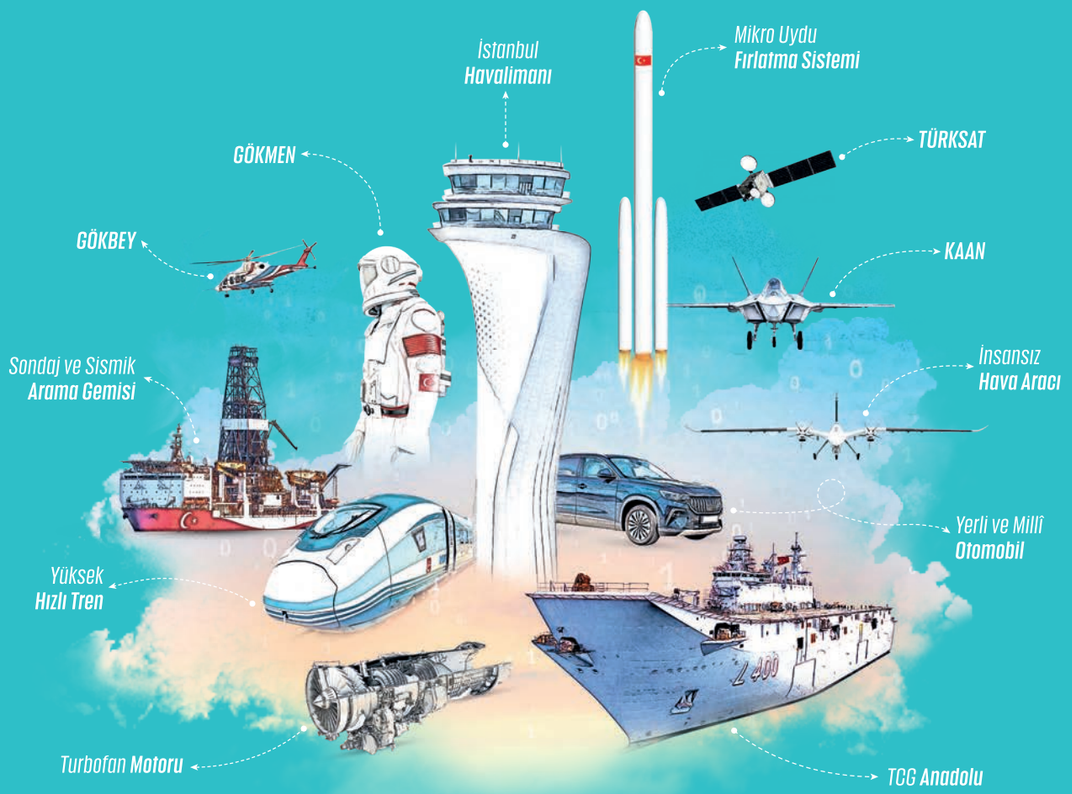
Bu kitaba sığmayan daha neler var!

eba
www.eba.gov.tr

Karekodu okut, bu kitapla ilgili EBA içeriklerine ulaş!

Teknoloji Yolculuğumuz



BU DERS KİTABI MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞINCA ÜCRETSİZ OLARAK VERİLMİŞTİR.
PARA İLE SATILAMAZ.

ISBN: 978-975-11-7861-9

Bandrol Uygulamasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin Beşinci Maddesinin İkinci Fıkrası Çerçevesinde Bandrol Taşıması Zorunlu Değildir.

Halkla İlişkiler Alanı

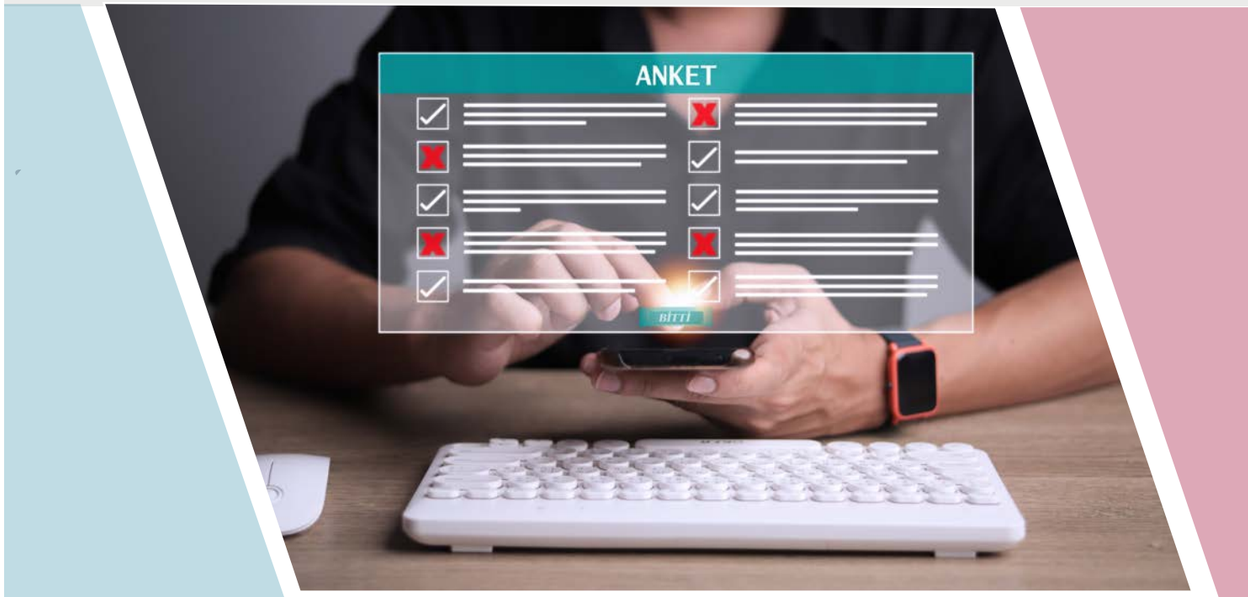
ANKETÖRLÜK 11-12

Ders Materyali

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

HALKLA İLİŞKİLER ALANI

ANKETÖRLÜK



11-12 DERS MATERYALİ

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ
HALKLA İLİŞKİLER ALANI

ANKETÖRLÜK

11-12

DERS MATERYALİ

YAZARLAR
ASİYE YILDIZ
CANAN ÇAKIR
EMEL ÖZEN
HATİCE ÇİÇEKDEMİR
RASİM ÇAKMAK
SAİT AYDIN

MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI YAYINLARI ..... : 9344
YARDIMCI VE KAYNAK KİTAPLAR DİZİSİ ..... : 3004

Her hakkı saklıdır ve Millî Eğitim Bakanlığına aittir.
Kitabın metin, soru ve şekilleri kısmen de olsa hiçbir surette alınıp yayımlanamaz.

HAZIRLAYANLAR

Dil Uzmanı	MÜJDE İLBARS
Program Geliştirme Uzmanı	FULYA ÖLKEN
Rehberlik Uzmanı	GÜLŞEN YALIN
Ölçme ve Değerlendirme Uzmanı	ÖZLEM ÇABUKEL
Grafik / Görsel Tasarım Uzmanı	SONGÜL ŞAHİN

ISBN: 978-975-11-7861-9

Millî Eğitim Bakanlığının 24.12.2020 gün ve 18433886 sayılı oluru ile
Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğünce ders materyali olarak hazırlanmıştır.



İSTİKLÂL MARŞI

Korkma, sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak;
Sönmeden yurdumun üstünde tüten en son ocak.
O benim milletimin yıldızıdır, parlayacak;
O benimdir, o benim milletimindir ancak.

Çatma, kurban olayım, çehreni ey nazlı hilâl!
Kahraman ırkıma bir gül! Ne bu şiddet, bu celâl?
Sana olmaz dökülen kanlarımız sonra helâl.
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl.

Ben ezelden beridir hür yaşadım, hür yaşarım.
Hangi çılgın bana zincir vuracakmış? Şaşarım!
Kükremiş sel gibiyim, bendimi çiğner, aşarım.
Yırtarım dağları, enginlere sığmam, taşarım.

Garbın âfâkını sarmışsa çelik zırhlı duvar,
Benim iman dolu göğsüm gibi serhaddim var.
Ulusun, korkma! Nasıl böyle bir imanı boğar,
Medeniyyet dediğin tek dişi kalmış canavar?

Arkadaş, yurduma alçakları uğratma sakın;
Siper et gövdeni, dursun bu hayâsızca akın.
Doğacaktır sana va'dettiği günler Hakk'ın;
Kim bilir, belki yarın, belki yarından da yakın.

Bastığın yerleri toprak diyerek geçme, tanı:
Düşün altındaki binlerce kefensiz yatanı.
Sen şehit oğlusun, incitme, yazıktır, atanı:
Verme, dünyaları alsan da bu cennet vatanı.

Kim bu cennet vatanın uğruna olmaz ki feda?
Şüheda fışkıracak toprağı sıksan, şüheda!
Cânı, cânânı, bütün varımı alsın da Huda,
Etmesin tek vatanımdan beni dünyada cüda.

Ruhumun senden İlâhî, şudur ancak emeli:
Değmesin mabedimin göğsüne nâmahrem eli.
Bu ezanlar -ki şehadetleri dinin temeli-
Ebedî yurdumun üstünde benim inlemeli.

O zaman vecd ile bin secde eder -varsa- taşım,
Her cerîhamdan İlâhî, boşanıp kanlı yaşım,
Fışkırır ruh-ı mücerret gibi yerden na'şım;
O zaman yükselerek arşa değer belki başım.

Dalgalan sen de şafaklar gibi ey şanlı hilâl!
Olsun artık dökülen kanlarımın hepsi helâl.
Ebediyyen sana yok, ırkıma yok izmihlâl;
Hakkıdır hür yaşamış bayrağımın hürriyyet;
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl!

Mehmet Âkif Ersoy

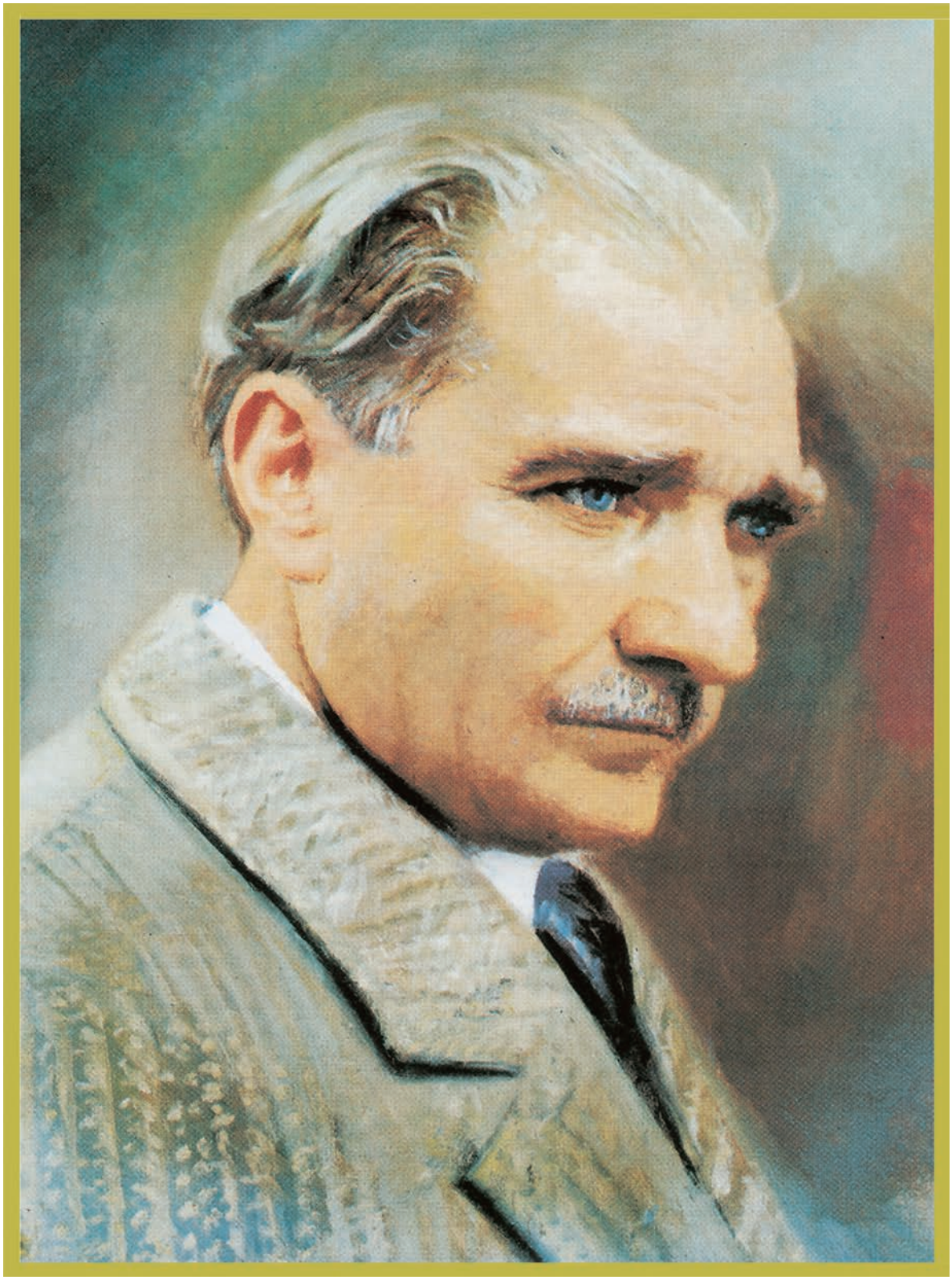
GENÇLİĞE HİTABE

Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Türk istiklâlini, Türk Cumhuriyetini, ilelebet muhafaza ve müdafaa etmektir.

Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegâne temeli budur. Bu temel, senin en kıymetli hazinendir. İstikbalde dahi, seni bu hazineden mahrum etmek isteyecek dâhilî ve hâricî bedhahların olacaktır. Bir gün, istiklâl ve cumhuriyeti müdafaa mecburiyetine düşersen, vazifeye atılmak için, içinde bulunacağın vaziyetin imkân ve şeraitini düşünmeyeceksin! Bu imkân ve şerait, çok namüsait bir mahiyette tezahür edebilir. İstiklâl ve cumhuriyetine kastedecek düşmanlar, bütün dünyada emsali görülmemiş bir galibiyetin mümessili olabilirler. Cebren ve hile ile aziz vatanın bütün kaleleri zapt edilmiş, bütün tersanelerine girilmiş, bütün orduları dağıtılmış ve memleketin her köşesi bilfiil işgal edilmiş olabilir. Bütün bu şeraitten daha elîm ve daha vahim olmak üzere, memleketin dâhilinde iktidara sahip olanlar gaflet ve dalâlet ve hattâ hıyanet içinde bulunabilirler. Hattâ bu iktidar sahipleri şahsî menfaatlerini, müstevlîlerin siyasî emelleriyle tevhit edebilirler. Millet, fakr u zaruret içinde harap ve bîtap düşmüş olabilir.

Ey Türk istikbalinin evlâdı! İşte, bu ahval ve şerait içinde dahi vazifen, Türk istiklâl ve cumhuriyetini kurtarmaktır. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur.

Mustafa Kemal Atatürk



MUSTAFA KEMAL ATATÜRK

İÇİNDEKİLER

DERS MATERYALİNİN TANITIMI 12

1. BİRİM: KAMUOYU 16

1.1. KAMUOYU KAVRAMI 16

1.1.1. Kamuoyunu Etkileyen Faktörler 16

1.1.2. Kamuoyu Araştırmalarında Kullanılan Halkla İlişkiler Araçları 18

1.2. KAMUOYUNUN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ 19

1.2.1. Kamuoyunun Önemi 19

1.2.2. Kamuoyunun Özellikleri 19

1.2.3. Bir Halkla İlişkiler Çalışmasında Kamuoyunu Belirlemenin Önemi 20

1.3. KAMUOYUNU OLUŞTURAN KAYNAKLAR 20

1.3.1. Kamuoyunu Oluşturan Siyasal Kaynaklar 20

1.3.2. Kamuoyunu Oluşturan Sosyal Kaynaklar 21

1.3.3. Kamuoyunu Oluşturan Kitle İletişim Araçları 21

1.3.4. Kamuoyunu Belirleyen Kişisel Araçlar 22

1.3.5. Kamuoyu Oluşturmada Yeni Medya Araçlarının Önemi 23

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME 24

2. BİRİM: PİYASA VE PAZAR 26

2.1. PİYASA VE PAZAR 28

2.1.1. Piyasa ve Pazar Kavramları 28

2.1.2. Piyasa 28

2.1.3. Pazar 30

2.2. PİYASA VE PAZAR ARAŞTIRMA ALANLARI 32

2.2.1. Piyasa Araştırması 33

2.2.2. Pazar Araştırması 34

2.2.3. Piyasa ve Pazar Araştırma Alanları 34

2.2.4. Piyasa ve Pazar Araştırmalarının Önemi 36

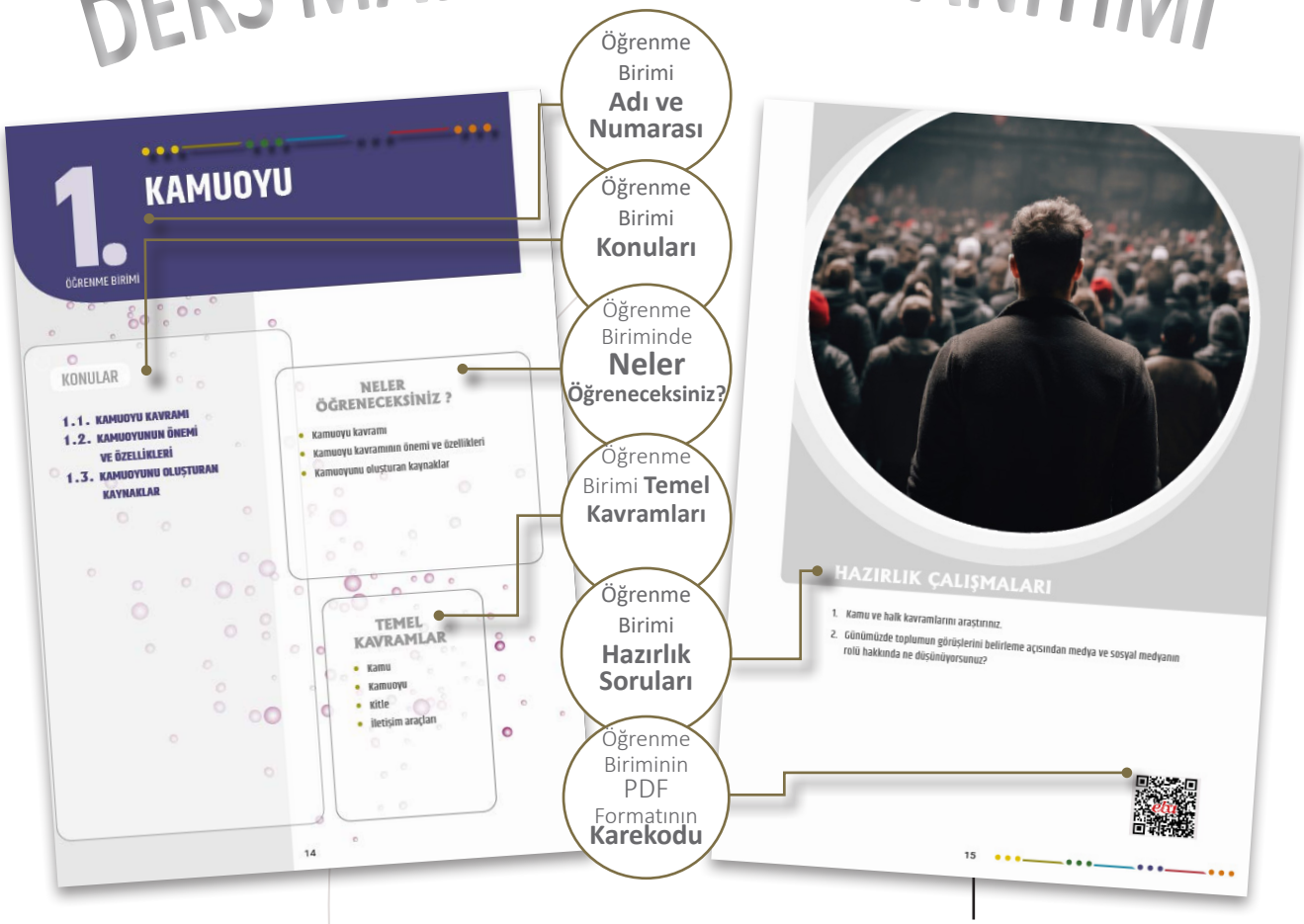
2.2.5. Pazarlama Araştırması 36

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME 38

3. BİRİM: ARAŞTIRMA PLANI HAZIRLAMA 40
3.1. ARAŞTIRMANIN TANIMI 42
3.1.1. Araştırmanın Özellikleri 42
3.1.2. Araştırmanın Önemi 43
3.1.3. Araştırma İle İlgili Temel Kavramlar 45
3.1.4. Varsayımın Özellikleri 46
3.1.5. Araştırma Planı Hazırlama Aşamaları 46
3.2. ARAŞTIRMA YAPILACAK ALANLAR 48
3.2.1. Araştırma Alanı Seçiminde Etkili Olan Unsurlar 50
3.2.2. Araştırma Türleri 51
3.3. EVREN VE ÖRNEKLEM 54
3.3.1. Evren 54
3.3.2. Evrenin Özellikleri 55
3.3.3. Örneklem 55
3.3.4. Örneklemin Özellikleri 56
3.3.5. Örneklem Yöntemleri 56
3.4. ARAŞTIRMA PLANI YAZISI 57
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME 60
4. BİRİM: KAYNAK TARAMASI 62
4.1. SÜRELİ YAYINLAR VE İSTATİSTİKİ KAYNAKLAR 64
4.1.1. Kaynak Taraması 64
4.1.2. Süreli Yayınlar 66
4.1.3. İstatistiki Kaynaklar 67
4.1.4. İçerik Çözümlemesi 67
4.2. VAKA ÇALIŞMASI 69
4.2.1. Gözlem 70
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME 72
5. BİRİM: ANKET HAZIRLAMA VE UYGULAMA 74
5.1. ANKET İÇİN ÖN HAZIRLIK 76
5.1.1. Anket Yöntemi 76
5.1.2. Anket Yönteminin Aşamaları 77
5.1.3. Anket İçin Ön Hazırlık Çalışmaları 78
5.2. ANKET TÜRÜNE GÖRE SORU SEÇİMİ 84
5.2.1. Biçimine Göre Anket Soruları 84
5.2.2. Anket Formunu Hazırlama 88
5.2.3. Anketlerde Soru Seçimi 88
5.2.4. Anket Yönteminde Ölçme ve Ölçek Kavramları 92

5.3. HEDEF KİTLEYE ULAŞMA AŞAMALARI 95
5.3.1. Hedef Kitlenin Belirlenmesi 95
5.3.2. Hedef Kitlenin Bilgi Toplama Yöntemine Göre Seçilmesi 96
5.3.3. Hedef Örneklem Belirlemede Örneklem Büyüklüğünün Tespiti 101
5.3.4. Hedef Kitle Belirlenirken Yapılan Örnekleme Hataları 101
5.3.5. Uzman Görüşü Alma 102
5.3.6. Ön Uygulama 102
5.4. HEDEF KİTLEYİ BİLGİLENDİRME 103
5.4.1. Hedef Kitleyi Bilgilendirmede Anketör Kullanılması 104
5.4.2. Hedef Kitleyi Anket Öncesi, Anı ve Sonrasında Bilgilendirme 104
5.5. ANKET UYGULAMA 109
5.5.1. Anket Uygulamada Anketör Kullanılması 110
5.5.2. Dolaysız Anketlerde Uygulama 110
5.5.3. Posta, Telefon Araçlarıyla ve İnternetle Yapılan Anketlerde Uygulama 111
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME 114
6. BİRİM: ANKET DEĞERLENDİRME RAPORU 116
6.1. RAPORUN ÖN BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA 118
6.1.1. Verilerin Analizi 118
6.1.2. Rapor Kavramı 120
6.1.3. Raporun Aşamaları 120
6.1.4. Raporun Yazım Aşamaları 121
6.1.5. Raporun Ön Bölümü 123
6.2. RAPORUN ANA BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA 129
1. Giriş 129
2. Genel Bilgiler 130
3. Yöntem 130
4. Bulgular 131
5. Tartışma 132
6. Sonuçlar 133
7. Öneriler 133
6.3. RAPORUN ARKA BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA 135
1. Ekler 136
2. Kaynak Gösterme 137
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME 140
CEVAP ANAHTARLARI 142
KAYNAKÇA 144

DERS MATERYALİNİN TANITIMI



Öğrenme Birimi **Adı ve Numarası**

Öğrenme Birimi **Konuları**

Öğrenme Biriminde **Neler Öğreneceksiniz?**

Öğrenme Birimi **Temel Kavramları**

Öğrenme Birimi **Hazırlık Soruları**

Öğrenme Biriminin PDF Formatının **Karekodu**

Kaynak taraması için bazı güvenilir genel ağ kaynakları şunlardır:

* ACADEMİA (academia.edu).
* TÜİK (tuik.gov.tr).
* YÖKTEZ (tez.yok.gov.tr).
* DERGİPARK (dergipark.gov.tr).

