

Dedikodunun Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisi: Otelcilik Sektöründe Bir Araştırma¹

The Impact of Gossip on Organizational Trust: A Study in the Hotel Industry

Neslihan YILDIZ^a ve Elif Tuba TAMER^b

^a Bağımsız Araştırmacı, Tekirdağ, Türkiye. ORCID: 0009-0000-5354-5037

^b Doç. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Kütahya, Türkiye. ORCID: 0000-0002-1192-5370

Özet

Turizm sektörü, yapısı gereği çalışanların yoğun etkileşim içinde olduğu bir sektördür. Özellikle otel işletmelerinde bu yoğun etkileşim, dedikoduyu yaygın bir informal iletişim biçimi haline getirmekte ve çalışanların örgütsel güven algılarının şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu doğrultuda bu çalışma, otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya ilişkin algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisinin tespit edilmesine odaklanmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş, ilişkisel ve betimsel tarama modelleri kullanılmıştır. Araştırma evrenini, Kütahya’da faaliyet gösteren otel işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma verileri, 15.11.2024–15.01.2025 tarihleri arasında otel işletmelerinde çalışan 205 katılımcıdan anket yöntemiyle toplanmıştır. Verilerin analizi sonucunda, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı boyutu ile örgütsel güven düzeyinin tüm boyutları arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca dedikodunun bireysel yararları boyutunun çalışma arkadaşlarına güven ve örgüte güven boyutları üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar çerçevesinde araştırmacılara ve uygulayıcılara çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dedikodu, Örgütsel Güven, Otelcilik Sektörü

Abstract

The tourism sector is inherently characterized by intensive interaction among employees. Particularly in hotel establishments, this high level of interaction renders gossip a widespread form of informal communication and plays a decisive role in shaping employees’ perceptions of organizational trust. In this context, the present study focuses on identifying the effect of hotel employees’ perceptions of gossip on their levels of organizational trust. A quantitative research approach was adopted, and relational and descriptive survey models were employed. The population of the study consists of hotel establishments operating in Kütahya. The research data were collected from 205 employees working in hotel establishments through a questionnaire administered between 15 November 2024 and 15 January 2025. The analysis of the data revealed a negative and statistically significant relationship between the individual and organizational instrumentality dimension of gossip and all dimensions of organizational trust. In addition, the individual benefits dimension of gossip was found to have a significant and positive effect on trust in coworkers and trust in the organization. Based on the findings obtained, several recommendations are presented for researchers and practitioners.

Keywords: Gossip, Organizational Trust, Hotel Industry

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 06.11.2025
Kabul Tarihi 19.12.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Sorumlu Yazar

Elif Tuba TAMER
eliftuba.beydilli@dpu.edu.tr

Önerilen Atıf:

Yıldız, N. ve Tamer, E. T., (2025). Dedikodunun Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisi: Otelcilik Sektöründe Bir Araştırma. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 314-327.

¹ Bu çalışma, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı’nda Doç. Dr. Elif Tuba TAMER danışmanlığında, Neslihan YILDIZ tarafından tamamlanan “Dedikodunun Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisi: Kütahya’daki Otel İşletmelerinde Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Dedikodu, günlük konuşmaların yaklaşık %65'ini oluşturan yaygın bir olgudur (Dunbar, 2004:105; Ye vd., 2019:82) ve çalışanların işletmelerdeki informal ilişkilerini güçlendirmek için kullandıkları ana mekanizmalardan biridir (Ellwardt vd., 2012a:193). Dedikodu, örgüt içinde genellikle birkaç kişi arasında, orada bulunmayan başka bir üye hakkında gerçekleştirilen gayriresmî ve değerlendirmeye dayalı bir konuşma olarak tanımlanmaktadır (Kurland ve Pelled, 2000:429). Dedikodu, bilgi toplamak ve doğrulamak, anlamlandırma sürecini kolaylaştırmak, öğrenmeyi teşvik etmek (Babalola vd., 2019:136) ve iş birliğini geliştirmek (Dores Cruz vd., 2019:1) amacıyla kullanılan sosyal bir araç olarak değerlendirilmektedir. İşyeri dedikodusunda, dedikoduyu yayan, dinleyen ve dedikodunun hedefi olan kişiler yer almaktadır (Dai vd., 2022:2). İşyeri dedikodusu, olumlu dedikodu ve olumsuz dedikodu olarak sınıflandırılabilir (Kurland ve Pelled, 2000:430; Dai vd., 2022:2; Li vd., 2023:1) ve örgütsel bağlamda olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabilir (Michelson ve Mouly, 2004:198; Kuo vd., 2018:96; Wax vd., 2022:453; Hassona vd., 2022:344; Greenslade-Yeats vd., 2025:802). Kurland ve Pelled (2000:431), olumlu dedikodunun dolaylı biçimde “arzu edilen sonuçları dağıtma yeteneği” gösterdiğini ifade etmişlerdir. Dedikodu, dedikodu yapan kişinin iş ortamındaki kişiler hakkında bilgiye sahip olduğunu göstermektedir. Dedikodu yapan kişinin konuya ilişkin bilgi sahibi olduğunu göstermesi, dinleyicinin onu yararlı bir bilgi kaynağı olarak değerlendirmesine yol açmaktadır (Kurland ve Pelled, 2000:432). Ayrıca olumlu dedikoduların, bilgi paylaşımı (Ellwardt vd., 2012a), çalışanların yenilikçi davranışı (Dai vd., 2022), iş stresini azaltma (Babalola vd., 2019; Ye vd., 2019) üzerinde olumlu sonuçları olduğu vurgulanmaktadır. Olumsuz dedikodu ise çalışanların, davranış eğilimlerini ve iş performanslarını etkileyebilir ve işten ayrılma niyeti gibi olumsuz sonuçlara neden olabilir (Vega, 2017; Babalola vd., 2019; Cheng vd., 2023; Li vd., 2022; Doğan, 2024; Kumar ve Vilvanathan, 2024). Ayrıca dedikodu, çalışanların bağlılığı ve örgüte olan güvenlerini etkileme eğilimindedir (Vega, 2017:50; Kuo vd., 2018: 96; Bencsik ve Juhasz, 2020:250; Dai vd., 2022:3). Güven, dedikodunun yayılması için bir ön koşul (Ellwardt vd., 2012b:545; Greenslade-Yeats vd., 2025:832) olarak kabul edilmekle birlikte, sosyal ilişkileri sürdürmenin ve olumlu çalışma tutumlarının geliştirilmesinde de temel bir unsur olarak görülmektedir (Dirks ve Ferrin, 2002:613; Dai vd., 2022:2; Oh, 2022:2).

