretirken kaynaklarını ne kadar iyi kullandığını ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. (Aslan, 2002, Akt., Kahraman, 2015, s. 54)

Bir hastane, hastalarının ihtiyaçlarını başarılı biçimde karşılayabilirse etkin sayılır. Bunu düşük bir maliyetle gerçekleştirirse de verimli sayılır. Eğer bir hastane mevcut kadrosuyla bir hastanın ortalama hastanede yatış süresini kısaltabiliyorsa daha yüksek bir verim sağlamış olur. Başka bir örnekten bahsedecek olursak, hem Mike hem de Al uzun yol şoförüdür. Eğer Mike tam yük donanımla New York’tan Los Angeles’a 75 saatte veya daha az sürede götürmesi gerekiyorsa ve yaklaşık 5.000 km’lik yolu bu süre zarfında tamamlayabilirse verimli sayılır. Üretkenlik ölçülürken herhangi bir hedefe ulaşılırken kullanılan maliyet de hesaba katılmalıdır. İşte bu nokta da etkinlik

kavramı devreye girer. Aynı yük ve donanımla Mike'ın New York'la Los Angeles arasını, 10 km'de yaklaşık 4 litre yakıt harcayarak, 68 saatte aldığını varsayalım. Al ise yolu 10 km'de 15 litre yakarak 68 saatte almış olsun. Hem Mike hem de Al hedeflerine ulaştıkları için etkin olarak nitelendirilebilirler; ancak Mike Al'dan daha verimlidir. Daha az yakıt harcadığı için hedefine göre daha düşük maliyetle ulaşmıştır. (Robbins & Judge, 2015, s. 24)



İKİNCİ BÖLÜM

2. YÖNTEM VE BULGULAR

Çalışmanın ikinci bölümünde araştırmanın yöntemi, evren ve örneklem, araştırmanın veri toplama araçları, araştırmanın modeli, verilerin analizi ve araştırmanın hipotezleri kısımlarından bahsedilmiştir. Daha sonra ise araştırmanın geçerliği ile güvenilirliği ve son olarak bulgular kısımlarına yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan bu çalışmada dedikodu ve söylentinin hastanelerde işletme verimliliği ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla tarama modeli tercih edilmiştir. Tarama modeli, genel olarak var olan durumu veya gerçekliği olduğu gibi araştırıp açıklamayı hedeflemesi ve nesneye, olguya, olaya, bireye vs. ilişkin günümüzdeki veya geçmişteki verilerin tamamının gözden geçirilmesi mantığına dayanması nedeniyle seçilmiştir. Veriler, Mersin ili şehir merkezinde bulunan Kamu ve Özel Hastanelerde görev yapan hemşirelere uygulanan anket yöntemi ile elde edilmiştir.

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Mersin ili şehir merkezinde bulunan toplam 10 hastane içinden (3 kamu hastanesi ile 7 özel hastane) izin alınan 6 hastanede (2 kamu ve 4 özel hastane) görev yapan hemşireler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise “Basit Tesadüfi Örneklem” yöntemi ile toplam 1068 hemşire (2 kamu hastanesinde toplam 818 hemşire ve 4 özel hastaneden toplam 250 hemşire) içinden toplam 346 hemşireye (Kamu hastanelerinden 246 hemşireye ve özel hastanelerden 100 hemşire) ulaşılarak oluşturulmuştur. Bu örneklemin; 301’i (%87’si) kadın, 44’ü (%12,7’si) erkektir. Katılımcılardan 1 tanesi (%0,3’ü) ise cinsiyetini belirtmemiştir.

2.3. Araştırmanın Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri, gerekli izinler alınarak Feride Eşkin BACAKSIZ ve Aytolan YILDIRIM’ın “Dedikodu ve Söylenti Tutum Ölçeği” (Ek) ile Muhammet TERZİ’nin çalışmasında kullandığı “Verimlilik Ölçeği” (Ek) anketi kullanılarak toplanmıştır. A4 kâğıdı boyutunda toplam on sayfadan oluşan anket, üç bölüme

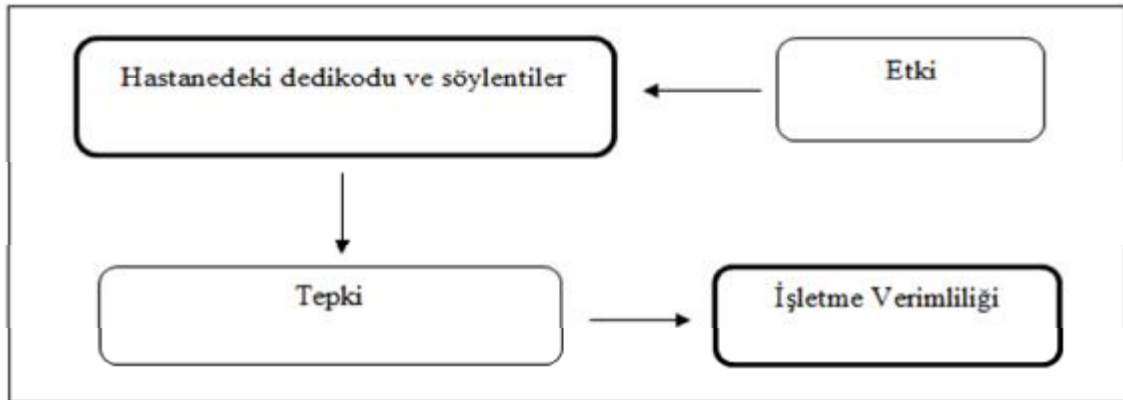
ayrılmaktadır. Anketin birinci bölümündeki “Bireysel Özellikler, Mesleki Özellikler ve Hemşirelerin Dedikodu ve Söylentilerle İlgili Görüşleri”, ikinci bölümündeki “Tanılama, Nedenler, Etkilenme ve Tepkiler alt boyutları” ve üçüncü bölümündeki “İşletme Verimliliği Ölçümü” aynı anda katılımcılara uygulanmıştır. Katılımcıların anketi doldurmaları sağlandıktan sonra veri toplama araçlarının geri dönüşü sağlanmış ve Ocak ile Şubat 2017 tarihinde iki aylık zaman zarfı içerisinde toplanmıştır.

Araştırmanın uygulanması için Mersin Kamu Hastaneleri Birliği Genel Sekreterliğine ve özel hastanelerin başhekimliklerine başvurulmuş, araştırma konusunun hassasiyetinden dolayı gerekli izinlerin alınmasında bazı engellerle karşılaşmış ve engeller sonunda aşılabılmıştır.

2.4. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada hastanelerde gerçekleşen dedikodu ve söylentilerin işletme verimliliği ile olan ilişkisini incelemek amacıyla iki değişken arasında ilişki bir çözümleme amaçlandığından araştırma modeli ilişki tarama modeline uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

İlişki tarama modeli, çoğunlukla iki veya daha fazla değişken arasındaki etkileşimlerin belirlenmesi ve/veya derecelendirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Korelasyon ve karşılaştırma bu gruba girer. (Karasar, 2008) Yapılan bu çalışmada Dedikodu ve Söylenti Tutum Alt Boyutları ile İşletme Verimliliği arasındaki ilişki korelasyon yardımıyla incelenmiş, bireysel ve mesleki özelliklerin bağımsız; diğer değişkenlerin bağımlı olduğu durumlar için ise bağımsız değişkenin bağımlı değişkene göre farklılaşp farklılaşmadığı ANOVA analizi yardımıyla araştırılmıştır. Bu nedenle ilişki tarama modeli bu çalışma için en uygun model olarak kullanılmıştır.



Şekil 5. Araştırma modeli

2.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programında oluşturulan veri tabanına kaydedilmiştir. Anketin birinci bölümünü oluşturan bireysel ve mesleki özellikler ile hemşirelerin dedikodu ve söylentilerle ilgili görüşleri içerisinde bulunan maddeler kodlanırken ilk madde 1, ikincisi 2, üçüncüsü 3 vs. şeklinde kodlanmıştır. Anketin ikinci bölümünü oluşturan tanılama, nedenler, etkilenme ve tepkiler alt boyutları “kesinlikle katılmıyorum=1, katılmıyorum=2, kararsızım=3, katılıyorum=4 ve kesinlikle katılıyorum=5” olacak şekilde 5’li likert ölçeğine göre kodlanmıştır. Üçüncü bölümde yer alan işletme verimliliğini ölçen kısmın ilk 20 sorusu “hiç yok=1, az=2, normal=3, fazla=4 ve oldukça fazla=5”. 21-27 arası sorular “çok kötü=1, iyi değil=2, normal=3, iyi=4 ve oldukça iyi=5. 28-29 arası sorular “hiç=1, çok az=2, ihtiyaç duyulunca=3, ilgili alanda=4 ve tamamen=5. 30-31 arası sorular “hiç=1, az=2, kısmen=3, evet=4 ve çok=5 olacak şekilde yine 5’li likert ölçeğine göre kodlanmıştır. 32 ve sonrasındaki sorularda ise maddeler sırasıyla birincisi=1, ikincisi=2, üçüncüsü=3 vs olacak şekilde kodlanarak veri girişi tamamlanmıştır.

Kategorik (kesikli) verilerin frekans değerleri ve yüzdelikleri hesaplanırken, sürekli verilerin ortalama değerleri hesaplanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki pearson korelasyon katsayısı yardımıyla elde edilmiş, önem seviyesi (p-değeri) 0,05 olarak kabul edilmiştir.

2.6. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Dedikodu ve söylentilerden etkilenme alt boyutu işletme verimliliğine etki etmektedir.

H2: Dedikodu ve söylenti karşısındaki tepki alt boyutu işletme verimliliğine etki etmektedir.

H3: Kurum içi iletişim kanalları ile işletme verimliliğini arasında ilişki vardır.

H4: Problem çözmede söylenti ve dedikodulardan yararlanılması ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır.

H5: Dedikodu ve söylentilerin bazen işten ayrılmalara sebep olması ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır.

H6: İş görenlerin dedikodu ve söylentilere maruz kalması performanslarını etkilemektedir.

H7: Meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu işletmelerde dedikodu ve söylentiler işletme verimliliğini etkilemektedir.

H8: İşletme içinde eşitlik ve adaletin olmaması işletme verimliliğini etkilemektedir.

H9: İş hayatındaki dedikodu ve söylentiler kurumun imajını etkilemektedir.

H10: Çalışanlarda kuruma aidiyet duygusunun gelişmemiş olması işletme verimliliğini etkilemektedir.

H11: Yöneticilerin katı bir yönetim tarzı benimsemeleri işletme verimliliğini etkilemektedir.

H12: İşletmede sosyal aktivitelerin ve motivasyon sistemlerinin yeterli oluşu dedikodu ve söylentileri önlemede etkili olmaktadır.

2.7. Araştırmanın Geçerliliği

Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özellik ile karıştırmadan, doğru ölçebilme derecesidir. (Tekin, 1997, Akt., Ercan, Kan, 2004)

Bu çalışmada kullanılan “Dedikodu ve Söylenti Tutum Ölçeği” ne ait geçerlilik-güvenilirlik analizleri Feride Eşkin BACAKSIZ ve Aytolan YILDIRIM tarafından yapıldığından ayrıca bu ölçeğe ait bir geçerlilik analizi yapılmamıştır. Aynı şekilde yine bu çalışmada kullanılan “Verimlilik Ölçeği” ne ait geçerlilik analizi Muhammet TERZİ tarafından yapıldığından ayrıca bu ölçek için de geçerlilik analizi yapmaya gerek duyulmamıştır.

Dedikodu ve Söylenti Tutum Ölçeği; kişilerin dedikodu ve söylentiye ilişkin tutumlarını belirleme amacıyla Eşkin Bacaksız ve Yıldırım tarafından geliştirildi. Ölçeğin geçerliliğini test etmek için; kapsam geçerliği (uzman görüşü) ve yapı geçerliği (doğrulayıcı faktör analizi), güvenilirliği test etmek için ise iç tutarlılığı (Cronbach Alpha katsayısı ve madde toplam puan korelasyonu) sınıandı. Araştırmacılar tarafından uzman görüşüne sunulan ölçeğin tüm maddelerinin kapsam geçerlik indeksleri 0.80’in üzerinde bulundu. (Bacaksız & Yıldırım, 2013)

2.8. Araştırmanın Güvenirliği

Güvenilirlik analizi, daha önceden belirlenmiş bir ölçek türüne göre hazırlanmış anket formuna verilen yanıtların tutarlılığını ölçer. Burada tutarlılıktan kasıt, sadece ölçeğe uygun olarak sıralanabilir (ordinal scale) yanıtlar içeren sorulara verilen

yanıtların tutarlılığıdır. (Karasar, 2008) Dedikodu ve Söylenti Tutum Ölçeğinin güvenilirliği öncelikle boyutların tamamı bakımından ve ayrı ayrı alt boyutlar bakımından incelenmiştir. Daha sonra ise Verimlilik Ölçeğinin güvenilirliğine Cronbach's Alpha analizi ile bakılmıştır.