Bilgi notu

Bilgi Notu

ETKİNLİK

Anket çalışmalarında kullanılan anket formlarını değerlendirip seçtiğiniz bir konuda anket taslağı hazırlayınız.

Etkinlik çalışmaları

3.1. SIRA SİZDE

Meslek liseleri ile ilgili araştırma yapacak olsanız hangi konuyu araştırmak isterdiniz? Görüşlerinizi neden birlikte arkadaşlarınızla tartışınız.

Öğrenci Çalışmaları

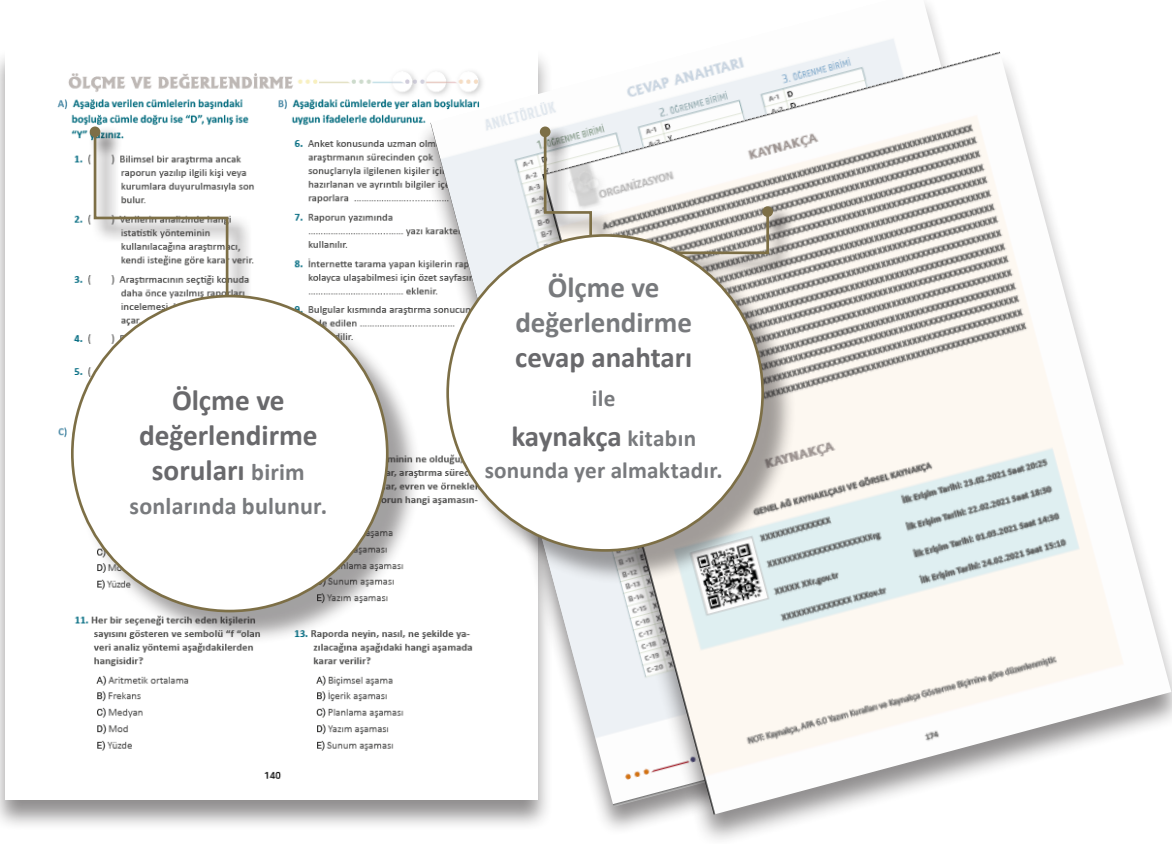
Etkileşimli kitap, video, ses, animasyon, uygulama, oyun, soru vb. ilave kaynaklara ulaşabileceğiniz

karekodlara

Karekod okuyucu ile içerik kaynağına ulaşamadığınız durumlarda xxxxx yerine kodu yazarak adrese ulaşabilirsiniz.

http://kitap.eba.gov.tr/KodSor.php?KOD=**XXXXX**


ANKETÖRLÜK
ANKET UYGULAMA
5.4. UYGULAMA
Görev
Süre
Ortam
Araç Gereç
4 ders saati
Halkla ilişkiler atölyesi
Bilgisayar, ofis uygulamaları
İşlem Basamakları
KONTROL LİSTESİ
EVET
HAYIR
TOPLAM
113
ANKET HAZIRLAMA VE UYGULAMA
5.2. ANKET TÜRÜNE GÖRE SORU SEÇİMİ
Görsel 5.5: Soru formu tasarımı
84
Konuyla İlgili Uygulama, Uygulamanın İşlem Basamakları ve Değerlendirme Ölçeği
BİLGİ SAYFALARI
Ana başlıklarla başlayan, konu anlatımlarının olduğu açıklayıcı sayfalardır.
Kitap Sayfa Numaraları


ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME
A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.
B) Aşağıdaki cümlelerde yer alan boşlukları uygun ifadelerle doldurunuz.
11. Her bir seçeneği tercih eden kişilerin sayısını gösteren ve sembolü "f "olan veri analiz yöntemi aşağıdakilerden hangisidir?
A) Aritmetik ortalama
B) Frekans
C) Medyan
D) Mod
E) Yüzde
13. Raporda neyin, nasıl, ne şekilde yazılacağına aşağıdaki hangi aşamada karar verilir?
A) Biçimsel aşama
B) İçerik aşaması
C) Planlama aşaması
D) Yazım aşaması
E) Sunum aşaması
140
CEVAP ANAHTARI
KAYNAKÇA
GENEL AĞ KAYNAKÇASI VE GÖRSEL KAYNAKÇA
174
Ölçme ve değerlendirme soruları birim sonlarında bulunur.
Ölçme ve değerlendirme cevap anahtarı ile kaynakça kitabın sonunda yer almaktadır.

1. KAMUOYU

ÖĞRENME BİRİMİ

KONULAR

1.1. KAMUOYU KAVRAMI
1.2. KAMUOYUNUN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ
1.3. KAMUOYUNU OLUŞTURAN KAYNAKLAR

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ ?

- Kamuoyu kavramı
- Kamuoyu kavramının önemi ve özellikleri
- Kamuoyunu oluşturan kaynaklar

TEMEL KAVRAMLAR

- Kamu
- Kamuoyu
- Kitle
- İletişim araçları



HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Kamu ve halk kavramlarını araştırınız.
2. Günümüzde toplumun görüşlerini belirleme açısından medya ve sosyal medyanın rolü hakkında ne düşünüyorsunuz?

1.1. KAMUOYU KAVRAMI

Kamuoyu, bir topluluktaki insanların ortak fikir ve görüşleridir. Kamuoyunun oluşmasında insanların ortak ilgi alanları, ortak değer ve hedefleri rol oynar. Kamuoyu, toplumda önemli bir güçtür ve politikaların belirlenmesi, yasaların çıkarılması ve toplumsal değişimlerin yaşanmasında etkili olabilir.

Kamuoyu; genellikle gazete, televizyon, radyo ve internet gibi iletişim araçları aracılığıyla oluşturulur. Bu iletişim araçları, insanlara güncel olaylar hakkında bilgi verir, bu olayları tartışma ve yorumlama imkânı sağlar. Kamuoyu, aynı zamanda siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları ve diğer gruplar tarafından da oluşturulabilir. Bu gruplar, kamuoyunu kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmek için propaganda yapabilirler (Görsel 1.1).



Görsel 1.1: Kamuoyu ve yönlendirme

Kamuoyu, demokratik toplumlarda önemli bir yere sahiptir. Demokrasilerde devlet, vatandaşlarının ortak fikir ve görüşlerini dikkate almak zorundadır. Kamuoyu, devlete politikalarını belirlemede ve yasa çıkarmada yol gösterir. Kamuoyu, aynı zamanda toplumsal değişimlerin yaşanmasında da etkili olabilir. Örneğin kamuoyunun baskısı ile hükümetler bazı politikalarını değiştirmek zorunda kalabilirler.

Kamuoyu, her zaman doğru değildir. Bazen yanlış bilgilere dayalı olabilir, bazen de çıkar gruplarının etkisi altında olabilir. Ancak kamuoyu, demokratik toplumlarda önemli bir güçtür ve devleti vatandaşlarının ortak fikir ve görüşlerini dikkate almaya zorlar.



Görsel 1.2: Kamuoyu ve kitle

1.1.1. Kamuoyunu Etkileyen Faktörler

Kamuoyunun oluşumu bazı toplumsal dinamiklerden meydana gelir. Bu dinamikler, toplumun genelini ilgilendiren veya toplumsal değerlerden ortaya çıkan faktörlerdir (Görsel 1.2).

Kamuoyu, çeşitli faktörlerden etkilenir. Bu faktörler şunlardır:

- Ortak ilgi alanları
- Ortak değerler
- Ortak hedefler
- İletişim araçları
- Siyasi partiler
- Sivil toplum kuruluşları
- Diğer gruplar

1.2. SIRA SİZDE

Sınıfınız bazında ortak ilgi alanlarınız, değerleriniz ve hedefleriniz nelerdir? Bu ortak noktalarınız, sınıfınızın genelini ilgilendiren kararları almanızda nasıl rol oynar?

Kamuoyu, bir toplumdaki birey ve kurumların düşünce ve tutumlarının genel bir yansımasıdır. Bu, politik kararlar almak, toplumsal olaylar hakkında fikir yürütmek ve toplumun diğer önemli konularını ele almak için oldukça önemlidir. Ancak kamuoyunun da belirli sınırları vardır (Görsel 1.3).



Görsel 1.3: Kamuoyu

Bilgi Erişimi ve Algısı: Kamuoyunu oluşturan birey ve kurumların bilgi erişimi, deneyim ve algıları farklı olabilir. Dolayısıyla insanlar aynı olay veya konu hakkında farklı bakış açılarına sahip olabilirler. Ayrıca medya ve haber kaynakları da kamuoyunu etkilemede önemli bir rol oynar. Ancak bu kaynaklar arasında bilgi ve haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı konusunda farklılıklar olabilir, bu da kamuoyunun şekillenmesinde belirli sınırlar oluşturabilir.

Toplumsal ve Kültürel Farklılıklar: Bir toplum içinde etnik köken, dil, din, kültür ve sosyal statü gibi farklılıklar bulunabilir. Bu farklılıklar insanların değerlerini, ihtiyaçlarını ve beklentilerini etkiler. Kamuoyunu oluşturan görüş ve düşünceler de bu farklılıklardan etkilenir. Bu nedenle kamuoyu sınırları, toplumun çeşitliliği ve heterojenliği nedeniyle belirginleşir.

İletişim Engelleri: Kamuoyunu oluşturan bireyler arasında iletişim engelleri olabilir. Dil bariyerleri, teknolojik erişim sorunları ve iletişim araçlarının kullanımına yönelik farklılık, bilgi ve düşüncelerin yayılmasını ve etkileşimini sınırlayabilir.

Karar Alma Süreçleri: Kamuoyunun belirli bir konu hakkındaki görüş ve talepleri dikkate alınırken karar alma süreçleri belirli yasal, siyasi ve yönetimsel sınırlamalara tabi olabilir. Bu, kamuoyunun bazı konularda tam anlamıyla etkili olamamasına yol açabilir.

Etki ve İfade Özgürlüğü: Kamuoyunun farklı grup ve bireyler üzerindeki etkisi ve ifade özgürlüğü, demokratik bir toplumda önemli bir ilke olarak kabul edilir. Ancak ifade özgürlüğünün sınırları toplumsal düzeni ve insanların haklarını korumak ve bunların güvenliğini sağlamak için bazı yasal düzenlemelerle çerçevelenebilir.

Sonuç olarak kamuoyu, toplumun farklı bileşenlerinin düşünce ve fikirlerinin bir araya gelmesiyle şekillenir ancak bu süreçte bilgi erişimi, iletişim, kültürel farklılıklar ve karar alma süreçleri gibi çeşitli faktörler kamuoyunun sınırlarını belirler. Demokratik bir toplumda bu sınırların belirlenmesinde adil ve kapsayıcı bir yaklaşımın benimsenmesi önemlidir (Görsel 1.4).



Görsel 1.4: Kamuoyunda fikir ayrılıkları

Kamuoyunun bazı sınırlamaları hakkında kısa bir özetleme yapmak gerekirse bu sınırlamalar şunlardır:

- Kamuoyu, her zaman doğru olmayabilir.
- Kamuoyu, bazen yanlış bilgilere dayalı olabilir bazen de çıkar gruplarının etkisi altında olabilir.
- Kamuoyu, kolayca manipüle edilebilir.
- Kamuoyu, her zaman güçlü olmayabilir.

1.1.2. Kamuoyu Araştırmalarında Kullanılan Halkla İlişkiler Araçları

Kamuoyu araştırmaları, kamuoyunun bir konudaki görüşlerini ölçmek için kullanılan bir araçtır. Kamuoyu araştırmaları, halkla ilişkiler uzmanlarına hedef kitlelerinin ihtiyaç ve beklentilerini anlama fırsatı verdiğinden halkla ilişkiler için önemli bir araçtır. Bu bilgiler, halkla ilişkiler kampanyalarının daha etkili olmasını sağlar.

Halkla ilişkiler araçları, kamuoyunun görüşlerini ölçmede daha etkili olduğundan kamuoyu araştırmalarında kullanılır. Halkla ilişkiler araçları, kamuoyunun görüşlerini daha hızlı ve kolay bir şekilde ölçmeye yardımcı olur. Bu da halkla ilişkiler uzmanlarının, kampanyalarını daha hızlı bir şekilde uyarlamasına ve daha etkili sonuçlar elde etmesine yardımcı olur (Görsel 1.5).



Görsel 1.5: Kamuoyunda halkla ilişkilerin rolü

Kamuoyu ölçümünde kullanılan halkla ilişkiler araçları şunlardır:

- Anketler
- Görüşmeler
- Grup tartışmaları
- Etki analizi
- Sosyal medya analizi
- Web analizi

1.3. SIRA SİZDE

Günümüzde bazı anketler dijital ortamda ve uzaktan yapılmaktadır. Bu durumun avantajlarını ve dezavantajlarını tartışınız.

Anketler, kamuoyunun bir konudaki görüşlerini ölçmek için en yaygın kullanılan araçlardır. Anketler; yüz yüze, telefonla, internet üzerinden veya posta yoluyla yapılabilir. Görüşmeler, daha derinlemesine bilgi almak için kullanılan bir başka araçtır. Görüşmeler, genellikle küçük gruplar hâlinde yapılır ve katılımcılara açık uçlu sorular sorulur. Grup tartışmaları, katılımcıların bir konudaki görüşlerini paylaşmaları ve tartışabilmeleri için kullanılan bir araçtır. Etki analizi, bir halkla ilişkiler kampanyasının hedeflerine ulaşma oranının ölçülmesini içerir. Etki analizi, kampanyanın hedeflerine ulaşılmasının ölçülmesini içerir. Sosyal medya analizi, kamuoyunun bir konudaki görüşlerini sosyal medya aracılığıyla ölçmek için kullanılır. Sosyal medya analizi, insanların sosyal medya üzerinde yaptığı paylaşımları ve yorumları içerir. Web analizi, bir web sitesinin ziyaretçilerinin davranışlarını ölçmek için kullanılan bir araçtır. Web analizi, ziyaretçilerin web sitesinde ne kadar süre kaldığı, hangi sayfaları ziyaret ettiği ve hangi sayfalardan ayrıldığı gibi bilgileri içerir.

1.2. KAMUOYUNUN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ

Kamuoyu, kamu kuruluşlarının ve özel kuruluşların yönetimi açısından önemlidir. Bu, bir toplumun gelişiminde ve demokratik süreçlerin işleyişinde kritik bir rol oynar.

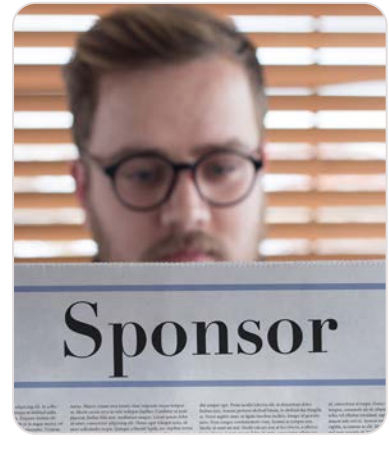
1.2.1. Kamuoyunun Önemi

Kamuoyunun önemi, demokratik toplumlarda daha da artmaktadır. Demokrasilerde devlet, vatandaşlarının ortak fikir ve görüşlerini dikkate almak zorundadır. Kamuoyu, devlete politikalarını belirlemede ve yasa çıkarmada yol gösterirken aynı zamanda toplumsal değişimlerin yaşanmasında da etkili olabilir (Görsel 1.6).

1.2.2. Kamuoyunun Özellikleri

Kamuoyunun bazı özellikleri şunlardır:

- Kamuoyu, belirli bir konudaki ortak fikir ve görüşlerin bütünüdür.
- Kamuoyu, genellikle iletişim araçları aracılığıyla oluşturulur.
- Kamuoyu; siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları ve diğer gruplar tarafından da oluşturulabilir.
- Kamuoyu, toplumda önemli bir güçtür ve politikaların belirlenmesi, yasaların çıkarılması ile toplumsal değişimlerin yaşanmasında etkili olabilir.



Görsel 1.6: Kamuoyunun önemi

1.2.3. Bir Halkla İlişkiler Çalışmasında Kamuoyunu Belirlemenin Önemi

Halkla ilişkiler, bir kurumun veya kuruluşun hedef kitleleriyle iletişim kurarak onlarla olumlu ilişkiler geliştirmek ve onlardan destek almak için yaptığı çalışmalardır. Halkla ilişkiler çalışmaları bir kurumun veya kuruluşun imajını iyileştirmek, satışlarını artırmak ve itibarını yükseltmek için kullanılabilir (Görsel 1.7).



Görsel 1.7: Kamuoyunda fikir belirtmek

Bir halkla ilişkiler çalışmasında kamuoyunu belirlemek, halkla ilişkiler çalışmalarının daha etkili olmasını sağlar. Kamuoyunu belirlemek, halkla ilişkiler uzmanlarına hedef kitlelerinin ilgi alanlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlama fırsatı verir. Bu bilgiler, halkla ilişkiler uzmanlarının, hedef kitleleri ile daha etkili bir şekilde iletişim kurmasına ve onları daha fazla etkilemesine yardımcı olur.

Kamuoyunu belirlemenin halkla ilişkiler çalışmalarına sağladığı bazı faydalar şunlardır:

- Hedef kitlelerinin ilgi alanlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlama fırsatı verir.
- Halkla ilişkiler çalışmalarının daha etkili olmasını sağlar.
- Hedef kitleleri ile daha fazla etkileşim kurma fırsatı verir.
- Hedef kitleleri ile daha güçlü ilişkiler kurma fırsatı verir.
- Kurum veya kuruluşun imajını iyileştirmeye yardımcı olur.
- Kurum veya kuruluşun satışlarını artırmaya yardımcı olur.
- Kurum veya kuruluşun itibarını yükseltmeye yardımcı olur.
- Kurum veya kuruluşun toplumda saygınlık kazanmasına yardımcı olur.

1.3. KAMUOYUNU OLUŞTURAN KAYNAKLAR

Kamuoyunun oluşumunda rol alan bazı kaynaklar vardır. Bu kaynaklar; siyasal, sosyal, medya (kitle iletişim araçları) ve kişisel olarak 4 gruba ayrılır.

1.3.1. Kamuoyunu Oluşturan Siyasal Kaynaklar

Kamuoyunu oluşturan siyasal kaynaklar şunlardır:

- **İletişim Araçları:** Gazete, televizyon, radyo, internet gibi iletişim araçları, insanlara güncel olaylar hakkında bilgi verir ve bu olayları tartışma ve yorumlama imkânı sağlar.

- **Siyasi Partiler:** Siyasi partiler, kamuoyunu kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmek için propaganda yapabilir.
- **Sivil Toplum Kuruluşları**: Sivil toplum kuruluşları, kamuoyunun çıkarlarını temsil etmek için çalışmalar yapabilir (Görsel 1.8).



Görsel 1.8: Kamuoyunda sivil toplum kuruluşları

- **Diğer Gruplar:** Meslek odaları, sendikalar, dinî gruplar gibi diğer gruplar da kamuoyunun oluşmasında etkili olabilir.

1.3.2. Kamuoyunu Oluşturan Sosyal Kaynaklar

Kamuoyu, aynı zamanda topluma ait ortak özelliklerden de etkilenir. Bu çeşitli özelliklerin etkisiyle kamuoyu şekillenir. Bu özellikler şunlardır:

- **Ortak İlgi Alanları:** İnsanlar, ortak ilgi alanlarına sahip oldukları kişilerle daha fazla iletişim kurarlar ve bu kişilerle daha fazla ortak fikir ve görüş geliştirirler.
- **Ortak Değerler:** İnsanlar, ortak değerlere sahip oldukları kişilerle daha fazla empati kurarlar ve bu kişilerle daha fazla ortak fikir ve görüş geliştirirler.
- **Ortak Hedefler:** İnsanlar, ortak hedeflere sahip oldukları kişilerle daha fazla iş birliği yaparlar ve bu kişilerle daha fazla ortak fikir ve görüş geliştirirler.

1.3.3. Kamuoyunu Oluşturan Kitle İletişim Araçları

Kamuoyunu belirleyen araçlar, bir toplumun bireylerinin ve kurumlarının düşüncelerinin, fikirlerinin ve tutumlarının genel bir yansımasıdır. Kamuoyunu şekillendiren ve etkileyen birçok araç vardır ve bu araçlar toplumsal görüşleri oluşturmada önemli bir role sahiptir.

- **Medya:** Medya, kamuoyunu etkileyen en güçlü araçlardan biridir. Televizyon, gazete, radyo, internet ve sosyal medya gibi platformlar; haberler, yorumlar, analizler ve tartışmalar ile toplumun farklı konulardaki düşüncelerini şekillendirir. Medyanın haber değeri taşıyan bilgileri sunma, bilgiyi filtreleme ve yorumlama yeteneği, kamuoyunu etkileyen önemli bir faktördür (Görsel 1.9).
- **Halkla İlişkiler:** Halkla ilişkiler, kurum ve organizasyonların hedef kitleleriyle iletişimini geliştirmek ve olumlu bir imaj oluşturmak için kullandıkları stratejik bir iletişim disiplinidir. Halkla ilişkiler; basın bültenleri, basın toplantıları, sosyal medya, etkinlikler ve sponsorluklar gibi çeşitli araçlarla kamuoyunu etkiler ve yönlendirir.



