

KAMUOYU ARAŞTIRMALARINDA GÜVENİLİRLİK VE GEÇERLİLİK

E. Fazıl ÇÖLLÜ*

ÖZET

Kamuoyu araştırmaları günümüzde kamu kuruluşları, özel sektör kuruluşları, sivil toplum örgütleri, siyasi partiler ve medya kuruluşları tarafından çeşitli toplumsal kesimlerin belirli konulardaki eğilimlerini öğrenmek amacıyla yapılmaktadır ve ilgiyle karşılanmaktadır.

Fakat bu araştırmaların gerçeği ne ölçüde yansıttığı sorusu her zaman akla gelmekte ve kamuoyu araştırmalarının geçerlilik ve güvenilirlik sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu sorunun çözümü araştırmaların başından sonuna kadar her aşamasında objektif ölçütlerle yürütülmesiyle yakından ilgilidir.

Bu çalışmada Kamuoyu araştırmalarının geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlanması için gerekli olan bu kriterler incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler

Kamuoyu Araştırmaları, Geçerlilik, Güvenilirlik, Örneklem.

Validity And Reliability In Public Opinon Polls

ABSTRACT

Public opinion polls are managed by public organizations, political parties, media enterprises, private sector organizations and non-governmental organizations in order to learn and gauge the tendency of various social groups about specific subjects and these surveys are arousing interest. However the question about the degree of reflecting the truth is the case and this leads the problems of validity and reliability of public opinion polls. Remedies are closeley related to the proper management of public opinon polls my means of objective measures through all their stages.

This researh aims to probe the criteria that is necessary to attin the validity and reliability of public opinion polls.

Keywords

Public Opinion Polls, Validity, Reliability, Sampling

* Öğr. Gör. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO

1. GİRİŞ

Kamuoyu kavramı 19. yüzyılda toplumbiliminin gelişmesiyle tam bir anlam kazanmış, toplumsal yaşamın daha rafine hale getirilebileceği, insanların layık oldukları daha iyi bir yaşamı kendi elleri ile kurabilecekleri düşüncesi sosyal bilimlerde de deneysel (amprik) araştırmalara kaynaklık etmiştir (Özerkan, 1992: 65-66).

Kamuoyu araştırması; halkın tümünü veya belirli bir bölümünü meydana getiren kişilerin sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel faaliyetlerine bağlı olarak durum, davranış, beklenti, eğilim, düşünce ve ihtiyaçlarının genel yapısının saptanması amacıyla gerekli bilgilerin sistemli olarak toplanması, objektif biçimde kaydedilmesi, sınıflandırılması, analiz edilerek sunulması olarak tanımlanmaktadır (Yeğenoğlu; 1988: 51).

Tanımında ifade edildiği gibi kamuoyu araştırmaları, toplumun belli bir konu hakkındaki görüşünü, yaklaşımlarını tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Ancak kamuoyu araştırmalarında sorulan soruların büyük bir kısmının, gerçekte kamunun günlük sorunlarla ilgili olarak nelerin yapılması gerektiğine ilişkin düşüncelerini ölçmekten ziyade, o sorunlarla ilgili bilgisini ölçmeye yönelik sorulduğu iddia edilmektedir. (Bogart; 1988: 20).

Son dönemlerde kamuoyu araştırmaları sadece basit kazanç aracı ya da akademik merak konusu olmaktan kurtularak, kendisine özgü alanı, meseleleri olan bağımsız bir disiplin haline gelme dönüşümünü göstermiştir (Onaran, 1984:151).

Bu gelişime paralel olarak, halkla ilişkiler temeli; Kamu ve özel kurum kuruluşlarının, faaliyette buldukları toplum arasında arabuluculuk yapması olduğundan halkla ilişkiler mesleğinin de önemi ve fonksiyonları artmış ve genişlemiştir.

Çünkü halkla ilişkiler, Kamu ve özel kurum kuruluşlarının faaliyetlerini, onların adına tanıtma, açıklama ve geliştirme amacı ile kamunun

ve belirli halk kesimlerinin (hedef kitle) bilgilendirilmesi ve bunlardan gelecek tepkilerin değerlendirilmesine dönük yürütülen planlı iletişim çabalarının bütünüdür. (Budd,1998:.2)

Halkla ilişkiler danışmanı veya görevlisi, bu çalışmaları yürütürken, bir takım profesyonel uygulamalar yapması gerekmektedir. Bu uygulamaların başında gelen kamuoyu araştırmaları ile halkla ilişkiler faaliyetlerinin temel önceliği olan hedef kitleyi tanımakta, istek ve beklentilerini öğrenmekte ve ona göre strateji ve taktiklerini geliştirmektedir.