Güvenilirlik analizi için kullanılan temel analiz Cronbach Alpha (α) değerinin bulunmasıdır. Her bir madde için tek bir α değeri olabileceği gibi, tüm soruların ortalama bir α değeri de olabilir. Tüm sorular için elde edilen α değeri o anketin toplam güvenilirliğini gösterir ve 0.7'den büyük olması beklenir, bu değerden düşük α değerleri anketin zayıf güvenilirliği olduğunu gösterir, $\alpha > 0.8$ olması ise anketin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. (Kalaycı, 2008)

Alfa katsayısına bağlı olarak bir ölçeğin güvenilirliği şu şekilde yorumlanabilir (Kalaycı, 2008, s. 405):

1. $0.00 \leq \alpha \leq 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
2. $0.40 \leq \alpha \leq 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür,
3. $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir,
4. $0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Bu araştırmanın analizinde kullanılan SPSS 22.0 programında model sorularına ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucuna göre bulunan Cronbach Alpha değerleri aşağıdadır. Ortaya çıkan güvenilirlik değeri ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduklarını göstermektedir.

Tablo 4. Dedikodu ve Söylenti Tutumu Ölçeğinin Tüm Boyutları (Tanılama+Nedenler+Etkilenme+Tepkiler) Bakımından Güvenilirlik Analizi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N</i>
,914	61

Elde edilen 0,914 Cronbach's Alpha değeri ölçekte kullanılan 61 maddelik dedikodu ve söylenti tutum anketinin mükemmel seviyede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 5. Tanılama Alt Boyutu Maddeleri için Güvenilirlik Analizi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N</i>
,774	11

Elde edilen 0,774 Cronbach's Alpha değeri ölçekte kullanılan 11 maddelik dedikodu ve söylenti tutum anketinin tanılama alt boyutunun yüksek seviyede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Nedenler Alt Boyutu Maddeleri için Güvenilirlik Analizi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N</i>
,882	23

Elde edilen 0,882 Cronbach's Alpha değeri ölçekte kullanılan 23 maddelik dedikodu ve söylenti tutum anketinin nedenler alt boyutunun yüksek seviyede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 7. Etkilenme Alt Boyutu Maddeleri için Güvenilirlik Analizi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N</i>
,863	13

Elde edilen 0,863 Cronbach's Alpha değeri ölçekte kullanılan 13 maddelik dedikodu ve söylenti tutum anketinin etkilenme alt boyutunun yüksek seviyede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 8. Tepkiler Alt Boyutu Maddeleri için Güvenilirlik Analizi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N</i>
,865	14

Elde edilen 0,865 Cronbach's Alpha değeri ölçekte kullanılan 14 maddelik dedikodu ve söylenti tutum anketinin tepkiler alt boyutunun yüksek seviyede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Verimlilik Ölçeği Maddeleri için Güvenilirlik Analizi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N</i>
,848	36

Elde edilen 0,848 Cronbach's Alpha değeri ölçekte kullanılan 36 maddelik verimlilik ölçeği anketinin yüksek seviyede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

2.9.Bulgular

Bulgular kısmında demografik değişkenler, hemşirelerin dedikodu ve söylentilerle ilgili görüşleri, işletme verimliliğini ölçmeye yönelik olan soruların cevapları ve hipotezlerin test edilmesi konularına yer verilmiştir.

2.9.1. Demografik Değişkenler (Bireysel ve Mesleki Özellikler) ile İlgili Frekans Dağılımları

Çalışmanın bu kısmında hemşirelerin bireysel ve mesleki özellikleri hakkındaki bulgulara yer verilmiştir. Bireysel özellikler kısmından bahsedilirken, hemşirelerin cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, yaşı ve gelir düzeyi konularına yer verilmiştir.

Mesleki özelliklerden bahsederken hemşirelerin çalıştığı kurum, çalıştığı bölüm, bölümdeki görev, bölümdeki toplam çalışma süresi, meslekteki toplam çalışma süresi ve son olarak çalışma vardiyası gibi konulara yer verilmiştir.

Tablo 10. Cinsiyetiniz

	Frekans	Genel Yüzdesi%	Grup Yüzdesi%
Kadın	301	87,0	87,2
Erkek	44	12,7	12,8
Toplam	345	99,7	100,0
Cevaplamayan	1	,3	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 301'i (% 87'si) kadın, 44'ü (% 12,7'i) erkektir. 1 kişi (%0,3) ise cinsiyetini belirtmemiştir.

Tablo 11. Medeni Durumunuz

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Bekar	117	33,8	33,8
Evli	216	62,4	62,4
Dul	13	3,8	3,8
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 117'si (%33,8'i) bekar, 216'sı (%62,4'ü) evli, 13'ü (%3,8'i) ise duldur.

Tablo 12. Eğitim Durumunuz

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
SML	62	17,9	18,2
Ön lisans	108	31,2	31,8
Lisans	148	42,8	43,5
Yüksek Lisans	22	6,4	6,5
Toplam	340	98,3	100,0
Cevaplamayan	6	1,7	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 62'si (% 17,9'u) SML, 108'i (% 31,2'si) Ön lisans, 148'i (%42,8'i) Lisans, 22'si (%6,4'ü) ise Yüksek Lisans mezunudur.

Tablo 13. Yaşınız

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
24 ve altı	73	21,1	21,1
25-29	46	13,3	13,3
30-34	59	17,1	17,1
35-39	63	18,2	18,2
40-44	65	18,8	18,8
45 ve üstü	40	11,6	11,6
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 73'ü (%21,1'i) 24 ve altı, 46'sı (%13,3'ü) 25-29 arası, 59'u (%17,1'i) 30-34 arası, 63'ü (% 18,2'si) 35-39 arası, 65'i (18,8'i) 40-44 arası ve 40'ı (%11,6'sı) ise 45 ve üstü yaşlarda bulunmaktadır.

Tablo 14. Gelir Düzeyi

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Yetmiyor	107	30,9	31,7
Ancak Yetiyor	215	62,1	63,6
Fazlasıyla Yetiyor	16	4,6	4,7
Toplam	338	97,7	100,0
Cevaplamayan	8	2,3	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 107'si (% 30,9'u) gelirinin yetmediğini, 215'i (%62,1'i) gelirinin ancak yettiğini, 16'sı (%4,6'sı) ise gelirinin fazlasıyla yettiğini ifade ederken, 8'i (%2,3'ü) geliri ile ilgili bilgi vermemiştir.

Tablo 15. Çalıştığı Kurum

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Sağlık Bakanlığı Hastanesi	245	70,8	71,2
Özel Hastane	99	28,6	28,8
Toplam	344	99,4	100,0
Cevaplamayan	2	,6	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 245'i (%70,8'i) Sağlık Bakanlığı Hastanesi (Kamu Hastanesi)'nde, 99'u (% 28,6'sı) ise Özel Hastane'de çalışırken, 2'si (%0,6'sı) çalıştığı kurum hakkında bilgi vermemiştir.

Tablo 16. Çalıştığı Bölüm

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Yönetim	7	2,0	2,0
Yoğun Bakım	45	13,0	13,1
Poliklinik	26	7,5	7,6
Ameliyathane	20	5,8	5,8
Acil Servis	27	7,8	7,9
Servis	188	54,3	54,8
Diğer	30	8,7	8,7
Toplam	343	99,1	100,0
Cevaplamayan	3	,9	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 7'si (%2'si) Yönetim bölümünde, 45'i (%13'ü) Yoğun Bakım bölümünde, 26'sı (%7,5'i) Poliklinik bölümünde, 20'si (%5,8'i) Ameliyathane bölümünde, 27'si (%7,8'i) Acil Servis bölümünde, 188'i (%54,3'ü) Servis bölümünde, 30'u (%8,7'si) ise diğer bölümlerde görev yaparken, 3'ü (%0,9'u) çalıştığı bölüm hakkında bilgi vermemiştir.

Tablo 17. Bölümdeki Görev

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Yönetici	25	7,2	7,4
Hemşire	314	90,8	92,6
Toplam	339	98,0	100,0
Cevaplamayan	7	2,0	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 25'i (%7,2'si) Yönetici olarak bölümlerinde görev yapmaktayken, 314'ü (%90,8'i) Hemşire olarak görev yapmaktadır. 7 çalışan (%2) ise bölümdeki görevleri ile ilgili bilgi vermemiştir.

Tablo 18. Bölümde Toplam Çalışma Süresi

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
1 yıldan az	97	28,0	28,1
1-5 yıl	133	38,4	38,6
6-10 yıl	56	16,2	16,2
11-15 yıl	23	6,6	6,7
16-20 yıl	14	4,0	4,1
21 yıl ve üstü	22	6,4	6,4
Toplam	345	99,7	100,0
Cevaplamayan	1	,3	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 97'si (%28'i) 1 yıldan az, 133'ü (%38,4'ü) 1-5 arası yıl, 56'sı (%16,2'si) 6-10 arası yıl, 23'ü (%6,6'sı) 11-15 arası yıl, 14'ü (%4'ü) 16-20 arası yıl ve 22'si (%6,4'ü) 21 yıl ve üstü süredir bulunduğu bölümde çalışmaktadır. 1 kişi (%0,3) ise bölümdeki toplam çalışma süresi ile ilgili bilgi vermemiştir.

Tablo 19. Meslekte Toplam Çalışma Süresi

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
1 yıldan az	49	14,2	14,2
1-5 yıl	64	18,5	18,6
6-10 yıl	55	15,9	15,9
11-15 yıl	37	10,7	10,7
16-20 yıl	53	15,3	15,4
21 yıl ve üstü	87	25,1	25,2
Toplam	345	99,7	100,0
Cevaplamayan	1	,3	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 49'u (%14,2'si) 1 yıldan az, 64'ü (%18,5'i) 1-5 arası yıl, 55'i (%15,9'u) 6-10 arası yıl, 37'si (%10,7'si) 11-15 arası yıl, 53'ü (%15,3'ü) 16-20 arası yıl ve 87'si (%25,1'i) 21 yıl ve üstü süredir bulunduğu bölümde çalışmaktadır. 1 kişi (%0,3) ise bölümdeki toplam çalışma süresi ile ilgili bilgi vermemiştir.

Tablo 20. Çalışma Vardiyası

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Sürekli/çoğunlukla gündüz	205	59,2	59,2
Sürekli/çoğunlukla gece	72	20,8	20,8
Eşit	69	19,9	19,9
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 205'i (%59,2'si) sürekli/çoğunlukla gündüz, 72'si (%20,8'i) sürekli/çoğunlukla gece ve 69'u (%19,9'u) ise eşit vardiyada çalışmaktadır.

2.9.2. Hemşirelerin Dedikodu ve Söylentilerle İlgili Görüşleri

Tablo 21. Dedikodu ve Söylentileri Yayan Kişilerin Kişilik Özellikleri

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kendini Beğenmiş-Takıntılı Özellikler	266	76,9	78,0
Şüpheli Özellikler	56	16,2	16,4
İçe Dönük Özellikler	19	5,5	5,6
Toplam	341	98,6	100,0
Cevaplamayan	5	1,4	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 266'sı (%76,9'u) dedikodu ve söylentileri yayan kişileri "Kendini Beğenmiş-Takıntılı Özellikler" ile tanımlarken, 56'sı (%16,2'si) "şüpheli özellikler", 19'u (%5,5'i) ise "İçe Dönük Özellikler" olarak tanımlamaktadırlar. 5'i (%1,4'ü) ise dedikodu ve söylentileri yayan kişilerin kişilik özellikleri hakkında bilgi vermemiştir.

Tablo 22. Hastanenizde dedikodu ve söylenti en çok yapan çalışan grubu sizce hangisidir?

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Hemşireler	150	43,4	44,8
Hekimler	19	5,5	5,7
Hastabakıcılar	55	15,9	16,4
Hasta ve hasta yakınları	61	17,6	18,2
Destek hizmet çalışanları	28	8,1	8,4
Diğer(aile, arkadaş, akraba, stajyerler)	22	6,4	6,6
Toplam	335	96,8	100,0
Cevaplamayan	11	3,2	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 150'si (% 43,4'ü) hastanesinde dedikodu ve söylenti en çok yapan çalışan grubu olarak "Hemşireler" i görürken, 19'u (%5,5'i) "Hekimler" i, 55'i (%15,9'u) "Hastabakıcılar" ı , 61'i (%17,6'sı) "Hasta ve Hasta Yakınları" nı, 28'i (%8,1'i) "Destek Hizmet Çalışanları" nı ve 22'si (%6,4'ü) ise "Diğer(aile, arkadaş, akraba, stajyerler)" lerini görmektedir. 11 kişi (%3,2) ise

Hastanesinde dedikodu ve söylenti en çok yapan çalışan grubu hakkında bilgi vermemiştir.

Tablo 23. Kurumunuzda dedikodu ve söylenti en çok hangi konularda yapılmaktadır?

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kuruma yönelik konular	93	26,9	27,3
Kişisel konular	151	43,6	44,3
Günlük yaşama ait konular	74	21,4	21,7
Hasta ve hasta yakınları hakkındaki konular	23	6,6	6,7
Toplam	341	98,6	100,0
Cevaplamayan	5	1,4	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 93'ü (%26,9'u) kurumunda en çok “kuruma yönelik konular” hakkında dedikodu ve söylenti yapıldığını belirtirken, 151'i (%43,6'sı) “kişisel konular”, 74'ü (%21,4'ü) “günlük yaşama ait konular”, 23'ü (%6,6'sı) ise “hasta ve hasta yakınları hakkındaki konular” hakkında en çok dedikodu ve söylenti yapıldığını belirtmiştir. 5 kişi (%1,4) ise kurumunda dedikodu ve söylentinin en çok hangi konuda yapıldığı hakkında görüş bildirmemiştir.