Görsel 1.9: Medya

- **Siyasi Liderler ve İletişim:** Siyasi liderlerin söylemleri, politikaları ve davranışları, kamuoyunu belirlemede etkili bir rol oynar. Toplumu yönlendiren liderlerin söylemleri ve politikaları, halkın görüş ve tutumlarını etkileyebilir.
- **Sosyal Medya ve Dijital Platformlar:** 21. yüzyılda yaygınlaşan sosyal medya, kamunun düşüncelerini şekillendirmede giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Bu platformlar, bireylerin ve kurumların fikirlerini, haber ve içerikleri geniş kitlelere ulaştırmasını sağlar.
- **Eğitim ve Kültürel Etkiler:** Eğitim sistemi ve kültürel faktörler, toplumun düşünce ve değerlerini etkiler. Eğitim, bireylerin bilgi ve deneyimlerini oluştururken kültürel faktörler de toplumsal değerleri ve davranışları belirler.
- **Toplumsal Olaylar ve Krizler:** Toplumsal olaylar ve krizler, kamunun düşüncelerini hızla değiştirebilir. Önemli olaylar, doğal afetler, salgın hastalıklar veya ekonomik krizler toplumun algısını ve düşüncelerini şekillendirebilir (Görsel 1.10).



Görsel 1.10: Kamuoyu ve toplumsal olaylar

1.3.4. Kamuoyunu Belirleyen Kişisel Araçlar

Kamuoyu, bir toplumun belli bir kesiminin ortak düşüncesidir. Bu düşünce; genellikle gazeteler, televizyonlar, radyolar, internet siteleri gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla oluşturulur. Ancak kamuoyunun oluşmasında kişisel araçlar da önemli bir rol oynar (Görsel 1.11).

Kişisel araçlar, insanların kendi düşüncelerini ve fikirlerini ifade edebildikleri araçlardır. Bu araçlar, insanların diğer insanlarla etkileşime girmesine ve ortak düşünce oluşturmasına yardımcı olur.

Kişisel araçlar, insanların kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunabilecekleri birçok farklı şekilde kullanılabilir. Örneğin insanlar kişisel bloglar, sosyal medya hesapları ve e-posta aracılığıyla kendi görüşlerini diğer insanlarla paylaşabilir; protesto, miting ve diğer etkinliklere katılarak da kamuoyu oluşturma sürecinde aktif olarak bulunabilirler.



Görsel 1.11: Kamuoyu ve iletişim araçları

Kişisel araçlar, kamuoyunun oluşumunda önemli bir rol oynasa da tek başına yeterli değildir. Kamuoyunun oluşmasında kitle iletişim araçlarının da önemli bir rolü vardır. Kitle iletişim araçları, insanlara bilgi ve fikirleri aktararak kamuoyunun oluşmasına yardımcı olur.

Kamuoyu, toplumun önemli bir parçasıdır. Kamuoyunun oluşmasında hem kişisel araçlar hem de kitle iletişim araçları önemli bir rol oynar. Bu araçlar, insanların kendi düşünce ve görüşlerini ifade etmelerine ve ortak düşünce oluşturmalarına yardımcı olur. Kamuoyu, bir toplumun gelişiminde ve ilerlemesinde önemli rol oynar.

Kamuoyunun oluşmasında kişisel araçların rolü şu şekilde özetlenebilir:

- İnsanların kendi düşünce ve görüşlerini ifade edebildikleri araçlardır.
- İnsanların diğer insanlarla etkileşime girmesine ve ortak düşünce oluşturmasına yardımcı olur.
- İnsanların kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunabilecekleri birçok farklı şekilde kullanılabilir.
- Kamuoyunun oluşumunda kitle iletişim araçlarının yanında önemli bir rol oynar.

1.3.5. Kamuoyu Oluşturmada Yeni Medya Araçlarının Önemi

Yeni medya araçları, kitle iletişim araçlarının dijitalleşmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu araçlar; internet, sosyal medya, mobil uygulamalar ve diğer dijital platformlar aracılığıyla bilgi ve iletişimi sağlar. Yeni medya araçları, geleneksel kitle iletişim araçlarına göre daha hızlı, daha ucuz ve daha kolay ulaşılabilirdir. Bu nedenle yeni medya araçları, kamuoyunu oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır (Görsel 1.12).

Yeni medya araçları, kamuoyunu oluşturmada aşağıdaki şekillerde kullanılmaktadır:

- **Haber ve Bilgi Paylaşımı:** Yeni medya araçları, insanlara hızlı ve kolay bir şekilde haber ve bilgi sunabilir. Bu durum kamuoyunun oluşmasında önemli bir rol oynar.
- **Tartışma ve Etkileşim:** Yeni medya araçları, insanlara birbirleriyle tartışma ve etkileşime girme imkânı sunar. Bu, insanların ortak bir düşünce oluşturmasına yardımcı olur.
- **Faaliyet Çağrısı**: Yeni medya araçları, insanlara faaliyet çağrısı yapma imkânı sunar. Bu, insanların kamuoyu oluşturmasına ve değişime katkıda bulunmasını sağlar.

Yeni medya araçları, kamuoyunu oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır. Ancak yeni medya araçlarının doğru ve sorumluluk bilinciyle kullanılması önemlidir. Yeni medya araçları, yanlış bilgi ve propaganda yaymak için de kullanılabilir. Bu nedenle yeni medya araçlarını kullanırken dikkatli olmak ve doğru bilgi kaynaklarına ulaşmak önemlidir.

Yeni medya araçları, insanların haber ve bilgi edinmesine, tartışma ve etkileşime girmesine ve faaliyet çağrısı yapmasına yardımcı olur. Yeni medya araçları, doğru ve sorumluluk bilinciyle kullanıldığında toplumların daha demokratik ve şeffaf olmasına katkıda bulunabilir.



Görsel 1.12: Kamuoyunda kişisel iletişim araçları

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.

1. ( ) Kamuoyu, bir toplumun veya bir topluluğun ortak fikir ve görüşlerinin tamamıdır.

2. ( ) Kamuoyunu oluşturan faktörler arasında ortak ilgi alanları, ortak değerler ve hedefler bulunmaktadır.

3. ( ) Kamuoyu, iletişim araçları aracılığıyla oluşturulur.

4. ( ) Kamuoyunun oluşması, sadece siyasi partilerin propagandasıyla gerçekleşir.

5. ( ) Kamuoyu, demokratik toplumlarda devletin vatandaşların ortak fikir ve görüşlerini dikkate alma zorunluluğundan kaynaklanır.

B) Aşağıdaki cümlelerde yer alan boşlukları uygun ifadelerle doldurunuz.

6. Kamuoyu araştırmaları halkla ilişkiler çalışmalarının daha ..... olmasını sağlar.

7. Kamuoyunun oluşmasında insanların ortak ilgi alanları, değerleri ve ..... rol oynar.

8. Kamuoyu genellikle gazeteler, televizyon, radyo, internet gibi ..... araçları aracılığıyla oluşturulur.

9. Kamuoyu, demokratik toplumlarda devletin vatandaşların ortak fikir ve görüşlerini dikkate ..... zorunluluğundan kaynaklanır.

10. Kamuoyunun doğru olmadığı durumlar da ..... .

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

11. Kamuoyu aşağıdakilerden hangisini ifade eder?

A) Bir toplumun veya topluluktaki insanların ortak fikir ve görüşlerini
B) Bir ülkenin yasa ve politikalarını
C) Bir gazetenin tirajını ve okuyucu sayısını
D) Bir siyasi partinin seçim kampanyasını
E) İş dünyasındaki çıkar gruplarının taleplerini

12. Kamuoyunun oluşmasında aşağıdakilerden hangisi rol oynamaz?

A) Ortak ilgi alanları
B) Ortak değerler
C) İletişim araçları
D) İş dünyasındaki çıkar grupları
E) Siyasi partiler

13. Kamuoyu, demokratik toplumlarda neden önemlidir?

A) Devlete politikalarında yol gösterir.
B) Sivil toplum kuruluşlarının etkisini artırır.
C) İletişim araçlarının tirajını artırır.
D) Çıkar gruplarının propagandasını güçlendirir.
E) Toplumsal değişimleri hızlandırır.

14. Kamuoyunu oluşturan iletişim araçları hangileridir?

A) Gazeteler, televizyon, radyo, internet
B) Siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, meslek odaları
C) Anketler, grup tartışmaları, görüşmeler
D) Etki analizi, sosyal medya analizi, web analizi
E) Sosyal medya, telefon, mektup, broşür

15. Kamuoyu araştırmaları, halkla ilişkiler için neden önemlidir?

A) Hedef kitlelerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamak için

B) Halkla ilişkiler kampanyalarının etkisini ölçmek için

C) İletişim araçlarının etkinliğini değerlendirmek için

D) Toplumsal değişimleri hızlandırmak için

E) Siyasi partilerin stratejilerini belirlemek için

16. Kamuoyu araştırmalarında hangi araç kullanılarak insanların görüşleri ölçülemez?

A) Anket

B) Görüşme

C) Grup tartışması

D) Sosyal medya analizi

E) Literatür taraması

17. Yeni medya araçları kamuoyunun oluşmasında hangi rolü oynar?

A) Haber ve bilgi paylaşımı

B) Tartışma ve etkileşim

C) Eylem çağrısı

D) Bilgi manipülasyonu

E) İnternet üzerinden anketler yapma

Notlar .....

2. PİYASA VE PAZAR

ÖĞRENME BİRİMİ

KONULAR

2.1. PİYASA VE PAZAR
2.2. PİYASA VE PAZAR ARAŞTIRMA ALANLARI

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ ?

- Piyasa ve Pazar kavramları
- Piyasa ve pazar araştırma alanları

TEMEL KAVRAMLAR

- Araştırma
- Piyasa araştırması
- Piyasa
- Pazar araştırması
- Pazar
- Pazarlama araştırması
- Pazarlama
- Tüketici



HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Piyasa kavramının hangi çevrelerle ilişkili olduğunu düşünüyorsunuz? Düşüncelerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
2. Günlük hayatta pazar kavramı nerelerde karşınıza çıkmaktadır? Örnekler vererek açıklayınız.

2.1. PİYASA VE PAZAR

Kurum, hizmet ya da ürünler hakkında çeşitli araştırma çalışmaları yapılabilmesi için öncelikle pazar ve piyasa kavramlarının tam anlamıyla bilinmesi gerekmektedir (Görsel 2.1). Böylece sektör hakkında bilgi sahibi olunup daha verimli çalışmalar yapılabilir.

2.1.1. Piyasa ve Pazar Kavramları

Karmaşık bir kavram olan pazar, farklı alanlarda farklı anlamlarla karşımıza çıkar. En genel anlamıyla **pazar**, değiş tokuşu yapılabilen ürün ya da hizmetlerin değiş tokuşunun yapıldığı yer, mekân olarak tanımlanabilir.



Görsel 2.13: Araştırma çalışması yapan uzmanlar

Eski dönemlerde değiş tokuşa konu olan şeyler değerli madenler, tahıl gibi somut ürünler iken değiş tokuşun yapıldığı yer pazardır. Zamanla malların ve hizmetlerin çeşitlenmesi, ticaretin gelişmesi ve küreselleşme ile birlikte değiş tokuşun kapsamı da son derece genişlemiştir. Piyasa, pazara göre daha soyut ve karmaşık değiş tokuş ilişkilerini, mekânsal olarak da daha geniş bir mekânı kapsar. Piyasa kavramı somut olarak düşünülürse daha çok "borsa" olarak tanımlanabilir. Borsa, hangi türde olursa olsun arz ve talebin karşılaştığı bir mekândır. Pazar ve piyasa kavramları birçok kaynakta eş anlamlı olarak kullanılmasına rağmen bire bir aynı anlamı karşılamazlar. Örneğin döviz piyasası, mali bir piyasadır ve döviz pazarı aynı anlama gelmediği için onun yerine kullanılamaz.

2.1.2. Piyasa

Piyasa, ürün ve hizmet satıcılarının arzı ile bunları satın almak isteyenlerin taleplerinin karşılaşmasını ve fiyatların oluşumunu ifade eder (Görsel 2.2). Piyasa kavramı, Türkçeye İtalyanca "piazza" kelimesinden geçmiştir. **Arz**, üretilen bir ürün veya hizmetin sunulması; **talep** ise bu mala veya hizmete yönelen istektir. **Ürün (mal)**, ticarete konu olan her türlü taşınır ve taşınmaz eşyayı ifade eder. Kişinin bahçesinden topladığı meyve, üründür. Fabrika, fabrikada üretimde kullanılan araçlar ve üretilen beyaz eşya bir üründür. **Hizmet**, bir bedel ya da çıkar karşılığında yapılan düşünsel, bedensel ya da ikisinin de bulunduğu faaliyetlerdir. Sigortacılık, danışmanlık ve konaklama hizmete örnektir.



Görsel 2.14: Piyasayı takip eden yatırımcılar

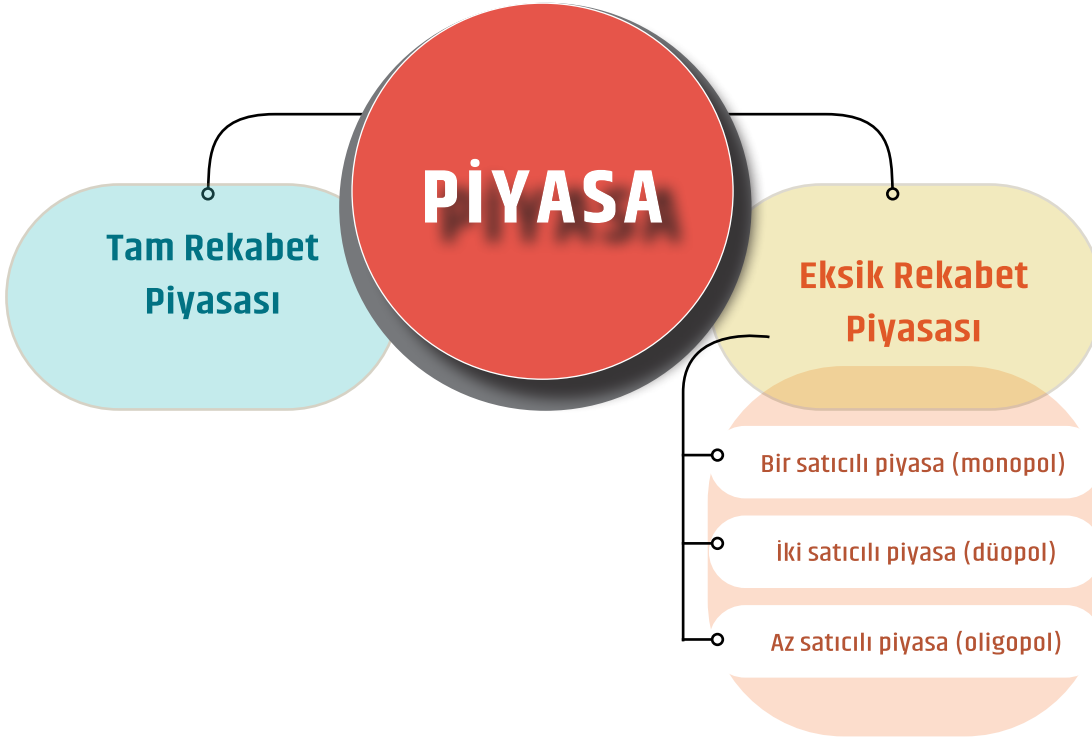
Ürün ve hizmetlerin alınıp satıldığı piyasalara **ürün (mal) piyasası** denir. Ürün piyasasında ürün ve hizmetlerin fiyatları oluşturulur. Üretim faktörlerinin alınıp satıldığı piyasalara ise **faktör piyasası** denir. Faktör piyasasında rant, ücret, faiz gibi üretim faktörü fiyatları oluşur. Pazar, arz ve talebin karşılandığı yerdir. Piyasa ortamı; hizmet, ürün ya da hisse senedi, döviz, ev gibi varlıkların alım satımı ve fiyatlandırmalardan oluşur.

Piyasanın oluşması için alıcı ve satıcının belli bir yerde buluşması gerekli değildir. Teknolojinin gelişmesi ile piyasa ortamının fiziki bir mekân olması zorunluluğu ortadan kalkmıştır (Görsel 2.3). Piyasalarda belli bir mekâna bağlı kalınmamaktadır. Piyasaların varlığı ve şekli alım satıma konu olan malların şekline göre değişim gösterebilir. Piyasa kavramı, pazarda geçerli olan fiyat ya da alışveriş fiyatı (araba piyasası, arsa piyasası vb.) anlamında da kullanılmaktadır. Piyasa, alım ve satımı kolaylaştıran herhangi bir düzenleme olarak da karşımıza çıkar.



Görsel 2.15: Sanal piyasa ortamı

Piyasalar, rekabet durumlarına ve alıcı ile satıcıların özelliklerine göre birbirlerinden ayrılmaktadır. Buna göre tam rekabet piyasası, eksik rekabet piyasası ve tekel piyasası olmak üzere üç çeşit piyasadan söz edilebilir (Şema 2.1).



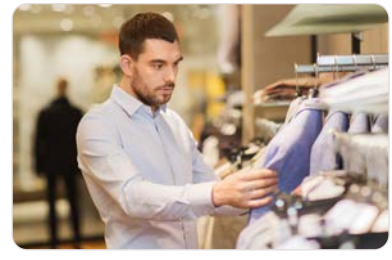
Şema 2.1: Piyasa çeşitleri

Tam Rekabet Piyasası: Ürün ya da hizmetin ücretini üretici, alıcı ya da satıcının belirlemediği , fiyatın doğrudan piyasa tarafından belirlendiği durum tam rekabet piyasasıdır. Tam rekabet piyasasında çok sayıda alıcı ve satıcı faaliyet gösterir. Örneğin tarım ürünleri piyasasında çok sayıda alıcı ve satıcı vardır. Ürünler homojendir. Alıcı ve satıcılar piyasadaki ürünler hakkında tam bilgi sahibidir. Alıcı ve satıcıların piyasaya giriş ve çıkışları serbesttir.

Eksik Rekabet Piyasası: Ürün ya da hizmet piyasasında fiyat, alıcı ve/veya satıcılardan biri veya birkaçı tarafından belirlenebiliyor veya değiştirilebiliyorsa o piyasa eksik rekabet piyasasıdır. Eksik rekabet piyasasında alıcı ya da satıcı sayısı azdır. Bir ya da birkaç alıcı veya satıcının piyasayı denetim altında tutması söz konusudur. Eksik rekabet piyasası; bir satıcılı piyasa monopol, iki satıcılı piyasa düopol, az satıcılı piyasa oligopol olmak üzere kendi içinde üç gruba ayrılır. Gerçek hayatta en çok görülen çok satıcılı monopollü rekabet piyasalarıdır. Ürün veya hizmet piyasasında alıcı ve/veya satıcılardan biri fiyatı belirleyebiliyor veya değiştirebiliyorsa o piyasa, monopol (tekel) piyasadır. Tekel piyasası, tek bir üreticinin bulunduğu ve üretilip satılan ürünün yerine kolayca ikame edilebilecek başka ürünlerin olmadığı piyasadır. Doğal gaz, elektrik ve su pazarlayan kurumlar örnek olarak verilebilir.

2.1.3. Pazar

Pazar, her türlü mal ve hizmetin satışa sunulduğu, alıcıların ve satıcıların bir araya geldiği, malların sahipliğinin değiştiği yerdir. Pazar, ürün veya hizmetin bugünkü tüketicileri ile gelecekte tüketici olabilecek tüm kişi, kurum ve kuruluşları kapsayan bir kavramdır (Görsel 2.4). Pazar, karşılanacak istek ve ihtiyaçları olan, satın alma gücü bulunan ve bu gücü kullanmak isteyen kişi ve örgütlerden oluşur.



Görsel 2.16: Tüketici

Geçmişte pazar kavramı sadece somut anlamda kullanılırken günümüzde soyut olarak da karşımıza çıkar. Otomobil pazarı dendiğinde soyut anlamda otomobile yönelen arz ve talep koşullarının bütünü anlaşılırken somut olarak 2. el otomobillerin satışa sunulduğu pazar yeri ya da sıfır otomobillerin sergilendiği alan anlamına da gelir (Görsel 2.5). Otomobil için ilgili pazar, otomobil satışlarını etkileyen benzer ürün grubunu ifade eder.



Görsel 2.17: Otomobil pazarı

Pazarlar kuruluş amaçlarına göre farklılık gösterir. Pazar yeni ürünleri tanıtmak için, satış yapmak için ya da başka amaçlarla büyük ya da küçük ölçekli olarak oluşturulur. Somut ortamlardaki pazarda sınırlı sayıda ürün sunulurken dijital ortamdaki pazarda sınırsız ürün seçeneği mevcuttur. Ülke içindeki iç pazardan alışveriş yapıldığı gibi dış pazardan da rahatlıkla alışveriş yapılabilmektedir.

2.4. SIRA SİZDE

Günlük hayatta sıkça karşınıza çıkan pazar ve piyasa kavramlarının gazetelerde yer alan kısımlarını ve birkaç haber örneğini sınıfa getirerek arkadaşlarınızla paylaşınız.

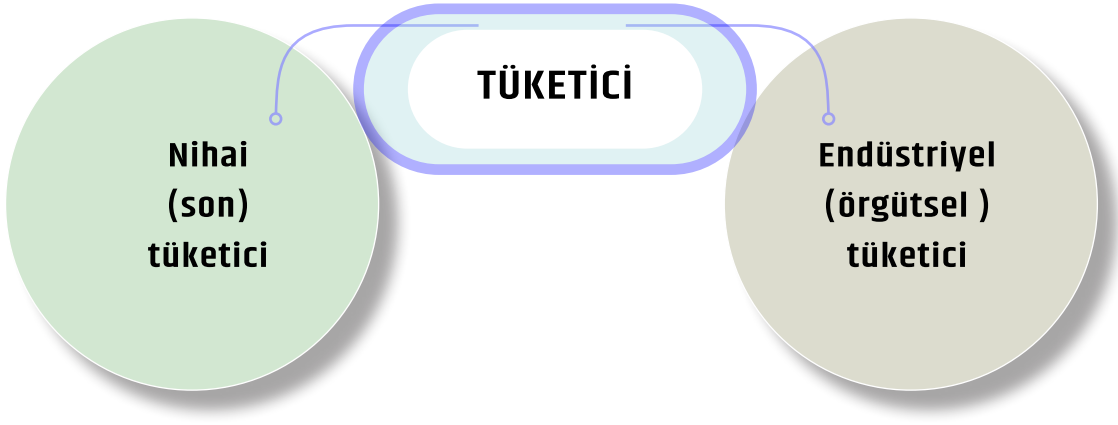
Satın alma amacına göre pazar çeşitleri şunlardır:

- Tüketici (tüketim malları) pazarı
- Endüstriyel (örgütsel) pazarlar
- Uluslararası pazar

Coğrafi alana göre pazar; yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası pazarlar olarak çeşitlere ayrılır. Semt pazarları, alışveriş merkezleri, panayır ve fuarlar pazar örnekleridir.

Ekonomik değeri olan ürün ve hizmetleri belli bir bedel karşılığında satın alan ya da satın alma isteği olan kişi ya da kurumlara **tüketici** denir. İstek ya da ekonomik güç yoksa bu durumda potansiyel müşteriden söz edilir. Genel olarak ürün ve hizmet sağlayan kurumlar tüketici yerine müşteri kavramını kullanır. Her iki kavramda alıcı anlamında kullanılabilir. Farklı sektörlere göre seyirci, yolcu, turist, taraftar, abone, okuyucu gibi farklı türlerde tüketiciden söz etmek mümkündür.

Tüketiciler kendi içinde nihai ve endüstriyel tüketici olmak üzere ikiye ayrılır (Şema 2.2).