2. KAMUOYU ARAŞTIRMALARI

Günümüzde kamuoyu araştırmaları büyük önem kazanmış ve konu ile ilgilenen kuruluşların sayısı ve bu araştırmaların sonuçlarına olan ilgi de hızla artmıştır. Kamuoyu araştırmaları, kamuoyunun kendisini ilgilendiren konularda eğilimlerini tespit etmeyi amaçlayan ve yapıldığı tarihler arasında kamuoyunun düşüncesini yansıtan çalışmalardır (Güz, 1997: 52).

Kamuoyu araştırmaları, sorunları ve konuları yeniden gündeme getirerek bu konu hakkında bilgisi olmayanların dikkatlerini çekip, belirli fikirleri olan kişilere, toplumdaki diğer kişilerin düşünceleri hakkında da bilgi temin etmekte, bir tür iletişim aracı işlevi görmektedir. (Tosun, 1993: 72, 132-133).

Kamuoyu araştırmaları kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. (Küçükkurt ve ark., 1988: 138)

Kalitatif yöntem, araştırılan konuya ilişkin nicel, sayısal verilerin değil, nitel bilgilerin toplanmasını amaçlayan araştırma yöntemidir. Genel olarak, araştırmanın konusunun, amacı doğrultusunda kapsayacağı noktaların belirlenmesi ya da incelenen konunun, araştırma evreninden kişiler tarafından hangi terimlerle düşünülüp, ifade edildiğini ve hangi çağrışımları yaptığını saptamak amacıyla gerçekleştirilir.

Kantitatif yöntem, araştırılan konuya ilişkin olarak nicel yani sayısal verilerin toplanmasını amaçlayan, bu doğrultuda matematik ve istatistik alanlarında geçerli analiz türlerinden yararlanan araştırma yöntemi olarak dikkat çekmektedir. Kamuoyu araştırmaları, hangi siyasal partinin seçimi kazanacağı konusunda dış politika ile ilgili hükümet uygulamalarına, belirli belediye hizmetlerinin tatmin edici bulunup bulunmadığından, sağlık ve aile planlaması, eğitim hizmetleri ile ilgili sorunlara kadar uzanan çok geniş bir konu yelpazesi içinde gerçekleştirilebilir.

Bir araştırmanın başından sonuna kadar bu aşmaların tümünde geçerlilik ve güvenilirlik problemleri göz önünde tutulmalı ve gerekli önlemler alınmalıdır.

3. KAMUOYU ARAŞTIRMALARINDA GÜVENİLİRLİK VE GEÇERLİLİK PROBLEMLERİ

Kamuoyu araştırmalarının güvenilir olup olmadığı araştırmayı yapanlar, yaptırılanlar ve okuyanlar tarafından her zaman ilgiyle takip edilmektedir (Güz, 1997: 53). Bir kamuoyu araştırması ile bir şekilde ilgili olan insanlar için en önemli soru o araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğidir.

3.1. GÜVENİLİRLİK

Güvenirlilik en genel anlamıyla ister bir soru cetveli ya da görüşme cetveli, ister bir test olsun, herhangi bir gözlem aracının uygulanmasıyla elde edilen sonuçların kararlılık ve yinelenme derecesi ile ilişkilidir. Kısaca bir ölçme aracının tutarlı sonuçlar verme yeteneğidir. (Sencer, 1989: 418).

Bir ölçme aracının tutarlı sonuçlar vermesi, yani verilerin sağlıklı ve doğru olduğunun benzer yöntem ve tekniklerle ölçülmesidir (Yumlu, 1994:81).

Güvenirliliği sorgulamak için anahtar soru: Eğer araştırma farklı araştırmacılar tarafından, aynı yöntem kullanılarak tekrar yapılırsa aynı/benzeri sonuçlar elde edilebilir mi? Cevap evet ise araştırma güvenilirdir. (Altunışık ve ark., 2001: 109)

Araştırma sonuçlarının güvenilir olup olmadığını anlamanın en kolay yöntemi, araştırma yapılan konu ile ilgili bir süre sonra sonuçlar ortaya çıkacaksa, örneğin seçim sonucunu tahmine yönelik bir araştırma yapılacaksa, araştırma sonuçları ile seçim sonuçları karşılaştırılarak araştırmanın güvenilir olup olmadığı test edilebilir. Ancak çoğu zaman seçim çalışmalarında olduğu gibi araştırma yapılan konu ile ilgili sonuçların test edilebileceği bir kriteri bulmak mümkün olmamaktadır. (Güz, 2005: 142)

Bir anket formunun güvenilirliği, ölçmenin (a) tutarlılığı, (b) dengeli ve (c)tekrarlanabilir olmasına bağlıdır. **Tutarlılık**, ölçme kurallarına, veri kayıt ve kodlamasına uyma anlamındadır. **Tekrarlanabilirlik**, testin tek bir zamandaki tek bir test ile sınırlı kalmaması; tekrar uygulanabilmesi ve zaman içinde güvenilir olmasıdır. **Denge** ise ölçmenin zaman içinde, diğer değişkenlerin aynı kalması koşuluyla, değişmemesi, aynı şekilde kalmasıdır (Erdoğan, 1998:118).