Tablo 24. Kurumunuzda dedikodu ve söylentilerle karşılaşma sıklığınızı belirtiniz.

	Frekans	Genel Yüzdesi	Grup Yüzdesi
Hiç	12	3,5	3,5
Hemen Hemen Hiç	3	,9	,9
Nadiren	51	14,7	14,8
Bazen	79	22,8	23,0
Sıklıkla	92	26,6	26,7
Çok Sık	31	9,0	9,0
Hemen Hemen Hergün	76	22,0	22,1
Toplam	344	99,4	100,0
Cevaplamayan	2	,6	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların kurumlarında dedikodu ve söylentilerle karşılaşma sıklığına 12'si (%3,5'i) “hiç”, 3'ü (%0,9'u) “hemen hemen hiç”, 51'i

(%14,7'si) “nadiren”, 79'u (%22,8'i) “bazen”, 92'si (%26,6'sı) “sıklıkla”, 31'i (%9'u) “çok sık” ve 76'sı (%22'si) “hemen hemen hergün” şeklinde cevap vermiştir. 2 kişi (%0,6) ise kurumunda dedikodu ve söylentilerle karşılaşma sıklığı ile ilgili cevap vermemiştir.

2.9.3. İşletme Verimliliğini Ölçmeye Yönelik Olan Soruların Cevapları

Tablo 25. Şu anda almış olduğunuz ücretten biraz daha fazla ücretle başka bir işletmede çalışır mısınız?

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle çalışmam	42	12,1	12,2
Çalışmam	37	10,7	10,8
Şartlı	19	5,5	5,5
Belki	111	32,1	32,4
Evet	134	38,7	39,1
Toplam	343	99,1	100,0
Cevaplamayan	3	,9	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışmalara “Şu anda almış olduğunuz ücretten biraz daha fazla ücretle başka bir işletmede çalışır mısınız?” şeklinde yöneltilen soruya 42'si (%12,1'i) “kesinlikle çalışmam”, 37'si (%10,7'si) “çalışmam”, 19'u (%5,5'i) “şartlı”, 111'i (%32,1'i) “belki” ve 134'ü (%38,7'si) “evet” şeklinde cevap vermiştir. 3' ü (%0,9'u) cevap vermemiştir. Bu sonuca göre sağlık çalışanlarının çoğunluğuna göre iş yeri seçiminde ücret belirleyici bir etken olmaktadır.

Tablo 26. Yaptığınız işe ve işletmeye ne ölçüde bağlısınız?

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
İşimi seviyorum başka bir işletmede çalışmam	87	25,1	25,4
Kararsızım	65	18,8	19,0
İşimi seviyorum daha iyi imkanlar sağlayan işletmede çalışabilirim	169	48,8	49,3
İşimi seviyorum başka bir iş bulsam çalışırım	10	2,9	2,9
İşimi seviyorum başka bir iş düşünmem	12	3,5	3,5
Toplam	343	99,1	100,0
Cevaplamayan	3	,9	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışmalara “Yaptığımız işe ve işletmeye ne ölçüde bağlısınız?” şeklinde yöneltilen soruya 87’si (%25,1’i) “İşimi seviyorum başka bir işletmede çalışmam”, 65’i (%18,8’i) “kararsızım”, 169’u (%48,8’i) “İşimi seviyorum daha iyi imkanlar sağlayan işletmede çalışabilirim”, 10’u (%2,9’u) “İşimi seviyorum başka bir iş bulsam çalışırım” ve 12’si (%3,5’i) “İşimi seviyorum başka bir iş düşünmem” şeklinde cevap verirken, 3’ü (%0,9’u) cevap vermemiştir. Dolayısıyla sağlık çalışanlarının çoğunluğunun işlerini severek yaptıkları buna karşın daha iyi imkanlar sunan başka bir yere de rahatlıkla geçebilecekleri söylenebilir.

Tablo 27. İşinizde sizi memnun eden veya olmasını istediğiniz beklentilerinizden en az beşini işaretleyiniz.

	Frekans
Yapılan işin takdir edilmesi	258
Uygun çalışma koşulları	214
Yüksek ücret	175
Kendini geliştirme	168
Ücret adaleti	147
Yeterli araç ve gereç	135
Adil bir disiplin sistemi	134
İyi iş arkadaşlığı	134
Sorumluluk ve yetki alma	124
Terfi ve başarı	109
Sosyal imkanlar	99
Özel hayata saygı	83
Etkin işletme şartları	63
İş görevliği	60
Cazip ve çekici iş	48

Araştırmaya katılan çalışanlara “İşinizde sizi memnun eden veya olmasını istediğiniz beklentilerinizden en az beşini işaretleyiniz” ifadesinde en çok (256 defa) “Yapılan işin takdir edilmesi”, daha sonra (214 defa) “Uygun çalışma koşulları”,..., en az (48 defa) “Cazip ve çekici iş” maddeleri işaretlenmiştir. Bu nedenle iş verimliliğini arttırmak isteyen işletmeler çalışanlarını en çok memnun eden maddeler üzerinde yoğunlaşarak bu konularda iyileştirmeler yapabilirler.

Tablo 28. İşinizde sizi rahatsız eden ve düzeltilmesini istediğiniz hususlardan en az beşini işaretleyiniz.

	Frekans
Çalışma koşulları	215
Ücret eksikliği	179
Takdir edilmeme	177
Düşük ücret	149
Amirlerin davranışları	129
Yetersiz araç ve gereç	110
Yetersiz sosyal imkanlar	106
Terfi imkansızlığı	88
İşletme politikası	83
Özel hayata saygılı olma	72
Disiplinsizlik	61
İşte gelişme imkansızlığı	58
İş güvenliğinin olmaması	51
İşin sıkıcı ve ağır olması	49
Arkadaşlarla uyumsuzluk	46
Aşırı disiplin	25

Araştırmaya katılan çalışanlara “İşinizde sizi rahatsız eden ve düzeltilmesini istediğiniz hususlardan en az beşini işaretleyiniz” ifadesinde en çok (215 defa) “Çalışma koşulları”, daha sonra (179 defa) “Ücret eksikliği”,..., en az (25 defa) “Aşırı disiplin” maddeleri işaretlenmiştir. Dolayısıyla işletmeler iş verimliliğini arttırmak amacıyla çalışanlarını en çok rahatsız eden hususları değerlendirip bu konularda iyileştirmeler yapabilirler.

Tablo 29. Güdülenme ve motivasyonda özendirici araçlar

	Frekans
Ücret	234
Çalışma şartları	218
Yönetimde insan ilişkileri	198
İş arkadaşları ile ilişkiler	172
Yükselme	130
Kararlara katılma	121
İşin çekiciliği ve yetki kazanma	114
İş güvencesi	112
Statü	89
Sosyal güvenlik	77

Araştırmaya katılan çalışanlara sorulan “Güdülenme ve motivasyon da özendirici araçlar” a en çok (234 defa) “ücret”, daha sonra (218 defa) “çalışma şartları” en az (77 defa) “sosyal güvenlik” şeklinde cevaplar alınmıştır. Bu sonuçlara göre işletmeler çalışanların güdülenme ve motivasyonlarını arttırıcı maddeler üzerinde yoğunlaşarak bu hususlar üzerinde yapacakları iyileştirmelerle işletme verimliliğini arttırabilirler.

2.9.4. Hipotezlerin Test Edilmesi

Ana kütleinin dağılımına bakılmaksızın, $n \geq 30$ için örneklem ortalaması yaklaşık olarak normal dağılım göstermektedir.(Smidt, 2001) Yapılan bu çalışmada deneye katılan birey sayısı oldukça fazla olduğu için ($n=346$) verilerin normal dağılım gösterdiği varsayılarak hipotezlerin test edilmesinde parametrik test teknikleri kullanılmıştır.

H1:Dedikodu ve söylentilerden etkilenme alt boyutu işletme verimliliğine etki etmektedir.

Dedikodu ve söylentilerden etkilenme alt boyutunun işletme verimliliğini etkileyip etkilemediğini ortaya koymak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır.

Model Özeti

Model	R	R kare	Düzeltilmiş R kare	Tahminin std. hatası
1	,135 ^a	,018	,015	,59667

a. Bağımsız değişken(ler): (Sabit), Etkilenme

ANOVA^a

Model		Kareler toplamı	df	Ortalama kare	F	Sig.
1	Regresyon	1,910	1	1,910	5,365	,021 ^p
	Artık	103,246	290	,356		
	Toplam	105,156	291			

a. Bağımlı değişken: İşletme Verimliliği

b. Bağımsız değişken(ler): (Sabit), Etkilenme

Katsayılar^a

Model		Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Sabit)	2,735	,251			10,899	,000
	Etkilenme	,140	,061	,135		2,316	,021

a, Bağımlı değişken: İşletme Verimliliği

Dedikodu ve söylentilerden etkilenme alt boyutunun işletme verimliliğini etkileyip etkilemediğini ortaya koymak amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda modelin anlamlı olup olmadığını ortaya koyan ANOVA tablosundaki p-değeri (Sig.=0,021) 0,05'den küçük çıkmıştır. Etkilenme alt boyutunun bağımsız, işletme verimliliğinin bağımlı değişken olduğu doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu söylenebilir. Bağımsız değişkenin anlamlılığını ortaya koyan katsayılar tablosundaki p-değeri (Sig.) de 0,05'den küçük çıktığı için etkilenme bağımsız değişkeninin de işletme verimliliğini anlamlı bir şekilde etkilediği ifade edilebilir. Beta katsayısı (0,135) pozitif çıktığı için etkilenme ile işletme verimliliği arasındaki ilişki pozitif yönlü ve anlamlıdır. Özetle çıkan sonuçlara göre, dedikodu ve söylentilerden etkilenme, işletme verimliliğine pozitif yönde etki eder.

H2: Dedikodu ve söylenti karşısındaki tepki alt boyutu işletme verimliliğine etki etmektedir.

Dedikodu ve söylenti karşısındaki tepki alt boyutunun işletme verimliliğini etkileyip etkilemediğini ortaya koymak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır.

Model Özeti

Model	R	R kare	Düzeltilmiş R	Tahminin std.
			kare	hatası
1	,229 ^a	,053	,049	,59440

a.Bağımsız değişken(ler): (Sabit), Tepkiler

ANOVA^a

Model		Kareler toplamı	df	Ortalama kare	F	Sig.
1	Regresyon	5,740	1	5,740	16,246	,000 ^b
	Artık	103,521	293	,353		
	Toplam	109,261	294			

aBağımlı değişken: İşletme Verimliliği

b. Bağımsız değişken(ler): (Sabit), Tepkiler

Katsayılar^a

Model		Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Sabit)	2,668	,166			16,043	,000
	Tepkiler	,187	,046	,229		4,031	,000

a. Bağımlı değişken: İşletme Verimliliği

Dedikodu ve söylenti karşısındaki tepki alt boyutunun işletme verimliliğini etkileyip etkilemediğini ortaya koymak amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda modelin anlamlı olup olmadığını ortaya koyan ANOVA tablosundaki p-değeri (Sig.=0,000) 0,05'den küçük çıkmıştır. Tepkiler alt boyutunun bağımsız, işletme verimliliğinin bağımlı değişken olduğu doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu söylenebilir. Bağımsız değişkenin anlamlılığını ortaya koyan katsayılar tablosundaki p-değeri (Sig.) de 0,05'den küçük çıktığı için tepkiler bağımsız değişkeninin de işletme verimliliğini anlamlı bir şekilde etkilediği ifade edilebilir. Beta katsayısı (0,229) pozitif çıktığı için tepkiler ile işletme verimliliği arasındaki ilişki pozitif yönlü ve anlamlıdır. Özetle çıkan sonuçlara göre, dedikodu ve söylenti karşısındaki tepki, işletme verimliliğine pozitif yönde etki eder.

H3:Kurum içi iletişim kanalları ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır.