Şema 2.2: Tüketici çeşitleri

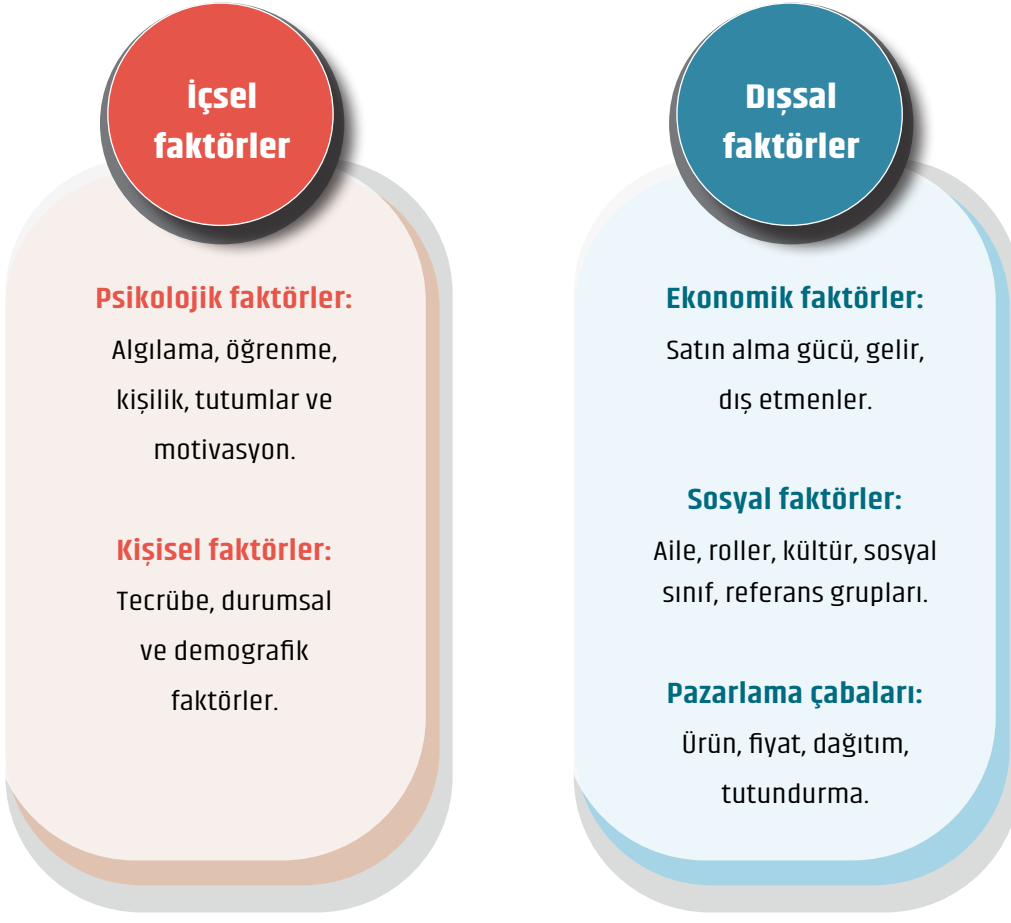
Nihai (son) tüketici, herkesi kapsar. Nihai tüketici, doğrudan kişisel ya da aile ihtiyaçları için alışveriş yapar (Görsel 2.6). Endüstriyel tüketiciler ise bir ürünü üretmek ya da hizmet sağlamak amacıyla alışveriş yapar. Kişi, barınma ihtiyacı için ev satın alırsa nihai tüketici olur. Evi inşa etmek için kullanılan her türlü malzemeyi alan kişi ve kurumlar ise endüstriyel tüketicidir.



Görsel 2.18: *Nihai tüketici*

Anket çalışmalarının verimli şekilde gerçekleşmesi için tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri bilmek gerekir (Tablo 2.1).

Tablo 2.1: Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler



2.5. SIRA SİZDE

Nihai tüketici olarak alışveriş alışkanlıklarınızı içsel ve dışsal faktörlere göre değerlendiriniz.

Elde ettiğiniz sonuçları sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

2.2. PİYASA VE PAZAR ARAŞTIRMA ALANLARI

Kurumların sektörde tutunmaları ya da ileri seviyeye gelmeleri için bulundukları pazar ve piyasa hakkında bilgi sahibi olmaları oldukça önemlidir. Yapılan araştırmalar birçok kurum için yol gösterici niteliktedir. Bu nedenle araştırmalara gereken özen gösterilmeli ve araştırma sonuçları dikkate alınmalıdır.

2.2.1. Piyasa Araştırması

Sektörün yapısı ve olası talep durumlarıyla ilgili bilgi edinmek için yapılan çalışmalara **piyasa araştırması** denir. Piyasa araştırması, yeni kurulacak kurumlar açısından oldukça önemli bir çalışmadır. Piyasa araştırması ile üretilecek olan ürünün kime, nerede, ne miktarda satılacağı önceden saptanır (Görsel 2.7). Böylece üretim aşamasına geçildiğinde ortaya çıkabilecek problemlerin çoğunlukla önüne geçilmiş olur.



Görsel 2.19: Piyasa araştırması

Kurumlara yatırım kararı aşamasında piyasa araştırma sonuçlarının önemli etkileri olur. Planlı ve doğru şekilde yapılmayan araştırmaların olumsuz sonuçları kaçınılmazdır. Piyasa araştırmalarının planlı bir şekilde yapılmaması, talebin yeterli olmadığı sektörlerde yatırım yapılmasına ve sermayenin gereksiz harcanmasına neden olabilir.

İŞKUR (Türkiye İş Kurumu) 2007'den beri iş gücü piyasasıyla ilgili her yıl araştırma çalışması yapmaktadır. Araştırmanın amacı işverenler, çalışanlar ve işsizler arasındaki ilişki ve bağlantıları saptayıp analiz ederek ülke genelinde aktif istihdam politikalarının oluşturulmasına katkı sağlamaktır. Araştırma, yüz yüze görüşme yöntemi ile işverenlere iş yerlerinde iş yeri bilgi formu uygulanmasıyla gerçekleştirilir. Her yıl araştırma sonucuna göre iş gücü piyasası araştırma raporu yayımlanır.

Bilgi notu

İş gücü arzı ve iş gücü talebi arasındaki etkileşimin oluşturduğu dinamik yapıya ***iş gücü piyasası*** adı verilir.

2.2.2. Pazar Araştırması



Görsel 2.20: Pazararaştırmasıverilerinin analiz edilmesi

Belli bir marka tarafından sunulan bir ürün ya da hizmetle ilgili olan pazar hakkında bilgiyi analiz etme ve inceleme sürecine **pazar araştırması** denir (Görsel 2.8). Pazar araştırması pazarları tanımlamayı ve ölçmeyi amaçlar. Pazar araştırması hangi ürün ya da hizmet ne amaçla, kimler tarafından, nasıl, ne kadar ve nereden satın alınmaktadır sorularına cevap verir.

Pazar araştırmaları, ürün veya hizmet fikrini sektör tarafından kabul edilebilir duruma getirmek için yol göstericidir. Pazar araştırmasında potansiyel müşterilerin tüketim tercihleri ve fiyatlara yaklaşımları düzenli olarak takip edilir. Böylece verilere dayalı olarak mantıklı kararlar verilebilir. Pazar araştırmaları sektöre, ihtiyaca ve markaya göre nitel ve nicel olmak üzere farklı yöntemlerle gerçekleştirilir.

2.6. SIRA SİZDE

Potansiyel müşteri olarak satın almak istediğiniz bir ürünün markasına karar vermek için araştırma yaparken nelere dikkat edersiniz? Arkadaşlarınızla birlikte değerlendirerek bir yol haritası oluşturunuz.

2.2.3. Piyasa ve Pazar Araştırma Alanları

Kurumların ihtiyaca ve bulundukları sektöre göre çeşitli araştırma alanları vardır (Tablo 2.2).

Hedeflenen konuya göre bu araştırma alanlarından faydalanılır. Araştırma konusuna uygun alanlara göre anket çalışmaları yapılır.

Tablo 2.2: Piyasa ve Pazar Araştırma Alanları

Tüketici Profili
Hedef Pazar ve Rakipler
Yeni Ürün ya da Hizmetin Özellikleri
Yeni Ürün ya da Hizmetin Fiyatı
Müşteri Sadakati
Satış Faaliyetleri

a) Tüketici Profili: Araştırmacılar, pazardaki mevcut ve potansiyel müşteriler hakkında bilgi sahibi olmak için tüketici profilini araştırırlar. Böylece hedef kitleye hangi iletişim kanalıyla ulaşılıp nasıl hitap edileceği konusunda daha doğru kararlar alınır.

b) Hedef Pazar ve Rakipler: Ürün ya da hizmet ortaya konmadan önce hedef pazarın arz ve talebi araştırılır. Arz ve talep doğrultusunda hedefler belirlenir. Rakiplerin hedef pazardaki payı ve müşteri taleplerini ne kadar karşıladığı hakkında bilgi sahibi olunduğunda ürün ve hizmetlerle ilgili daha gerçekçi yol haritaları çizilir.

c) Yeni Ürün ya da Hizmetin Özellikleri: Ürün ya da hizmetler değişime ayak uydurup talepler doğrultusunda geliştirilmelidir. Mevcut ve potansiyel müşterilerle anket çalışmaları yapılarak ürün ya da hizmetlerin geliştirilmesi sağlanır.

ç) Yeni Ürün ya da Hizmetin Fiyatı: Pazara yeni giriş yapacak olan ürün ya da hizmetlerin tutunabilmesi için doğru fiyatlandırma ile müşterilere sunulması gerekir. Doğru fiyatlandırma için pazar araştırmaları yapılır.

d) Müşteri Sadakati: Kurumların en çok üzerinde çalışması gereken konulardan biri de müşteri sadakatidir. Çünkü sadık müşteriler sadece alışveriş yapmakla kalmaz, memnun kaldıkları ürün ve hizmetleri başkalarına da önerirler. Araştırma sonuçlarından faydalanılarak sadık müşteriler elde tutulup yeni sadık müşteriler kazanılabilir. Müşteri sadakati anketi yoluyla müşterilerin ne kadar sadık oldukları öğrenilebilir.

e) Satış Faaliyetleri: Satış faaliyetleri tüm kurumlar için büyük önem taşır. Satış faaliyetlerine dönük pazar araştırmaları, yapılan çalışmaların satışlara etkisi hakkında bilgi verir. Sonuçlara göre yapılan çalışma sıklığı yeniden düzenlenip eksik yönler giderilebilir..

ETKİNLİK

Evinizdeki beyaz eşyaları yenilemek istediğinizi farz ediniz. Ailece bu konuda kararsız olduğunuz için siz, babanız ve dedeniz beyaz eşya seçiminizde yardımcı olması için pazar araştırması yapmaya karar veriyorsunuz. Pazar araştırmanız bittiğinde üçünüz de farklı yollarla araştırma yaptığınızı fark ediyorsunuz. Sizce hanginiz, nasıl bir pazar araştırması yapmıştır? Aşağıda verilen bilgileri uygun olanla eşleştiriniz.

1. Ben	a) Satıcının yönlendirmesi
2. Babam	b) Genel ağdaki yorumlar
3. Dedem	c) Ürünü kullananların görüşü

2.7. SIRA SİZDE

Piyasada iyi bilinen bir mobilya mağazası sahibi olduğunuzu varsayınız. Müşterinizin sizden tekrar alışveriş yapma ihtimalinin olup olmadığını ya da çevresindekilere markanızı önerip önermeyeceğini hangi araştırma alanlarından faydalanarak öğrenirsiniz?

Sınıfta arkadaşlarınızla değerlendiriniz.

2.2.4. Piyasa ve Pazar Araştırmalarının Önemi

Markalar ürün/hizmetlerini satmak, çalışmalarından sonuç almak istiyorsa tüketici davranışları, bulundukları pazar ve potansiyel müşteriler hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmak durumundadır. Markalar, başarılı çalışmalar yapmak için varsayımlara güvenmek ve pazarda şansa göre hareket etmek yerine pazar araştırmalarına gereken önemi vermelidir. Piyasa ve pazar araştırmaları, markalara uygulanabilir ve gerçekçi veriler sağlar. Böylece gerçekçi planlamalar yapılıp hem zamandan hem de bütçeden tasarruf edilmiş olur.

2.2.5. Pazarlama Araştırması

Pazarlama araştırması, pazarın hangi bölümünde başarılı olunacağı ve kurumun tüm pazarlama taktikleri ve stratejilerinin ölçülebileceği bir süreçtir. Kurumlar; elde ettikleri bilgileri, ürün ve hizmetlerini geliştirip müşterilerine daha iyi hizmet vermek için kullanırlar. Pazar araştırması pazarı inceler, pazarlama araştırması ise pazarlamayla ilgili tüm konuları araştırır (Görsel 2.9). Bu nedenle pazar araştırması pazarlama araştırmasının altında yer alır.



Görsel 2.21: Pazarlama araştırması

Pazarlama araştırmaları problemin tanımlanmasıyla başlayıp araştırma, rapor ve faaliyet önerisi ile son bulur (Tablo 2.3).

Tablo 2.3: Pazarlama Araştırması Yöntemleri

Pazarlama Araştırması Yöntemleri

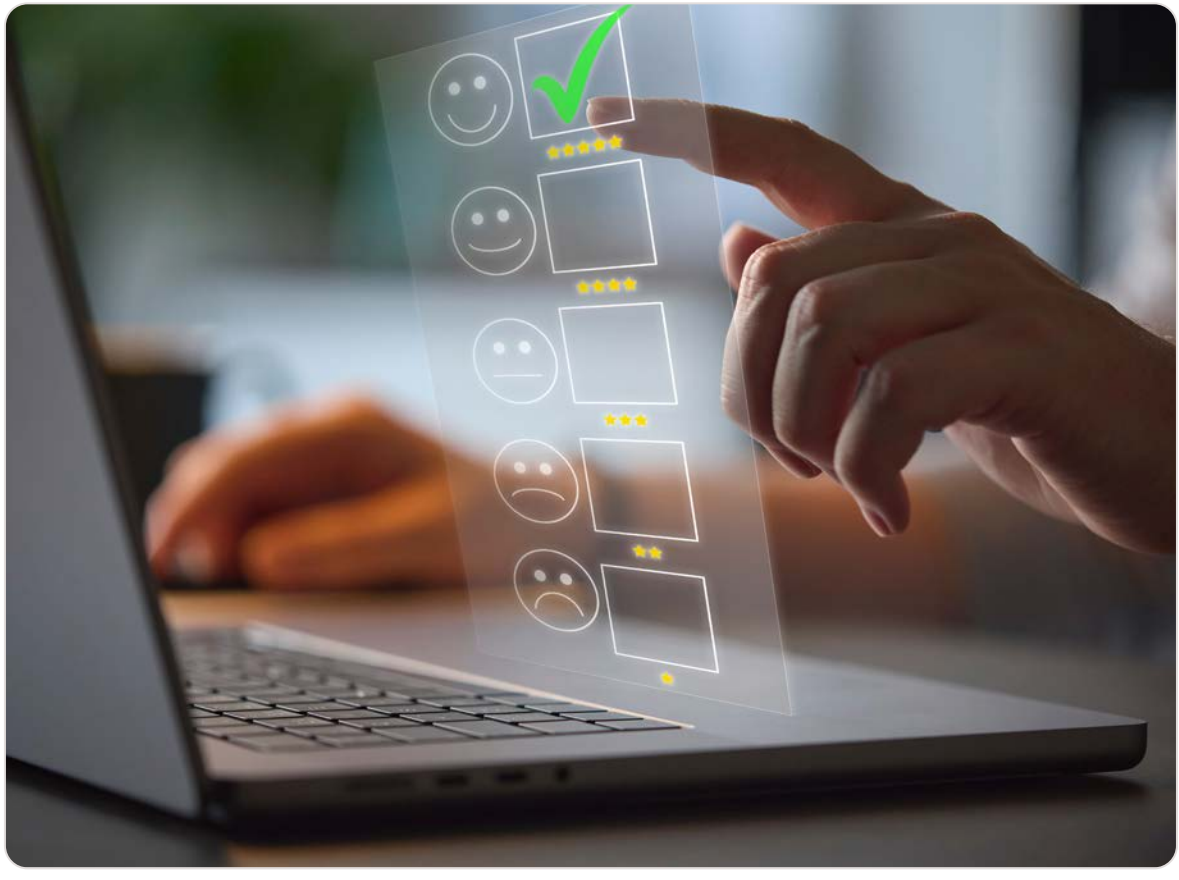
Ön araştırma yöntemi	İkincil araştırma yöntemi	Nitel araştırma yöntemi	Nicel araştırma yöntemi
• Anketler	• Videolar	• Davranış araştırmaları	• Anketler
• Röportajlar	• Makaleler	• Projektif teknikler	• Pazar payı
• Soruşturmalar	• Elektronik kitaplar	• Odak grup araştırmaları	• Sosyal medya takipçi sayısı
• Odak grup araştırmaları	• İnfografikler	• Derinlemesine mülakatlar	• Sayfa görüntülemeleri
	• Beyaz kitaplar		• Sosyal medya etkileşim oranı
			• Alexa sıralaması
			• Atlama oranı

Kurum içinde pazarlama araştırmasını yapan birimler şunlardır:

- Pazarlama araştırması departmanı
- Pazarlama araştırması ekibi

Kurum dışında bu çalışmaları pazarlama araştırması şirketleri yapar. Pazarlama ve pazar araştırmalarında anket formlarından çok faydalanılır. Anket formları hem ön araştırma hem de nicel araştırmalarda yol gösterici olur. Pazarlama ve pazar araştırma anket türleri şunlardır:

- Yeni ürün test anketi
- Marka bilinirliği anketi
- Ürün geliştirme anketi
- Reklam testi anketi
- Fiyatlandırma anketi
- Tüketici davranışı anketi
- Pazar bölümlendirme anketi
- Müşteri memnuniyeti anketi (Görsel 2.10)



Görsel 2.22: Müşteri Memnuniyeti Anketi

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.

1. ( ) Pazar, alıcı ve satıcıların bir araya geldiği yerdir.

2. ( ) Pazarlama araştırmaları faaliyet önerisi ile başlar.

3. ( ) Kişilerin tüketici sayılabilmesi için satın almaya istekli olması yeterlidir.

4. ( ) Pazarlama araştırması, pazarlamayla ilgili tüm konuları araştırır.

5. ( ) Tüketiciler nihai, endüstriyel ve doğal tüketici olmak üzere üçe ayrılır.

B) Aşağıdaki cümlelerde yer alan boşlukları uygun ifadelerle doldurunuz.

6. Ürün ve hizmet satıcılarının arzı ile bunları satın almak isteyenlerin taleplerinin karşılaşması ve fiyatların oluşmasına …… adı verilir.

7. Satın alma amacına göre pazar çeşitleri tüketici pazarı, endüstriyel pazarlar ve …… pazarlardır.

8. Sektörün yapısı ve olası talep durumlarıyla ilgili bilgi edinmek için yapılan çalışmalara …… araştırması denir.

9. İki satıcılı piyasa …… rekabet piyasasının içinde yer alır.

10. Pazar araştırması, pazarları tanımlamayı ve …… amaçlar.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

11. Aşağıdakilerden hangisi tüketici davranışlarını etkileyen içsel faktörlerden biridir?

A) Algılama
B) Gelir durumu
C) Kültür
D) Sosyal sınıf
E) Tutundurma

12. Müşteri ve potansiyel müşterilerin satın alma davranışlarıyla ilgili bilgi edinmek için aşağıdaki piyasa ve pazar araştırma alanlarından hangisi kullanılmalıdır?

A) Müşteri sadakati
B) Satış faaliyetleri
C) Tüketici profili
D) Yeni ürün ya da hizmetin fiyatı
E) Yeni ürün ya da hizmetin özellikleri

13. Aşağıdakilerden hangisi piyasa ve pazar araştırma alanları içerisinde yer almaz?

A) Hedef pazar ve rakipler
B) Kurumsal satışlar
C) Müşteri sadakati
D) Satış faaliyetleri
E) Tüketici profili

14. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama araştırması veri toplama yöntemlerinden ön araştırma içerisinde yer alır?

A) Beyaz kitaplar
B) Davranış araştırmaları
C) Makaleler
D) Röportajlar
E) Sayfa görüntülemeleri

15. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama ve pazar araştırma anket türlerinden biri değildir?

A) Fiyatlandırma anketi

B) Marka bilinirliği anketi

C) Müşteri memnuniyeti anketi

D) Reklam testi anketi

E) Üretici davranışı anketi

Notlar .....

3. ARAŞTIRMA PLANI HAZIRLAMA

ÖĞRENME BİRİMİ

KONULAR

3.1. ARAŞTIRMANIN TANIMI
3.2. ARAŞTIRMA YAPILACAK ALANLAR
3.3. EVREN VE ÖRNEKLEM
3.4. ARAŞTIRMA PLANI

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ ?

- Araştırmanın ne demek olduğu
- Hangi alanlarda araştırma yapılabileceği
- Araştırma yapılacak grupların özellikleri ve bunların nasıl seçileceği
- Araştırma planının nasıl yapılacağı

TEMEL KAVRAMLAR

- Evren
- Kuram
- Önerme
- Örneklem
- Varsayım
- Veri
- Yasa



HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. İnsanlar neden bir şeyi araştırma ihtiyacı duyar? Düşüncelerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
2. Genel ağ üzerinden kullanılan arama motorları araştırmaya nasıl bir boyut kazandırmaktadır? Düşüncelerinizi arkadaşlarınızla değerlendiriniz.

3.1. ARAŞTIRMANIN TANIMI

Araştırma, belirli şartlara bağlı olarak bilinenden hareketle bilinmeyen veya az bilinen bilginin doğrulanması, düzeltilmesi, genişletilmesi ve genelleştirilmesi sürecidir. Belirlenen bir konuda veri denen ilk bilgilerin toplanması, çözümlenmesi, yorumlanması, değerlendirilmesi ve rapor hâline getirilmesine **araştırma** denir. Bir başka tanıma göre de araştırma; verileri toplama, analiz etme ve sentezleme veya ilk bilgileri toplama, bunları inceleme ve değerlendirmedir.

Araştırmanın amacı, doğru ve güvenilir bilgilere ulaşarak bilinmeyenleri ortaya çıkarmak, bir konuyla ilgili iyileştirme yapmak veya problemleri çözmektir (Görsel 3.1).



Görsel 3.23: Bilinmeyenleri araştırma

Halkla ilişkilerde herhangi bir konuda kamuoyunun görüşlerini almak, bir ürün veya hizmetin piyasa, pazar durumlarını öğrenmek, ürün ve hizmet geliştirmek, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini planlamak için araştırma yapılır. Yapılan araştırma sonucu elde edilen bilgiler, alınacak kararlar veya yapılacak iş ve işlemler için yol gösterici olur. Bu nedenle araştırmanın gelişigüzel değil, bilimsel yöntemlerle, belirli şartlar dâhilinde planlı ve sistemli olarak yapılması gerekir. .

3.1.1. Araştırmanın Özellikleri

Belli bir plan dâhilinde yürütülen araştırmanın taşıması gereken özellikler şunlardır:

1. Araştırmayı yapacak kişiler, araştırılacak konuda belli bir uzmanlık seviyesine veya belli bir birikime sahip olmalıdır.
2. Araştırma sonuçlarını değerlendirecek ve bu sonuçların uygulanmasını sağlayacak kişiler de konularında yetkin olmalıdır.
3. Tarafsızlık (nesnellik, objektiflik) ve dürüstlük, araştırmanın en önemli özelliklerindendir. Araştırmacı ya da araştırmacılar, gerçeğe ulaşmak için araştırmanın her aşamasında taraf tutmadan çalışmalıdır. Beklenen sonuçlar değil, gözlem, deney ve karşılaştırmayla elde edilen sonuçlar verilmelidir.
4. Araştırma, gerek araştırmayı yapan gerekse araştırmaya katılan kişilere zarar vermemelidir.