Literatürde güvenin iş başarısını arttırmadaki önemli rolü sıklıkla vurgulanmaktadır (Dirks ve Ferrin, 2002; Bencsik ve Juhasz, 2020; Oh, 2022; Danish, 2024). Güven, çalışanlar ve yöneticiler arasındaki etkileşimlerden paydaşlarla kurulan hayati ilişkilere kadar bir işletmenin çeşitli yönleri üzerinde etkiye sahiptir (Danish, 2024:2). İşletmelerde karşılıklı güvenin geliştirilmesi, çalışanların işbirliği içinde daha etkili bir şekilde çalışmasını (Mayer vd., 1995: 711; Çetinsöz ve Turan, 2022: 294) ve örgütsel hedeflere ulaşılmasını sağlayan bir mekanizma sağlar (Onyeizugbe vd., 2018: 2035; Danish, 2024:1). Güven, bir kişinin diğerinin kendi çıkarlarına uygun, olumlu veya zararlı olmayacak biçimde davranacağına dair beklenti, varsayım ya da inanç olarak tanımlanabilir (Oh, 2022:4). Örgütsel güven ise çalışanların bir örgütün işleyişi hakkındaki inançlarına ve örgütün çalışanlarına karşı sözleşme ve ahlaki yükümlülüklerini yerine getirip getirmediğine ilişkin değerlendirmelerine dayanmaktadır (Ellwardt vd., 2012b:524). Örgütsel güven, çok boyutlu bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Ellwardt vd., 2012b:523; Tokgöz ve Seymen Aytemiz, 2013:62; Özkan, 2023:136). Bu bağlamda örgütsel güven, çalışanların, örgüte, yöneticilere ve çalışma arkadaşlarına karşı geliştirdiği güven duygusunu ifade etmektedir (Tokgöz ve Seymen Aytemiz, 2013:62; Özkan, 2023:136). Çalışanların, güven düzeyi arttıkça örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel bağlılık, iş performansı ve tatmini artış göstermektedir (Dirks ve Ferrin, 2002: 613; Oh, 2022:2).

Örgütsel güvenin çalışan performansı üzerindeki etkisi düşünüldüğünde konunun otel işletmeleri açısından önemi artmaktadır (Oh, 2022:2). Otel işletmelerinin dinamik yapısı, çalışanların, müşterilerle, diğer çalışanlarla ve yöneticilerle sürekli iletişim içinde olmasını zorunlu kılar. Bu bağlamda otel işletmelerinde çalışanlar arası iletişimin niteliği ve güven ortamı arasındaki ilişkinin incelenmesi önemlidir. Bu doğrultuda araştırma, otel işletmelerinde çalışanların

dedikoduya ilişkin algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır.

2. LİTERATÜR

Turizm sektöründe faaliyette bulunan işletmelerde, çalışanlar arasındaki yoğun etkileşimden dolayı dedikodunun kaçınılmazlığı birçok araştırmada (Babalola vd., 2019; Hassona vd., 2022; Karamustafa vd., 2024) vurgulanmıştır. Bununla birlikte turizm işletmelerinde dedikodu ve dedikodunun örgütsel etkilerini inceleyen çalışmaların oldukça yakın tarihlerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Yapılan çalışmaların olumsuz işyeri dedikodusuna odaklandığı ve olumsuz işyeri dedikodusunun, örgütsel vatandaşlık davranışı (Ye vd., 2019), çalışan performansı (Haasona vd., 2022; Khairy ve Elzek, 2024; Kumar ve Vilvanathan, 2024), yenilikçi davranış (Soliman vd., 2024), aile memnuniyeti (Liu vd., 2023), bilgi paylaşımı (Shi vd., 2022; Li vd., 2023) ve kişisel itibar (Cheng vd., 2023) üzerinde olumsuz, işten ayrılma niyeti ve sosyal kaytarma (Khairy ve Elzek, 2024), etik olmayan iş davranışları (Guo vd., 2022) üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm sektörü yapısı gereği çalışanların yoğun etkileşim içinde olduğu bir sektördür ve örgütsel güven örgüt üyelerinin birbirleriyle ilişkilerini etkileyen en önemli faktör olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle örgütsel güven turizm işletmelerinde yaygın olarak incelenen kavramlardan biridir (Hemdi ve Nasurdin, 2006; Chathoth vd., 2007; Yazıcıoğlu, 2009; Chathoth vd., 2011; Chiang ve Wang, 2012; Liu vd., 2013; Akgündüz, 2014; Kim ve Lee, 2015; Yoon vd., 2016; Akmaz ve Erbaşı, 2017; Onyeizughe vd., 2018; Oh, 2022; Eluwole vd., 2022; Awad vd., 2024). Yapılan araştırmalarda örgütsel güvenin, işten ayrılma niyeti (Hemdi ve Nasurdin, 2006; Yazıcıoğlu, 2009), hizmet iklimi ve çalışan memnuniyeti (Chathoth vd., 2007), örgütsel vatandaşlık (Liu vd., 2013; Kim ve Lee, 2015; Oh, 2022), örgütsel sessizlik (Akgündüz, 2014), çalışan performansı (Onyeizughe vd., 2018), ve işe katılım (Awad vd., 2024) üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde, farklı sektörlerde dedikodu ve örgütsel güven ilişkisine odaklanan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Ellwardt vd., 2012a; Ellwardt vd., 2012b; Bencsik ve Juhasz 2020; Dai vd., 2022; Karasu ve Cömert, 2022; Cheng vd., 2023; Nidhiutai, 2024; Danish, 2024). Ellwardt vd. (2012b), Hollanda'da bir çocuk bakım kuruluşunda gerçekleştirdikleri çalışmada, genelleştirilmiş ve kişilerarası güvenin işyeri dedikodusu üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda, çalışanların düşük güven düzeyine, dostça olmayan ilişkilere ve yöneticilerle seyrek temasa sahip olduklarında yöneticiler hakkında olumsuz dedikodunun arttığı belirlenmiştir. Bencsik ve Juhasz (2020), işyeri dedikodusunun örgütsel güven üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmada, örgütsel güven oluşturma, yüksek kaliteli gerçek mesleki bilgi aktarımı ve paylaşımı ile desteklendiğini, ancak özellikle sahte bilgi içeren işyeri dedikodusunun örgütsel güveni ve dolayısıyla örgütsel performansı olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Dai vd. (2022), işyerindeki olumlu dedikodunun çalışanların yenilikçi davranışları üzerindeki etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolünü inceledikleri çalışmada, pozitif işyeri dedikodusunun çalışanların yenilikçi davranışlarını olumlu yönde etkilediği ve bu ilişkide örgütsel güvenin aracılık rolü üstlendiği saptanmıştır. Karasu ve Cömert (2022), öğretmenler üzerinde yaptığı çalışmada, öğretmenlerin örgütsel güven algı düzeyleri ile örgütsel dedikodu algı düzeyleri arasında ters yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cheng vd. (2023), çalışan farkındalığı ve üste duyulan güven perspektifinden olumsuz işyeri dedikodusunun işe bağlılık üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada, üste duyulan güven ve çalışan farkındalığının olumsuz işyeri dedikodusunun olumsuz etkilerinin yayılmasını önlediği sonucuna ulaşılmıştır. Nidhiutai (2024), örgütsel dedikodu sürecinde çalışanlar arasındaki kişilerarası güven düzeylerini incelediği çalışmada, işle ilgili konularda meslektaşlar arasında yüksek düzeyde kişilerarası güvenin, gündelik dedikodu seansları sırasında kişisel bilgilerin paylaşılması söz konusu olduğunda aynı güven düzeyine eşit olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada kişilerarası güven, örgütsel dedikodu ve destekleyici iletişim iklimlerinin birbirleriyle bağlantılı olduğu vurgulanmıştır. Danish (2024), işyerindeki dedikoduların güven ve örgütsel vatandaşlık davranışını şekillendirmedeki rolünü incelediği çalışmada, örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel güven tarafından olumlu yönde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca yüksek örgütsel güvenle karakterize edilen durumlarda bile olumsuz üçüncü taraf dedikodusunun varlığı tespit edilmiştir.