Tablo 30. Kurum içi resmi iletişim kanallarının yetersiz oluşu dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	16	4,6	4,7
Katılmıyorum	44	12,7	12,8
Kararsızım	54	15,6	15,7
Katılıyorum	126	36,4	36,6
Kesinlikle katılıyorum	104	30,1	30,2
Toplam	344	99,4	100,0
Cevaplamayan	2	,6	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 104'ü (%30,1'i) "Kurum içi resmi iletişim kanallarının yetersiz oluşu dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur." ifadesine "kesinlikle katılıyorum" şeklinde cevap verirken, 126'sı (%36,4'ü) "katılıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (%66,5'i) kurum içi resmi kanalların yetersiz oluşunun dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olacağını ifade etmiştir. Dedikodu ve söylentinin artması da işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

Tablo 31. Kurum içi iletişim kanallarının yetersizliği ile İşletme Verimliliği arasındaki ilişki

		Kurum içi iletişim kanallarının yetersizliği	
		İşletme Verimliliği	
İşletme Verimliliği	PearsonCorrelation	1	-,493
	Sig. (2-tailed)		,006
Kurum içi iletişim kanallarının yetersizliği	PearsonCorrelation	-,493	1
	Sig. (2-tailed)	,006	

Kurum içi iletişim kanallarının yetersizliği değişkeni ile İşletme Verimliliği arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılan korelasyon analizinde p-değeri (Sig.) 0,05 den küçük çıktığı için değişkenler arasında ilişki olduğu söylenebilir. İlişkinin yönü ve derecesini belirten “pearsonkorelasyon katsayısı” (- 0,493) ise aradaki ilişkinin negatif (ters) yönde ve orta derecede olduğunu göstermektedir. Kurum içi kanalların yetersizliği arttıkça işletme verimliliği 0,05 önem seviyesinde azalmaktadır. Bu sonuca göre “H5: Kurum içi iletişim kanalları ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır.” hipotezi kabul edilir.

H4: Problem çözmede söylenti ve dedikodulardan yararlanılması ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır.

Tablo 32. Dedikodu ve söylentilerden çok şey öğrenilebilir.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	87	25,1	25,3
Katılmıyorum	100	28,9	29,1
Kararsızım	48	13,9	14,0
Katılıyorum	69	19,9	20,1
Kesinlikle katılıyorum	40	11,6	11,6
Toplam	344	99,4	100,0
Cevaplamayan	2	,6	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 100’ü (%28,9’u) “Dedikodu ve söylentilerden çok şey öğrenilebilir” ifadesine “katılmıyorum” şeklinde cevap verirken, 87’si (%25,1’i) “kesinlikle katılmıyorum” şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (% 54’ü) dedikodu ve söylentiden çok şey öğrenileceğini düşünmemektedir. Dolayısıyla

problem çözmeye dedikodu ve söylentiden yararlanılmayacağı kanısı bu maddeye göre ağırlık basmaktadır.

Tablo 33. Dedikodu ve söylentiler mutlaka bir gerçeğe dayanır.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	70	20,2	20,4
Katılmıyorum	88	25,4	25,7
Kararsızım	101	29,2	29,4
Katılıyorum	48	13,9	14,0
Kesinlikle katılıyorum	36	10,4	10,5
Toplam	343	99,1	100,0
Cevaplamayan	3	,9	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 88'i (%25,4'ü) "Dedikodu ve söylentiler mutlaka bir gerçeğe dayanır" ifadesine "katılmıyorum" şeklinde cevap verirken, 70'i (%20,2'si) "kesinlikle katılmıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Kararsızlar dışındaki çalışanların çoğu dedikodu ve söylentinin gerçeğe dayandığını düşünmemektedir. Dolayısıyla problem çözmeye dedikodu ve söylentiden yararlanılmayacağı kanısı bu maddeye göre de ağırlık basmaktadır.

Tablo 34. Yöneticiler dedikodu ve söylentileri bilgi sağlamada kullanır.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	60	17,3	17,6
Katılmıyorum	64	18,5	18,8
Kararsızım	65	18,8	19,1
Katılıyorum	79	22,8	23,2
Kesinlikle katılıyorum	73	21,1	21,4
Toplam	341	98,6	100,0
Cevaplamayan	5	1,4	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların "yöneticiler dedikodu ve söylentileri bilgi sağlamada kullanır" düşüncesine hemen hemen yarısının katılmadığı yarısının da katıldığı görülmektedir. Kararsızlar dışındaki çalışanların "yöneticiler dedikodu ve söylentileri bilgi sağlamada kullanır." düşüncesinde ortada kaldığı söylenebilir. Bu

sonuç, “problem çözmede dedikodu ve söylentiden yararlanılması gerektiği” görüşünün tam manada benimsenmediğini ortaya koymaktadır.

Tablo 35. Söylenti ve dedikodular bazen problem çözmede kullanılabilir.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	60	17,3	17,6
Katılmıyorum	76	22,0	22,3
Kararsızım	78	22,5	22,9
Katılıyorum	71	20,5	20,8
Kesinlikle katılıyorum	56	16,2	16,4
Toplam	341	98,6	100,0
Cevaplamayan	5	1,4	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların “Söylenti ve dedikodular bazen problem çözmede kullanılabilir” düşüncesine hemen hemen yarısının katılmadığı yarısının da katıldığı görülmektedir. Kararsızlar dışındaki çalışanların “Söylenti ve dedikodular bazen problem çözmede kullanılabilir.” düşüncesinde ortada kaldığı söylenebilir. Bu sonuç da, “problem çözmede dedikodu ve söylentiden yararlanılması gerektiği” görüşünün tam mana da benimsenmediğini ortaya koymaktadır.

Tablo 36. İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kişileri harekete geçirerek doğru bilgiye ulaşmaya hızlandırır.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	69	19,9	19,9
Katılmıyorum	71	20,5	20,5
Kararsızım	50	14,5	14,5
Katılıyorum	80	23,1	23,1
Kesinlikle katılıyorum	76	22,0	22,0
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların “İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kişileri harekete geçirerek doğru bilgiye ulaşmaya hızlandırır” düşüncesine hemen hemen yarısının katılmadığı yarısının da katıldığı görülmektedir. Kararsızlar dışındaki çalışanların “İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kişileri harekete geçirerek doğru bilgiye ulaşmaya hızlandırır.” düşüncesinde ortada kaldığı söylenebilir. Dolayısıyla bu

sonuca göre de, “problem çözmeye dedikodu ve söylentiden yararlanılması gerektiği” görüşünün tam manada benimsenmediğini ortaya koymaktadır.

Tablo 37. Problem çözmeye söylenti ve dedikodulardan yararlanılması ile işletme verimliliği arasındaki ilişki

		İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kişileri harekete geçirecek doğru bilgiye ulaşmayı hızlandırır.				
		Dedikodu ve söylentilerden çok şey öğrenilebilir.	Dedikodu ve söylentiler mutlaka bir gerçeğe dayanır.	Yöneticiler dedikodu ve söylentileri bilgi sağlamada kullanır.	Söylenti ve dedikodular bazen problem çözmeye kullanılabilir.	
İşletme Verimliliği	PearsonCorrelation	,102	,045	,088	,134	,105
	Sig. (2-tailed)	,055	,440	,130	,061	,067

Problem çözmeye söylenti ve dedikodulardan yararlanılması ile işletme verimliliği arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizinden elde edilen sonuçlar incelendiğinde, p-değerleri 0,05’den büyük çıktığı için bu iki değişken arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı söylenebilir. Ayrıca elde edilen pearsonkorelasyon katsayıları da 0’a yakın çıktığı için ilişkinin olmadığı görülebilir. Bu sonuçlara göre “H6: Problem çözmeye söylenti ve dedikodulardan yararlanılması ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır.” hipotezi reddedilir.

H5: Dedikodu ve söylentilerin bazen işten ayrılmalara sebep olması ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır.

Tablo 38. Dedikodu ve söylentiler bazen işten ayrılmalara neden olabilir.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi
Kesinlikle katılmıyorum	5	1,4	1,4
Katılmıyorum	15	4,3	4,3
Kararsızım	33	9,5	9,5
Katılıyorum	139	40,2	40,2
Kesinlikle katılıyorum	154	44,5	44,5
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 154’ü (%44,5’i) “Dedikodu ve söylentiler bazen işten ayrılmalara neden olabilir” ifadesine “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap

verirken, 139'u (%40,2'si) "katılıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğunluğu (% 84,6'sı) dedikodu ve söylentilerin bazen işten ayrılmalara neden olabileceğini ifade etmektedirler. Dolayısıyla ortaya çıkan bu ayrılmaların işletme verimliliğini olumsuz yönde etkileyeceği söylenebilir.

Tablo 39. Dedikodu ve söylentilerin bazen işten ayrılmalara sebep olması ile işletme verimliliği arasındaki ilişki

		Dedikodu ve söylentilerin bazen işten ayrılmalara neden olması
İşletme Verimliliği	PearsonCorrelation	-,493
	Sig. (2-tailed)	,005

Dedikodu ve söylentiler nedeniyle ortaya çıkan işten ayrılma durumu ile işletme verimliliği arasındaki ilişki incelendiğinde p-değeri 0,05'den küçük çıktığı için bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Pearsonkorelasyon katsayısı da (-0,493) bu ilişkinin negatif yönde orta dereceli bir ilişki olduğunu göstermektedir. Dedikodu ve söylentiler nedeniyle ortaya çıkan işten ayrılma durumu arttıkça işletme verimliliği azalmaktadır. Dolayısıyla "H7: Dedikodu ve söylentilerin bazen işten ayrılmalara sebep olması ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır." hipotezi kabul edilir.

H6: İş görenlerin dedikodu ve söylentilere maruz kalması performanslarını etkilemektedir.

Tablo 40. Söylenti ve dedikodular çalışanların moralinin bozulmasına neden olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi%
Kesinlikle katılmıyorum	3	,9	,9
Katılmıyorum	9	2,6	2,6
Kararsızım	17	4,9	4,9
Katılıyorum	138	39,9	39,9
Kesinlikle katılıyorum	179	51,7	51,7
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 179'ü (%51,7'si) "Söylenti ve dedikodular çalışanların moralinin bozulmasına neden olur" ifadesine "kesinlikle katılıyorum" şeklinde cevap verirken, 138'i (%49,9'u) "katılıyorum" şeklinde cevap vermiştir.

Çalışanların nerdeyse tamamı (% 91,6'sı) dedikodu ve söylentilerin çalışanların moralinin bozulmasına neden olabileceğini ifade etmektedirler. Dolayısıyla çalışanlarda oluşan bu moral bozukluğunun performanslarını da olumsuz yönde etkileyeceği söylenebilir. Performanstaki bu düşüş işletme verimliliğini de olumsuz yönde etkilemektedir.

Tablo 41. İş ortamındaki söylenti ve dedikodular çalışanlarda strese neden olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Katılmıyorum	10	2,9	2,9
Kararsızım	35	10,1	10,1
Katılıyorum	129	37,3	37,3
Kesinlikle katılıyorum	172	49,7	49,7
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 172'si (%49,7'si) “İş ortamındaki söylenti ve dedikodular çalışanlarda strese neden olur” ifadesine “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap verirken, 129'u (%37,3'ü) “katılıyorum” şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (% 87'si) dedikodu ve söylentilerin çalışanlarda strese neden olabileceğini ifade etmektedirler. Dolayısıyla çalışanlarda oluşan stres halinin performanslarını da olumsuz yönde etkileyeceği söylenebilir. Performanstaki bu düşüş işletme verimliliğini de olumsuz yönde etkilemektedir.

Tablo 42. Dedikodu ve söylentiler çoğaldıkça çalışanların kuruma bağlılığı azalır.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	4	1,2	1,2
Katılmıyorum	20	5,8	5,8
Kararsızım	31	9,0	9,0
Katılıyorum	123	35,5	35,9
Kesinlikle katılıyorum	165	47,7	48,1
Toplam	343	99,1	100,0
Cevaplamayan	3	,9	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 165'i (%47,7'si) “Dedikodu ve söylentiler çoğaldıkça çalışanların kuruma bağlılığı azalır” ifadesine “kesinlikle katılıyorum”

şeklinde cevap verirken, 123'ü (%35,5'i) "katılıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (%83,2'si) dedikodu ve söylentilerin artması çalışanların kuruma olan bağlılıklarının azalmasına neden olabileceğini ifade etmektedirler. Dolayısıyla çalışanların kuruma olan bağlılıklarının azalması performanslarını da olumsuz yönde etkileyeceği söylenebilir. Performanstaki bu düşüş işletme verimliliğini de olumsuz yönde etkilemektedir.

Tablo 43. Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde performansımda azalma olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	41	11,8	11,8
Katılmıyorum	46	13,3	13,3
Kararsızım	55	15,9	15,9
Katılıyorum	101	29,2	29,2
Kesinlikle katılıyorum	103	29,8	29,8
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 103'ü (%29,8'i) "Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde performansımda azalma olur" ifadesine "kesinlikle katılıyorum" şeklinde cevap verirken, 101'i (%29,2'si) "katılıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (%59'u) kendileri hakkında yapılan dedikodu ve söylentilerin performanslarının azalmasına neden olabileceğini ifade etmektedirler. Performanstaki bu düşüş işletme verimliliğini de olumsuz yönde etkilemektedir.

Elde edilen tüm sonuçlara göre "H8: İş görenlerin dedikodu ve söylentilere maruz kalması performanslarını etkilemektedir." hipotezi kabul edilir.

H7: Meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu işletmelerde dedikodu ve söylentiler işletme verimliliğini etkilemektedir.