5. Araştırma sürecinde yapılacak uygulamalar için ilgili kişiler haberdar edilmeli gerekli yerlerden izin alınmalıdır.

6. Araştırılan konuya dair tüm karşıt düşünceler de belirtilmelidir.

7. Araştırma sonucu elde edilen bilgiler, kayıtlar çok iyi korunmalı ve en az beş yıl saklanmalıdır.

8. Araştırma verileri ve elde edilen bilgiler, araştırmacının amacı dışında kullanılmamalıdır (Görsel 3.2).



Görsel 3.24: Araştırma verileri

9. Bilimsel araştırma yapılırken uyulması gereken ahlaki kurallar vardır. Araştırmacılar bu kurallara uymalı, etiğe aykırı davranmamalıdır. Bilimsel araştırma etiğine aykırı olan davranışlar şunlardır:

- **Uydurma**: Olmayan veya yalan olan bilgidir. Araştırma sürecinde var olmadığı hâlde uydurma verilerin kullanılması, bu verilerin rapor hâline getirilip yayımlanmasıdır.
- **Çarpıtma**: Araştırma sürecinde kullanılan cihazların ölçümlerinin, işlemlerden elde edilen bilgilerin, araştırma kayıtlarının veya sonuçlarının değiştirilmesidir.
- **Aşırma**: Araştırmacının yararlandığı verileri, bilgileri atıf yapmadan kullanmasıdır. Herhangi bir araştırmada yararlanılan veri, bilgi, yazı, görsel, şekil, grafik vb.nin kimden veya nereden alındığının belirtilmesine atıf denir.
- **Bilimsel Korsanlık**: Başka araştırmacılara ait veri, bilgi, yazı, görsel, şekil, grafik vb.nin izin alınmadan kullanılmasıdır. Atıf yapılsa dâhi veri ve bilgiler kullanılmadan önce ilgili kişiden izin alınmalıdır.
- **Duplikasyon**: Bir araştırmada elde edilen sonuçların, birden fazla bilimsel yayına gönderilmesine ve yayımlatılmasına denir. Araştırma sonuçlandıktan hemen sonra veya belli bir zaman sonra, var olan bir verinin, bilginin sanki yeni bulunmuş gibi farklı yerlerde (bilimsel dergi, kitap vb.) yayımlatılması araştırma ahlakına aykırıdır.

3.8. SIRA SİZDE

Meslek liseleri ile ilgili bir araştırma yapacak olsaydınız hangi konuyu araştırmak isterdiniz? Görüşlerinizi nedenleriyle birlikte arkadaşlarınızla değerlendiriniz.

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Araştırma, insanların her şeyi merak etmesi ve keşfetmek istemesi sonucu ortaya çıkmıştır. İnsanlar; araştırma yaparak çevrelerinde ve tüm dünyada olup bitenleri kavramış, her şeyin asıl kaynağını bulup neden sonuç ilişkisiyle açıklamış, karşılaştığı sorunlara çözüm bulmuşlardır. Bu sayede yaşanılan çevre ve dünya, farklı bakış açılarıyla algılanmış, anlamlandırılmış ve yorumlanmıştır.

Araştırmanın faydaları şunlardır:

- Araştırma; bir sorunu çözmek, yeni bir bilgi, ürün, yöntem ve teknoloji ortaya koymak, ekonomik yarar sağlamak için yapıldığından hayatı kolaylaştırır ve yaşam kalitesini artırır.

- Teknolojide gelişimi sağlarken toplumsal kaynaklar, toplumsal ihtiyaçlar ve toplumsal yapıların durumları hakkında da değerlendirmeler yapar.
- Verimlilikte, mal ve hizmet üretimindeki kalite artışıyla birlikte maliyetlerin düşürülmesini sağlar.
- Hızlı nüfus artışı ve kentleşme, çevre ve nükleer teknoloji sorunları, az iş gücü ile çalışma ve işten çıkarmalar vb. evrensel sorunları dile getirirken bunlara çözüm önerileri de sunar (Görsel 3.3).



Görsel 3.25: Çevre sorunu

- Yeni buluşlar, insanların sistemli çaba gösterip araştırma yapmaları sonucu ortaya çıkar. Sistemli yapılan bu çabalar, bilginin bulunması, bilinmesi ve gerçeğe uygun olup olmadığının kontrol edilmesi için harcandığından yeni buluşları da beraberinde getirir.

Tüm bu faydalar, araştırmanın günümüzde ve gelecekteki önemini ortaya koymaktadır.

3.9. SIRA SİZDE

Yenilenebilir enerji kaynaklarıyla (güneş ve rüzgâr enerjisi, hidro ve jeotermal enerji, bitki artıkları, gelgit, dalga vb.) ilgili yapılan araştırmaların dünyamız ve gelecek nesiller için önemini arkadaşlarınızla değerlendiriniz (Görsel 3.4).



Görsel 3.26: Yenilenebilir enerji kaynakları

3.1.3. Araştırma İle İlgili Temel Kavramlar

3. 10. SIRA SİZDE

Bilginin elverişli ve faydalı olması ne demektir? Sınıf ortamında beyin fırtınası yapınız ve görüşlerinizi paylaşınız.

Araştırma kapsamında bilinmesi gereken kavramlar şunlardır:

Bilim: Araştırma sonucunda kanıtlanan, geçerliği kabul edilen, evrensel ve mantıklı bilgiler bütünüdür.

Bilgi: Verinin düzenli ve elverişli duruma getirilmesidir. Öğrenme, araştırma veya gözlem yoluyla elde edilen gerçeklerin anlamlı ve faydalı hâle getirilmiş sonuçlarıdır.

Veri: Araştırmada sonuca ulaşmak için gereken ilk bilgidir. Araştırmanın temeli olup sonuca ulaşmayı sağlar. Olgusal ve yargısal olmak üzere iki tür veri vardır. Olgusal veriler, nesneldir; herkesin üzerinde anlaşabildiği, kişisel yargılardan bağımsız, gözlemlenebilir gerçeklerdir. Yargısal veriler, özneldir başka bir ifadeyle kişisel yargılara bağlı, yoruma açık ve değişkendir.

Önerme: Kabul edilmesi için öne sürülen düşüncelere denir.

Varsayım (Hipotez): Henüz doğruluğu kanıtlanmamış ancak doğrulanacağı düşünülen önermelere denir. Önerme, ileri sürülen düşünceler olduğundan varsayım; toplanan veriler doğrultusunda, test edilmek üzere oluşturulan düşünce ve yargılar olarak tanımlanır. Araştırma sürecinde bu düşünce ve yargıların doğruluğu veya yanlışlığı araştırılır. Varsayım veya varsayımlar araştırmayı dağınıklıktan kurtarır.

Değişken: Birden fazla değer alabilen veya değişebilen değerlerdir. Varsayımlar değişkenlerin ilişkileri üzerine kurulur.



Görsel 3.27: Deney

Deney: Bilimsel bir gerçeği göstermek, bir varsayımı doğrulamak amacıyla yapılan işlerdir (Görsel 3.5). Sonuca ve bilgiye ulaşmak için laboratuvarda veya belirli bir alanda çeşitli işlemler yapılır.

Gözlem: Araştırmaya yönelik verilerin, belirlenen bir ortamdaki davranışların ayrıntılı olarak izlenmesi yoluyla elde edilmesine denir. Çeşitli araç gereçle izleme yapılarak olayların sebep ve sonuçları belirlenir.

Olgu: Olayların dayandığı sebeplere veya bu sebeplerin neden olduğu sonuçlara denir. Varlığı deneylerle kanıtlanmış şey olarak da tanımlanır.

İstatistik (Sayıtım): Belli bir amaç için toplanan verilerin sınıflandırılıp tablo ve/veya grafiklerle gösterilmesini ve sonuçların yorumlanmasını sağlayan bilim dalıdır. İstatistikte, araştırılan özellikler arasındaki ilişki ve güven dereceleri de açıklanır. Tüm işlemler sonucunda da geleceğe dair tahminler yapılır.

Kuram (Teori): Bilimsel bir araştırma sürecindeki görüş, düşünce ve bilgiler bütünüdür. Varsayımların oluşturulmasında yol göstericidir. Kuram ile bir olgu açıklanır ve/veya kontrol edilir.

Yasa (Kanun): Bilimsel araştırma sonucunda doğruluğu ispat edilmiş olan kuramlara denir. Matematik ve fen bilimlerinde kuramlar değişmez. Sosyal bilimlerde ise toplumsal olayların zamanla değişebilirliği, yasaları da değiştirebilir.

ETKİNLİK

Genel ağ ortamında, halkla ilişkiler yasaları olarak bilinen bildirgeler hakkında bilgi toplayınız. Her bir bildirgede alınan kararları tablo hâline getirip sınıf panosunda sergileyiniz.

3.1.4. Varsayımın Özellikleri

Varsayım bir başka deyişle hipotez, araştırma konusu olan olayları ve bu olaylar arasındaki ilişkiler ile bağımlılıkları ortaya çıkardığı için önemlidir. Belirli özelliklere sahip olması gerektiğinden gelişigüzel değil, etkin çalışma sonucu belirlenmelidir.

Varsayımın taşıması gereken özellikler şunlardır:

- Araştırma ile ilgili tüm verilere uygun olmalı ve onları açıklamalıdır.
- Objektif olmalı, öznel yargılar içermemelidir.
- Akla ve mantığa uygun aynı zamanda da açık ve anlaşılır bir dili olmalıdır.
- Araştırma konusu olan probleme çözüm getirmelidir.
- Gelişigüzel değil, gözleme dayalı olarak oluşturulmalıdır.
- Yeni bir bilginin, gerçeğin tahmin edilmesini sağlamalıdır.
- Test edilmeye (inceleme, deney, gözlem, karşılaştırma) uygun olmalıdır.
- Sebep-sonuç ilişkilerini ortaya çıkarmalıdır.
- Günlük hayatta ve pratikte kullanılabilecek sonuçları olmalıdır.

Araştırma süreci boyunca incelenen varsayımın sonucu üç şekilde olabilir.

1. Gözlem ve deneyler sonucunda doğruluğu ispatlanır. Böylelikle bu varsayım teori olmaktan çıkar, gerçek olur.
2. Farklı ve yeni gerçeklerle desteklenerek yeni bir teori olur.
3. Doğruluğu ispatlanamaz, varsayım çürütülür yani ortadan kaldırılır.

3.1.5. Araştırma Planı Hazırlama Aşamaları

Araştırmanın amacına uygun şekilde gerçekleşmesi için nelerin, nasıl ve hangi sıralamayla yapılması gerektiğini belirten yazılı belgeye **araştırma planı** denir (Görsel 3.6).

Araştırma planı sorunun çözümü için neyin nasıl yapılacağı konusunda araştırmanın yönünü belirler. Araştırma planı esnek, değişime ve gelişime açık olmalıdır.

Araştırma planı, araştırma sürecinin planlanması olduğundan belli aşamaları içerir. Sırasıyla bu aşamalar şunlardır:

1. **Araştırma Alanının Belirlenmesi:** Araştırmanın hangi bilim dalında yapılacağının belirlenmesidir.
2. **Konunun (Problemin) Tanımlanması:** Araştırılacak olan konunun veya çözüm bulunacak olan sorunun ne olduğunun açık, net, anlaşılır biçimde ifade edilmesidir.



Görsel 3.28: Plan hazırlama

3. **Konuyla İlgili Kaynakların Taranması/Literatür Tarama:** Araştırma konusuna dair daha önce yapılmış olan araştırmaların, araştırma konusunun yer aldığı kitap, dergi ve makalelerin incelenmesidir.
4. **Varsayımın/Varsayımların Belirlenmesi**: Doğru olup olmadığı araştırma sonunda belli olacak olan düşünce ve yargının/yargıların belirlenmesidir. Meslek liselerinin ürün ve hizmet üretiminde ara eleman ihtiyacını karşılaması örnek verilebilir.
5. **Yöntem ve Tekniklerin Belirlenmesi:** Araştırma konusu ve türüne göre hangi yöntem ve tekniklerin kullanılacağının belirlenmesidir. Araştırma yöntemleri nicel, nitel, tümevarım, tümdengelim vb.dir. Araştırma teknikleri ise anket, deney, gözlem, inceleme, karşılaştırma, vaka çalışması, genel ağ kaynakları vb.dir.
6. **Evrenin Belirlenmesi:** Araştırmanın kimleri ve neleri kapsayacağının belirlenmesidir.
7. **Örneklemin Belirlenmesi:** Araştırma çalışmalarının kolay, hızlı ve ekonomik olarak yapılması için evreninin tüm özelliklerini en iyi şekilde gösterebilecek daha küçük bir birimin belirlenmesidir.
8. **Verilerin Toplanması:** Araştırma yöntem ve tekniklerini kullanarak örneklem üzerinden bilgilerin toplanmasıdır.
9. **Verilerin İşlenmesi ve Analizi:** Toplanan bilgilerin incelenip, düzenlenmesi, istatistiklerinin çıkarılması aşamasıdır (Görsel 3.7).



Görsel 3.29: Verilerin analizi

10. **Sonuçlar:** Düzenlenen ve istatistiki değerlendirmeleri yapılan bilgilerin genelleyerek sonucun ya da sonuçların belirlenmesidir.
11. **Raporun Yazılması:** Araştırma sürecinin başından sonuna kadar rapor hâlinde yazılmasıdır.

Bilgi notu

Bir amaca ulaşmak için izlenen yola **yöntem** denir. Metot, usul, sistem kelimeleri de aynı anlamı taşır. Amaca ulaşmak için belirlenen yöntem dâhilinde yapılan tüm çalışmalara ise **teknik** denir. Bir başka deyişle yöntem bir tasarlama, teknik ise bu tasarlamanın uygulanmasıdır. Bazı kaynaklarda yöntem ve tekniğin aynı anlamda kullanıldığı da görülebilir.

Araştırma veya bilimsel araştırma planı aşamaları olarak verilen sıralama, kamuoyu ve pazarlama araştırmaları için de geçerlidir. Aşama sayısı değişebilmekle birlikte araştırmanın amacı, yöntemi, teknikleri; araştırmada nelerin, nasıl yapıldığı, ne bulunduğu ve bulunan sonucun ne anlama geldiği tüm araştırma planlarında vardır.

Kamuoyu ve pazarlama araştırmalarında, araştırma tekniklerinden biri olan anket çok fazla kullanılır. Araştırma konusuyla ilgili kişilere sorular yöneltilerek bilgi edinme, veri toplama tekniğine **anket** denir. Anket çok sayıda kişiden kısa sürede görüşler alınmasını, sonucunda da hem nicel hem de nitel ölçümler yapılmasını sağlar. Bu nedenle kamuoyu, piyasa ve pazarlama araştırmalarının vazgeçilmezidir.

Bir araştırmada anket tekniğinin kullanılması için gerekenler şunlardır:

- Araştırma konusu anket yöntemine uygun olmalı
- Konuyla ilgili sorular uygun ölçeklerle hazırlanabilmeli
- Yönlendirme ve zorlama olmaksızın konuya yönelik bilgiler, anket yoluyla kişilerden alınabilmeli (Görsel 3.8)
- Yeterli sayıda soru sorulabilecek birey olmalı
- Elde edilen veriler analiz edilebilmeli
- İstatistiksel olarak değerlendirilip raporlanabilmeli



Görsel 3.30: Anketle görüş alma

3.11. SIRA SİZDE

Anketlerde, yaş aralığının sorulmasının nedenlerini, sınıf ortamında arkadaşlarınızla değerlendiriniz.

3.2. ARAŞTIRMA YAPILACAK ALANLAR

Bilimsel araştırma süreci, araştırma alanının belirlenmesi ve araştırma yapılacak olan konunun (çözümü bulunacak olan sorunun) tanımlanmasıyla başlar. Böylelikle neyin araştırılacağı, nelerin ele alınacağı ve ne hakkında bilgi toplanacağına açıklık getirilir.

Alan, araştırmanın yapılacağı bilim dalıdır. Tarih boyunca bilim dallarına yönelik çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Bilimin öğretilmesi ve üretilmesinde karmaşa olmaması için yapılan bu sınıflandırmalar çok az farklarla birbirinden ayrılır.

En genel ve basit olan sınıflandırma, sosyal bilimler ve fen bilimleri şeklinde yapılan sınıflandırmadır. Sosyal bilimler aynı zamanda beşerî bilimler, fen bilimleri ise nazari veya pozitif bilimler olarak da adlandırılır.

A) **Sosyal Bilimler:** Tarih, Coğrafya, Psikoloji, Sosyoloji, Felsefe, Hukuk, İktisat

B) **Fen Bilimleri:** Biyoloji, Fizik, Kimya, Matematik, Mühendislik, Tıp, Uzay (Görsel 3.9)



Görsel 3.31: Fen bilimleri gereci

Bilim dalları, kullanılan yöntemlere ve ulaşılan sonuca göre de sınıflandırılır.

A) Kullanılan Yöntemlere Göre Bilimler

1. **Formel Bilimler:** İlke ve sembolleri konu edinen, tümdengelim yöntemini kullanan bilim dallarıdır. Formel bilimlere matematik ve mantık örnek verilebilir.
2. **Beşerî (İnsani) Bilimler:** İnsanı ve onun toplumsal yaşayışını konu edinen bilim dallarıdır. Hem tümevarım hem de tümdengelim yöntemi kullanılır. Psikoloji ve sosyoloji beşerî bilimlere örnek verilebilir.
3. **Doğa Bilimleri:** Doğayla ilgili her şeyi inceleyen bilim dallarıdır. Tümevarım yöntemi kullanılır. Fizik ve kimya örnek verilebilir.

B) Ulaşılan Sonuca Göre Bilimler

1. **Normatif Bilimler:** Sonucunda yönlendirici kurallar olan bilimlerdir. Hukuk ve siyaset bilimi örnek verilebilir.
2. **Pozitif Bilimler**: Deney yöntemini kullanan bilimlerdir. Fizik, kimya ve biyoloji pozitif bilimlere örnek verilebilir.
3. **Rasyonel Bilimler**: Akla ve mantığa dayalı olan bilimlerdir. Matematik ve mantık örnek verilebilir.

Bunların dışında disiplinler arası bilim dalları vardır. Bunlar iki veya daha fazla bilim dalının bir araya gelmesiyle oluşur (astrofizik, uygulamalı matematik gibi).

Çok hızlı gelişme gösteren ve değişime çok açık olan teknoloji de artık bağımsız bir bilim dalı olarak kabul görmektedir.

20. yüzyılla birlikte bilimde evrensel kabul görecek bir sınıflandırma yapılmasından büyük oranda vazgeçilmiştir. Bilimin sınıflandırılması yerine üniversitelerde eğitim verilen bilim dalları olarak sınıflandırma yapılmaktadır.

3.12. SIRA SİZDE

Yaşadığınız şehirde bulunan veya yaşadığınız şehre yakın bir üniversitede hangi bilim dallarında eğitim verildiğini öğreniniz.

Sınıf ortamında eğitim verilen bilim dallarını şehriniz, bölgeniz ve ülkemiz açısından değerlendiriniz.

3.2.1. Araştırma Alanı Seçiminde Etkili Olan Unsurlar

Evrende var olan her şey bilimle ilgili olduğundan araştırma alanı seçiminde herhangi bir sınırlama yoktur. Araştırma yapma yetkinliğine sahip olan bir kişi, istediği ve yetkin olduğu bir bilim dalında araştırma yapabilir (Görsel 3.10).



Görsel 3.32: Araştırmacılar

Araştırma alanı seçiminde araştırmacıyı etkileyen veya yönlendiren unsurlar şunlardır:

- Araştırmacının uzmanlığı, kişisel deneyimleri ve merakı
- Başka araştırmacılar tarafından daha önce yapılmış çalışmalar
- Kitle iletişim araçları
- Yerel, ulusal ve evrensel sorunlar
- Gündem
- Hızlı gelişen ve değişen teknoloji
- İnançlar
- Değerler

Araştırma süreci, araştırmacının neye ulaşmak istediğini veya hangi soruya cevap aradığını belirlemesiyle başlar. Araştırmacı, daha sonra ulaşmak istediği sonuç veya cevaplamak istediği soru için en iyi araştırma türünü, yöntem ve teknikleri belirler. Bir başka deyişle hangi araştırma türünün, hangi bilimsel yöntemin/yöntemlerin ve tekniklerin kullanılacağı, araştırma yapılan alan ve araştırmanın konusuna göre belirlenir.

Araştırmanın amacına göre önce araştırma türü sonrasında da yöntem ve teknikler seçilir. Yöntem ve tekniklerin seçimi araştırma türüne göre yapıldığından öncelikle araştırma türlerinin neler olduğunun bilinmesi gerekir.

3.2.2. Araştırma Türleri

Araştırma türleri, dört ana başlık ile onlara bağlı alt başlıklarda incelenir.

1. Araştırma Sonucunda Elde Edilecek Bilgiye Göre Araştırma Türleri

Bilimsel bir araştırma sonucunda mutlaka bir bilgiye ya da bilgilere ulaşılır. Araştırma sonucu elde edilen bilgi ya da bilgilere göre araştırmalar, temel ve uygulamalı olmak üzere ikiye ayrılır.

a) Temel Araştırma: Var olan bilgilere yenilerini katmak için yapılan araştırma çeşididir. Temel araştırmalar bilgiyi bulmak veya üretmek amacıyla yapılır. Herhangi bir durum veya problemdeki eksik kalan bilgiler temel araştırmayla tamamlanır. Sıcaklık, nem, ışık ve rüzgâr gibi değişkenlerin bitkilerin büyüme hızına etkisi ile ilgili yapılan bir araştırma, temel araştırmaya örnek gösterilebilir (Görsel 3.11).



Görsel 3.33: Temel araştırma

b) Uygulamalı Araştırma: Bilgileri değerlendirip problemlere çözüm getiren, uygulamaya dönük araştırma çeşididir. Uygulamalı araştırmalar var olan bir sorunun çözülmesi, ele alınan bir durumun daha iyi hâle getirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla yapılır. Uygulamalı araştırmaya herhangi bir kurumun yaptığı ya da yaptırdığı pazar araştırmaları örnek verilebilir.

2. Araştırmanın Bakış Açısına Göre Araştırma Türleri

Araştırmanın bakış açısına göre araştırma türleri, nicel, nitel ve karma olmak üzere üç grupta incelenir.

a) Nicel Araştırma: Ölçülebilen ve sayısal olarak ifade edilebilen verilerle, genel sonuçlar elde edilen araştırma çeşididir. Araştırmadaki tüm olaylar, olgular, sonuçlar; gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir (Görsel 3.12). Nicel araştırmada "Ne kadar, ne miktarda, hangi sıklıkta?" sorularına cevap aranır ve tümdengelim yöntemi kullanılır.

Nicel araştırmalarda kesin sonuçlara ulaşılır. Farklı kaynaklardan elde edilen sayısal veriler karşılaştırılıp doğru olup olmadıkları tespit edilir.



Görsel 3.34: Nicel araştırmada sayısal veriler

b) Nitel Araştırma: Olayların doğal ortamda gerçekçi olarak izlendiği, gözlem, görüşme ve belge analizleri yapılarak sonuçlara varıldığı araştırma çeşididir. Nitel araştırmalarda "Ne, nasıl, niçin, ne şekilde?" sorularına cevap aranır. İnsanların nasıl hissettiği veya belirli bir konuda ne düşündükleri başka bir deyişle tutumları ve görüşleri araştırılır. Sayısal veriler yerine sebep-sonuç ilişkileri üzerinden değerlendirmeler yapılır. İnsanların düşünce, tutum ve motivasyonları hakkında bilgi edinilen bu araştırma çeşidiyle olaylar ve olgular tanımlanır. Nitel araştırmada yöntem olarak tümevarım, teknik olarak da anket çok kullanılır.

c) Karma Araştırma: Nicel ve nitel araştırmanın bir arada kullanıldığı araştırma çeşididir. Karma araştırmada nicel yöntemin kararlılığı ve nitel yöntemin duyarlılığıyla doğru sonuçlara ulaşılır.

Bilgi notu

Bazı kaynaklarda nicel, nitel, karma ayrımı araştırma çeşidi olarak değil de veri çeşidi olarak belirtilir. Araştırmanın tanımı veri toplama, inceleme ve değerlendirmedir. Bu nedenle nicel, nitel ve karma terimleri hem "araştırma çeşitleri" hem de "veri çeşitleri" olarak açıklanabilir.