Kamuoyu araştırmalarında ölçülmek istenen bireylerin kanaatleri ve tutumlarıdır. İnsanların kanaat ve tutumları çeşitli etkilenimler nedeniyle zamanla değişime uğramaktadır. Bu nedenle kamuoyunun çeşitli olaylara ve sorunlara ilişkin kanaat ve tutumlarını ölçmekte kullanılan enstrümanın güvenilirliğini ölçmek zorlaşmaktadır. (Küçükkurt, 1990: 147)

Sosyal bilimlerde, güvenilirliği ölçmek için tekrarlar, alternatif form veya yarılama yöntemleri kullanılabilir. (Küçükkurt, 1990: 147-148).

Tekrarlama yöntemiyle güvenilirliğin ölçülmesi için değişik yer ve zamanda anket uygulaması tekrarlanmaktadır. Ancak zaman ve yerin değişmesi sonuçları da etkileyeceği için bu yöntemin her zaman sağlıklı sonuçlar verdiği söylenemez.

Alternatif form yönteminde araştırılan konuyla ilgili anket formu oluşturulurken, ikinci bir anket formu oluşturularak deneklere ikinci soru formu da uygulanarak iki anket formu sonuçları karşılaştırılabilir.

Yarılama yönteminde (split halves) ise, anket formunda yer alan soruların bir kısmı kontrol amacıyla kullanılır. Kontrol sorularıyla diğer sorular

karşılaştırılarak araştırmanın güvenilir olup olmadığı belirlenir. (Güz, 2005: 142)

Kamuoyu araştırmalarının güvenilirliği araştırmanın objektif ölçütlerle yürütülmesiyle de yakından ilgilidir. Kamuoyu araştırmalarının güvenilirliğiyle ilgili bir problem de, ölçüm skalaları ve düzeylerinden kaynaklanmaktadır. Yaygın olarak kullanılan Thurstone, Likert, Guttman ve Osgood skalalarının her birine uygun olacak soru tiplerinin hazırlanması ve ölçüm yapılması güvenilirlik problemini azaltacaktır. Ayrıca kategorik, ordinal, interval ve ratio gibi ölçüm düzeylerinden mümkün olduğu kadar ratio düzeyine ulaşılmaya çalışılması da güvenilirliği artıracaktır (Kalender,2000: 107).

Kamuoyu araştırmalarının güvenilirlik sorunları; kamuoyu araştırmalarında kullanılan göstergelerin geçerliliğinden kaynaklanan güvenilirlik sorunları, kamuoyu araştırmalarında kullanılan araştırma tekniğinden kaynaklanan güvenilirlik sorunları, güvenilirliğin ölçülmesi sorunlarıdır. (Küçükkurt, 1990: 143-148) Bu üç soruna örneklem hatalarını, deneklerin psikolojik durumu ve anketörlerden kaynaklanan sorunları da ekleyebiliriz.

3.1.1. ÖRNEKLEM HATALARINDANKAYNAKLANAN GÜVENİLİRLİK SORUNLARI

Birisi "genel evren", diğeri ise "çalışma evreni" olmak üzere iki tür evren vardır. Soyut bir kavram olan genel evren; tanımlanması kolay olmasına rağmen, ulaşılması güç ve hatta çoğu zaman imkansız olan bir bütündür. Örneğin, insanları evren olarak alan bir araştırmacının, dünyadaki tüm insanlara ulaşması ya da tüm insanlara genellenebilecek bir başka yol izleyerek, tamamen güvenli bir sonuca varması söz konusu değildir. Günümüzde araştırmalar, sınırları belirlenmiş olan bir çalışma evreni üzerinde yapılmakta, sonuçları da yalnızca bu evrene genellenmektedir (Karasar; 2002: 110).

Tüm evren veya bir başka ifadeyle tüm popülasyon üzerinde anket yapmak yerine, bu popülasyon içinden çekilip alınan bir örneklem üzerinde anket yapılması, günümüzde hemen hemen tüm kamuoyu araştırmalarının esas özelliklerinden bir tanesidir (Simon; 1986: 175).

Örneklem, sözcük anlamının da açık bir şekilde ifade ettiği gibi, araştırma evreninin bir kesitinin çalışma alanı olarak alınması ve sonuçların araştırma alanının tümüne genellenmesidir. "Örnek", örnekleme yöntemi kullanılarak araştırma evreninden alınan kesitin kendisi, yani sayısal çokluktur. "Örnekleme" olarak da isimlendirilen örneklem seçimi ise, araştırma evreninden, bu evrenin tümünü temsil edebilecek niteliklere sahip bir kesitin alınması işidir. Örneklem seçimi, bir araştırma evreninin geniş olması durumunda, araştırmacının tüm evren üzerinde çalışmasının mümkün olmadığı zamanlarda başvurulan bir yöntemdir (Aziz; 1990: 43).