3. YÖNTEM

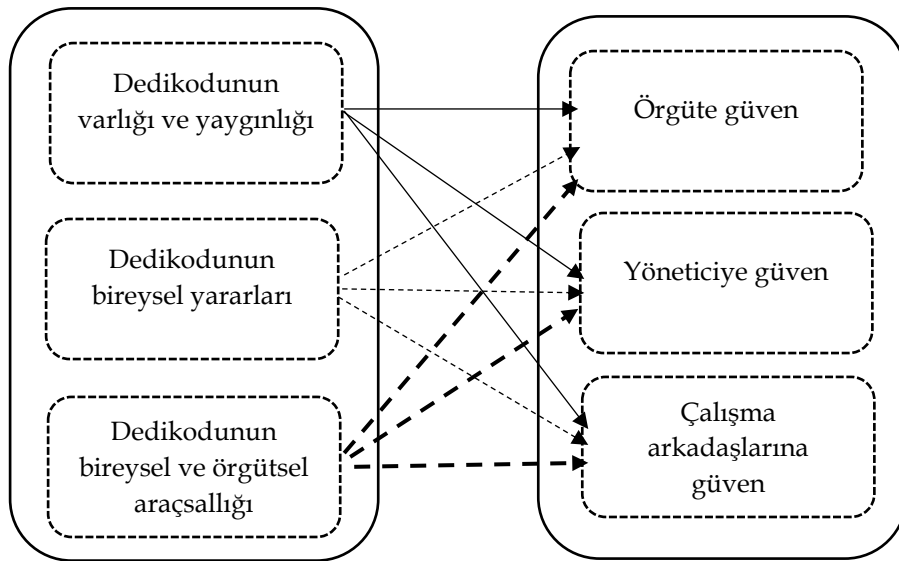
Araştırma, otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya ilişkin algılarının örgütsel güven düzeylerine etkisini saptamak amacıyla nicel bir yaklaşımla yürütülmüştür. Araştırma, ilişkisel ve betimsel tarama modelleri temel alınarak tasarlanmıştır. Betimsel tarama yöntemiyle otel çalışanlarının dedikoduya ve örgütsel güvene ilişkin mevcut durumları ortaya konulmuş; ilişkisel tarama yöntemiyle ise bu iki kavram arasındaki etkileşim ve yönü analiz edilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya yönelik algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma çalışan iletişiminin yoğun olduğu otel işletmelerinde örgüt içi sosyal dinamikleri anlamayı hedeflemektedir. Bu kapsamda dedikodunun yalnızca olumsuz bir iletişim biçimi değil aynı zamanda bireysel ve örgütsel araçsallığının örgütsel güven algısı üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırma, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı, dedikodunun bireysel yararları ve dedikodunun varlığı ile yaygınlığı gibi alt boyutlarının; çalışanların, örgüte, yöneticilere ve çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerindeki etkilerini açıklamayı hedeflemektedir.

3.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırma otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya ilişkin algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Kuramsal çerçeve dedikodunun hem bireysel hem örgütsel düzeyde olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabileceği görüşüne dayanmaktadır (Kurland ve Pelled, 2000; Lebleci vd., 2009; Ellwardt vd., 2012; Öztürk ve Aras, 2021; Dai vd., 2022). Örgütsel güven ise örgüte, yöneticiye ve çalışma arkadaşlarına duyulan güven olmak üzere üç boyutlu bir yapıdadır (Tokgöz ve Aytemiz Seymen, 2013). Bu doğrultuda araştırma modeli, dedikodunun alt boyutlarının (dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, dedikodunun bireysel yararları, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı) ile örgütsel güvenin alt boyutları (örgüte güven, yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven) arasındaki ilişkileri incelemeye yöneliktir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma hipotezleri aşağıda belirtilmiştir.

H₁: Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₂: Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₃: Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₄: Dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₅: Dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₆: Dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₇: Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₈: Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₉: Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Kütahya ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan personelden oluşmaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın web sayfasında 101 konaklama tesisinin olduğu, bu tesislerden 27 tanesinin turizm işletme ve yatırım belgesine sahip tesis, 74 tanesinin basit konaklama tesisi belgesi olduğu tespit edilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Basit konaklama tesislerinde (pansiyon, apart otel ve otel) çalışan personel sayısının kısıtlı olmasından dolayı araştırmada turizm işletme ve yatırım belgesine sahip 2 yıldızlı (2 tane), 3 yıldızlı (8 tane), 4 yıldızlı (4 tane) olmak üzere toplam 14 otel işletmesinde çalışanlar araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Söz konusu 14 otel işletmesi ziyaret edilerek otel yöneticileriyle görüşülmüş; bu işletmelerde çalışan toplam personel sayısının yaklaşık 400 civarında olduğu belirlenmiş ve anket uygulaması için gerekli izinler alınmıştır. Ayrıca Kütahya Dumlupınar Üniversitesi bilimsel araştırma etik ilkeleri gereğince, Üniversite Etik Kurulu'ndan 12.11.2024 tarih ve 495 sayılı numarasıyla etik kurul onayı alındıktan sonra 400 anket formu ilgili otel işletmelerine teslim edilmiştir. 15.11.2024 – 15.01.2025 tarihleri arasında gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda katılımcılardan 290 anketin geri dönüşü gerçekleşmiştir. Ancak doldurulan anketlere yönelik yapılan incelemede 205 anketin veri analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda veri analizine dâhil edilen 205 geçerli anket, araştırma evreninin yaklaşık %51'ini kapsamakta olup, evreni temsil etme yeterliliğine sahip olduğu değerlendirilmektedir.