ÖRNEK

Araştırma konusunun, "Ulusal Alanda Faaliyet Gösteren Bir Kurumun Her Yıl Düzenli Olarak Yaptığı Bayi Toplantısı" olduğu varsayımıyla nicel ve nitel verilerle alınacak sonuçlar şöyledir: Nicel araştırmayla (nicel veriler) toplantıya katılan bayi sayısı, bölgelere ve önceki yıllara göre katılım oranı, toplantı oturum sayısı, oturumlar dışında planlanan etkinliklere katılım oranları, konuşmacıların verdiği bilgiler, alınan kararlar vb. bilgiler elde edilir.

Nitel araştırmayla (nitel veriler) da tüm katılımcıların toplantıya dair görüşleri, toplantının beğenilen ve aksayan yönleri, bir sonraki toplantıya dair beklentiler vb. bilgiler elde edilir.

3. Yöntemine Göre Araştırma Türleri

Araştırma yöntemine göre yapılan bu sınıflandırmada, tarihi, betimsel ve deneysel araştırma olmak üzere üç alt başlık vardır.

a) Tarihî Araştırmalar: Evrenin varoluşundan bu yana meydana gelen olayları inceleyip "Ne zaman, nerede, niçin, sonucunda ne / neler oldu?" sorularına cevap bulmak için yapılan araştırmalardır (Görsel 3.13).



Görsel 3.35: Tarih araştırmaları yapılan kitaplar

b) Betimsel Araştırmalar: Geçmişten gelen sorunların veya yaşanılan mevcut durumun incelendiği araştırmalardır.

c) Deneysel Araştırmalar: Nicel araştırma ile aynı anlamdadır. Deneysel yöntemler kullanılarak değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkilerinin belirlendiği araştırmalardır. Örneğin meslek liseleri çerçeve öğretim programlarında yapılan düzenleme sonucu yeni ders kitaplarının yazılması ve bunun öğrencilerin başarısı üzerindeki etkileri araştırıldığında deneysel araştırma yapılmış olur.

4. Yapıldığı Çevreye Göre Araştırma Türleri

Araştırmanın yapıldığı çevreye göre araştırmalar, laboratuvar ve alan araştırmaları olarak ikiye ayrılır.

a) Laboratuvar Araştırmaları: Yapay bir ortamda, değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisinin incelendiği araştırmalardır (Görsel 3.14). Laboratuvar ortamı ve araştırma şartları, araştırmayı yapan kişi tarafından oluşturulur. Bu yüzden daha çok fen bilimleri alanında yapılan araştırma çeşididir.



Görsel 3.36: Laboratuvar

b) Alan Araştırmaları: Sosyal bilimlerde kullanılan bu araştırma çeşidi tarama veya saha araştırması olarak da adlandırılır. Belirli bir alandaki insan topluluğu (kurum, köy, şehir, ülke vb.) üzerinde yapılan araştırmalardır. Nitel araştırma ile aynı anlamdadır. Anket, alan araştırmasının vazgeçilmez tekniğidir.

Araştırmaların etkinliği ve geçerliliği amaca uygun türün, tutarlı yöntem ve tekniklerin kullanılmasına bağlıdır. Doğru araştırma türünü, doğru bilimsel yöntemi/yöntemleri ve tekniği/teknikleri seçmek, araştırma sonunda geçerli sonuçlar ve doğru bilgilere ulaşabilmek için önemlidir.

3.13. SIRA SİZDE

Bir araştırmacı olsaydınız hangi alanda araştırma yapmak isterdiniz? Bu alanda yapacağınız araştırma için hangi araştırma türünü tercih etmeniz gerekirdi? Nedenleriyle birlikte arkadaşlarınızla paylaşınız.

3.3. EVREN VE ÖRNEKLEM

Bilimsel araştırmada evren [population (papileyşın)] bir bütündür (Görsel 3.15). Örneklem [sample (sempıl)] ise o bütünü en iyi temsil eden parçadır (Görsel 3.16).



Görsel 3.37: Evren



Görsel 3.38: Örneklem

3.3.1. Evren

Araştırmanın kapsadığı alanın, birimlerin, elemanların bütününe **evren** denir. Yapılan araştırmanın konusuyla bağlantılı olan her şey evren içinde yer alır. İnsanlar, hayvanlar, bitkiler, uzay vb. veya bunların belirli bir bölümü (20-40 yaş aralığındaki insanlar, etçil hayvanlar, yeşil yapraklı bitkiler, uydular vb.) evren olabilir.

Evrenin büyüklüğü araştırma konusuna bağlıdır. Çok geniş, büyük evren olabileceği gibi daha küçük, dar bir evren de olabilir. Örneğin Türkiye mutfağıyla ilgili bir araştırmanın evreni tüm Türkiye, Doğu Anadolu Bölgesi mutfağıyla ilgili araştırmanın evreni Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki iller, Kars mutfağıyla ilgili araştırmanın evreni ise Kars ilidir.

3.3.2. Evrenin Özellikleri

Evren, üzerinde incelemeler yapılıp bir sonuca/sonuçlara ulaşılmak istenen alan ya da araştırmanın sonucunu/sonuçlarını ilgilendiren kitledir. Evren, yapılan araştırmanın konusuna göre belirlenir. Dolayısıyla her araştırmanın kendi evreni vardır.

Evrenin büyük, geniş olması araştırma sonuçlarının daha genellenebilir olmasını sağlar ve araştırmanın değerini artırır. Bununla birlikte evren büyüdükçe, genişledikçe araştırmanın süresi, çalışan sayısı dolayısıyla da maliyeti artar. Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda büyük evren beraberinde farklı din, dil, ırk ve kültürlerle çalışma zorluğunu da getirir.

Araştırma evreninin nereyi, neleri, kimleri kapsadığı net bir şekilde belirtilmelidir. Evren çerçevesinin net olmaması, eksik ya da taraflı olması araştırma sonuçlarının doğruluğunu olumsuz etkiler.

3.3.3. Örneklem

Araştırma evreninden belli kurallarla seçilen ve evrenin tüm özelliklerini gösterebilen alana, birimlere, elemanlara **örneklem** denir. Evrenin alt kümesi, kesiti veya parçası olarak da belirtilir (Görsel 3.17). Bazı kaynaklarda **çalışma evreni** olarak da adlandırılır.



Görsel 3.39: Evren ve örneklem

Araştırmanın tüm evren üzerinde yapılması fazla maliyet, zaman ve iş gücü gerektirir. Bu nedenle belli ölçüt ve kurallar dâhilinde, evren üzerinden örneklem seçilir. Araştırmayla ilgili tüm çalışmalar seçilen bu örneklem üzerinde yapılır. Elde edilen sonuçlar araştırmanın tümü için geçerli olur, bir başka deyişle örneklem üzerinden elde edilen sonuçlar evrenin tümüne genellenir.

Örneklem seçimiyle bilgiye daha kolay, ucuz, hızlı ve ayrıntılı ulaşılır. Bununla birlikte evrenden nicelik olarak daha küçük olan örneklemde, evrenin tüm özelliklerinin bulunamaması gibi sakıncalar da vardır.

Evren ve örneklem arasında nicelik (sayı/değer) farkı vardır. Evren örnekleme göre daha geniş ve büyüktür. Nitelik (özellik) yönünden ise evren ve örneklem arasında fark olmaması gerekir. Örneklem, evrenin niteliklerini taşımalı, onun küçük bir modeli olmalıdır. Örneklemin evrenin özelliklerini taşıması, örneklem seçiminin iyi yapıldığını gösterir. Bu da araştırmanın doğruluk oranını artırır, hata payını azaltır.

Bilgi notu

Uluslararası veya ulusal kurumlar yüksek maliyeti ve fazla iş gücünü karşılayabilecekleri için araştırmalarını tüm evren üzerinde yapabilir. Örneğin Türkiye'nin de kurucu üyelerinden olduğu ve 193 üye ülkesi bulunan Birleşmiş Milletler (BM) veya ulusal kurumumuz olan Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), araştırmalarını tüm evren üzerinden yapabilir.

3.3.4. Örneklemin Özellikleri

Örneklemin özellikleri, temsil yeteneği ve yeterliliktir. Örneklemin, evrenin tüm niteliklerini taşıyan küçük bir modeli olmasına örneklemin temsil yeteneği denir (Görsel 3.18). Örneklemin araştırma çalışmalarının yapılmasını sağlayacak büyüklükte olmasına ise **örneklemin yeterliliği** denir. Örneklemin büyüklüğü evreni temsil etme durumuna bağlıdır ve bilimsel yollarla belirlenir. Örneklemin büyüklüğünün belirlenmesinde, araştırma evreninin niteliği, araştırmacının imkânları ve varsayımın özellikleri etkili olur.



Görsel 3.40: Evreni temsil etme

3.3.5. Örneklem Yöntemleri

Bilimsel araştırmanın en önemli noktalarından biri örneklem seçimidir. Çünkü örneklem, evreni en iyi şekilde temsil etmelidir. Bunun için de öncelikle evrenin yapısının ve evreni oluşturan birimlerin özelliklerinin çok iyi bilinmesi gerekir.

Örneklem seçimi farklılık oluşturmayacak şekilde, ön yargısız ve tarafsız yapılmalıdır. Örneklem içine alınacak unsurlar, birbirinden bağımsız olmalı ve unsurların hepsine aynı işlemler uygulanmalıdır.

Evren üzerinden örneklem seçilmesi işlemine **örnekleme** denir. Örneklem seçimi, araştırmanın konusuna ve yapısına uygun olan örnekleme yöntemiyle yapılır.

Evren üzerinden örneklem, olasılığa dayalı ve olasılık dışı olmak üzere iki şekilde belirlenir. Olasılık matematiğin alt dalıdır ve bir olayın, bir durumun olma ihtimalini araştırır.

Olasılığa Dayalı Örneklem Belirleme: Araştırma evrenindeki tüm üyelerin tanındığı, bilindiği durumlarda kullanılır. Evrenin tüm üyeleri bilindiği için örnekleme seçilme şansları eşittir. Araştırmacı, örneklemi çeşitli olasılık ölçütlerini kullanarak belirler.

Olasılığa dayalı örneklem belirleme dört şekilde yapılır.

a) Basit Rastgele Örnekleme

b) Sistematik Örnekleme

c) Tabakalı Örnekleme

ç) Grup Örnekleme

Olasılık Dışı Örneklem Belirleme: Evrenin tüm üyelerinin bilinmediği dolayısıyla da örnekleme seçilme şanslarının eşit olmadığı durumlarda kullanılır. Araştırmacı örneklemi, uzmanlığıyla ve öznel yargılarına dayanarak, gözlem yoluyla seçer. Olasılık dışı örneklem belirleme de dört şekilde yapılır.

a) Uygun Örnekleme

b) Kota Örnekleme

c) Amaçlı Örnekleme

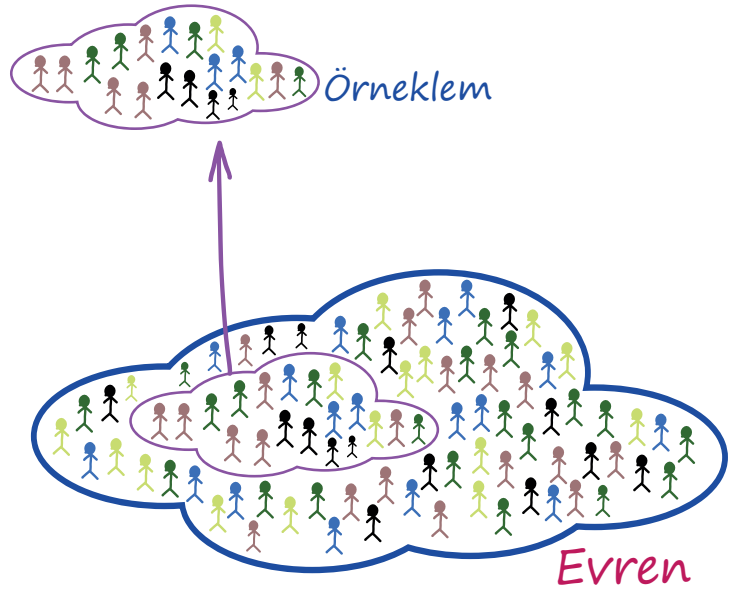
ç) Kartopu Örnekleme

Olasılığa dayalı ve olasılık dışı örneklem belirleme yöntemlerinin alt basamaklarından hangisinin kullanılacağı da yine araştırmanın konusuna, yapısına, evrenin büyüklük ve özelliklerine göre belirlenir (Görsel 3.19).

3.14. SIRA SİZDE

Bir önceki sıra sizde çalışmasında seçtiğiniz araştırma konusunda araştırma yapmak için evren ve örneklem belirleyiniz.

Neden bu evren ve örneklemi seçtiğinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.



Görsel 3.41: Evrenden örneklem seçme

3.4. ARAŞTIRMA PLANI YAZISI

Araştırma planı aşamalarının, belirli kurallar çerçevesinde yazılıp doküman hâline getirilmesine **araştırma plan yazısı** veya **araştırma raporu** denir. İçeriğinde araştırma sürecinde tüm yapılanlar, ulaşılan sonuçlar, araştırmacının düşünceleri ve saptamaları bulunur.

Araştırma plan yazısının biçim ve görünümü Millî Eğitim Bakanlığı Eğitim Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığının belirlediği şekilde olmalıdır. İçeriği de uluslararası alanda kabul görmüş sistemlerin kurallarına göre yazılır. Ülkemizde araştırma yazıları için Amerikan Psikoloji Birliği - APA [American Psychological Assocation (Amerikın Saykılacikıl Assosieşın)] sistemi tercih edilir.

Belirli şekilde ve içerik düzeninde hazırlanan araştırma planı yazısı ön, ana ve son olmak üzere üç bölümden oluşur (Görsel 3. 20).

Ön Bölüm

Başlık (kapak) sayfası, ön söz, içindekiler ve listeler kısımlarından oluşur.

Her araştırma plan yazısının bir başlığı olmalıdır. Başlık (kapak) sayfasında araştırmayı yapan kurumun, kişi veya kişilerin adları bulunur. Başlık sayfasında bütün bilgiler sayfa ortalanarak ve büyük harfle yazılır.



Görsel 3.42: Araştırma planı yazımı

Araştırma plan yazısının ilk sayfası ön sözdür ve yazılma mecburiyeti yoktur. Ön sözde, araştırmanın yapılma nedeni ve varsa karşılaşılan güçlükler yazılır. Ön sözde ayrıca araştırma sürecine destek veren kurum ve kişilere de teşekkür edilir.

İçindekiler, plan yazısında yer alan ana başlık, başlık ve alt başlıkların sırasıyla ve sayfa numarasıyla yazıldığı kısımdır.

Liste kısmında da plan yazısında yer alan tablo, görsel, grafik vb.nin listesi bulunur.

Ana Bölüm

Giriş, yöntem, bulgular ve yorum kısımlarından oluşur.

Girişte araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıkları, çözülmeye çalışılan sorun ve bu soruna dair oluşturulan varsayım açık ve net bir biçimde verilir. Araştırma ile ilgili tanımlar da bu kısımda verilir.

Yöntem kısmında, araştırmada kullanılan yöntem ve tekniklerin neler olduğu, evren ve örneklem bilgileri, verilerin elde edilip incelenmesine dair bilgiler bulunur.

Bulgular ve yorum kısmında verilerin incelenmesi sonucu elde edilen bulgular, bulgulara dair yorumlar, sonuçlar ve öneriler bulunur.

Son Bölüm

Ekler ve kaynakça kısımlarından oluşur.

Ekler kısmında araştırma sürecinde kullanılan anket formları, görüşme notları, yazışmalar, kanun maddeleri, çizelgeler vb. dokümanlar bulunur.

Kaynakça kısmında da araştırma için yararlanılan tüm kaynakların listesi olan kaynakça bulunur.

ARAŞTIRMA PLANI DOSYASI

3.1. UYGULAMA

Görev	Bu uygulamada sizden iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alarak araştırma planı taslak dosyası hazırlamanız ve çalışmanızı sınıf ortamında sözlü olarak sunmanız istenmektedir.
Süre	4 ders saati
Ortam	Sınıf / Halkla Ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, ofis uygulamaları, kalem, kâğıt, şeffaf ve telli dosya

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Çözüm aranacak olan sorunun ne olduğunu belirtiniz.
2. Varsayımın ne olduğunu belirtiniz.
3. Hangi yöntem ve tekniklerin kullanılacağını belirtiniz.
4. Evrenin ne olduğunu en az bir görsel kullanarak belirtiniz.
5. Örneklemin ne olduğunu en az bir görsel kullanarak belirtiniz.
6. Taslak dosyanızı sırasıyla kapak, içindekiler, yukarıdaki 5 maddenin içeriği ve kaynakça olacak şekilde dosya hâline getiniz.
7. Taslak dosya içeriğinizi sınıf ortamında sözlü olarak sununuz.
8. Dosyanızı öğretmeninize teslim ediniz.

KONTROL LİSTESİ

ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:	
SINIFI-NO.:		
ÖLÇÜTLER	**EVET**	**HAYIR**
1. Taslak dosyasını, işlem basamaklarında verilen sıralamaya göre hazırladı.		
2. Evren ve örneklem için en az bir görsel kullandı.		
3. Taslak dosyasının sözlü sunumunu yaptı.		
4. Belirlenen süreye uydu.		
5. Dosyayı öğretmene teslim etti.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.

1. ( ) İnsanoğlunun her şeyi merak etmesi sonucunda araştırma ortaya çıkmıştır.

2. ( ) Araştırma ile yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası sorunlara çözüm aranır.

3. ( ) Bir varsayımın nicel sonuçlarla doğrulanmasını sağlayan işleme gözlem denir.

4. ( ) Araştırmanın kapsadığı alanın ve birimlerin bütününe örneklem denir.

5. ( ) Çeşitli yöntemlerle evren üzerinden örneklem seçilmesine örnekleme denir.

B) Aşağıdaki cümlelerde yer alan boşlukları uygun ifadelerle doldurunuz.

6. Varolan bilgilere yenilerini katmak için yapılan araştırma türüne ..... araştırma denir.

7. Bilimsel araştırma sürecinde oluşturulan varsayım / varsayımlar, araştırma konusu olan ..... çözüm getirmelidir.

8. Yapılan bilimsel araştırma sonucunda doğruluğu ispat edilmiş olan kuramlara ..... denir.

9. Araştırma evreninden belli kurallarla seçilen ve evrenin tüm özelliklerini gösterebilen alana, birime ..... denir.

10. Bilimsel araştırma planı yazısı; ..... , ... ve son olmak üzere üç bölümden oluşur.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

11. Aşağıdakilerden hangisi araştırmanın tanımıdır?

A) Belli bir amaç için toplanan verilerin sınıflandırılıp tablo ve / veya grafiklerle gösterilmesi ve sonuçların yorumlanmasıdır.

B) Belirlenen konuda bilgilerin toplanması, çözümlenmesi, yorumlanması, değerlendirilmesi ve rapor hâline getirilmesidir.

C) Henüz doğruluğu kanıtlanmamış ancak test edilerek doğrulanacağı düşünülen önerme, düşünce ve yargılardır.

D) Öğrenme, deney veya gözlem yoluyla elde edilen gerçeklerin anlamlı ve faydalı hâle getirilmiş sonuçlarıdır.

E) Üzerinde incelemeler yapılıp sonuca veya sonuçlara ulaşılmak istenen alan, birim ya da elamanların bütünüdür.

12. Aşağıdakilerden hangisi "Araştırmanın temeli olup sonuca ulaşmak için gereken ilk bilgidir." tanımının karşılığıdır?

A) Bilgi

B) Deney

C) Önerme

D) Varsayım

E) Veri

13. Aşağıdakilerden hangisi araştırmanın amaçlarından biri değildir?

A) Bilinmeyenleri ortaya çıkarma

B) Bir konuyla ilgili iyileştirmeler yapma

C) Doğru ve güvenilir bilgiye ulaşma

D) Geçerliliği olan yasaları sorgulama

E) Var olan bir soruna çözüm arama

14. Aşağıdakilerden hangisi varsayımın özelliklerinden biridir?

A) Araştırma verilerinden bağımsız olmalıdır.

B) Gözleme dayalı oluşturulmalıdır.

C) İşlerliği bilimsel alan çerçevesinde olmalıdır.

D) Öznel yargılarla oluşturulmalıdır.

E) Var olan bilgileri desteklemelidir.

15. Aşağıdakilerden hangisi araştırma alanı seçimini etkileyen unsurlardan biri değildir?

A) Beceriler

B) Değerler

C) Gündem

D) İnançlar

E) Teknoloji

16. Aşağıdakilerden hangisi gözlem, görüşme ve belge analizleriyle olayların doğal ortamda izlenip sonuçlara varıldığı araştırma türüdür?

A) Deneysel

B) Nicel

C) Nitel

D) Tarihî

E) Temel

17. Aşağıda evren ve örneklem kavramlarıyla ilgili verilen bilgilerden hangisi yanlıştır?

A) Evrenin büyük, geniş olması araştırma sonuçlarının daha genellenebilir olmasını sağlar.

B) Araştırmanın tüm evren üzerinde yapılması fazla maliyet, zaman ve iş gücü gerektirir.

C) Evren ve örneklem arasında nicelik farkı vardır ancak nitelik farkı yoktur.

D) Örneklemin evrende var olan tüm özellikleri taşımasına örneklemin yeterliliği denir.

E) Örneklemin evrenin özelliklerini taşıması, örneklem seçiminin iyi yapıldığını gösterir.

18. Aşağıdakilerden hangisi olasılığa dayalı örneklem belirleme yöntemlerinden biridir?

A) Grup

B) Çapraz

C) Kota

D) Uygun

E) Yaygın

19. Aşağıdakilerden hangisi olasılık dışı örneklem belirleme yöntemlerinden biri değildir?

A) Amaçlı

B) Kartopu

C) Kıstas

D) Kota

E) Uygun

20. Aşağıdakilerden hangisi araştırma planı yazısının ana bölümlerinden biridir?

A) Başlık

B) İçindekiler

C) Kaynakça

D) Ön söz

E) Yorum

4. KAYNAK TARAMASI

ÖĞRENME BİRİMİ

KONULAR

4.1. SÜRELİ YAYINLAR VE İSTATİSTİKİ KAYNAKLAR

4.2. VAKA ÇALIŞMASI

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ ?

- Kaynak taraması yapma
- Süreli yayınlar ve çeşitleri
- İçerik çözümlemesi
- İstatistiki kaynaklar
- Vaka çalışması
- Gözlem çeşitleri

TEMEL KAVRAMLAR

- Kaynak taraması
- Süreli yayın
- İçerik çözümlemesi
- Vaka çalışması
- Gözlem



HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Sizde merak uyandıran konular hakkında hangi kaynaklardan araştırma yapıyorsunuz? Düşüncelerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
2. Bir konu hakkında araştırma yaparken bilginin doğruluğunu nasıl sorguluyorsunuz? Düşüncelerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.

4.1. SÜRELİ YAYINLAR VE İSTATİSTİKİ KAYNAKLAR

Anketörlük çalışmalarında problemin konusu ile ilgili genel bilgiler elde etmek için bilimsel kaynak taraması yapılır. Kaynak taraması yapılırken süreli yayınlar, istatistiki kaynaklar, içerik çözümleri, vaka ve gözlem çalışmalarından faydalanılır.

4.1.1. Kaynak Taraması

Araştırma dilinde yayımlanmış her türlü belgeye (tez, dergi, makale, kitap, mevzuat, akademik yayın yapan genel ağ siteleri, raporlar, kongre vb. etkinliklerde sunulmuş bildiriler) **literatür** adı verilir. **Kaynak taraması,** belirlenen konuyla ilgili mevcut kaynaklarda konuya ait verilerin sistemli şekilde toplanması sürecidir (Görsel 4.1). Kaynak taraması, **literatür taraması** ya da **alan yazını derleme** olarak da bilinir. Araştırmanın en önemli aşamalarından birini oluşturan kaynak taramasında amaç, araştırmacıyı ele alınan konu hakkında bilgilendirmektir.