Tablo 44. Meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu gruplarda dedikodu ve söylentilerle daha sık karşılaşılır.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	21	6,1	6,1
Katılmıyorum	33	9,5	9,5
Kararsızım	33	9,5	9,5
Katılıyorum	148	42,8	42,8
Kesinlikle katılıyorum	111	32,1	32,1
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 111'i (%32,1'i) "Meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu gruplarda dedikodu ve söylentilerle daha sık karşılaşılır" ifadesine "kesinlikle katılmıyorum" şeklinde cevap verirken, 148'i (%42,8'i) "katılmıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (%74,9'u) meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu işletmelerde dedikodu ve söylentilerin daha sık görülebileceğini ifade etmektedirler. Dedikodu ve söylentinin çok görülmesi de işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla "H9: Meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu işletmelerde dedikodu ve söylentiler işletme verimliliğini etkilemektedir." hipotezi kabul edilir.

H8: İşletme içinde eşitlik ve adaletin olmaması işletme verimliliğini etkilemektedir.

Tablo 45. Yönetimin çalışanlara eşit ve adil davranmaması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	11	3,2	3,2
Katılmıyorum	23	6,6	6,6
Kararsızım	38	11,0	11,0
Katılıyorum	135	39,0	39,0
Kesinlikle katılıyorum	139	40,2	40,2
Toplam	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 139'u (%40,2'si) "Yönetimin çalışanlara eşit ve adil davranmaması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur." ifadesine "kesinlikle katılıyorum" şeklinde cevap verirken, 135'i (%39'u) "katılıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (%79,2'si) yönetimin çalışanlarına eşit ve adil davranmamasının dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olabileceğini ifade etmiştir. Dedikodu ve söylentinin artması da işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla "H10: İşletme içinde eşitlik ve adaletin olmaması işletme verimliliğini etkilemektedir." hipotezi kabul edilir.

H9: İş hayatındaki dedikodu ve söylentiler kurumun imajını etkilemektedir.

Tablo 46. İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kurumun imajına zarar verir.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	2	,6	,6
Katılmıyorum	21	6,1	6,1
Kararsızım	21	6,1	6,1
Katılıyorum	129	37,3	37,3
Kesinlikle katılıyorum	173	50,0	50,0
Total	346	100,0	100,0

Araştırmaya katılan çalışanların 173'ü (%50'si) "İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kurumun imajına zarar verir." ifadesine "kesinlikle katılıyorum" şeklinde cevap verirken, 129'u (%37,3'ü) "katılıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların neredeyse tamamı (%87,3'ü) iş ortamında yapılan dedikodu ve söylentilerin kurum imajına zarar vereceğini ifade etmiştir. Kurum imajının zarar görmesi de işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla "H11: İş hayatındaki dedikodu ve söylentiler kurumun imajını etkilemektedir." hipotezi kabul edilir.

H10: Çalışanlarda kuruma aidiyet duygusunun gelişmemiş olması işletme verimliliğini etkilemektedir.

Tablo 47. Çalışanlarda kuruma aidiyet duygusunun gelişmemiş olması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	4	1,2	1,4
Katılmıyorum	6	1,7	2,1
Kararsızım	32	9,2	11,1
Katılıyorum	92	26,6	31,9
Kesinlikle katılıyorum	154	44,5	53,5
Toplam	288	83,2	100,0
Cevaplamayan	58	16,8	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 154'ü (%44,5'i) "Çalışanlarda kuruma aidiyet duygusunun gelişmemiş olması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur." ifadesine "kesinlikle katılıyorum" şeklinde cevap verirken, 92 kişi (%26,6'sı) "katılıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (%71,1'i) çalışanlarda kuruma aidiyet duygusunun gelişmemiş olması işletmelerde dedikodu ve söylentilerin

daha sık görülebileceğini ifade etmektedirler. Dedikodu ve söylentinin çok görülmesi de işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle “H12: Çalışanlarda kuruma aidiyet duygusunun gelişmemiş olması işletme verimliliğini etkilemektedir.” hipotezi kabul edilir.

H11: Yöneticilerin katı bir yönetim tarzı benimsemeleri işletme verimliliğini etkilemektedir.

Tablo 48. Yöneticilerin katı bir yönetim tarzını benimsemeleri dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	20	5,8	5,9
Katılmıyorum	26	7,5	7,7
Kararsızım	48	13,9	14,2
Katılıyorum	141	40,8	41,6
Kesinlikle katılıyorum	104	30,1	30,7
Toplam	339	98,0	100,0
Cevaplamayan	7	2,0	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 104’ü (%30,1’i) “Yöneticilerin katı bir yönetim tarzını benimsemeleri dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.” ifadesine “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap verirken, 141’i (%40,8’i) “katılıyorum” şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (%70,9’u) yöneticilerin çalışanlara yönelik katı tutumunun işletmelerde dedikodu ve söylentileri arttıracaklarını ifade etmektedirler. Dedikodu ve söylentideki bu artış da işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla bu sonuç çerçevesinde “H13: Yöneticilerin katı bir yönetim tarzı benimsemeleri işletme verimliliğini etkilemektedir.” hipotezi kabul edilir.

H12: İşletmede sosyal aktivitelerin ve motivasyon sistemlerinin yeterli oluşu dedikodu ve söylentileri önlemede etkili olmaktadır.

Tablo 49. Motivasyon sistemlerinin yetersizliği dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	4	1,2	1,2
Katılmıyorum	45	13,0	13,2
Kararsızım	30	8,7	8,8
Katılıyorum	142	41,0	41,5
Kesinlikle katılıyorum	121	35,0	35,4
Toplam	342	98,8	100,0
Cevaplamayan	4	1,2	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 121’i (%35’i) “Motivasyon sistemlerinin yetersizliği dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.” ifadesine “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap verirken, 142’si (%41’i) “katılıyorum” şeklinde cevap vermiştir. Çalışanların çoğu (%76’sı) motivasyon sistemlerinin yetersizliğinin dedikodu ve söylentileri arttıracığını ifade etmektedirler. Dolayısıyla motivasyon sistemlerinin yeteri seviyeye çıkarılması dedikodu ve söylentilerin önlenmesinde pozitif etki sağlayacaktır.

Tablo 50. Kurumca desteklenen ve çalışanların birbirleriyle yaklaşmasını sağlayacak sosyal aktivitelerin olmaması söylenti ve dedikoduların artmasına neden olur.

	Frekans	Genel Yüzdesi %	Grup Yüzdesi %
Kesinlikle katılmıyorum	20	5,8	5,8
Katılmıyorum	67	19,4	19,5
Kararsızım	64	18,5	18,7
Katılıyorum	114	32,9	33,2
Kesinlikle katılıyorum	78	22,5	22,7
Toplam	343	99,1	100,0
Cevaplamayan	3	,9	
Toplam	346	100,0	

Araştırmaya katılan çalışanların 78’i (%22,5’i) “Kurumca desteklenen ve çalışanların birbirleriyle yaklaşmasını sağlayacak sosyal aktivitelerin olmaması söylenti ve dedikoduların artmasına neden olur.” ifadesine “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap verirken, 114’ü (%32,9’u) “katılıyorum” şeklinde cevap vermiştir.

Çalışanların çoğu (%55,4'ü) işletme tarafından herhangi bir sosyal aktivitenin yapılmamasının dedikodu ve söylentileri arttırdığını ifade etmektedirler. Dolayısıyla kurum bünyesinde yapılacak sosyal aktivitelerin dedikodu ve söylentilerin önlenmesinde pozitif etki sağlayacağı söylenebilir.

Bu sonuçlar çerçevesinde “H14: İşletmede sosyal aktivitelerin ve motivasyon sistemlerinin yeterli oluşu dedikodu ve söylentileri önlemede etkili olmaktadır.” hipotezi kabul edilir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise sonuç ve öneriler kısımlarına yer verilmiştir.

3.1. Sonuç

Çalışmada ulaşılan sonuçlara göre, hemşirelerin dedikodu ve söylentileri yayan kişilerin “Kendini Beğenmiş-Takıntılı Özelliklere” sahip olduğunu, dedikodu ve söylentilerin en çok kişisel konular hakkında yapıldığını ve kurumlarda sıklıkla dedikodu ile söylentilerle karşılaşıldığı belirtilmiştir.

Hemşirelerin büyük bir kısmına göre işyeri seçiminde ücretin belirleyici bir etken olduğu ve sağlık çalışanlarının işlerini severek yaptıkları buna karşın daha iyi imkanlar sunan başka bir işletmeye de rahatlıkla geçebilecekleri söylenebilir. Çalıştığı işletmede yaptığı işin karşılığı olarak doyurucu bir ücret talep eden hemşireler aynı zamanda maddiyattan da öte, takdir edilmek ve rahat bir çalışma ortamında çalışmayı da istemektedirler.

Hipotezlerden elde edilen sonuçlara göre dedikodu ve söylentilerden etkilenme alt boyutu işletme verimliliğini pozitif yönde etkilemektedir. Çünkü çalışan hemşireler etkilenme boyutundan etkilendiklerini belirttikleri için, dedikodu ve söylentilere karşı tutumları daha dikkatli olacak ve dedikodu ile söylentilerden uzak durmaya çalışacaklardır. Bunun ise işletme verimliliğine etkisi pozitif yönde olacaktır. Aynı durum dedikodu ve söylenti karşısındaki tepki alt boyutunun işletme verimliliğine etkisi içinde geçerlidir. Dedikodu ve söylenti karşısındaki tepki, işletme verimliliğine pozitif yönde etki eder.

Kurum içi iletişim kanallarının yetersizliği ile işletme verimliliği arasındaki ilişkinin negatif (ters) yönde ve orta derecede olduğunu göstermektedir. Kurum içi kanalların yetersizliği arttıkça işletme verimliliği azalmaktadır.

Problem çözmede söylenti ve dedikodulardan yararlanılması ile işletme verimliliği arasında ilişki vardır hipotezinde, problem çözmede söylenti ve dedikodulardan yararlanılması ile işletme verimliliği arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılan analizinden elde edilen sonuçlar incelendiğinde, iki değişken

arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ve ilişkinin bulunmadığı söylenebilir.

Dedikodu ve söylentilerin bazen işten ayrılmalara sebep olduğu ve işletme verimliliğini arasında ilişkinin olduğu, bu ilişkinin ise negatif yönde var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında iş görenlerin dedikodu ve söylentilere maruz kalması performanslarını etkilemekte ve performanslarında negatif bir etki oluşturmaktadır.

Çalışanların çoğu (%74,9'u) meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu işletmelerde dedikodu ve söylentilerin daha sık görülebileceğini ifade etmektedirler. Dedikodu ve söylentinin çok görülmesi de işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

Yönetimin çalışanlarına eşit ve adil davranmamasının dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olabileceğini ifade edilmekle beraber, dedikodu ve söylentilerin artması da işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca yöneticilerin çalışanlara yönelik katı tutumunun işletmelerde dedikodu ve söylentileri arttıracığı belirtilmiştir. Dedikodu ve söylentideki bu artış da işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

İş hayatındaki dedikodu ve söylentilerden çalışanlarında zarar gördüğü gibi işletmeler de bu konuda bazı zararlara uğrayabilir. İş ortamında yapılan dedikodu ve söylentilerin kurum imajına zarar vereceği ifade edilmiştir. Kurum imajının zarar görmesi de işletme verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

İşletmede sosyal aktivitelerin ve motivasyon sistemlerinin yeterli oluşu dedikodu ve söylentileri önlemede etkili olmaktadır. Kurum bünyesinde yapılacak sosyal aktivitelerin dedikodu ve söylentilerin önlenmesinde pozitif etki sağlayacağı söylenebilir.

Ele alınan bütün konular, ifade edilen bütün hipotezler içerisinde büyük sürprizler yer almamaktadır aksine düz mantık ile düşünüldüğünde olması beklenen sonuçlar meydana gelmiştir diyebiliriz ancak bütün bunların bilinmesine rağmen işletmelerin, kuruluşların bu konular hakkında yeterince çalışma yapmadıkları ya da yeterince üzerinde önemle durmadıkları bir gerçektir. Elbette bu konulara önem veren işletmelerde vardır. Ancak tekrar ifade etmek gerekirse bu çalışmanın amacı dedikodu ve söylentilerin hastanelerde işletme verimliliği ile olan ilişkisini incelemek, dedikodu ve söylentilere karşı farkındalık yaratmak, işletmeleri bu konular hakkında bilinçlendirmek ve dedikodu ile söylentilerin kurum ve çalışanlar için zararlı etkilerini en aza indirmek, gerekli önlemleri almanın önemini vurgulamak olmuştur.

3.2. Öneriler

Çalışmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda bazı önerilere yer vermek gerekirse, işletmelerin çalışanlarının ücret konusunda beklentilerini karşılaması gerektiği, onların çalışma şartlarını ve ortamlarını, araç gereçlerini iyileştirmeli ve bu konu üzerinde hassasiyet göstermesi gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Sosyal hayatta iletişim kavramı önemli olduğu gibi işletme hayatında da özellikle 21.yüzyıl'da önemli bir kavram haline gelmiştir. İşletme içerisindeki iletişimin üzerinde durup, çalışanlar ile güçlü iletişime gerekli önemi veren ve bu konuda gerekli adımları atan işletmelerin başarıya ulaşma şansları yüksek olabilecektir.