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri, üç bölümden oluşan yapılandırılmış bir anket aracılığıyla elde edilmiştir. Anketin ilk bölümünde, katılımcıların demografik ve tanıtıcı özelliklerini belirlemek amacıyla cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, departman ve çalışma süresine ilişkin sorular bulunmaktadır. İkinci bölüm dedikodu ile ilgili ifadelerden, üçüncü bölüm örgütsel güven ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır. Örgütsel dedikoduyu ölçmek için Leblebici, Yıldız ve Karasoy (2009) tarafından geliştirilen örgütsel dedikodu ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, örgüt yaşamında çalışanların dedikoduya ilişkin tutumlarını ölçmeyi amaçlayan 19 maddeden oluşan 5'li Likert tipindedir. Ölçekte yer alan ifadeler dedikodunun varlığı ve yaygınlığına, bireysel ve örgütsel araçsallığına ve bireysel yararlarına ilişkin ifadelerdir. Örgütsel güveni ölçmek için Tokgöz ve Aytemiz Seymen (2013) geliştirilen örgütsel güven ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, çalışanların örgütsel güven düzeylerini ölçmeyi amaçlayan 27 maddeden oluşmakta, 5'li Likert tipindedir. Ölçekte örgüte güven, yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven boyutlarına ilişkin ifadeler yer almaktadır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya otel işletmelerinde çalışan 205 kişi katılım sağlamıştır. Katılımcıların, %52,7'si (n:108) kadın, %47,3'ü (n:97) erkektir. Yaş gruplarına göre katılımcıların %39,5'inin (n:81) 21-30 yaş grubunda, %26,3'ünün (n:54) 41-50 yaş grubunda, %25,9'unun (n:53) 31-40 yaş grubunda, %5,4'ünün (n:11) 51 yaş ve üstü grupta ve %2,9'unun (n:6) 20 yaş ve altındadır. Katılımcıların % 62'si evli (n:127), % 38'i bekârdır (n:78). Eğitim durumuna göre katılımcıların %40,5'i lise (n:83), %30,7'si ilköğretim (n:63), %14,1'i lisans (n:29), %11,7'si ön lisans (n:24), %2,9'u lisansüstü eğitim seviyesine (n:6) sahiptir. Çalıştıkları departmanlara göre katılımcıların, %32,7'sinin (n:67) yiyecek içecek, %23,9'unun (n:49) kat hizmetleri, %15,6'sının (n:32) ön büro, %14,1'inin (n:29) diğer (SPA, Güvenlik ve Halkla İlişkiler, İnsan Kaynakları), %8,8'inin (n:18) muhasebe ve %4,9'unun (n:10) satış pazarlama departmanında çalıştığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların işletmede çalışma süreleri incelendiğinde ise % 39'unun (n:80) 1-3 yıl arasında, % 31,7'sinin (n:65) 1 yıldan az, % 12,7'sinin (n:26) 4-6 yıl arası ve %8,3'ünün (n:17) 7-9 yıl arası ve %8,3'ünün (n:17) 10 yıl üstü aynı işletmede çalıştıkları tespit edilmiştir.

4.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin öncelikle geçerlilik analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin alt boyutlarını belirlemek amacıyla faktör analizi, örneklemin faktör analizine uygun olup olmadığını ölçmek amacıyla Bartlett Küresellik testi ile örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO değerlerine bakılmıştır. Örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO değerinin 0.876, varyansların homojenliğini test eden Bartlett Küresellik değerinin 0,000 olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle otel işletmelerinde çalışanların örgütsel dedikodu algılarının belirlenmesine yönelik kullanılan ölçeğe ilişkin verilerin geçerli olduğu kabul edilmiş ve ölçeğin faktör yükleri ile güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1'de yer alan sonuçlar incelendiğinde örgütsel dedikodu ölçeğinin üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu ve ölçeğin varyans açıklama oranının %59,802 olduğu görülmektedir. Örgütsel dedikodu, ölçeğin uyarlandığı Leblebici vd. (2009) tarafından akademik personel üzerinde gerçekleştirilen çalışmada beş boyutlu (dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, dedikodunun tanımı, dedikodunun bireysel yararları, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı ve dedikodu-hiyerarşi boyutları) değerlendirilmiştir. Ayrıca aynı ölçek Öztürk ve Aras (2021) tarafından yine akademik personele uygulanmış ve iki boyutlu (bireysel yararlar ve örgütsel araçsallık ve dedikodunun varlığı ve yaygınlığı) bir yapı ölçülmüştür.

Mevcut çalışmada alt boyutlardaki farklılaşmanın nedeni sektörün ve çalışan özelliklerinin farklı olmasından kaynaklandığı şeklinde değerlendirilebilir. Örgütsel dedikodu ölçeğinin alt boyutları orijinal boyutların içerikleri de dikkate alınarak "dedikodunun varlığı ve yaygınlığı",

“dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı” ve “dedikodunun bireysel yararları” şeklinde adlandırılmıştır. Bu doğrultuda örgütsel dedikodu ölçeğinde en yüksek varyans açıklama oranına sahip alt boyut dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı boyutudur (%39,156). Bu boyutu, dedikodunun varlığı alt boyutu (%14,138) ve dedikodunun bireysel yararları (%6,508) alt boyutu izlemektedir.

Tablo 1’de yer alan bilgilere göre örgütsel dedikodu ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) 0,909 olarak bulunmuştur. Örgütsel dedikodu ölçeğinin alt boyutlarına ait katsayılar incelendiğinde üç boyutun da güvenilirlik katsayısının %70’in üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek güvenilirlik katsayısına sahip boyut 0,916 ile dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı boyutudur. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı alt boyutunun güvenilirlik katsayısı 0.838, dedikodunun bireysel yararları boyutunun güvenilirlik katsayısı ise 0,753 şeklindedir.

Tablo 1. Dedikodu Ölçeğinin Faktör Yükleri

Faktörler	İfadeler	Faktör yükü	Öz değer	Varyans	Kümülatif varyans	Güvenilirlik katsayısı
Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı	İşyerinde dedikodu kaçınılmazdır. (D4)	,822	2,686	14,138	53,294	,838
	Herkes dedikodu yapar. (D2)	,790				
	Herkesin bazen dedikodu yaptığını düşünüyorum. (D1)	,783				
	İyi insanlar da dedikodu yapar. (D3)	,768				
	Dedikodu iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşmasıdır. (D8)	,612				
	Dedikodu yaparım ama her konuda değil. (D5)	,544				
Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı	Yönetim dedikodu yoluyla kendisini başarılı kılmaya çalışır. (D15)	,867	7,440	39,156	39,156	,916
	Bir kurumda, kuruluşta (veya örgütte) dedikodu gereklidir. (D18)	,804				
	Dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında bilgi alırım. (D11)	,769				
	Yönetim kuralı işlerini dedikodu yoluyla örtbas eder. (D13)	,759				
	Dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri de vardır. (D16)	,754				
	İşyerinde dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur. (D12)	,690				
	Dedikodu yönetimin kuralı işlerini ortaya çıkarır. (D14)	,677				
	Hiyerarşi arttıkça dedikodu artar. (D19)	,647				
	İşyerinde dedikodu sadece yönetimin işine yarar. (D17)	,640				
	Dedikodu bir iletişim biçimidir. (D6)	,594				
Dedikodunun bireysel yararları	Dedikodu insanların psikolojik açıdan rahatlamalarına yardımcı olur. (D9)	,808	1,237	6,508	59,802	,753
	Dedikodu sadece eleştirmektir (D7)	,705				
	Dedikodudan uzaklaştıkça işyerinde olup bitenlerden uzak kaldığımı hissedirim. (D10)	,677				
Ölçek Güvenilirliği (Cronbach's Alpha)						,909

Veri analizine araştırmanın diğer ölçeği olan örgütsel güven ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik testleriyle devam edilmiştir. Örgütsel güven düzeyini ölçmeye yönelik ilk faktör analizi sonucunda örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO değerinin 0.939, varyansların homojenliğini test eden Bartlett Küresellik değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Buradan hareketle otel işletmelerinde çalışanların örgütsel güven düzeylerinin belirlenmesine yönelik kullanılan ölçeğe ilişkin verilerin geçerli olduğu kabul edilmiştir. Bununla birlikte ölçeğin 9, 13, 14 ve 15. maddeleri birden fazla faktöre yüklendiğinden dolayı bu maddeler ölçekten çıkarılmış ve faktör analizi tekrarlanmıştır.