Görsel 4.43: Kaynak taraması yapan birey



Görsel 4.44: Kütüphanede araştırma yapan birey

Kaynak taramasının aşamaları şunlardır:

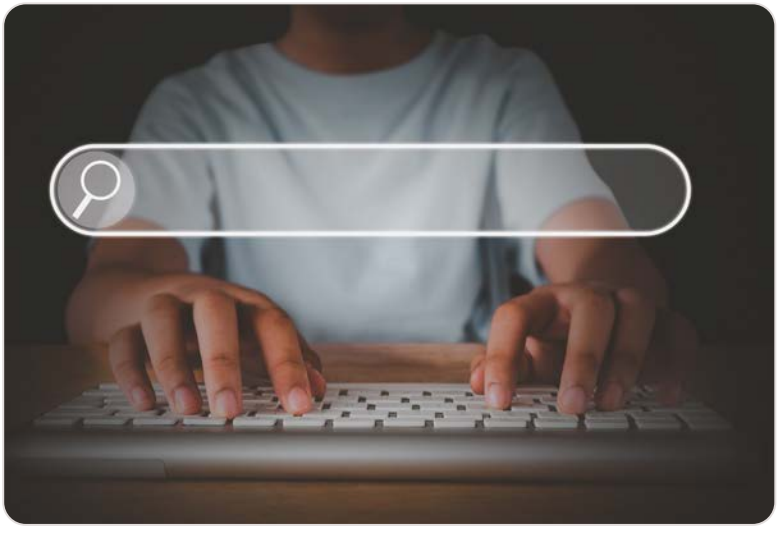
- Araştırmaya başlamadan önce araştırma konusuyla ilgili bilgiler kapsamlı olarak taranır.
- Araştırma problemi alanıyla ilgili kaynak taraması yapılır.
- Araştırma problemiyle ilgili kaynak taraması yapılır.
- Araştırma sonuçlarının yorumlanması ve tartışılması için tarama yapılır.

Kaynak taraması yapılırken en çok birincil ve ikincil kaynaklardan faydalanılır. Birincil kaynaklar, orijinal araştırma çalışmaları ve yazılarından oluşur. Bunlara makale, tez, araştırma raporu ve özgün kitaplar örnek verilebilir. İkincil kaynaklar ise orijinal bir araştırmayı özetler nitelikte olan derleme kitaplar ve makaleler, yıllıklar, ansiklopediler ve kitaplaştırılmış araştırma raporlarından oluşur (Görsel 4.2).

Kaynak taraması yapılırken bilimsel ve kurumsal yayınlardan, politika belgelerinden, konuya uygun görsel ve işitsel çalışmalardan faydalanılır. Gelişen teknolojiyle birlikte birçok kaynak genel ağ ortamına aktarılmıştır (Görsel 4.3). Doğru araştırma sorusu ve anahtar kelimelerle hızlı ve etkin bir kaynak taraması yapılabilir. Kaynak taraması genel ağlarda yapılan rastgele tarama değildir. Çünkü genel ağlardaki bilgilerin kaynağı ve doğruluğu belirsizdir.

Kaynak taraması yapılırken bilgilerin güncel olduğuna dikkat edilmeli ve yeni çalışmalardan başlayıp eskiye doğru gidilmelidir. Genel bilgiler yazılırken elde edilen bilgilerin kaynağı ve kaynaklardan yapılan alıntılar mutlaka belirtilmelidir. Bu hem söylenenleri kanıtlamak hem de bilimsel etik açısından bir zorunluluktur.

Aşağıda metin içerisinde doğrudan **atıf** örneği mevcuttur. Atıf, metin içerisinde verilen bilginin hangi kaynaktan geldiğini gösteren nottur. **Doğrudan atıf**, kaynaktaki cümlelerin aynen kopyalanmasıdır.



Görsel 4.45: Genel ağda kaynak taraması

ÖRNEK KAYNAK TARAMASI

Günümüzde insanların rahat bir yaşam sürdürebilmeleri, bir meslek sahibi olmalarına ve bu mesleği başarılı şekilde sürdürebilmelerine bağlıdır. Bunun için insanların iyi bir mesleki eğitim almış olmaları gerekir. Mesleki eğitim; "Bireye iş hayatında belirli bir meslekle ilgili bilgi, beceri ve iş alışkanlıkları kazandıran ve bireyin yeteneklerini çeşitli yönleriyle geliştiren eğitim" olarak tanımlanmaktadır (Alkan ve diğerleri, 1998).

Mesleki eğitimin amacı, toplumun hedefleri ve iş çevrelerinin talepleri doğrultusunda bireylere belirli bir mesleği yapmak için gereken bilgi, beceri ve yeterlilikleri kazandırmaktır (MEB, 2010). Mesleki ve teknik eğitimde öğretme, öğrenme ve değerlendirme bir süreçtir. Eğitim yaparak, yaşayarak ilkesine dayalı uygulamalı etkinlikler ağırlıklıdır. Okul ve işyeri işbirliği hâlinde çalışılır. Eğitim programları çalışma hayatına yönelik hazırlanır. Öğrenme, atölye, ofis ve laboratuvar gibi ortamlarda gerçekleştirilir. Öğrenciler seçmiş oldukları mesleğe hazırlanır (Karaağaçlı, 2002:115).

Mesleki eğitim uygulamaları ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir (TÜSİAD, 1999). Gelişmiş ülkelerde ortaöğretim öğrencilerinin %65'i mesleki ve teknik liselere, %35'i genel liselere devam etmektedir. Ülkemizde ise mesleki ve teknik eğitime devam eden öğrenci oranı 2012 yılında % 48'dir (MEB, 2012).

Bilgi notu

Kaynak taraması için bazı güvenilir genel ağ kaynakları şunlardır:

* ACADEMIA (academia.edu).
* TÜİK (tuik.gov.tr).
* YÖKTEZ (tez.yok.gov.tr).
* DERGİPARK (dergipark.gov.tr).

ETKİNLİK

Kaynak tarama yıllara göre ne gibi farklılıklar göstermiştir? Konuyla ilgili genel ağ ortamından ve çevrenizdeki büyüklerinizden bilgi toplayınız. Elde ettiğiniz bilgilerle karşılaştırmalı tablo yapınız ve tabloyu sınıf panosunda sergileyiniz.

4.15. SIRA SİZDE

Genel ağ ortamında ilginizi çeken bir konu ile ilgili kaynak taraması yapınız. Bu kaynakları türü ve güvenirliği açısından inceleyiniz.

Elde ettiğiniz sonucu sınıf ortamında arkadaşlarınızla paylaşınız.

4.1.2. Süreli Yayınlar

Süreli yayınlar, ne zaman biteceği belli olmayan , birbirini izleyen ayrı bölümler hâlinde ve genellikle numaralandırılmış olarak yayımlanan süreli kaynaklardır. **Süresiz yayın** ise bir defalık basılmış olan kitap türü eserlerdir. Örneğin üniversitelerin yayımladığı fakülte dergileri süreli yayınken kitaplar, ders notları, bildiri özetleri ise süresiz yayındır. Süreli yayınlar, elektronik ve basılı olabilir. Anketörlük çalışmalarında kaynak taraması yapılırken süreli yayınlardan da büyük ölçüde faydalanılır. Süreli yayın çeşitleri; elektronik ya da basılı gazete, dergi, yıllık faaliyet raporları, monografik dizilerdir (Görsel 4.4). Türk Dil Kurumunun yayımladığı *Türk Dünyası Dil ve Edebiyat Dergisi* süreli yayımlanan dergiler arasında (Altı ayda bir yayımlanır.) yer alır.



Görsel 4.46: Süreli Yayınlar

4.16. SIRA SİZDE

Süreli yayın yapan gazete ve dergi örneklerinden birini seçerek ilk basım yılını ve kaçıncı sayıda olduğunu tespit ediniz.

Elde ettiğiniz sonucu sınıf ortamında arkadaşlarınızla paylaşınız.

4.1.3. İstatistiki Kaynaklar

Anket araştırmalarında konuya göre istatistiksel bilgilere ihtiyaç duyulabilir. **İstatistiksel veri kaynakları**, resmî amaçlar için kullanılan anketler ve istatistiksel raporlardan oluşur. İstatistiki kaynak taramasında istatistik araştırmaları yapan kurumların raporlarından faydalanılır. Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) verileri araştırmalarda sıkça kullanılır. Örneğin kişilerin yaşına göre nüfus dağılımı, mezuniyet durumuna göre işsizlik oranı ya da gelir düzeyleri öğrenilmek isteniyorsa istatistiksel raporlardan faydalanılır (Görsel 4.5).



Görsel 4.47: İstatistiksel raporlar

4.1.4. İçerik Çözümlemesi

Anketörlük çalışmalarında araştırmacı, ilgilendiği konuya dair araştırmasını sürdürürken kullanılan yaygın yöntemlerden biri de içerik çözümlemesidir. Kayıtlı bilgi içeren her türlü görsel, basılı, elektronik ve diğer türden belgelerin analiz edilmesine **içerik çözümleme (içerik analizi)** denir. İçerik çözümlemesinde amaç metin içerisindeki anlamların keşfedilmesidir (Görsel 4.6). Araştırmacı, içerik analizini gerçekleştirmek için sembol ve anlamların objektif ve sistematik kodlamalarını yapar.

4.17. SIRA SİZDE

Türkiye İstatistik Kurumu ve MEB Strateji Başkanlığının sitesinde yer alan resmî istatistikleri inceleyiniz. İlginizi çeken istatistik sonuçlarını sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

İletişim kanalları aracılığıyla gazete, dergi, reklam, dizi, sinema filmleri, resim, video, sosyal medya içerikleri, grafiti ve afişlerin içerik çözümlemeleri de yapılmaktadır. Araştırma konusuna göre müzik, kıyafet, sanat eseri gibi birçok alanda içerik çözümlemesi yapılabilir. İçerik çözümlemelerinde resmî belge ve meclis tartışmaları ile politikacıların konuşmalarından da faydalanılır.



Görsel 4.48: İçerik çözümlemesi

4.2. UYGULAMA

KAYNAK TARAMASI YAPMA

Görev	Bu uygulamada sizden iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alarak kendi belirleyeceğiniz araştırma konusuyla ilgili kaynak taraması yapıp edindiğiniz bilgileri yazmanız istenmektedir.
Süre	3 ders saati
Ortam	Halkla ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, Ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Araştırma konunuzu belirleyiniz.
2. Araştırma konusuyla ilgili kaynak taraması yapınız.
3. Farklı kaynaklardan yararlanarak araştırma konunuz hakkında 1-2 sayfayı geçmeyecek şekilde genel bilgiler veriniz.
4. Farklı kaynakları okuyarak edindiğiniz bilgileri kendi cümlelerinizle özetleyerek yazınız.
5. Kaynaktaki hâliyle aynen yazılması gereken kısımları alıntı yapma kurallarına dikkat ederek yazınız.
6. Hazırladığınız kelime işlemci dosyasını, "Genel Bilgiler" ismiyle bilgisayarınızda oluşturacağınız "Anket Raporu" klasörünün içine kaydediniz.

KONTROL LİSTESİ

ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:
SINIFI-NO.:	

ÖLÇÜTLER	EVET	HAYIR
1. Araştırma konusu belirledi.		
2. Araştırma konusu ile ilgili kaynak taraması yaptı.		
3. Araştırma konusu hakkında genel bilgiler verdi.		
4. Alıntı yapma kurallarına uygun yazdı.		
5. Verilen sürede tamamladı.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

4.2. VAKA ÇALIŞMASI

Vaka çalışması, sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda kullanılan bir araştırma yöntemidir. Vakanın sözlük anlamı "olay, hadise"dir. Tek bir durum ya da olayın derinlemesine incelendiği, bilgilerin sistemli şekilde toplandığı ve gerçek ortamda neler olduğuna bakıldığı araştırma yöntemine **vaka çalışması** denir. Vaka çalışması literatürde farklı isimlerle de bilinir. Bunlar durum çalışması, örnek olay çalışması, olay incelemesi gibidir. Vaka çalışması, elde edilen sonuçlarla olayın neden o şekilde oluştuğu ve gelecek çalışmalarda nelere odaklanılması gerektiğini ortaya koyar. Aynı zamanda geniş bir çalışma alanını kolay anlaşılabilir hâle getirmek için kullanılan bir ekip çalışmasıdır (Görsel 4.7). Belirli bir konuda ayrıntılı bilgi edinmeye çalışılır. Vaka çalışmasının amacı çalışma için seçilen durumu anlamaktır. Vaka çalışmalarında elde edilen bilgiler analiz edilir ve ana sorunları en iyi şekilde sonuca bağlayacak belli çözümler sunulur.



Görsel 4.49: Vaka çalışması ekibi

Son yıllarda özellikle iş dünyasında çeşitli durumlarda karşılaşılan problemlerin belirli bir mantık çerçevesinde ana fikir oluşturularak ana probleme uyarlanması ve çözümüne ilişkin verilere ulaşılması vaka çalışması olarak ifade edilir. Vaka çalışması, kurumsal iş durumunu ele alan ve veriler içeren çalışmalardan oluşur. Kurumların güncel durumları hakkında bir vaka çalışması yapılması için birçok materyal kullanılır. Vaka çalışması sırasında geçmişe dayalı raporlar, anketler, istatistiksel veriler vb. birçok veriden faydalanılabilir. Vaka çalışması sonunda rapor hazırlanır. Gelecek dönemde konuyla ilgili planlama yapılırken vaka çalışması raporundan faydalanılır.

Vaka çalışması aşamaları şunlardır:

- İncelenecek vaka veya durumun tanımlanması
- Verilerin toplanması

- Verilerin analiz edilmesi
- Sonuçların görsel ve yazılı sunumu
- Sonuçlara dayanarak çözüm önerilerinin sunulması

Vaka çalışmaları; sosyal bilimler, pazarlama, sağlık, eğitim, hukuk ve ekonomi gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Eğitim alanında öğrenci devamsızlığının neden ve sonuçlarının incelenmesi, pazarlama alanında bir markanın ürün lansmanı sürecinin incelenmesi vaka çalışması örneklerindendir.

4.2.1. Gözlem

Gözlem yöntemi, nitel araştırma yöntemleri arasında en çok kullanılan tekniklerden biridir. Bir araştırma konusu hakkında bilgi toplamak amacıyla olayların, nesnelerin ve durumların sistemli olarak incelenmesi ve betimlenmesine **gözlem** denir. Araştırma konusu ile ilgili ayrıntılı bilgiye ulaşmak isteyen araştırmacılar sıkça gözlem yöntemine başvurur. Gözlemden önce tam olarak ne ile ilgili bilgi elde edilmek istendiği açıkça belirtilmelidir. Gözlem yönteminde bilgi, araştırmacının doğrudan kendi gözlemi yoluyla elde edilir. Gözlemde araştırmacının tarafsız olması gerekir. Ayrıca gözlemi yapan kişi hem gözlediği konu ile ilgili hem de bu veri toplama yöntemi ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmalıdır. Araştırmacılar; araştırma konusu hakkında ilk elden bilgi almak için çevrelerini izler, dinler, konu hakkında notlar alır ve video/ses kaydederler. Gözlem türleri katılımcı ve katılımcı olmayan gözlem olarak ikiye ayrılır (Şema 4.1).

4.18. SIRA SİZDE

1) Genel ağ ortamında vaka çalışması örneklerini inceleyiniz.

2) Örnekler ışığında üçer kişilik gruplar oluşturarak ilgi duyduğunuz bir alanla ilgili vaka çalışması yapılış aşamalarına uyarak çalışmanızı yapınız.

Yaptığınız grup çalışmasını sınıf ortamında arkadaşlarınızla paylaşınız.



Şema 4.3: Gözlem türleri

Katılımcı Gözlem: Araştırmacının araştırılan konunun bulunduğu ortama veya yaşama katıldığı gözlem türüdür (Görsel 4.8). Gözlemci, araştırma aracıdır. Anlamlı verilerin elde edilmesi için derin bir duyarlılığa ve kişisel özelliklere sahip olmalıdır.



Görsel 4.50: Katılımcı Gözlem

Katılımcı Olmayan Gözlem: Araştırmacı, konunun bulunduğu ortama girmekten çok ortamı dışarıdan gözlemleyerek veri toplamaya çalışır. Gözlemci, dışarıdan müdahalede bulunmadan gözlem yapar.

Gözlemin aşamaları şunlardır:

- Araştırma konusu hakkında amaçların belirlenmesi
- Gözlenecek kişilerin kararlaştırılması
- Araştırma yapılacak ortamdaki kişilere ulaşılması
- Araştırma konusuna uygun gözlem yönteminin belirlenmesi
- Gözlemin gerçekleşmesi
- Verilerin kaydedilmesi
- Verilerin analizi
- Elde edilen sonuçların raporlanması

4.19. SIRA SİZDE

"Sinema izleyicilerinin olumsuz davranışlarının incelenmesi" bir gözlem konusudur. Siz de okul kantininde öğrencilerin sıraya girerek mi yoksa sıraya girmeden mi alışveriş yaptıklarını gözlem aşamalarına dikkat ederek bir gün boyunca gözlemleyiniz.

Elde ettiğiniz sonuçları sınıf ortamında arkadaşlarınızla paylaşınız.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.

1. ( ) Kaynak taramasının bir diğer adı da alan yazını derlemesidir.

2. ( ) İçerik çözümlemesinde sadece kitaplardan faydalanılır.

3. ( ) Katılımcı gözlemde araştırmacı araştırma aracıdır.

4. ( ) Kaynak taraması genel ağlardan yapılan rastgele taramalardan oluşur.

B) Aşağıdaki cümlelerde yer alan boşlukları uygun ifadelerle doldurunuz.

5. Ne zaman biteceği belli olmayan, birbirini izleyen ayrı bölümler hâlinde yayımlanan kaynaklara …… denir.

6. İstatistiksel raporlar ve resmî amaçlar için kullanılan …… istatistiksel veri kaynaklarını oluşturur.

7. Vaka çalışmasında araştırmacı belirli bir konuda …… bilgi edinmeye çalışır.

8. Gözlem türleri …… ve katılımcı olmayan olmak üzere ikiye ayrılır.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

9. Aşağıdakilerden hangisi süresiz yayındır?

A) Basılı gazete
B) Bildiri özeti
C) Elektronik dergi
D) Monografik dizi
E) Yıllık faaliyet raporu

10. Aşağıdakilerden hangisi kaynak taramasında ikincil kaynaklardan biridir?

A) Ansiklopediler
B) Araştırma raporu
C) Makale
D) Özgün kitaplar
E) Tez

11. Aşağıdakilerden hangisi kaynak taraması aşamalarından biri değildir?

A) Araştırma konusuyla ilgili bilgiler kapsamlı olarak taranır.
B) Araştırma problemi alanıyla ilgili kaynak taraması yapılır.
C) Araştırma problemiyle ilgili kaynak taraması yapılır.
D) Araştırma sonuçlarının yorumlanması ve tartışılması için tarama yapılır.
E) Araştırma sunumu için kaynak taraması yapılır.

12. Aşağıda verilen veri analizi aşamalarından hangisi doğru değildir?

A) Durumun tanımlanması
B) Verilerin toplanması
C) Verilerin analiz edilmesi
D) Sonuçların değerlendirilmesi
E) Çözüm önerilerinin sunulması

Notlar

5. ANKET HAZIRLAMA VE UYGULAMA

ÖĞRENME BİRİMİ

KONULAR

5.1. ANKET İÇİN ÖN HAZIRLIK
5.2. SORU HAZIRLAMA
5.3. ANKETİ HEDEF KİTLEYE ULAŞTIRMA
5.4. HEDEF KİTLEYİ BİLGİLENDİRME
5.5. ANKET UYGULAMA

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ ?

- Anket ile ilgili kavramları açıklama
- Kullanılacak anket türüne göre soru seçme
- Anketlerin hedef kitleye ulaşma aşamalarını açıklama
- Anketin uygulanacağı hedef kitleyi çalışma hakkında bilgilendirme
- Anket çalışmasını uygulama

TEMEL KAVRAMLAR

- Anket
- Anket yöntemi
- Ön hazırlık
- Açık uçlu soru
- Kapalı uçlu soru
- Anket yönteminde ölçme ve ölçek
- Hedef kitle belirleme
- Anketör
- Anket uygulama



HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Anket çalışmaları hakkında ne düşünüyorsunuz? Arkadaşlarınızla birlikte değerlendiriniz.
2. Soru denildiğinde aklınıza gelenleri arkadaşlarınızla paylaşınız.

5.1. ANKET İÇİN ÖN HAZIRLIK

Anket; kamuoyu ve piyasa araştırması, sosyal bilimler ve diğer bilim dallarında kaynak tarama, istatistiki verilerden yararlanma, araştırma yapma ve sonuçlarını değerlendirme gibi çalışmalarda kullanılan en önemli bilgi toplama yöntemidir.

Anket, kişilerin bireysel farklılıkları, yaşam koşulları, görüşleri ve herhangi bir şeye karşı duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını belirleyebilmeye yönelik onlara sorulan sorulardan oluşan bir araştırma materyalidir. Birincil kaynaklardan kısa sürede daha fazla veriye ulaşabilmek ve bilgi toplamak için sıklıkla kullanılan bir yöntemdir.

Bilgi toplama yöntemi olarak anket; akademik çalışmalar, siyaset, medya, iş, eğitim, sağlık vb. alanlarda sıklıkla kullanılır. Ayrıca insan ve toplum davranış analizleri için psikolog ve sosyologlar tarafından da tercih edilir. Son yıllarda halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama çalışmaları işletmeler için büyük önem taşımaktadır. Anket; işletmelerin potansiyel müşterilerinin davranışları, tercihleri ve işletmeyle ilgili düşünceleri hakkında bilgi sahibi olabilmeleri, müşteri memnuniyetini ölçebilmeleri amacıyla ticari çalışmalarda kullandıkları en önemli bilgi toplama yöntemlerinden birisidir.



Görsel 5.51: Sokakta anket çalışması

Anket artık hayatın her alanında sokakta yürürken, bir parkta otururken, bir ürün ya da hizmet satın alındığında ya da evimize gelen bir sipariş sonrasında karşımıza çıkmaktadır (Görsel 5.1). Anket yapılabilmesi için anket yöntemi ile ilgili kavramları bilmek gerekir.

5.1.1. Anket Yöntemi

Sosyal bilimlerde veri toplama yöntemlerinden olan anket, sözlü veya yazılı olarak yapılır. Anket yönteminin amacı bir evren ya da örneklem üzerinden sistemli olarak veri elde edebilmektir. Bunun için evren ya da örneklem üzerinden küçük bir temsil seçilir ve sorular üzerinden veri toplanarak belirli genellemeler yapılır. Bireyden istenen bilgiler yüz yüze görüşerek ya da posta, telefon ve internet ortamında elde edilebilir. Aynı araştırmada bu yöntemlerin biri veya birkaçı birlikte de kullanılabilir.

Anket yöntemi ile bireylerin kişilik özellikleri, bir konu hakkındaki beklentileri, tutumları, algıları tercihleri ve davranışları ile ilgili bilgiler toplanır. Anket yöntemi ile gelir, üretim, ücret, tüketim, harcama, işsizlik vb. nicel özelliklerin yanında; beklenti, stres, başarı, memnuniyet, hoşgörü, zekâ, vb. nitel özellikler de ölçülebilmektedir.

Anket yöntemini uygulamak için bazı konuların göz önüne alınması gerekir. Bu konular şunlardır:

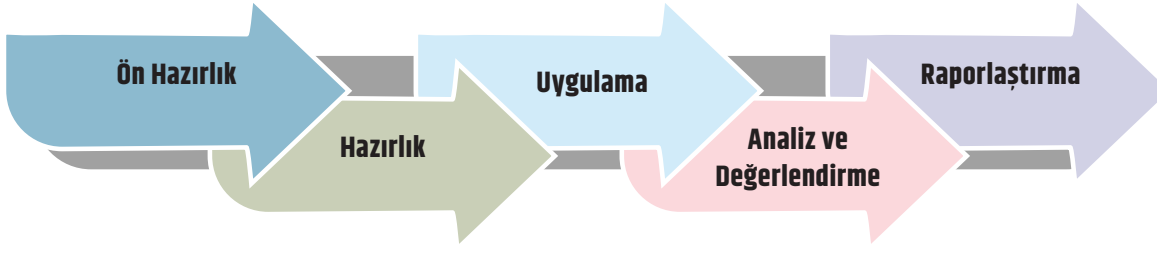
- Araştırma için konunun anket çalışmasına uygun olması
- Kişilerin bilgi verebileceği konu ve olguların anket için uygun olması
- Soruların konuyla ilgili ve yanıtlanabilir olması
- Ölçek kullanılabilir olması
- Konu ve soruların yasak ve sakıncalı bilgiler içermemesi

- Kişilerin ankete katılım konusunda zorlanmaması
- Soruların yönlendirici olmaması
- Ankete yeterli sayıda katılım sağlanmış olması

Bilgi toplama yöntemi olarak anketin seçilmesi araştırma yapılan alana, araştırma konusuna, kaynak durumuna ve zamana göre belirlenir. Anket yöntemine başvurma nedenleri oluşsa bile birçok aşaması olan zor bir yöntem olduğu bilinmelidir. Çünkü araştırmaların etkinliği ve geçerliliği doğru yöntem seçilmesinin yanında bu yöntemin her aşamasının doğru uygulanmasına da bağlıdır.