Örneklem seçimi kamuoyu araştırmalarının en önemli yönlerinden birini oluşturur. Örneklemin kesin, doğru ve tarafsız bir yöntemle yapılmalıdır. Örneklemdaki yanlılık çok spesifik bir anlama sahiptir. Yanlılık; bazı insanların temsil edilmemesi ve/veya sistematik olmamasıdır. (Lake ve Harper, 2002: 87).

Sosyal bilimlerde hata payı hiçbir zaman sıfır değildir (Küçük Kurt, 1990:141). Hedef kitledeki herkes ankete dahil edilmediği sürece örneklem hatası kaçınılmazdır. (Baş, 2003: 14).

Herhangi bir örneklem tanımlanırken anket tarihleri görüşme şekli, örneklem genişliği, hata sınırı, hatanın hesaplandığı (genellikle %95) güven aralığı ve örnekleme esas olan nüfus verilmelidir. (Lake ve Harper, 2002:89).

Sistemli tesadüfi örnekleme aynı bireyin değişik tabakalardan birinde daha yer alması veya tabakaların düzenleniş biçiminde belirli bir sistem olmaması da hata payını artırabilmektedir. Bunun için alan ya da bölge örneklemede görüşmecilerin anketin uygulanacağı bölgedeki kişileri belirlemede uzmanlaşmış olmaları gerekmektedir (Bektaş, 2000: 218-220).

3.1.2. ARAŞTIRMADA KULLANILAN GÖSTERGELERİN GEÇERLİLİĞİNDEN KAYNAKLANAN GÜVENİLİRLİK SORUNLARI

Geçerlik, araştırmada kullanılan sorularla ölçülen göstergelerin, ölçülmek istenen fenomeni ölçmekte ne kadar kullanışlı ya da başarılı olduğunu gündeme getirir. Politik yaşam ile ilgili konularda yapılan kamuoyu araştırmaları ile saptanmak istenen konular, siyasi partilere ya da liderlerine karşı tutumlar, partiye bağlılık v.b. gibi doğrudan ölçülmesi mümkün olmayan fakat gözlenmesi ve ölçülmesi daha kolay olan göstergeler aracılığıyla mümkün olabilmektedir (Küçükkurt, 1990:143).

Konuya bu açıdan bakılınca en geçerli göstergelerin bulunup ortaya çıkarılması ve bu göstergeleri kullanarak gerçek fenomeni mümkün olduğu kadar az hata payı ile tahmin veya tespit etmek araştırmanın güvenilirliği için gereklidir. (Küçükkurt, 1990: 143)

Bir tutumun gerek konu boyutunda, gerekse ölçülmesinde kullanılan teknik-yöntem boyutunda mümkün olduğunca çok sayıda gösterge ile ölçülmesi araştırma sonucunun güvenilirliğini artıracak, hata payını azaltacaktır. (Küçükkurt, 1990: 143)

3.1.3. ARAŞTIRMALARDA KULLANILAN ARAŞTIRMA TEKNİĞİNDEN KAYNAKLANAN GÜVENİLİRLİK SORUNLARI

Bir kamuoyu araştırmasına başlarken amacının ne olduğu, araştırma sonucunda nelere ulaşılmak istendiği, hangi faktörler arasında ne tür ilişkiler olabileceği sebep ve farklarıyla ortaya konulması gerekmektedir. Ayrıca üzerinde araştırma yapılacak deneklerin demografik özellikleri belirlenmeli, araştırmanın yöntemi tespit edilmelidir. (Balcı ve Ayhan, 2004: 144)

Her şeyden önce bu araştırma ile elde etmek istediğimiz, ölçmek istediğimiz bilgi nedir? Neyin peşindeyiz? Bu konuda net olmak gerekir; gereksiz bilgilerin peşinde koşarak zihinleri bulandırmamak gerekir. İkinci olarak üzerinde araştırma yapılacak kimselerin özelliklerini düşünülmalıdır.

Yüksekokul mezunları için hazırlanmış sorular ilkökul mezunları için yanlış anlamalara neden olabilir. Üzerinde araştırma yapılan örneğin heterojenliği arttıkça, ölçme aracının istenen fonksiyonu yerine getirme olasılığı azalmaktadır. Bu nedenle ölçme aracı ile denek arasındaki ilişki ya da iletişimin sağlanmasında, soruların yazılışı, soruluş şekli ve sıralanış biçimi üzerinde önemle durulması gereken konu başlıklarıdır (Küçük Kurt, 1990: 145-146).