İşletme içerisinde giderek yaygın hale gelen ve zamanla kurum kültürü olarak karşımıza çıkan dedikodu ve söylentiler, kendi kişilik ve karakteristik özellikleriyle bağdaşmayan çalışanların kurumdaki uzaklaşmasına, işinde başarılı ve tecrübeli çalışanların kaybedilmesine yol açabilmektedir. Hem başarılı çalışanların kaybedilmesi sorunu hem de yeni alınacak çalışanların zaman ve maliyet açısından kuruma olan faturası, işletme verimliliğinde negatif yönde bir etkiye sahip olabilecektir. Bunun önüne geçebilmek için dedikodu ve söylentinin kurum kültürü haline gelmemesi için çaba harcanmalı, bu konu üzerinde gereken hassasiyet gösterilmelidir.

İşletme içerisinde meslektaşlık ilişkileri güçlendirilmeli bunun için çalışanlara iletişimlerini güçlendirebilecekleri ve beraber çalışacakları bir ortam sağlanmalıdır. Aynı zamanda işletme dışında gerçekleştirilecek sosyal aktiviteler, çalışanların aileleriyle birlikte bir araya gelmesi, çalışanların birbirlerini daha yakından tanımalarına, arada samimiyet ve aile ortamının oluşmasına neden olabilecek, dedikodu ve söylentileri önlemede pozitif bir etki sağlayacaktır.

Yönetim çalışanlara adil ve eşit davranmalı, adil bir ücret sistemi var olmalı, çalışanlar arasındaki sorunların çözümünde çalışanlara eşit bir şekilde yaklaşılmalıdır. İşletme çalışanlara karşı şeffaf bir şekilde hareket etmelidir. Bu durum çalışanların kuruma olan inancının ve aidiyet duygusunun artmasına sebep olacaktır.

Etkin bir yönetici zamanının büyük bir kısmını iletişime ayırmalı, çalışanların sorunlarını dinlemeli, şirket içerisinde meydana gelen sorunların çözümünde çalışanlarının da fikirlerini alarak onları yönetime katmalı ve böylece onların fikirlerinin işletme için ne kadar önemli olduğu hissiyatı verilmelidir. Yöneticileri ile çekinmeden iletişim kuran çalışanların dedikodu ve söylentilere başvurma ihtimalleri daha da az olabilecektir.

İş hayatında dedikodu ve söylentiler kurumun kendi içerisinde çalışanlar arasında meydana geldiği gibi kuruma karşı meydana gelmesi de muhtemeldir. İşletme böyle durumlar karşısında sessiz kalmamalı, çevresi ile iyi bir iletişim içerisinde olmalı, dedikodu ve söylentilere karşı oldukça çabuk hareket edilmelidir. Söylenti ve dedikoduların ortadan kaldırılması için gerekirse medya aracılığı ile kurum içerisinde güvenilir kişilerin açıklamalar yapmalarına imkan verilmeli, herhangi bir hata ya da yanlışlık varsa giderilmelidir. Ayrıca işletmenin çevresinde meydana gelen gelişmelerden, yeniliklerden haberdar olması ve kendi işletmesini de ona göre güncellemesi gerekmektedir. Çünkü toplumun isteklerine ve beklentilerine cevap veremeyen işletmelerin varlığı çokta uzun ömürlü olmayacaktır.

Mersin ili şehir merkezinde belirlenen hastanelere ve ulaşılabilen hemşirelere yönelik yapılan bu çalışmada, dedikodu ve söylentilerin varlığının işletme verimliliği ile ilişkisi ele alınarak akademik hayata katkı sağlanmasına çalışılmıştır. Bundan sonra konu ile ilgili yapılacak çalışmalarda doktor ve hasta bakıcıları da çalışmaya dahil ederek, üç grubun arasındaki dedikodu ve söylentilerin işletme verimliliği ile ilişkisi incelenebilir.

4. KAYNAKÇA

- Akdoğan, A., Mirap, S. O., & Cingöz, A. (2009). İşgörenlerin dedikoduya inanma düzeyleri ve dedikodunun amaçlarına ilişkin algılamaları: Örgütsel ve bireysel değişkenler açısından bir inceleme. *17. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı "17"*. İçinde Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Yayınları no:162.
- Applied Statistics_David M. Levine, Patricia P. Ramsey, Robert K. Smidt_Prentice Hall, 2001
- Aşkun, İ. C. (2016). Örgütsel iletişim ve küçük grup boyutları. *DergiPark/ Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 4, "1-39".
- Atak, M. (2005). Örgütlerde resmi olmayan iletişimin yeri ve önemi. *Havacılık ve Uzay teknolojileri dergisi*, 2, "59-67".
- Bacaksız, F. E., & Yıldırım, A. (2013). Dedikodu ve söylenti tutum ölçeği.
- Barutçu, E., & Haşiloğlu, S. B. (2010). Organizasyonlarda internet'in informal ve viral iletişim aracı olarak kullanımı "5-16"
- Bektaş, M. (2014). Yönetim tarzlarının örgütlerdeki informal iletişim kanallarına etkisi: Burdur ili kamu kurumları örneği. Doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Bektaş, M., & Erdem, R. (2015). Örgütlerde informal iletişim süreci: Kavramsal bir çerçeve. *AKÜ İİBF dergisi*, "125-139".
- Çabuklu, Y. (2016). *Sözlü kültürün bir parçası olarak dedikodu*. <https://www.facebook.com/notes/f%C4%B1rat-lacivert/s%C3%B6zl%C3%BC-k%C3%BClt%C3%BCr-%C3%BCn-bir-par%C3%A7as%C4%B1-olarak-dedikodu/10205586851545286/> Erişim tarihi: 12 Mart 2017
- Çalikuşu, E., Öz, M., Göral, B. B., Bozoğlu, A., & Ateş, İ. (2013). İnformal iletişimin "dedikodu ve söylenti" örgüt içi rolü: Bir yüksek öğretim kurumunda yapılan çalışma. *ICQH 2013 Proceedings Book*. Sakarya, Türkiye.
- Çaylı, E. (2003). Televizyon programlarında dedikodu ve popüler kültür.Yüksek Lisans tezi Ankara Üniversitesi, Ankara.

- Demirtaş, M. (2010). Örgütsel iletişimin verimlilik ve etkinliğinde yararlanılan iletişim araçları ve halkla ilişkiler filmleri örneği. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. dergisi*, 28, ‘‘411-444’’.
- Eğinli, A. T., & Bitirim, S. (2008, mart 3). Kurumsal başarının önündeki engel: zehirli(Toksik) iletişim. ‘‘120-140’’.
- Ercan, İ., Kan, İ. (2004) Ölçeklerde Güvenirlilik ve Geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), ‘‘211-216’’.
- Ergenekon, S. *Benden duymuş olma ama.*
http://www.kariyerinfo.com/kariyer_yazilari.asp?T=35&S=27&I=0&TID=1881
 Erişim: 12 Mart 2017.
- Eroğlu, E. (2005). Yöneticilerin dedikodu ve söylentiye yönelik davranış biçimlerinin belirlenmesi. *Sosyal Bilimler dergisi* , ‘‘203-218’’.
- Erol, Y., & Akyüz, M. (2015). Dünya'nın en eski medyası: Dedikodunun örgüt düzeyindeki işlevleri ve algılanışı: Sağlık örgütlerinde bir alan araştırması. *Journal of World of Turks*. 7, ‘‘149-166’’.
- Eşkin, F. (2010). *Dedikodu ve Söylenti: Ölçek geliştirme çalışması ve hemşirelikte bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Gönen, Y. Ö. (2010). Örgütlerde Dedikodu. *Standard Dergisi*, 577, ‘‘104-112’’.
- Gönen, Y. Ö., Ünal Öztürk, F., & Efiltili, S. (2008). Örgütlerde söylenti ve dedikodu. *7.Ulusal Büro Yönetimi Ve Sektörel Kongresi Bildiri Kitabı* ‘‘137-159’’.
- Gönül, S. (2002). *Dedikodunun her çeşidi tatlıdır.*
<http://www.hurriyet.com.tr/dedikodunun-her-cesidi-tatlidir-52251> Erişim: 12 Mart 2017
- Görkey, S. (2009). İnternet Ve Söylentiler. Yüksek Lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Aydın.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gürler, K. (2004) Cerhin Gıybet Olup Olmadığı Yönündeki Tartışmalara Eleştirel Bir Katkı. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi IV*. Sayı:3. ‘‘33-48’’.
- Hogenboom, M. (2015). *İnsan dedikoduya nasıl başladı.*
http://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2015/03/150323_vert_ear_dedikodu
 Erişim: 15 Mart 2017

- Kahraman, E. (2015). Yerel yönetim harcamalarında etlinlik ve verimlilik: Erzindan ili örneği. Yüksek Lisans tezi, Erzincan Üniversitesi, Erzincan.
- Kalaycı, Ş. (2008), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. (3.Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kapferer, J.-N. (1992). *Dünya'nın en eski medyası dedikodu&söylenti* (I. Gürbüz, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Karaçor, S., & Şahin, A. Örgütsel iletişim kurma yöntemleri ve karşılaşılan iletişim engellerine yönelik bir araştırma. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, "97-117". Erişim: 5 Mart 2017
- Karasar, N. (2008) *Bilimsel Araştırma Yöntem*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Kasapoğlu, A. (2006). Kur'anda gıybet olgusu - Bir davranım bozukluğu olarak dedikodu ve korunma yolları. *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11:2, "51-70".
- KIRAC, E. (2012). Örgütsel iletişimin örgütsel bağlılık algılaması üzerindeki etkileri ve bir araştırma. Yüksek Lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Kocabay, H. (2007). Bir dedikodu iletim mekanı olarak internet sitelerinin forumları. *Milli Folklor Dergisi*, 75, "121-125".
- Kurudayıoğlu, M., & Deniz, K. (2001). *İletişim*.Ankara <http://w3.gazi.edu.tr/~cafoglu/iletisim.htm> Erişim: 1 Mart 2017
- Leblebici, D. N., Yıldız, H. H., ve Karasoy, A. Örgütsel yaşamda dedikodunun algılanışı ve araçsallığı. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. "561-574". Erişim:7 Şubat 2017
- Milli Eğitim Bakanlığı (2012). *Halkla ilişkiler ve organizasyon hizmetleri, Örgüt iletişimi* Ankara: Yazar.
- Polat, E. (2014). Kurtuluş Savaşı dönemi öykülerinde "Dedikodu"nun işlevi ve "Öteki"nin anlatısı. Yüksek Lisans tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Örgütsel Davranış*.(İ. Erdem, Çev.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık TİC. LTD ŞTİ.
- Saylık, A. (2012). Ortaöğretim okullarında informal ilişkiler ile okul müdürlerinin liderlik stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- Solmaz, B. (2004). *Kurumsal Söylenti ve Dedikodu Türkiye'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama*. Konya: Tablet Yayınları.
- Solmaz, B. (2004). Söylentilerin Kurumsal İletişim Açısından Değerlendirilmesi Ve Bir Uygulama Örneği. *Selçuk İletişim*. "120-127".

- Şahin, P. (2016). *Örgütlerde Dedikodu*.
<https://kariyerheybesi.wordpress.com/2016/12/28/orgutlerde-dedikodu/> Erişim:
15 Haziran 2017
- Tekgöz, A. (2013). Dedikodunun cinsiyeti: Kadın kimliğinin yeniden inşasında dedikodunun rolü. Yüksek Lisans tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Uğurlu, C. T. (2014). İnfomal iletişim ölçeği:Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* ,15, "83-100".
- TDK. *Büyük Türkçe Sözlük*. Ankara. Türk Dil Kurumu. Erişim: 1 Mart 2017.
- Yatkın, A. (2009). Örgütsel yöneti (İleti) şim. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*. Elazığ, "47-55".
- Yılmaz, A. S. (2007). İnfomal ilişki şekillerinin kurumsal yapılara yansımaları (Elazığ'daki kamu görevlileri üzerine sosyolojik bir araştırma). Doktora tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Zeytinoğlu, G. Biçimsel Olmayan Organizasyon Erişim:11 Mart 2017

5. ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Melih ARTAÇ

Doğum Yeri ve Yılı: Mersin/23.03.1991

Medeni Hali: Bekar

Askerlik Durumu: Terhis(2015)

E-mail: melih_artac@hotmail.com

Tel: 0533 599 56 65

Öğrenim Durumu:

Lisans: Marmara Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü (2010-2014)

Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesinde Formasyon Eğitimi (2014)

Yüksek Lisans: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans İşletme Yönetimi (2015-)

Bilgisayar Bilgisi: İyi

Yabancı Dil ve Düzeyi: Orta

Seminerler ve Kurslar: Teol Dil Okulları(İstanbul) Dil Kursu (2014)

Amerikan Kültür Mersin Dil Kursu (2015-2016)

Hobiler: Fitness, koşu, seyahat, sinema

6. EKLER

6.1. Ek A: ANKET FORMU

Dedikodu ve Söylentinin Hastanelerde İşletme Verimliliğine Etkisi ve Bir Uygulama

Bu çalışma dedikodu ve söylentinin hastanelerde işletme verimliliğine etkisini araştırmak amacıyla yapılmış olup, anket formu da bu kriterlere göre hazırlanmıştır. Ülkemizde dedikodu ve söylentinin iş dünyasında araştırılmasına yönelik çalışma oldukça sınırlı olduğundan dolayı çalışmamız bu yönden de ayrı bir önem taşımaktadır. Bu vesile ile anket formunda yer alan soruların dikkatli okunup özenle cevap verilmesi önemle rica olunur. Anket çalışması sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak olup yanıtlar gizlilik içerisinde değerlendirilecektir.