İkinci faktör analizi sonucunda KMO değerinin 932, Bartlett Küresellik değerinin ise 0,000 olduğu tespit edilmiştir. Faktör yükleri ile güvenilirlik analizi sonuçları ise Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2’te yer alan sonuçlar incelendiğinde örgütsel güven ölçeğinin üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu ve ölçeğin varyans açıklama oranının %74,291 olduğu görülmektedir. Örgütsel güven, ölçeğin uyarlandığı Tokgöz ve Seymen Aytemiz (2013) tarafından hastanede çalışan sağlık çalışanları üzerinde gerçekleştirilen çalışmada olduğu gibi örgüte güven, yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven olarak üç boyutlu bir yapıdadır. Bu doğrultuda örgütsel güven ölçeğinde en yüksek varyans açıklama oranına sahip alt boyut çalışma arkadaşlarına güven boyutudur (%13,77). Bu boyutu, örgüte güven alt boyutu (%9,52) ve yöneticiye güven (%4,88) alt boyutu izlemektedir.

Tablo 2. Örgütsel Güven Ölçeğinin Faktör Yükleri

Faktör	İfadeler	Faktör yükü	Özdeğer	Varyans	Kümülatif varyans	Güvenilirlik katsayısı
Örgüte güven	Çalıştığım otel dürüst ve hakkaniyetli bir işleyişe sahiptir. (ÖG2)	,806				
	Çalıştığım otel bütün çalışanlarına adil davranır. (ÖG1)	,775				
	Çalıştığım otel çalışanlarına ilgili ve saygılıdır. (ÖG5)	,774				
	Çalıştığım otel performans değerlendirmesini objektif olarak yapmaktadır (ÖG4)	,710				
	Çalışanların özlük hakları konusunda adil davranır. (ÖG6)	,709				
	Çalıştığım otel genelde açıklıkla yönetilir. (ÖG3)	,694				
	Çalıştığım otele her zaman güvenirim. (ÖG8)	,674	2,191	9,527	69,409	,946
	Çalıştığım otelde yöneticiler ve çalışanlar arasındaki güven düzeyi çok yüksektir. (ÖG7)	,647				
Yöneticiye güven	Yöneticim astlarının hak ve çıkarlarını korur. (ÖG11)	,733				
	Yöneticim işinde yeterli bilgi ve beceriye sahiptir. (ÖG18)	,726				
	Yöneticim olumlu bir çalışma ortamı yaratır. (ÖG16)	,724				
	Yöneticim aldığı kararlarda çalışanların da katılımını sağlar. (ÖG17)	,714	1,123	4,882	74,291	,938
	Yöneticim verdiği sözleri daima tutar. (ÖG10)	,693				
	Yöneticim çalışanlarımı destekleyicidir. (ÖG12)	,661				
Çalışma arkadaşlarına güven	Çalışma arkadaşlarım işyerindeki kuralları istismar etmezler. (ÖG23)	,842				
	Çalışma arkadaşlarım sorumluluk sahibidirler. (ÖG20)	,825				
	Çalışma arkadaşlarım dürüst ve açıktırlar. (ÖG21)	,822				
	Çalışma arkadaşlarım uyumludurlar. (ÖG22)	,801				
	Çalışma arkadaşlarımın arasındaki güven düzeyi çok yüksektir. (ÖG19)	,746				
	Çalışma arkadaşlarım güvenilirdirler. (ÖG25)	,705	15,058	13,773	59,882	,947
	Çalışma arkadaşlarım mesleki becerileri oldukça yüksektir. (ÖG27)	,699				
	Çalışma arkadaşlarım politik (içten pazarlıklı) davranışlar sergilemezler. (ÖG26)	,671				
	Çalışma arkadaşlarım her türlü zorlukta bana yardım ederler. (ÖG24)	,634				
Ölçek Güvenilirliği (Cronbach’s Alpha)						,969

Tablo 2’de yer alan bilgilere göre örgütsel güven ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) 0,969 olarak bulunmuştur. Örgütsel güven ölçeğinin alt boyutlarına ait katsayılar incelendiğinde üç boyutun da güvenilirlik katsayısının %70’in üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek güvenilirlik katsayısına sahip boyut, 0,947 ile çalışma arkadaşlarına güven boyutudur. Örgüte güven alt boyutunun güvenilirlik katsayısı 0,946, yöneticiye güven alt boyutunun güvenilirlik katsayısı ise 0,738 şeklindedir.

Otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya ilişkin algıları ile örgütsel güven düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla çift yönlü Pearson korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon katsayılarının yorumlanmasında Cohen (1988:78-80) tarafından önerilen ölçütler ($r=,10$: küçük; $r=,30$: orta; $r=,50$: büyük) dikkate alınmıştır.

Tablo 3'te yer alan sonuçlara göre dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı ile güvenin tüm boyutları arasında bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı ile çalışma arkadaşlarına güven ($r=-,187$), örgüte güven ($r=-,157$) ve yöneticiye güven ($r=-,195$) arasında negatif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı ve zayıf düzeyde ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığı ile dedikodunun bireysel yararları alt boyutlarıyla örgütsel güvenin çalışma arkadaşlarına güven, örgüte güven ve yöneticiye güven alt boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3. Dedikodu ve Örgütsel Güven Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ortalama	Standart Sapma	Dedikodunun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	Bireysel Yararları	Çalışma Arkadaşlarına Güven	Örgüte Güven	Yöneticiye Güven
Dedikodun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	2,76	0,92444	1					
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	3,59	0,82907	0,354**	1				
Bireysel Yararları	3,03	1,02963	0,600**	0,325**	1			
Çalışma Arkadaşlarına Güven	3,56	0,98849	-0,187**	0,25	0,105	1		
Örgüte Güven	3,24	1,01662	-0,157*	-0,013	0,031	0,673**	1	
Yöneticiye Güven	3,46	1,00952	-0,195**	-0,028	-0,033	0,721**	0,816**	1

Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı alt boyutu ile örgütsel güvenin tüm alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu nedenle, dedikodunun örgütsel güven üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 4. Dedikodu Boyutları ile Örgütsel Güven Boyutlarına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	beta (β)	Sig.
Dedikodunun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	-0,405	0,000
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	0,062	0,390
Dedikodunun Bireysel Yararları	0,328	0,000
Bağımlı Değişkenler: Çalışma Arkadaşlarına Güven Rsquare=,111 F=8,405		
Bağımsız Değişkenler	beta (β)	Sig.
Dedikodunun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	-0,281	0,002
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	0,024	0,743
Dedikodunun Bireysel Yararları	0,192	0,028
Bağımlı Değişkenler: Örgüte Güven Güven Rsquare=,050, F=3,521		
Bağımsız Değişkenler	beta (β)	Sig.
Dedikodunun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	-0,282	0,002
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	0,031	0,676
Dedikodunun Bireysel Yararları	0,126	0,148
Bağımlı Değişkenler: Yöneticiye Güven Rsquare=,050 F=3,465		