Soruların Yazılışı: Soruları açık bir şekilde yazmak için bir soruyla ne öğrenilmek isteniyorsa, soruların kesin olarak öncelikle o amacı elde etmeye yönelik olmalıdır. Sorular karmaşık, geniş, kesin olmayan veya cevap verenlerin bir bölümü için hayali cevaplar içerdiği zaman zayıf olarak değerlendirilecektir. Zayıf soruların sorulması, verilerin ölçülmesini de imkansız kılacağı için araştırmada hataya başlangıç teşkil eder ve sonuçlar üzerinde zararlı etkide bulunur. (Lake ve Harper, 2002: 27)

Bunun için sorular hazırlanırken cümleler kısa tutulmalı, anlaşılması kolay, yönlendirmeye imkan vermeyen, cevabı verecek kişiye tek bir anlam ifade eden, istenilen dışında bir şeyi çağrıştırmayan kelime ve cümleler seçilmelidir (Bektaş, 2000: 202).

Soruların Soruluş Şekli: Yine kamuoyu araştırmalarında soruların soruluş şeklinden kaynaklanan hatalara da sık sık rastlanabilmektedir.

Araştırmalarda sorular açık uçlu ve kapalı uçlu olma üzere ikiye ayrılır. Kapalı uçlu sorular en hızlı sorulan ve an çabuk cevaplandırılan soru türüdür. Açık uçlu sorular, bir kişinin nasıl cevap vereceğinin bilinmediğini veya önceden konulan cevap kategorileri tarafından cevapların sınırlandırılmasının istemediğini zaman kullanılır. Açık uçlu sorular, daha çok doğal cevapların alınması sağlar. (Lake ve Harper, 2002: 28-29).

Soruların Sıralanış Biçimi: Soru cetvelinde başlangıç sorularının, olabildiğince ilgi ve dikkat çekici, tartışmasız bir soru olması zorunluluktur. Bir bakıma cetvelin ilginç ve sakıncasız bir soruyla başlaması, araştırmamanın benimsenmesini ve yanıtların yansızlığını sağlayacaktır. Bir soru cetveline

işlerlik kazandırmak ve yanıtlamaları kolaylaştırmak üzere soruların bir sıra düzenine sokulması gerekmektedir. Bunun için aynı konuyla ilgili soruların bir araya getirilerek kümelendirilmesi, ve her küme içinde mantık ve zaman sürecinin izlenmesi gerekir (Sencer, 1989: 118-119).

Pretest (Öndeneme) : Daha sonra çıkacak sorulara karşı önceden önlem almak için araştırmanın yapılacağı şartlara benzer şartlar altında bir ön deneme yapılmalıdır (Küçükkurt, 1990: 146).

Öntestte, soru formunun nasıl bir işlev gördüğünü anlamak için, mümkün olduğu kadar deneklere benzer insanlarla anket yapılır. Böylece araştırma başladıktan sonra ortaya çıkabilecek sorunlar erken düzeltilebilir. (Lake ve Harper, 2002: 76)

Ölçme Enstrümanının Görünüşü ve Kullanma Kolaylığı: Deneklerin gözünü yormayacak, zihnini karıştırmayacak bir düzenleme, alınacak bilgilerin gerçeğe yakın olmasını, dolayısıyla araştırmanın güvenilirliğini etkileyecektir. Kayıt tutmadaki kolaylık hem anketör hem de deneklerin işini kolaylaştırarak işbirliğini geliştirecektir.

Data Analizi (Veri İşleme): Bir başka noktada kodlama, veri girişi ve bilgisayar kaynaklı çeşitli hatalar da araştırmalarda sık karşılaşılan bir durumdur. Ancak tüm bunların denetim altında tutulabileceği bazı teknikler de geliştirilmiştir. Çünkü denetimsiz araştırmaların güvenilirlik ve geçerlilik açısından hiçbir ciddiyet arz etmeyeceği açıktır. En önemlisi de kimi firmaların, daha çok para kazanmak amacıyla türlü suiistimallere yönelmesidir.

3.1.4. ANKETÖRLERDEN KAYNAKLANAN GÜVENİLİRLİK SORUNLARI

Bir anketin nasıl yapılacağı, araştırma konusuna, soru cetvelinin biçimine, araştırmanın imkanlarına (para, zaman ve harcayacağı emeğe), en önemlisi örneklemin türüne bağlı olarak değişebilmektedir. Bir başka ifadeyle,

anket uygulamasında, örneklem çekimini de belirlediği için para, zaman ve emeğin yeri önemlidir (Aziz; 1990: 97).