Anket formumuzun birinci bölümünde sizlerle ilgili olan demografik bilgiler ile dedikodu ve söylentiye ilişkin görüşleriniz yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise dedikodu ve söylenti tutumu üzerine ifadeler yer almaktadır. Son bölüm olan üçüncü bölümde ise işletme verimliliğini ölçmek için hazırlanan ifadeler yer almaktadır.

Anket formundaki soruları cevaplarken lütfen kendinize en yakın hissettiğiniz seçeneği işaretleyiniz. Anket üzerine isim yazılmayacaktır. Vakit ayırıp çalışmamıza destek verdiğiniz için teşekkür ederiz.

Bu anket formunda Feride Eşkin BACAKSIZ ve Aytolan YILDIRIM'IN Dedikodu ve Söylenti Tutum Ölçeği ile Muhammet TERZİ'NİN Verimlilik Ölçeği anketinden yararlanılmıştır.

Bölüm:1**Bireysel Özellikler**

1)Cinsiyetiniz

 Kadın Erkek

2)Medeni Durumunuz

 Bekar Evli Dul

3)Eğitim Durumunuz

 SML Önlisans Lisans Yüksek Lisans

4)Yaşınız

 24 ve altı 25-29 30-34 35-39 40-44 45 ve üstü

5)Gelir Düzeyi

 Yetmiyor Ancak Yetiyor Fazlasıyla Yetiyor**Mesleki Özellikler**

1)Çalıştığı kurum

 Sağlık Bakanlığı Hastanesi Üniversite Hastanesi Özel Hastane

2)Çalıştığı bölüm

 Yönetim Yoğun Bakım Poliklinik Ameliyathane Acil Servis (
)Servis Diğer

3)Bölümdeki görev

 Yönetici Hemşire

4)Bölümde toplam çalışma süresi

 1 yıldan az 1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21 yıl ve üstü

5)Meslekte toplam çalışma süresi

 1 yıldan az 1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl 21 yıl ve üstü

6)Çalışma vardiyası

 Sürekli/çoğunlukla gündüz Sürekli/çoğunlukla gece Eşit**Hemşirelerin Dedikodu ve Söylentilerle İlgili Görüşleri**

1)Dedikodu ve söylentileri yapan kişilerin kişilik özellikleri

 Kendini Beğenmiş-Takıntılı Özellikler Şüpheli Özellikler İççe Dönük
Özellikler

2)Hastanenede dedikodu ve söylentiye en çok yapan çalışan grubu sizce hangisidir?

 Hemşireler Hekimler Hastabakıcılar Hasta ve hasta yakınları Destek hizmet çalışanları Diğer(aile, arkadaş, akraba, stajyerler)

3)Kurumunuzda dedikodu ve söylenti en çok hangi konularda yapılmaktadır?

- Kuruma yönelik konular Kişisel konular Günlük yaşama ait konular
 Hasta ve hasta yakınları hakkındaki konular

4)Kurumunuzda dedikodu ve söylentilerle karşılaşma sıklığınızı belirtiniz.

- Hiç Hemen Hemen Hiç Nadiren Bazen Sıklıkla Çok Sık
 Hemen Hemen Hergün



Bölüm:2

Bu bölümde dedikodu ve söylenti tutumu anket soruları yer almaktadır. Bölüm kendi içerisinde de

4 ayrı kısma ayrılmaktadır. Lütfen ifadelere katılma derecenizi belirtiniz.

TANILAMA ALT BOYUTU

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1) Dedikodu ve söylenti kişi ya da kurumları karalamaya yöneliktir.					
2) Dedikodu ve söylentilerin tümü ahlak dışıdır.					
3) Dedikodu ve söylentiler eğlencelidir.					
4) Dedikodu ve söylentilerden çok şey öğrenilebilir.					
5) Dedikodu ve söylentiler mutlaka bir gerçeğe dayanır.					
6) Kişilik haklarını ihlal etmediği sürece dedikodu kabul edilebilir.					
7) Eğlenmek için yapılan konuşmalar dedikodu ve söylenti sayılmaz.					
8) Dedikodu ve söylentiler zaman kaybına neden olur.					
9) Yöneticiler dedikodu ve söylentileri bilgi sağlamada kullanır.					
10) Dedikodu ve söylentileri dikkate alan insanlar zayıf kişilikteki insanlardır.					
11) İki kişi arasında konuşulanlar üçüncü bir kişiye aktarılmadığı sürece dedikodu sayılmaz.					

NEDENLER ALT BOYUTU

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1) Meslektaşlık ilişkilerinin zayıf olduğu gruplarda dedikodu ve söylentilerle daha sık karşılaşılır.					
2) Farklı meslek gruplarının bir arada olduğu çalışma ortamlarında dedikodu ve söylentilerle daha sık karşılaşılır.					
3) Farklı eğitim düzeylerindeki kişilerin bir arada çalıştığı ortamlarda dedikodu ve söylentilerle daha sık karşılaşılır.					
4) İnsanlarda düşüncelerini açıkça ifade edemediğinde dedikodu ve söylentilere başvurur.					
5) Çalışma ortamından memnun olmama dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					
6) İnsanların merak duygusu dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					
7) Dedikodu ve söylentiler kişilerin bir şeyleri konuşma ve paylaşma ihtiyacından kaynaklanır.					
8) Kurum içinde hiyerarşik yapılanmanın fazla olması dedikodu ve söylentilerin oluşma sıklığını artırır.					
9) Yönetimin çalışanlara eşit ve adil davranmaması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					
10) Beklenmeyen terfi ve ödüller dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					
11) Yöneticilerin katı bir yönetim tarzını benimsemeleri dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					
12) Yönetim stratejilerinin açık ve şeffaf olmaması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					
13) Kurum içindeki çatışmaların etkin yönetilememesi dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					

14)Motivasyon sistemlerinin yetersizliği dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					
15)Kurumda yönetici değişikliği olduğu zamanlarda dedikodu ve söylentilerde artar.					
16)Kurum içi resmi iletişim kanallarının yetersiz oluşu dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					
17)Kurumca desteklenen ve çalışanların birbirleriyle yakınlaşmasını sağlayacak sosyal aktivitelerin olmaması söylenti ve dedikoduların artmasına neden olur.					
18)Bazı kurumların genel yapısı(örgüt kültürü) dedikodu ve söylentilerin oluşması ve yaygınlaşmasını destekler niteliktedir.					
19)Kurumda iş tanımlarının, görev yetki ve sorumluluklarının sınırlarının belli olmaması dedikodu ve söylentilere uygun ortam oluşturur.					
20)Etik değerlerin zayıf oluşu dedikodu ve söylentilere uygun ortam hazırlar.					
21)Monotonlaşan çalışma ortamları söylenti ve dedikoduların artmasına neden olur.					
22)Kurumun yapısı ve işleyişi ile ilgili köklü değişikliklerin yapıldığı dönemlerde söylenti ve dedikodularda artar.					
23)Çalışanlarda kuruma aidiyet duygusunun gelişmemiş olması dedikodu ve söylentilerin artmasına neden olur.					

ETKİLENME ALT BOYUTU

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1)İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kişilere zarar verir.					
2)Söylenti ve dedikodular çalışanların birbirlerine olan güvenlerinin azalmasına neden olur.					
3)Söylenti ve dedikodular çalışanların moralinin bozulmasına neden olur.					
4)Söylenti ve dedikodular kişinin itibarını düşürür.					
5)İş ortamındaki söylenti ve dedikodular çalışanlarda stres yaratır.					
6)Dedikodu ve söylentiler çalışanlar arasında gruplaşmalara yol açar.					
7)Söylenti ve dedikodular bazen problem çözmede kullanılabilir.					
8)İş ortamındaki söylenti ve dedikodular yönetim ile çalışanlar arasında güven kaybına yol açar.					
9)Söylenti ve dedikodular iş verimliliğinin azalmasına neden olur.					
10)Dedikodu ve söylentiler çoğaldıkça çalışanların kuruma bağlılığı azalır.					
11)İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kurumun imajına zarar verir.					
12)İş ortamındaki söylenti ve dedikodular kişileri harekete geçirerek doğru bilgiye ulaşmaya hızlandırır.					
13)Dedikodu ve söylentiler bazen işten ayrılmalara neden olabilir.					

TEPKİLER ALT BOYUTU

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde sinirlenirim.					
2)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde hayal kırıklığına uğrarım.					
3)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde çok üzülürüm.					
4)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde o kişilerle arama mesafe koyarım.					
5)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde hiç umursamam.					
6)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde işten ayrılmayı düşünürüm.					
7)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde ağlarım.					
8)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde kavga çıkartırım.					
9)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde dedikodu yapanların cezalandırılmasını sağlarım.					
10)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde üstlerime şikayet ederim.					
11)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde ailemle paylaşırım.					
12)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde kendimi iftiraya uğramış hissederim.					
13)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde bunu yapanlardan nefret ederim.					
14)Hakkımda dedikodu yapıldığını fark ettiğimde performansımda azalma olur.					

Bölüm:3Üçüncü bölüm olan son bölümde ise işletme verimliliğini ölçmek amacıyla bazı sorulara yer verilmiştir. Lütfen ifadelere katılma derecenizi belirtiniz.

	Oldukça Fazla	Fazla	Normal	Az	Hiç Yok
1) İşletmenizin amaçları yeterli derecede anlamlı ve anlaşılabilir mi?					
2)Amaçlara yeterli derecede bağlılık var mı?					
3)Size göre çalışmış olduğunuz işletmede verimliliğin artması ve istenen hedefe ulaşması ile personelin kişisel amaç ve beklentilerine ulaşması arasında bir bağlantı var mı?					
4)Bölümünüzdeki personelin ne ölçüde verimli çalıştığını düşünüyorsunuz?					
5)Şu anki çalışma düzeninden daha etkin ve verimli çalışabileceğinize inanıyor musunuz?					
6)İş yerinizdeki etkin ve verimli çalışan personele veya bölümlere yönelik ekonomik ve sosyal açıdan ödüllendirme çalışmaları yeterli midir?					
7)İşinizle ilgili yetki ve sorumluluğunuz açıkça belirlenmiş midir?					
8)İşinizle ilgili olarak taşıdığımız yetki ve sorumluluk derecesini belirtiniz.					
9)İşinizle ilgili olarak taşıdığımız yetki ve sorumluluk derecesinden memnun musunuz?					
10)Amirlerinizin destek ve denetiminde, çalışma arkadaşlarınızla komiteler oluşturarak hizmet kalitesinin artırılması ve işle ilgili problemlerin çözülmesi amacı ile çalışmalar yapılmakta mı?					
11)İşyerinizde çalışanların işleriyle ilgili yetiştirme ve gelişmeleri teşvik edilmekte midir?					

	Oldukça	Fazla	Normal	Az	Hiç Yok
12)İşyerinizde, çalışanların işyeri ile ilgili gelişmeleri için hizmet içi eğitim programları düzenlemekte midir?					
13)İşyerinizdeki terfi imkanları çalışan kişilerin sahip oldukları yetenek, beceri düzeyi ve çalışma tempoları ile orantılı mıdır?					
14)İşyerinizde işletme politikası ile işinizle ilgili konularda aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya doğru bir haberleşme(iletişim) sistemi var mı?					
15)İşyerinizdeki faaliyetleriniz gerek sözlü gerekse yazılı olarak ne ölçüde kurallara bağlıdır?					
16)Yöneticilerinizin bilgi, beceri, kişilik ve sizlere karşı olan tutum ve davranışlarının sizin çalışma temponuza etkisi var mıdır?					
17)İş dışındaki eğlence, spor vb. faaliyetlerinizin durumu nedir?					
18)Özel hayatınızda yerine getirmeniz gereken sorumlulukların işletmedeki işinizden dolayı aksama derecesi nedir?					
19)Çalıştığımız işletmede sosyal haklarınızı, iş güvenceniz ne ölçüde sağlamaktadır?					
20)İşletme başarısızlığının iş görenlere yansıma durumu?					

	Oldukça a iyi	iyi	Normal	iyi Değil	Çok Kötü
21)İşyerinizdeki ekip çalışmasının durumu nedir?					
22)İşinizi yaparken kullandığınız araç ve gereçlerin durumu nedir?					
23)İşyerinizdeki sosyal tesislerin durumu nedir?					
24)Amirlerinizle ilişkilerinizin derecesi nedir?					
25)İş arkadaşlarınızla ilişkilerinizin derecesi nedir?					
26)Amirlerinizin ve arkadaşlarınızla olan ilişkilerinizin sizin çalışma temponuza etkisi nedir?					
27)Bu işletmede veya başka bir işletmede sizinle benzer işi yapan kişilere göre ücretiniz veya seviyeniz nasıldır?					
	Tamamen	İlgili Alanda	İhtiyaç Duyulunca	Çok Az	Hiç
28)İşinizle ilgili konularda verilecek kararlara katılıyormusunuz?					
29)Amirleriniz işin daha iyi yapılması amacı ile fikir önerilerinizi dikkate alır mı?					