Tablo 4'te yer alan sonuçlara göre ilk bağımlı değişken çalışma arkadaşlarına güven üzerinde dedikodu boyutlarının etkilerini incelemek üzere oluşturulan regresyon modelinin analizi, modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu ($F= 8,405$, $\text{sig}=0,000$) ve çalışma arkadaşlarına güveni %11,1 oranında açıkladığı saptanmıştır. Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının ($\text{sig}=0,000$; $\beta= -$

0,405) etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel ve örgütsel bir araç olarak kullanılması arttıkça çalışma arkadaşlarına güven azalmaktadır. Buradan hareketle “H₉: Örgütsel dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının çalışma arkadaşlarına güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır (sig=0,390; β = -0,062). Buradan hareketle “H₃: Örgütsel dedikodunun varlığının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi REDDEDİLMİŞTİR. Dedikodunun bireysel yararlarının ise çalışma arkadaşlarına güven üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir (sig=0,000; β = 0,328). Bu sonuca göre dedikodunun bireysel yararları algılandığında çalışma arkadaşları arasındaki güven artmaktadır. Bu sonuç ile “H₆: Örgütsel dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir.

İkinci bağımlı değişken örgüte güven üzerinde dedikodu boyutlarının etkilerini incelemek üzere oluşturulan regresyon modelinin analizinde, modelin anlamlı olduğu (F= 3,521, sig=0,002) ve örgüte güveni %5 oranında açıkladığı saptanmıştır. Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının (sig=0,002; β = -0,281) etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel ve örgütsel bir araç olarak kullanılması arttıkça örgüte duyulan güven azalmaktadır. Bu durumda “H₇: Örgütsel dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir. Dedikodunun varlığının örgüte güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır (sig=0,743; β =-0,024). Bu sonuç ile “H₁: Örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi REDDEDİLMİŞTİR. Dedikodunun bireysel yararlarının ise (sig=0,028; β =0,192) örgüte güven üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmuştur. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel yararlarının algılanması örgüte güveni arttırmaktadır. Bu durumda “H₄: Örgütsel dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir.

Üçüncü bağımlı değişken yöneticiye güven üzerinde dedikodu boyutlarının etkilerini incelemek üzere oluşturulan regresyon modelinin analizinde, modelin anlamlı olduğu (F= 3,465, sig=0,002) ve örgüte güveni %5 oranında açıkladığı saptanmıştır. Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının (sig=0,002; β = -0,282) etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel ve örgütsel araç olarak kullanılması arttıkça yöneticiye duyulan güven azalmaktadır. Bu durumda “H₈: Örgütsel dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının (sig=0,676; β =-0,031) ve dedikodunun bireysel yararlarının (sig=0,148; β =-0,126) yöneticiye güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Bu sonuçlar ile “H₂: Örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı etkisi bulunmaktadır” ve “H₅: Örgütsel dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı ve etkisi bulunmaktadır” hipotezleri REDDEDİLMİŞTİR.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırma, dedikodunun bireysel ve toplumsal ilişkileri önemli ölçüde etkileyen informal bir iletişim biçimi olmasından hareketle, bu iletişim kanalının özellikle işletmelerde güven olgusu üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, işyeri dedikodusunun yalnızca bir iletişim biçimi değil, aynı zamanda örgüt içi güven ilişkilerini şekillendiren önemli bir sosyal olgu olduğunu ortaya koymaktadır.

Otel işletmelerinde çalışanların örgütsel dedikodu algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmada gerçekleştirilen analiz sonucunda dedikodu ölçeğinin, dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı ile dedikodunun bireysel yararları olarak üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel güven

ölçeğinin ise örgüte güven, yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven olarak üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu saptanmıştır. Analizler sonucunda dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı boyutunun, tüm güven boyutlarında anlamlı ve negatif etkiler gösterdiği tespit edilmiştir. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı boyutunun ise güven boyutları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Dedikodunun bireysel yararları boyutu, çalışma arkadaşlarına güven ve örgüte güven boyutları üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler göstermiştir, ancak yöneticiye güven üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın sonuçları, dedikodunun işlevine bağlı olarak örgütsel güven üzerinde hem olumsuz hem de olumlu etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Özellikle dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının güveni azaltması, dedikodunun bilgi manipülasyonu ve çıkar amaçlı kullanımı durumunda çalışanlar arasında şüphe ve güvensizlik duygularının artabileceğini desteklemektedir (Kurland ve Pelled, 2000; Foster, 2004). Bu durum dedikoduya ilişkin olumsuz algı ve/veya olumsuz dedikodularda daha belirgin hale gelmektedir. Literatürde olumsuz işyeri dedikodusunun, çalışanların işe katılımını (Cheng vd., 2023), hizmet performansını (Babalola vd., 2019), örgütsel özdeşleşmeyi ve müşteri odaklı örgütsel vatandaşlık davranışını (Ye vd., 2019), örgütsel özsaygıyı (Song ve Guo, 2022), bilgi paylaşımını (Yao vd., 2020; Li vd., 2023) olumsuz yönde; hizmet sabotaj davranışını (Zhang vd., 2025), işten ayrılma niyeti ve sosyal kaytarma davranışını (Khairy ve Elzek, 2024) olumlu yönde etkilediği vurgulanmaktadır. Buna karşın dedikodunun bireysel yarar sağlaması durumunda, sosyal destek mekanizmalarını güçlendirerek çalışanlar arasında güvenin pekiştirilebileceği bulunmuştur. Bu sonuç, dedikodunun yalnızca olumsuz bir unsur olmadığı, doğru şekilde yönetildiğinde, çalışan sessizliğini azalttığı (Liao, 2022), çalışanların yenilikçi davranış sergilemelerini (Dai vd., 2022), işe katılımı ve işyeri arkadaşlığını (Michelson ve Mouly, 2000; Zong vd., 2021; Waddington, 2021; Ugwu vd., 2022) geliştirdiği dahası işyerinde iyi bir çalışma ortamı yaratmaya teşvik ettiği (Alshehre, 2017) yönündeki çalışmaları desteklemektedir. Araştırma bağlamında elde edilen sonuçlar, çalışanların örgütsel güven düzeyinin yükseltilmesi için örgüt içinde dedikoduya sadece bir problem alanı olarak değil, aynı zamanda yönetilmesi gereken stratejik bir iletişim kanalı olarak yaklaşılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgular, turizm işletmeleri gibi insan etkileşiminin yoğun olduğu sektörlerde, örgütsel güvenin sürdürülebilirliği açısından iletişim kültürünün yönetiminin kritik öneme sahip olduğunu göstermektedir. Otel işletmeleri, çalışanlar arasındaki güveni korumak için açık iletişimi ve güven temelli örgüt kültürünü teşvik eden stratejiler geliştirmelidir. Yöneticiler, dedikodunun olumsuz biçimlerinin önüne geçmek için adil liderlik uygulamaları benimsemeli, aynı zamanda çalışanlar arası samimi bilgi paylaşımını desteklemelidir.