Anket, biri soru formundaki sorulan soran, diğeri de bu sorulan cevaplayan olmak üzere, en az iki kişiyi gerekli kılmaktadır. Bir ankette, sorulan sorma işini gerçekleştiren kişiye "anketör" denilmektedir. Cevaplan verene ise. "denek" adı verilmektedir. Büyük sermayeli araştırma şirketleri, bünyesinde sürekli ve maaşlı anketörler bulundurabilirle imkanına sahiptir. Ancak, anketörler çoğu zaman öğrencilerden ve part-time çalışmak isteyen kişilerden oluşmaktadır. Anketörlerin seçimi kadar, eğitimi de önem taşımaktadır. Zira, deneklerin onlardan fazlasıyla etkilenmeleri mümkündür. Oysa bir anket uygulanmasında ideal olan, deneklerin hiçbir etki altında kalmadan, soru cetvelinde yer alan sorulara yansız cevap vermeleridir (Bektaş; 2000: 225).

Önemli bir görev üstlendikleri için de anketörler, bilgi toplama esnasında son derece dikkatli olmalıdırlar. Çalışırken objektif olmalı ve araştırmayı hazırlayanların koydukları esaslardan ayrılmamalıdırlar. Anketörler, deneklerin taşıdığı özelliklere dikkat etmeli ve onun etki altında kalmadan soruları cevaplayabileceği ortamı yaratmalıdır. Çünkü anketörlerden kaynaklanan küçük bir hata araştırma sonucunun da hatalı olmasına neden olmaktadır (Bektaş, 2000:225).

Özellikle anket yapan kendi görüşünü belli etmemelidir. Aksi durumda denekler ya cevap vermek istemeyecekler ya da anketörün görüşü ile paralellik içinde olmaya çalışacak. bu da hata oranını yükseltecektir. Anketörlerin yanıtlara yükledikleri anlam, görüşülen kişilerin verdiği anlamdan fazlaca uzaklaştığında yorumu etkileyen sapmalar olacaktır (Gökçe, 1992: 119).

Yine bilgisiz, deneyimsiz ve eğitimsiz anketörlerle çalışılmasının yanı sıra; anketörlerin denetimsiz çalıştırılması, çeşitli suiistimallere neden olmaktadır. Bu nedenle araştırma şirketlerinin, anketörlerin, görüşmenin ciddiyetini bilip, yanlılığa neden olmamaları için önlem almaları gerekmektedir.

Söz konusu şirketler, öncelikle anketörlerin iyi ücret almalarını sağlamalı ve bu ücreti de zamanında ve çabuk vermelidirler. Anketörlük kolayca vazgeçilecek bir iş olmaktan çıkarılmalıdır. Daha sonra güçlü kontrol mekanizmaları kurularak, kontrol oranı yükseltilmelidir. (Balcı ve Ayhan, 2004: 146)

4. GEÇERLİLİK

Bir araştırmada sağlam bir bilgi verme açısından aracın güvenilir olması tek başına yeterli değildir, aynı zamanda geçerli olması da gereklidir. Doğru olma anlamına gelen geçerlilik; “bir araştırmada elde edilen verilerin konuyu gerçekte olduğu gibi tanımladığı yolunda dayanakların bulunması” olarak tanımlanır. Neuman (2000: 164)

Sosyal bilimlerde tutum, kanı gibi gözlenmesi doğrudan mümkün olmayan kavramların ölçülmesinde, araştırma sonuçlarının doğrudan karşılaştırılabileceği ve böylece geçerliliğin test edilebileceği objektif sonuçlar bulmak zordur. Bundan dolayı geçerlilik testlerine başvurulmaktadır (Küçük Kurt ve ark., 1988: 144).

Özellikle ölçülmesi güç faktörlerin, hatta açıktan açığa görülmesi ve tahmin edilmesi sorun olan yan faktörlerin mevcut olduğu durumlarda, bunların varlığını fark etmeksizin sadece gözükken bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak faydasız olacaktır (Kurtkan, 1978:216).

Geçerlilik problemleri; tahmin geçerliliği, içerik geçerliliği ve hipotezin teorik geçerliliği şeklinde sıralanmaktadır. (Küçük Kurt ve ark., 1988: 145-147)

Tahmin geçerliliği: Bir araştırmada tahmin etmek için kullanılan bağımsız değişkenlerin uygun olarak seçilip seçilmediğini belirten geçerliliktir. Bir başka anlatımla Tahmin geçerliliği, yapılan ölçme ile ölçmeye çalışılan şeyin gerçek hayattaki yansımalarının karşılaştırılmasındaki uyumdur. Örneğin, Kamuoyu araştırmaları tahmin etmek istediği gerçek sonuçlara, yani seçim sonuçlarına çok yakın ise tahmin geçerliliği yüksektir.

İçerik geçerliliği: Araştırma konusu olan olay ya da olayla ilgili kavramlar ile bu kavramların operasyonel tanımları verilen değişkenler veya bu değişkenlerle göstergeleri (anket soruları) arasındaki örtüşme (eşkaplılık) problemini gündeme getirmektedir.