	Çok	Evet	Kısmen	Az	Hiç
30) İşletme yönetiminde insan ilişkileri sizce önemli midir?					
31) İşletme yönetiminde insan ilişkileri işletme verimliliğini etkiler mi?					

32)Şu anda almış olduğunuz ücretten biraz daha fazla ücretle başka bir işletmede çalışır mısınız?

() Kesinlikle çalışmam () Çalışmam () Şartlı () Belki () Evet

33)Yaptığımız işe ve işletmeye ne ölçüde bağlısınız?

() İşimi seviyorum başka bir işletmede çalışmam () Kararsızım

() İşimi seviyorum daha iyi imkanlar sağlayan işletmede çalışabilirim

() İşimi seviyorum başka bir iş bulsam çalışırım () İşimi seviyorum başka bir iş düşünemem

34)İşinizde sizi memnun eden veya olmasını istediğiniz beklentilerinizden en az beşini işaretleyiniz.

() Yapılan işin takdir edilmesi () Yüksek ücret () Yeterli araç ve gereç () İş görevliği

() Sorumluluk ve yetki alma () Kendini geliştirme () Etkin işletme şartları

() Adil bir disiplin sistemi () Cazip ve çekici iş () Terfi ve başarı ()

Sosyal imkanlar

() Uygun çalışma koşulları () Özel hayata saygı () Ücret adaleti () İyi iş arkadaşlığı

35)İşinizde sizi rahatsız eden ve düzeltilmesini istediğiniz hususlardan en az beşini işaretleyiniz.

() Çalışma koşulları () Amirlerin davranışları () İşin sıkıcı ve ağır olması

() Yetersiz araç ve gereç () Takdir edilmeme () Özel hayata saygılı olma

() Ücret eksiksizliği () İş güvenliğinin olmaması () Arkadaşlarla uyumsuzluk

() Terfi imkansızlığı () Yetersiz sosyal imkanlar () İşte gelişme imkansızlığı

() Disiplinsizlik () İşletme politikası () Aşırı disiplin ()

Düşük ücret

36)Güdülenme ve motivasyon da özendirici araçlar

()Yönetimde insan ilişkileri () Ücret () İş güvencesi

() Çalışma şartları () Yükselme () Sosyal güvenlik

() Statü

() İş arkadaşları ile ilişkiler () Kararlara katılma () İşin çekiciliği ve yetki

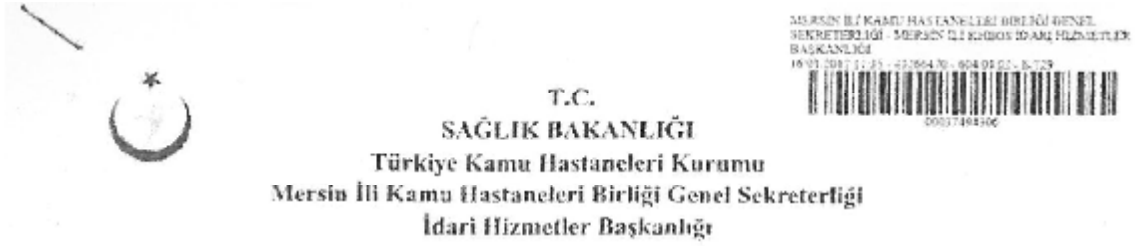
kazanma



6.2. Ek B: Tez Etik Kurul İzni

T.C. ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ TEZ / ARAŞTIRMA / ANKET / ÇALIŞMA İZİNİ / ETİK KURULU İZİNİ TALEP FORMU VE ONAY TUTANAK FORMU DÖRENCİ İLİ GİRİŞİ							
T.C. NOSU	451166211334						
ADI VE SOYADI	Melih Artaç						
ÖĞRENCİ NO	20151024						
TEL. NO - LARI	0533 599 5665						
E - MAİL ADRESLERİ	melih.artac@hotmail.com						
ANA BİLİM DALI	İşletme Yönetimi						
PROGRAM ADI	İşletme Yönetimi						
BİLİM DALININ ADI							
HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	Tez						
İSTEDE BULUNDUĞU DÖNEME AYI DÖNEMİN KAYDINA YAPILIP YAPILMADIĞI DÖNEM KAYDINI YENİLEMEDİM / YENİLEDİM						
ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER							
TEZİN KONUSU	Düzenli Dedikodu ve Söylenti'nin İşletme Verimliliğine Etkisi Üzerine Mersin İlinde Hastaneler Üzerine Uygulanması						
TEZİN AMACI	Amerca, dedikodu ve söylentilerin hastanelerde işletme verimliliği ile ilişkisini incelemek.						
TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	Çalışma Mersin ili Şehir merkezinde yer alan 6 hastane işletmesinde çalışan personele yaptığı yöntemi ile 306 kişiyeye ulaşılarak anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.						
ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN BÖLGELERİN (KURULUŞLARIN ADLARI)	Mersin Devlet Hastanesi, Toros Devlet Hastanesi, Yenışehir Hastanesi, Özel Oktadga Hastanesi, Abadanî Hastanesi, Forum Yatan Hastanesi						
İZİN ALINACAK OLAN KURULUŞA AYI BÖLÜK NO/İNŞAN ADI - SOYADI / MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ	Hastaneler Mersin ili, şehir merkezinde yer almaktadır.						
YAPILMAK İSTENEN ÇALIŞMAYI İZİN ALINACAK İSTENEN KURULUŞUN HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ MÜDÜRLÜĞÜNDE/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINDA/ HANGİ KURULUŞUN ADI/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ İLÇESİNDE/ HANGİ İLİNDE YAPILACAK OLAN ÇALIŞMAYI AYRILIKLARIN ADI - SOYADI / MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ	Çalışmalar yapıldı.						
YAPILACAK OLAN ÇALIŞMAYI İZİN ALINACAK İSTENEN KURULUŞUN HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ MÜDÜRLÜĞÜNDE/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINDA/ HANGİ KURULUŞUN ADI/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ İLÇESİNDE/ HANGİ İLİNDE YAPILACAK OLAN ÇALIŞMAYI AYRILIKLARIN ADI - SOYADI / MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ	Dedikodu ve Söylenti Tutum Ölçeği ve Verimlilik Ölçeği						
EMERJAN SİTÜASYONLAR, OLAYLAR, FİZYİKSEL OLAYLAR, OLAYLARIN SONUÇLARI VE/VEYA NAC KESİTİMLERİNE OLAN ETKİLERİNİN BELİRLENMESİ İÇİN AYRILIKLARIN ADI - SOYADI / MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ	1- Anket 10 sayfadan oluşmaktadır. 2- 3- 4-						
DÖRENCİNİN ADI - SOYADI	Melih Artaç	DÖRENCİNİN İMZASI	TARİHİ	05.10.2017			
TEZ / ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DÜZENLİ VE/VEYA SONUÇU							
1. Seçilen konu bilim ve iş dünyasına katkı sağlayacaktır.							
2. Anket kuruşu faaliyet alanı içermeye girmektedir.							
3. TEZ DANIŞMANININ ONAYI		2. TEZ DANIŞMANININ ONAYI (MURSA)		SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNÜN ONAYI		S.B.Ö. BAŞKANININ ONAYI	
Adı - Soyadı: İbrahim İnan	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı: Mustafa Koca	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı: Uzm. Dr.	Unvanı:	Unvanı: Doç. Dr.	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
05.10.2017 / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
ETİK KURULU ARAŞTIRMA ÜYELERİNİN AYI BÖLÜKLERİ							
Adı - Soyadı: Mustafa BAĞARAN	Adı - Soyadı: Yücel ERTEKİN	Adı - Soyadı: Deniz AYRAN GÜLER	Adı - Soyadı: Ali Ergün OBA	Adı - Soyadı: Mustafa Tavitik ÇEMAN	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Başkanı / Aso Üyesi	Etik Kurulu Jüri Aso Üyesi	Etik Kurulu Jüri Aso Üyesi	Etik Kurulu Jüri Aso Üyesi	Etik Kurulu Jüri Aso Üyesi	Etik Kurulu Jüri Aso Üyesi	Etik Kurulu Jüri Aso Üyesi	Etik Kurulu Jüri Aso Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
..... / / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20..... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi	Etik Kurulu Jüri Yeter Üyesi
Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı:
Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:	Unvanı:
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzas				

6.3. Ek C: Tez Anket İzin Yazısı



Sayı : 43266470/604.01.02
Konu : Araştırma İzni

ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE

İlgi : a) 09/01/2017 tarihli ve 35171984-24 sayılı yazı
b) 09/01/2017 tarihli ve 35171984-24 sayılı yazı

İlgi yazılarınıza istinaden, Üniversiteniz Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi Yrd.Doç. Dr. İbrahim İNAN'ın sorumluluğunda yürütülecek olan Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Melih ARTAÇ'ın Mersin Kamu Hastaneleri Birliği Genel Sekreterliğine bağlı Mersin Devlet Hastanesi ve Toros Devlet Hastanesinde "Dedikodu ve Söylentilerin Hastanelerde İşletme Verimliliğine Etkisi ve Bir Uygulama" konulu Tez Çalışmasını yapmak istediğine dair Üniversitenizin talep yazısı incelenmiş; çalışmanın hizmeti aksatmayacak şekilde yürütülmesi, çalışmaya katılımların gönüllülük esasına göre yapılması, kişisel verilere ve özel hayata yönelik mevzuata aykırı sorular iltifa etmemesi ve yapılacak çalışma sonucunun Kurumumuz bilgisi dışında ilan edilmemesi kaydıyla söz konusu çalışma Genel Sekreterliğimiz tarafından uygun görülmüş olup, ilgili Bilimsel Araştırma/Tez/Projesi İzin Başvuru İnceleme Komisyon kararı ekte gönderilmiştir;

Bilgilerinize arz ederim.

Uzm.Dr.Memnune ÇAMSARI
Genel Sekreter

EKLER:

TEZ ÇALIŞMASI İZİN BAŞVURU İNCELEME KOMİSYON KARARI (1 sayfa)

Boşverdi Elektronik İmza
AŞİ ile Aynıdır.
Unal ÇAKMAK
V.H.K.I.

Nusretiye Mah. Kuvai Milliye Cad. No:132 Akdeniz MERSİN

Faks No:0324 3373499

e-Posta: meral.ozgulbasari@saglik.gov.tr İnt.Adresi: Ar-Ge Birimi M.ÖZGÜL BAŞAR

Bilgi için: Meral ÖZGÜL BAŞAR

Unvan: Laboratuvar Teknisyeni

Telefon No:0324 3373692

Evran elektronik imza suretine <http://e-belge.saglik.gov.tr> adresinden dfe986be-8a2e-461e-8508-e780bb9b8398 kudu ile erişebilirsiniz.
Bu belge 5070 sayılı elektronik imza kanuna göre güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

T.C.
SAĞLIK BAKANLIĞI
TÜRKİYE KAMU HASTANELER KURUMU
Mersin İli Kamu Hastaneleri Birliği Genel Sekreterliği

SAYI :
KONU: Araştırma İzin İnceleme Komisyonu

BİLİMSEL ARAŞTIRMA/TEZ/ PROJESİ İZİN BAŞVURU İNCELEME KOMİSYON KARARI

Araştırma/Tez/Proje Konusu	Dedikodu ve Süylentinin Hastanelerde İşletme Verimliliğine Etkisi ve Bir Uygulama
Araştırma/Tez/Proje Çalışmasının Yapılacağı Hastane ve Klinik/bölümün adı	Mersin Devlet Hastanesi Mersin Toros Devlet Hastanesi
Araştırma/Tezin/Projenin verildiği eğitim kurumu	Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Bölümü
Araştırma/Tez/Proje Çalışmasını yapan/yürüten Öğrenci/Yürütücü	Melih ARTAÇ
Danışman Öğretim Üyesi	Yrd.Doç. Dr. İbrahim İNAN Mersin Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Bölümü

KARAR

Düner Sermaye İşletmesi Kapsamında Destekleyici Talebi İle Yürütülecek Çalışmalar ile İlgili Usul ve Esaslarla İlgili Yönerge gereği, Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumu Mersin Kamu Hastaneleri Birliği Genel Sekreterliği'nin 01.04.2016 tarihli onaya ile görevlendirilen komisyon üyeleri Genel Sekreterliğimize intikal eden Tez Çalışmasını değerlendirmek üzere 13/01/2017 tarihinde eksiksiz olarak toplanmıştır.

Değerlendirme sonucunda; başvuru yapılan Tez Çalışmasının Birliğimize Bağlı Tüm Sağlık Tesislerinde yapılmasına karar verilmiştir.

Komisyon Başkanı
Uzm.Dr.Volkan KAHVECİ
Tıbbi Hizmetler Başkanı

Üye
Dr. Levent ÖZBAY
İdari Hizmetler Başkanı

Üye
Gültekin ARSOY
Mali Hizmetler Başkanı v.

Üye
Uzman Sümra KAYA
İdari Hizmetler Başkanlığı

ONAY

...../...../2016
Uzm.Dr.Memduh CAMSARI
Genel Sekreter