Bu araştırmanın bulguları, turizm sektöründe sosyal ilişkilerin yönetimine yönelik önemli teorik ve pratik katkılar sunmaktadır. Bununla birlikte, araştırma yalnızca Kütahya ilindeki otel işletmeleri ile sınırlıdır ve kesitsel veriler kullanılmıştır. Bu nedenle, farklı bölgelerde, farklı hizmet türlerine sahip otel işletmelerinde yapılacak karşılaştırmalı ve boylamsal çalışmalar, dedikodunun örgütsel güven üzerindeki dinamik etkilerini daha derinlemesine ortaya koyacaktır. Ayrıca gelecekteki araştırmalar, dedikoduya ilişkin algıların örgütsel bağlılık, iş doyumu, örgütsel vatandaşlık davranışı ve işten ayrılma niyeti gibi değişkenlerle birlikte değerlendirilmesini sağlayarak turizm işletmelerinde örgütsel iletişimin bütüncül yapısına ışık tutabilir.

Kaynakça

- Akgündüz, Y. (2014). Otel Çalışanlarının Örgütsel Sessizliği Tercih Etmelerinde Örgütsel Güvenlerinin Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 184-199.
- Akmaz, A. ve Erbaşı, A. (2017). Psikolojik Kontrat İle Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Güven İlişkisi: Mersin İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(4), 125-154
- Alshehre, R. A. M. (2017). Positive Effects of Gossiping at Work. *Open Journal of Medical Psychology*, 6(2), 126-132.

- Awad, A. H. I., Elnaggar, M. K., Abd, A. A. E. K. G., Ahmed, M. F. A. E. L., & Wahba, S. A. M. (2024). The Moderating Role of Internal Marketing on the Relationship Between Organizational Trust and Job Engagement: Evidence From Hotels and Travel Agencies. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 53(2), 554-563.
- Babalola, M. T., Ren, S., Kobinah, T., Qu, Y. E., Garba, O. A. and Guo, L. (2019). Negative Workplace Gossip: Its Impact On Customer Service Performance And Moderating Roles Of Trait Mindfulness And Forgiveness. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 136-143.
- Bencsik, A. and Juhasz, T. (2020). Impacts of Informal Knowledge Sharing (Workplace Gossip) On Organizational Trust. *Economics & Sociology*, 13(1), 249-270.
- Chathoth, P. K., Mak, B., Jauhari, V., & Manaktola, K. (2007). Employees' Perceptions of Organizational Trust and Service Climate: A Structural Model Combining Their Effects on Employee Satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 338-357.
- Chathoth, P. K., Mak, B., Sim, J., Jauhari, V., & Manaktola, K. (2011). Assessing Dimensions of Organizational Trust across Cultures: A Comparative Analysis of US and Indian Full Service Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 233-242.
- Cheng, X., Duan, J., Wu, W. and Lu, L. (2023). From The Dual-Dimensional Perspective of Employee Mindfulness and Superior Trust, Explore The Influence Mechanism of Negative Workplace Gossip on Work Engagement. *Frontiers in Psychiatry*, 14, 1287217.
- Chiang, C. F., & Wang, Y. Y. (2012). The Effects of Transactional and Transformational Leadership on Organizational Commitment in Hotels: The Mediating Effect of Trust. *Journal of Hotel & Business Management*, 1(1), 1-11.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2. Baskı. Lawrence Erlbaum Associates.
- Çetinsöz, B. C. and Turhan, M. (2022). The Impact of The Perceived Organizational Trust on Employee's Self-Efficacy Perception: A Study on All Inclusive Hotels. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 293-310.
- Dai, Y., Zhuo, X., Hou, J. and Lyu, B. (2022). Is Not Workplace Gossip Bad? The Effect of Positive Workplace Gossip on Employee Innovative Behavior. *Frontiers in Psychology*, 13, 1017202.
- Danish, F. (2024). Whispers in the Office: Unveiling the Role of Workplace Gossip in Shaping Trust and Employee Citizenship Behavior. *International Journal of Operations and Quantitative Management*, 30(2), 1-19.
- Dirks, K. T. and Ferrin, D. L. (2002). Trust in Leadership: Meta-Analytic Findings and Implications for Research and Practice. *Journal of Applied Psychology*. 87, (4), 611-628.
- Doğan, H. B. (2024). Olumsuz Örgütsel Dedikodu ve Örgütsel İkiyüzlülüğün İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 16(3), 1658-1678.
- Dores Cruz T. D., Beersma, B., Dijkstra M. T. M. and Bechtoldt M. N. (2019) The Bright and Dark Side of Gossip for Cooperation in Groups. *Frontiers in Psychology*. 10:1374.
- Dunbar, R. I. (2004). Gossip in Evolutionary Perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110.
- Ellwardt, L., Labianca, G. J., & Wittek, R. (2012a). Who are The Objects of Positive and Negative Gossip at Work?: A Social Network Perspective on Workplace Gossip. *Social Networks*, 34(2), 193-205.
- Ellwardt, L., Wittek, R. and Wielers, R. (2012b). Talking About The Boss: Effects of Generalized And Interpersonal Trust on Workplace Gossip. *Group & Organization Management*, 37(4), 521-549.
- Eluwole, K. K., Karatepe, O. M., & Avci, T. (2022). Ethical Leadership, Trust in Organization and Their Impacts on Critical Hotel Employee Outcomes. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103153.
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, Methods, and Future Directions. *Review of General Psychology*, 8(2), 78-99.
- Greenslade-Yeats, J., Cooper-Thomas, H., Morrison, R., & Corner, P. D. (2023). How Workplace Gossip Shapes Interpersonal Relationships: A Qualitative Study from The Gossip Recipient'S Perspective. *Group & Organization Management*, 50(3), 799-839.