İçerik geçerliliğini saptayabilmek için önce, sistematik bir çözümlenmeyle ölçüm konusunun içerimlerini tüketici olarak sayıp dökmek ya da içerdiği olgusal özellikler evrenini belirlemek gerekir. Daha sonra araç için seçilmiş maddelerin, sözkonusu evreni her içerim ya da özelliğin ağırlığıyla orantılı olarak temsil edip etmediğine bakılır. Araca giren maddelerin temsil yeteneği taşıması kadar, sayıca yeterli olması da istenir. Böylelikle içerik evrenini yeterince temsil ettiği görülen bir ölçme aracı geçerlenmiş sayılır. (Sencer, 1989: 431).

Hipotez geçerliliği: Sonuçların geçerliliği öne sürülen hipotezde kullanılan bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasındaki ölçülen, gözlenen, elde edilen ilişki ile teorik düzeyde, teori ile kavramlar arasında öne sürülen ilişki arasında ne gibi bir paralellik olduğu sorusuna cevap aranmaktadır.

Araştırma verilerinin kamuoyu tarafından tartışılmasından sonra elde edilecek bulguların önceki bulgulardan farklı olup olmayacağını belirlenmesi araştırmanın geçerliliğini ortaya koyacaktır. Daha farklı bir ifade ile, bir kamuoyu araştırmasının geçerliliği araştırmayı yapan kuruluşun ortaya koyduğu bulguların açıklanması ve tartışılmasına göre belirlenir. (Güz, 2005: 142)

5. SONUÇ:

Çalışmamızda elde ettiğimiz kamuoyu araştırmalarında geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması ile ilgili sonuçları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Kamuoyu araştırmasına başlarken amacının ne olduğu, araştırma sonucunda nelere ulaşılmak istendiği hangi faktörler arasında ne tür ilişkiler olabileceği planlama aşamasında açık ve net olarak belirlenmelidir.

- Kamuoyu araştırma sonuçlarında anlaşılır ilişkilerin gözlenmesi ve araştırma bilgisini kullanabilmek için ihtiyaç duyulanlar konusunda yeterli plan ve düşünceye sahip olunmalıdır.
- Kamuoyu araştırmasının tam ve eksiksiz olarak yapılması için gerekli olan zaman gerçekçi olarak hesaplanmalı ve bu süre araştırma için ayrılmalıdır ve yapılan planlamaya uyulmalıdır.
- Üzerinde araştırma yapılacak deneklerin demografik özellikleri belirlenmeli, araştırmanın yöntemi tespit edilmelidir.
- Araştırmadan elde edilen sonuçlar örneklemin temsil ettiği evrenden daha büyük bir kitleye genelleştirilmemelidir.
- Deneklerin gözüne hoş gelecek, zihnini karıştırmayacak bir düzenleme, alınacak bilgilerin gerçeğe yakın olmasını, dolayısıyla araştırmanın güvenilirliğini üzerinde etkili olacaktır.
- Soruların hazırlanması sırasında analizin objektifliği için tüm sorular arasında bir denge sağlanmalıdır.
- Başlangıç sorularının, mümkün olduğu kadar ilgi ve dikkat çekici, karmaşık olmayan sorulardan oluşması gerekir. Anketin ilgi çekici bir soruyla başlaması, araştırmanın olumlu tanımlanmasını ve cevapların tarafsızlığını sağlayacaktır.
- Deneklerin zihnini karıştıracak aşırı ayrıntılı, teknik ve karmaşık soruların bulunmamasıdır.
- Hatalı soruların, ilgisiz veya eğitim seviyesi düşük denekler tarafından anlaşılmayabileceği, bu durumun da araştırmayı olumsuz olarak etkileyeceği unutulmamalıdır.
- Araştırma safhasında daha sonra çıkacak sorulara karşı önceden önlem almak için araştırmanın yapılacağı şartlara benzer şartlar altında bir ön deneme (Öntest) yapılmalıdır.
- Soru formu oluşturulurken anketörlerin ve kodlayıcıların ihtiyaçları dikkate alınmalıdır.

- Anketörlerin eğitilmesi konusuna gereken önem verilmeli, anketörlere konu ile ilgili temel bilimsel ve etik ilkeler benimsetilmelidir.
- Gönüllü anketörlerin, amatörlüklerinden kaynaklanan, işi bırakma oranlarının yüksek olması, motivasyonlarının düşük olması, formların tam doldurulmasında dikkatsiz davranmaları gibi sorunlar göz önüne alınarak, belirli bir oranda yedek anketör başlangıçtaki eğitime alınmalıdır.
- Denekler, profili planlama aşamasında belirlenmiş kişiler arasından değil de, büyük oranda kolayca ulaşılan insanlar arasından seçilerek örneklemin taraflı olmasına yol açılmamalıdır.
- Anketin başında yedek denek yönelmemelidir. Yedek denekler sürecin sonunda cevap vermeyenlerin yerine geçmek üzere ve tam sayıya ulaşmak amacıyla kullanılmalıdır.
- Araştırması yapılan konuda ölçülmede kullanılan teknik-yöntem açısından mümkün olduğunca çok sayıda gösterge ile ölçüm yapılması araştırma sonucunun güvenilirliğini artıracaktır.
- Verilerin işlenmesinde, kodlamayı yapanların yetersiz eğitim ve dikkatsizlikleri ya da denetimlerindeki eksiklikler araştırma sonuçlarında sistematik hataların ortaya çıkmasına sebep olabilir.
- Kamuoyu araştırmasının planlanan safhalarındaki gerekli veri analizi yeteri kadar güvenli teknikler kullanılarak yapılmalıdır.
- Veri analizinde anlamsız, geçersiz ve gereksiz ilişkiler ve sonuçlar çıkarılmamalıdır.
- Analiz aşamasında hangi konuların ve hipotezlerin test edileceği ve bu amaçla analiz için neye ihtiyaç duyulacağı iyi bilinmelidir.
- Kamuoyu araştırmalarının güvenilir olup olmadığı araştırmayı yapanlar, yaptırnanlar ve okuyanlar tarafından her zaman ilgiyle takip edildiği her zaman akılda tutulmalıdır.

6. KAYNAKÇA

- Altunışık, Remzi, Recai Coşkun, Engin Yıldırım ve Serkan Bayraktaroğlu.
(2001) Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı, Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Aziz, Aysel. (1990): Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim, Ankara, A.Ü.B.Y.Y.O., İLAD Yayını
- Balcı, Şükrü, Ayhan, Bünyamin. (2004) "Seçmen Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Yapılan Kamuoyu Araştırmalarında Güvenilirlik Ve Geçerlilik Problemleri": Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 11, ss. 135-167
- Bektaş, Arsev, (2000): Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, İstanbul, Bağlam Yayıncılık.
- Bogart, Leo: Polis and the Awareness of Public Opinion. Transaction Brooks, Inc., New Jersey, 1988.
- Budd. John, F. (1998), Halkla ilişkilerde Etik ikilemleri, İstanbul, Rota Yayınları.
- Erdoğan, İrfan. (1998) SPSS Kullanım Örnekleriyle Araştırma Dizaynı ve İstatistik Yöntemleri, Ankara: Emel Matbaası.
- Gökçe, Birsen. (1992) Toplumbilimlerinde Araştırma, Ankara: Savaş Yayınları.
- Güz, Nurettin. (1997) "Türk Basınında Kamuoyu Araştırmalarının Yönlendirme Aracı Olarak
- Güz, Nurettin. (2005) Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Kalender, Ahmet. (2000) Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Karasar, Niyazi. (2002) Bilimsel Araştırma Yöntemi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Kazancı, Metin, (2006), Halkla İlişkilere, Turhan Kitabevi, Ankara

- Kurtkan, Amiran. (1978) Sosyal İlimler Metodolojisi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları. Kullanılması”, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, Ankara, s. 45-73.
- Küçük Kurt, Mehmet, Ali Atıf Bir ve Selçuk Yeles. (1988) “29 Kasım 1987 Erken Genel Seçimlerine İlişkin Kamuoyu Araştırmalarının Geçerliliği”, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 6, Sayı:2, Eskişehir, ss. 137-149.
- Küçük Kurt, Mehmet. (1990) “Kamuoyu Araştırmalarında Güvenilirlik Sorunu”, Kamuoyu Araştırmaları Birinci Uluslararası Sempozyumu, Muharrem Varol (der.), Ankara: Ankara Üniversitesi B.Y.Y.O Yayınları, No: 11, Ekim, s. 141-148
- Lake, Celinda ve Harper, Pat Callbek. (2002) Kamuoyu Araştırmaları, Nurettin Güz, (çev.), Ankara: Altınkure Yayınları.
- Neuman, W. Lawrence. (2000) Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, Boston: Allyn and Bacon Publications.
- Onaran, Alim Şerif. (1984) Kamuoyu El Kitabı, İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Özerkan, Şengül. (1992) “Kamuoyu Araştırmalarının Karar Verme Sürecine Etkisi”, Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 1, ss. 61-83.
- Sencer, Muzaffer. (1989) Toplum Bilimlerinde Yöntem, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Simon. Raymond: Public Relations Concepts and Practices. Macmillian Publishing Company. New York. 1986.
- Tosun, Gülgün. (1993) “Siyasal Yaşam ve Kamuoyu Araştırmaları”, Düşünceler Dergisi, Yıl:7, Sayı:6, ss. 131-142.
- Yeğenoğlu, Özgür: "Kamuoyu Araştırma Uygulamalarının Düzenlenmesinde Alternatif Yaklaşımlar", Türk İdare Dergisi. C. 60. S. 379. 1988.
- Yumlu, Konca. (1994) Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları, İzmir: Nam Basım Ltd.