- Guo, G., Cheng, B., Tian, J., Ma, J. and Gong, C. (2022). Effects of Negative Workplace Gossip on Unethical Work Behavior in The Hospitality Industry: The Roles of Moral Disengagement and Self-Constraint. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31 (3), 290-310.
- Hassona, H. A., Zaki, M. M. and Batikh, H. A. (2022). Studying the Impact of Workplace Gossip on Employees' Attitudes and Performance in the Egyptian Hotels. *International Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(1), 341-367.
- Hemdi, M. A., & Nasurdin, A. M. (2006). Predicting Turnover Intentions of Hotel Employees: The Influence of Employee Development Human Resource Management Practices and Trust in Organization. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 8(1), 21-42.
- Karamustafa, K., Ülker, P., Ülker, M., & Umur, M. (2024). Employees' Perceptions of Workplace Gossip in The Hospitality Industry. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 9(1), 37-50.
- Karasu, Y. ve Cömert, M. (2022). İlköğretim Kurumlarında Çalışan Öğretmenlerin Örgütsel Dedikodu ve Örgütsel Güven Algıları Arasındaki İlişki. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 2723-2748.
- Khairy, H. A. and Elzek, Y. (2024). The Impact of Nepotism and Workplace Gossip on Job Performance in Travel Agencies and Hotels in Egypt: The Moderating Role of Organizational Justice. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 23(1), 52-75.
- Kim, J. H., & Lee, S. G. (2015). Relationships among Corporate Social Responsibility, Organizational Trust and Organizational Citizenship Behavior in Hotel Industry, *FoodService Industry Journal*, 11(2), 7-16.
- Kumar P, A. and Vilvanathan, L. (2024). When Talk Matters: The Role of Negative Supervisor Gossip and Employee Agreeableness in Feedback Seeking and Job Performance. *Management Research Review*, 47(10), 1501-1519.
- Kuo, C. C., Chang, K., Quinton, S., Lu, C. Y. and Lee, I. (2015). Gossip in The Workplace and The Implications For HR Management: A Study of Gossip and Its Relationship to Employee Cynicism. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(18), 2288-2307.
- Kurland, N. B., & Pelled, L. H. (2000). Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. *Academy of management review*, 25(2), 428-438.
- Leblebici, D. N., Yıldız, H. H. ve Karasoy, A. (2009). Örgütsel Yaşamda Dedikodunun Algılanışı ve Araçsallığı. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 561-574.
- Li, P., Huang, Z., Wang, R. and Wang, S. (2023). How Does Perceived Negative Workplace Gossip Influence Employee Knowledge Sharing Behavior? An Explanation From The Perspective of Social Information Processing. *International Journal of Hospitality Management*, 113, 103518.
- Liao, G., Wang, Q., & Li, Y. (2022). Effect of Positive Workplace Gossip on Employee Silence: Psychological Safety as Mediator and Promotion-Focused as Moderator. *International Journal of Mental Health Promotion*, 24(2).
- Liu, C. M., Huang, C. J., Huang, K. P., & Chen, K. J. (2013). Psychological Contract Breach, Organizational Trust and Organizational Citizenship Behavior of Hotel Industry in Taiwan. *Pakistan Journal of Statistics*, 29(5).
- Liu, T., Liu, L., Cafferkey, K. and Jia, Y. (2023). Assessing The Impact of Negative Workplace Gossip on Family Satisfaction: Evidence from Employees in China. *Current Psychology*, 42(24), 21201-21212.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. and Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- Michelson, G. and Mouly, V. S. (2000). Rumour and Gossip in Organisations: A Conceptual Study. *Management Decision*, 38(5) 339-346.
- Michelson, G., & Suchitra Mouly, V. (2004). Do Loose Lips Sink Ships? The Meaning, Antecedents and Consequences of Rumour and Gossip in Organisations. *Corporate Communications: An International Journal*, 9(3), 189-201.

- Nidhiutai, P. (2024). Organizational Gossip, Interpersonal Trust, and Communication Climates in Business Enterprises. Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD). 11356. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/11356>.
- Oh, S. Y. (2022). Effect of Ethical Climate in Hotel Companies on Organizational Trust and Organizational Citizenship Behavior. *Sustainability*, 14(13), 7886.
- Onyeizugbe, C. U., Orogbo, L. O., Mande, S. and Michael, J. E. (2018). Organizational Trust and Employee Performance in Selected Hotels in Edo State of Nigeria. *Journal of Research in Business, Economics and Management (JRBEM)*, 10(4), 234-245.
- Özkan, H. (2023). "Örgütsel Güven" Burcu Yiğit (Ed.). *İş Hayatında Pozitif ve Negatif Davranışlar*, 133-144, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Öztürk, İ., Aras, M. (2021). Mantar Yönetim Tarzı ve Örgütsel Dedikodunun Bilgi Paylaşımına Etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 22(2):121-134.
- Shi, Z., Lin, D. R. and Ding, L. (2022). A Study of the Influence of Workplace Negative Gossip on Tacit Knowledge-Sharing Intention of Frontline Employees in The Hotel Industry. *Tourism Tribune*, 37 (3), 108-120.
- Soliman, M., Anasori, E., Ranjan, A. and Obaid, M. A. (2024). Job Crafting and Employees' Innovative Behaviour In Hotels: Exploring The Role of Employees' Psychological State and Workplace Gossip. *Tourism and Hospitality Research*, 14673584241307308.
- Song X. and Guo S. (2022) The Impact of Negative Workplace Gossip on Employees' Organizational Self-Esteem in a Differential Atmosphere. *Frontiers in Psychology*. 13:854520.
- Tan, H. H. and Tan, C. S. F. (2000) Toward the Differentiation of Trust in Supervisor and Trust in Organization. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*. 126, (2), 241-260.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024). Bakanlık Belgeli ve Bakanlığa Başvurusu olan Tesisler. <https://www.ktb.gov.tr/genel/searchhotelgenel.aspx?lang=tr> (Erişim Tarihi: 10.11.2024).
- Tokgöz, E. ve Seymen Aytemiz (2013). Tokgöz, E., & Seymen, O. A. (2013). Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma. *Öneri Dergisi*, 10(39), 61-76.
- Ugwu, F. O., Onyishi, E. I., Anozie, O. O., & Ugwu, L. E. (2022). Customer Incivility and Employee Work Engagement in The Hospitality Industry: Roles of Supervisor Positive Gossip and Workplace Friendship Prevalence. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(3), 515-534.
- Vega, A. V. (2017). A Comparison Study of Organizational Rumors and Gossip, Engagement, and Generations in The Working Sector of Puerto Rico. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 36(1), 49-61.
- Waddington, K. (2021). *Gossip, Organization and Work: A Research Overview*. London: Routledge.
- Wax, A., Rodriguez, W. A. and Asencio, R. (2022). Spilling Tea at The Water Cooler: A Meta-Analysis of The Literature on Workplace Gossip. *Organizational Psychology Review*, 12(4), 453-506.
- Yao, Z., Luo, J., & Zhang, X. (2020). Gossip is a Fearful Thing: The Impact of Negative Workplace Gossip on Knowledge Hiding. *Journal of Knowledge Management*, 24(7), 1755-1775.
- Ye, Y., Zhu, H., Deng, X. and Mu, Z. (2019). Negative Workplace Gossip and Service Outcomes: An Explanation from Social Identity Theory. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 159-168.
- Yoon, D., Jang, J., & Lee, J. (2016). Environmental Management Strategy and Organizational Citizenship Behaviors in The Hotel Industry: The mediating role of organizational trust and commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8), 1577-1597.
- Zhang, Y., Liu, Y., Zhang, J., Akhtar, M. N. and Wang, Y. (2025). How and When Negative Workplace Gossip Influences Service Sabotage Behavior? A Study Among Hotel Frontline Employees in China. *Chinese Management Studies*, 19(1), 99-115.
- Zong, B., Zhang, L., Chu, X., & Qu, J. (2021). Does Positive Workplace Gossip Help Socialize Newcomers? A Dual-pathway Model Based on Network Ties. *PsyCh Journal*, 10(5), 767-776.