5.1.2. Anket Yönteminin Aşamaları

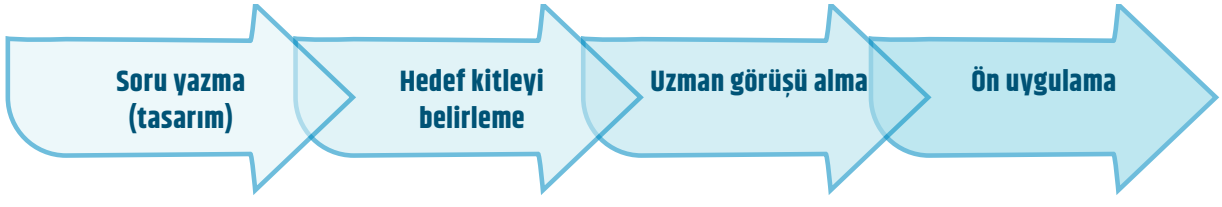
Anket yöntemi; ön hazırlık çalışması, hazırlık çalışması, uygulama, analiz-değerlendirme ve raporlaştırma aşamalarından oluşmaktadır (Şema 5.1).



Şema 5.4: Anket yönteminin aşamaları

A) Ön Hazırlık Aşaması: Anket yönteminin aşamaları anketin yapılmasına, konunun ve anket sorusunun tanımlanmasına, varsayımın ve anket yönteminin belirlenmesine karar verilen ön hazırlık çalışmaları ile başlar. Ön hazırlık aşaması tamamlandıktan sonra araştırmacı hazırlık aşamasını planlamalıdır.

B) Hazırlık Aşaması: Anket ön hazırlık aşamasında anket hazırlama kararı alındı ise hazırlık aşaması; soru yazma (tasarım), hedef kitleyi belirleme, uzman görüşü alma ve ön uygulama şeklinde planlanmalıdır (Şema 5.2).



Şema 5.5: Anket hazırlık aşamaları

Hazırlık aşamasında araştırmacı, yanıtını arayacağı bilgilerin toplanmasına yönelik soruları yazma aşamasını hazırlar. Araştırmacı içerik değerlendirmesi yaparak anket için soruları açık uçlu, kapalı uçlu ve karma sorular olarak hazırlayabilir. Soru yazma, soru havuzundan soruların seçilmesi ve anket taslak formunun hazırlanması ile tamamlanır.

Sorular hazırlandıktan sonra bu soruların kimler tarafından doldurulacağı başka bir ifade ile anketin hedef kitlesi ve hedef kitleye ulaşma çalışmaları belirlenir. Bu aşamada anket konusu için en uygun hedef kitlenin kimlerden oluşacağı ile ilgili özelliklerin belirlenmesi ve hedef kitleye ulaşılması gerekir.

Uzman görüşü alma aşamasında, anketin kapsam geçerliliği ile ilgili uzman görüşüne başvurulur. Araştırmacı, uzmanlardan ankette yer alan soruları uzman değerlendirme formundan yararlanarak değerlendirmelerini ister. Soruların uygunluğu ile ilgili uzman görüşü seçenekler verilerek alınır, eleştirilere göre düzeltmeler yapılır.

Hazırlık çalışmasının son aşaması anketin ön uygulama formunun doldurulmasıdır. Hedef kitleden seçilecek bir örneklem üzerinde uygulanmak için ön uygulama formu hazırlanır. **Ön uygulama**, anketin hedef kitlesinin benzer özelliklerine sahip küçük bir grup üzerinde uygulanmasıdır.

C) Uygulama Aşaması: Bu aşamada ulaşılabilen cevaplayıcılardan daha önceden belirlenen uygulama yöntemiyle soru formunun yanıtları alınır.

Ç) Analiz ve Değerlendirme: Bu aşamada anket yönteminde elde edilen verilerin uygunsa deney, gözlem ve alan yazını verileri ile desteklenmesi ve bilgilerin bilgisayar ortamında veri oluşturularak kaydedilmesi, analiz ve değerlendirmesi yapılır.

D) Raporlaştırma: Anket çalışması ile veriler elde edilip değerlendirildikten sonra anket çalışmasının son aşaması olan anket raporu hazırlanır. Anket verilerinin raporlaştırılması ile anket tamamlanmış olur.

5.1.3. Anket İçin Ön Hazırlık Çalışmaları

Anket, çok tercih edilen bir veri toplama yöntemi olmakla birlikte ancak uygun kullanıldığı zaman iyi sonuçlar verebilir. Çünkü anket çalışması ön hazırlık, hazırlık, uygulama, elde edilen sonuçları analiz-değerlendirme ve raporlaştırmadan oluşan zorlu bir süreçtir. Bu nedenle anket yöntemi tercih edilmeden önce ön hazırlık çalışması yapılmalıdır (Şema 5.3).



Şema 5.6: Anket için ön hazırlık çalışmasının aşamaları

A) Anket Tercih Edilmeli mi?

Araştırma yöntemlerinden anket kullanılarak elde edilmek istenen bilgilere daha kolay ve az masraflı farklı bir araştırma yöntemi ile ulaşılabilir. Farklı bir yöntemle istenen bilgilere ulaşabilmek mümkün

olamayacaksa anket tercih edilmelidir. Ön hazırlık çalışmasında ilk yapılması gereken "Araştırma yöntemi için anket tercih edilmeli midir?" sorusunun araştırılmasıdır (Görsel 5.2).

Bunun için şu soruların dikkate alınması gerekir:

- Araştırma konusu ile ilgili daha önce anket yapılmış mı?
- Başka bir amaç için yapılan çalışmalar işe yarayabilir mi?
- Araştırma için uzman görüşü yeterli olabilir mi?
- İstenilen bilgi başka yöntemlerle de elde edilebilir mi?



Görsel 5.52: Anket tercihine karar verme

Bu sorulara verilen yanıtlara göre anket yönteminin tercih edilmesi doğru olacaksa bilgi toplama yöntemi olarak anket seçilmelidir.

B) Konunun Tanımlanması

Anket hazırlıklarına başlamadan önce araştırılması planlanan konunun belirlenmesi, sonraki aşamaların sağlıklı yapılmasını sağlayacaktır. Bu aşamada yapılması gereken, anketin hangi amaç için hazırlanacağını belirlemektir. Konu ne kadar iyi ifade edilirse araştırma da ona göre yönlenecektir. Bu nedenle araştırmacının çalışmada neyi, nasıl yapacağını ve sonucunda ne elde edeceğini önceden belirlemesi gerekir.

Anket konusunun iyi belirlenmesi ve konu hakkında veri toplanıp toplanamayacağının araştırılması gerekir. Konuyu tanımlamanın sistemli yapılması anketin genel amaç ve alt amaçlarını oluşturmayı kolaylaştırır. Anket konusunun net belirlenmesi, araştırmacının hazırlanacak anket formunu doğru tasarlamasını sağlayacaktır. Örneğin tüketim eğilimleri ile ilgili bir araştırma için kadın ve erkek tüketicilerin tüketim eğilimleri konusu ele alınarak anket formu hazırlanabilir.

5.20. SIRA SİZDE

Anket yöntemini kullanmak için dikkat edilmesi gereken konular bölümünü tekrar inceleyerek anket hazırlayıp uygulayabileceğiniz bir konu belirleyiniz.

C) Anket Sorusunun Tanımlanması

Ankette araştırılacak konu ne kadar iyi tanımlanırsa araştırmanın amaçları da o kadar açık ve net şekilde belirlenebilir. Bu nedenle konuyu net tanımlayacak bir sorunun belirlenmesi gerekir (Görsel 5.3). Sorunun tanımlanması, belirlenen konu hakkında olumsuz bir şeylerin olması nedeni ile bu olumsuzlukların ne olduğunun ortaya çıkarılması için de önemlidir.



Görsel 5.53: Araştırma sorusunu belirleme

5.21. SIRA SİZDE

Anket hazırlamak için belirlediğiniz konuyu en iyi sınırlandıracak bir soru belirleyiniz.

Ç) Varsayımın Belirlenmesi

Anketin analiz ve değerlendirmesi varsayım ile yapılabilir. Varsayım iki ya da daha fazla değişken arasında ilişki kurmak ve bir nedene bağlamak için hazırlanan önermeden oluşur. Anket konusunun analizi ve değerlendirilebilmesi için varsayımının belirlenmesi gerekir. Varsayımlar belirlenerek araştırmanın dağınıklığı giderilir ve araştırma konusu sadeleşir.

Varsayımın belirlenmesi ile konu daraltılarak test edilebilir, rakamsal hâle getirilebilir ve araştırma yapılan konu açıklanabilir. Varsayımlar, değişkenler arasındaki benzerlik ya da farkları yargı ile ifade etmelidir. Örneğin "Kadın ve erkek tüketicilerin tüketim eğilimleri farklıdır." varsayımı için kadın ve erkek değişkenler arasında tüketim eğilimleri analiz edilerek varsayım değerlendirilir.

5.22. SIRA SİZDE

Anket konusunun analizi ve değerlendirilebilmesi için seçtiğiniz anket konusu ile ilgili test edilebilir, rakamsal hâle getirilebilir bir varsayım belirleyiniz.

D) Anket Türünün Belirlenmesi

Anket çalışmalarında kullanılacak yöntemi belirlemek, verilecek en önemli kararlardan biridir. Araştırma için gerekli bilgiler anket yöntemlerinden biri kullanılarak elde edilebilir. Bu karar alınırken farklı anket yöntemlerinin olumlu ve olumsuz yönleri bilinmelidir.

1. **Yüz Yüze Anketler:** Eğitimli anketörler tarafından bir konu ya da araştırma hakkında gerek duyulan verilerin evde, iş yerinde, işletme ya da sokakta önceden randevu alınarak veya randevusuz doğrudan görüşmelerle yapılan anketlerdir. Bu tür anketler, deneyimli ve eğitimli görüşmeciler tarafından gerçekleştirilir. Yüz yüze anketin olumlu yönleri şunlardır:
   - Anketin önemi ve gizliliği anlatılarak daha doğru yanıtlar alınabilir.
   - Görsel ürünler kullanılarak cevaplayıcıya sorular yöneltilebilir (Örneğin ürünün kullanılması ve sonrasında anketin yapılması).
   - Anlaşılması zor soruların anketörler tarafından açıklaması yapılabilir.
   - Detaylı ve karmaşık soruların yanıtlanması kolaylaştırılır.
   - Anketörün kontrolü altında olduğu için yapılabilecek hatalar ve eksiklikler anında giderilebilir.
   - Ulaşılması zor kişilere (evsiz insanlar, madde bağımlıları, cezaevindeki hükümlüler vb.) bu yöntemle daha kolay ulaşılabilir.

   Yüz yüze anketin olumsuz yönleri şunlardır:
   - Anketörler, cevaplayıcıları yönlendirerek sonuçların yanlı olmasına neden olabilir ve anketin güvenirliğini azaltabilir.
   - Bu yöntemde anketör için ulaşım, iş gücü gibi giderler nedeniyle maliyet yükselir.
   - Cevaplayıcının uygun zamanını bularak görüşme yapmak zor olabilir.
   - Anketörler, görüşme yapacağı kişi ve sayılarını olması gerektiği gibi yapmayarak ölçüm hatalarına neden olabilir.
   - Sonuçların değerlendirilme süreci uzun olabilir.

2. **Posta Anketleri:** Hazırlanan anket sorularının, önceden belirlenen adreslere posta ile gönderilerek onlardan yanıt istenmesidir. Posta ile anketin yanına bir ön mektup veya açıklama eklenerek anket konusunda bilgilendirme yapılır. Yanıtlar, posta ile alınır veya elden toplanması sağlanır.

   Posta anketlerinin olumlu yönleri şunlardır:

   - İş gücü, maliyet ve zaman olarak en az kaynak gerektiren anketlerdir.
   - Cevaplayıcılar, anketörün baskısı ve görüşlerinden etkilenmezler.
   - Sorular yazılı gönderildiğinden anketörün vurgu ve yanlış okuma hatasından etkilenmezler.
   - Örneklem hatası daha az maliyetle en aza indirilir.
   - Anketör, cevaplayıcının sosyoekonomik durumu ve siyasi görüşünden etkilenmez.
   - Cevaplayıcı, anketörün doğru olarak düşündüğü soruların yanıtlarına eğilim göstermez.
   - Anketin o an tamamlanması gibi bir durum olmadığı için cevaplayıcı, soruları uygun bir zamanda yanıtlayabilir.

   Posta anketlerinin olumsuz yönleri şunlardır:

   - Soruların cevaplayıcının kendisi tarafından yanıtlandığı bilinemez.
   - Soruları cevaplayıcının tam olarak anlayarak yanıtladığı bilinemez.
   - Anketör yanıtlanamayan sorular için uyarı yapamaz.
   - Anket soruları yanıtlanırken oluşabilecek sorunların çözümü zordur.
   - Eğitimsiz kişilere uygulanan anketlerin yanıtlanma oranı düşüktür.
   - Bu anketlerin hatasız doldurulmasını sağlamak zordur.
   - Soruların ulaşması ve yanıtların geri dönmesi uzun zaman alabilir.
   - Adres değişikliği gibi durumlar varsa cevaplayıcıya ulaşmak zorlaşabilir.

3. **Telefon Anketleri:** İstenen veriler, anketörler tarafından soruların telefonda sorulmasıyla elde edilir. Cevaplar, soru kâğıdı üzerinde işaretlenir veya ses kaydedilir. Bu geleneksel yoldan başka telefonla anket yapmanın yeni teknolojileri (internet destekli telefon görüşmesi) kullanılır. İnternet destekli telefon görüşmesi, cevaplayıcıya sorular sorulması ve cevaplayıcının telefon tuşlarında yer alan numaralara karşılık gelen seçeneklerle yanıt vermesi şeklinde gerçekleşir.

   Telefon anketlerinin olumlu yönleri şunlardır:

   - Sonuçlar kısa sürede alınabilir.
   - Diğer yöntemlere göre daha az mali ve iş gücü kaynağı gerektirir.
   - Uygulamayla ilgili sorunlar kısa zamanda çözülür.
   - Anketör, cevaplayıcıyı ikna ederek yanıtlama oranını arttırabilir.
   - Cevaplayıcı, anketörle yüz yüze gelmediğinden cevaplayıcının etkilenme oranı düşer.

   Telefon anketlerinin olumsuz yönleri şunlardır:

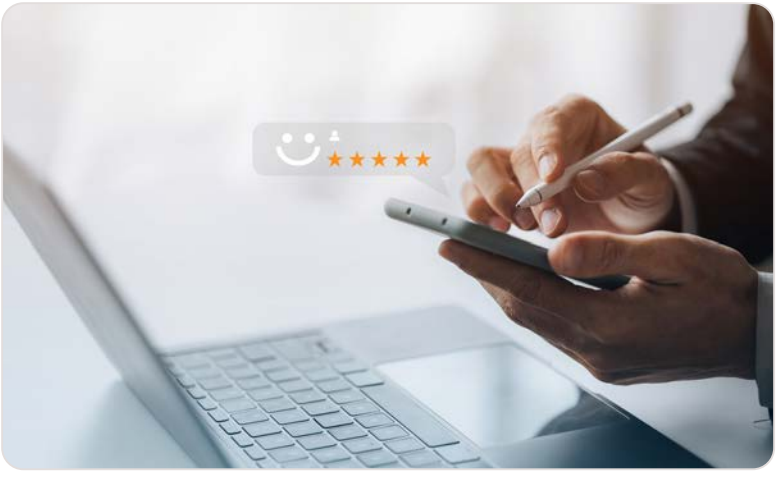
   - Yanıtlanma oranı yüz yüze görüşmeye göre daha azdır.
   - Cevaplayıcı, ankete ayıracağı zamanı zahmet olarak görebilir.
   - Görüntülü görüşmeler kullanılmıyorsa görseller kullanılamaz.

- Anketörler cevaplayıcılar üzerinde daha az kontrole sahiptir.
- Cevaplayıcının telefonunun iptali, numara değişikliği, kapalı olma gibi durumları olabilir.
- Anketörlerin ses tonu ve vurgulu konuşmaları cevaplayıcıları belli seçeneklere yönlendirebilir.

4. **İnternet Anketleri:** Bu anket, posta anketlerinin internet ortamındaki biçimi gibidir (Görsel 5.4). Bu yöntemde soru formu internet ile gönderilir, soruların yanıtlanması istenir. İnternet anketleri son yıllarda en çok kullanılan anket yöntemi olmuştur. Çünkü internet erişimi olan hemen hemen herkes bir mesafe kısıtlaması olmadan anket oluşturabilir, gönderebilir ve geri bildirimde bulunabilir.

İnternet anketlerinin olumlu yönleri şunlardır:

- Sorulara verilen yanıtların bilgisayara girilmesiyle veri toplama süreci azalır.
- İnternete her an ulaşılabildiği için zaman sorunu olmaz.
- Bu yöntemde iş gücü ve bunun gibi masraflar yoktur.
- Kayıp veri oluşmaz.
- Ankette bazı seçenekler unutulursa sistem uyarıda bulunur.



Görsel 5.54: İnternet anketi cevaplama

- Sorular yönlendirmelerle otomatik olarak yapıldığı için baskı ve yönlendirme hataları olmaz.

İnternet anketlerinin olumsuz yönleri şunlardır:

- Eğitimsiz kişilere uygulanan anketlerin yanıtlanma oranı düşüktür.
- Anketin geri dönme olasılığı zayıftır.
- Soruların doğru kişiler tarafından yanıtlandığı, başka kişilerden yardım alınıp alınmadığı bilinemez.
- Cevaplayıcıların internet erişimi olmayabilir.
- Cevaplama elektronik ortamda yapıldığından bu ankete daha az güven duyulabilir.
- Cevaplama anketör yardımıyla yapılmadığından sorularda yanlış anlamalar oluşabilir.

5. **Karma Anketler:** Araştırma konusuna göre tek bir anket yönteminin yeterli olmayacağı durumlarda birden fazla anket yöntemi birlikte kullanılarak karma bir yöntem tercih edilebilir. En fazla kullanılan yöntem, yüz yüze ve telefon anketleri ile posta anketinin birlikte kullanımıdır. Anket, anketörler tarafından ev ya da iş yerlerine ulaştırılır ya da anketör telefonla görüşüp formun doldurulduktan sonra posta yoluyla gönderilmesini isteyebilir.

ANKET İÇİN ÖN HAZIRLIK ÇALIŞMASI YAPMA

5.3. UYGULAMA

Görev	Bu uygulamada iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alınız. Bu çalışmada sizden anket ve anket yöntemi ile ilgili kavramları göz önüne alarak anket için ön hazırlık çalışması yapmanız beklenmektedir.
Süre	3 ders saati
Ortam	Halkla Ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Anket hazırlayıp uygulama yapabileceğiniz bir konu belirleyiniz.
2. Anketin araştırma konusunu tanımlayınız.
3. Anket sorusunu tanımlayınız.
4. Varsayımı belirleyiniz.
5. Yapacağınız anket türünü belirleyiniz.
6. Anket ön hazırlık çalışmasını verilen sürede tamamlayınız.

KONTROL LİSTESİ

ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:	
SINIFI-NO.:		
ÖLÇÜTLER	**EVET**	**HAYIR**
1. Bir anket konusu belirledi.		
2. Anket konusunu tanımladı.		
3. Anket sorusunu tanımladı.		
4. Varsayımı belirledi.		
5. Anket türünü belirledi.		
6. Çalışmayı verilen sürede tamamladı.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

5.2. ANKET TÜRÜNE GÖRE SORU SEÇİMİ



Görsel 5.55: Soru formu tasarımı

Araştırma ve bilgiye ulaşmada anket yöntemi, anket yönteminde de soruların hazırlanması büyük önem taşır. Anket yönteminin başarısı, büyük oranda anket sorularının iyi düzenlenmiş olmasına bağlıdır. Anket sorularını hazırlamak araştırmanın en önemli konusudur. Sorular ve maddelerin uygun biçimde oluşturulması veri toplamayı, etkili değerlendirmeyi ve sonuç almayı kolaylaştırır. Anket soruları hazırlanırken soruların anket içerisine nasıl yerleştirileceği konusu da önemlidir. Anket soru formu (tasarımı), dikkatli hazırlanmazsa anket sonucunu olumsuz etkileyecek önemli hatalar yapılabilir (Görsel 5.5).

Araştırmacının soruların tasarlanmasında ve yazımında konu ile ilgili daha önce yapılan benzeri araştırmalarda kullanılan soruları ve maddeleri incelemesi ve alan yazınında taraması önemli kolaylıklar sağlar. Anketlerde kullanılan soru türleri ve hangi anket yönteminde hangi soru türlerinin daha yararlı olacağı bilinmelidir. Bunun için ise öncelikle anketlerde kullanılacak soru türlerinin belirlenmesi gerekir.

5.2.1. Biçimine Göre Anket Soruları

Anket soruları, yanıt seçeneklerinin biçimine göre açık uçlu (yapılandırılmamış), kapalı uçlu (yapılandırılmış) sorular ve bu ikisinin birlikte kullanılması ile oluşturulan karma sorular olmak üzere 3'e ayrılır.

A) Açık Uçlu Sorular

Açık uçlu sorular, belirli bir konu ile ilgili ayrıntılı bilgi almak için cevaplayıcılardan özgürce yanıt vermeleri istenmesi durumunda tercih edilen sorulardır. Açık uçlu sorular, araştırmacı tarafından seçenekler sunulmadan katılımcının belirli bir konu ile ilgili düşüncelerini ifade etmesidir. Bunlara **yapılandırılmamış sorular** da denir. Bu sorularla cevaplayıcıya özgürce, kendi seçtiği kelime ve kavramlarla istediği gibi yanıtlayabilme olanağı tanınır. Açık uçlu sorulara da birbirinden çok farklı yanıt alınması mümkündür. Araştırmacının beklemediği veya planlamadığı yanıtlar alması, araştırma için daha çok ve daha ayrıntılı bilgiye ulaşılmasını sağlayacaktır.

Açık uçlu soru örnekleri:

- Aldığınız ürünleri hangi amaçlarla kullanacaksınız?

- X bankasını tercih etme nedenleriniz nelerdir?

- Bu markanın size hangi avantajları sağlayacağını düşünüyorsunuz?

-Yükseköğrenim yapmak için bu alanı seçme nedenleriniz nelerdir?

Açık uçlu sorular yanıtlama biçimine göre 3 grupta toplanır.

1. **Yorumlama Soruları:** Belli bir konu hakkında sorulan sorulara cevaplayıcının yanıtı için boşluk bırakılan soru tipidir. Yorumlama soruları ile konu hakkında yönlendirilmemiş ve ayrıntılı yanıtların toplanması amaçlanır. Yanıt için bırakılan alanın sınırlı olması önerilir.

Örnek: X marka ürünümüzü geliştirmek için önerileriniz var mı? Lütfen yazınız.

.....

.....

2. **Listeleme Soruları:** Belli bir konu hakkında cevaplayıcının görüşlerini listeleme yapması beklenir. Cevaplayıcıya görüş listesi verilmeden ondan görüşlerini bir düzen içinde sunması istenir.

Örnek: X hizmetimiz konusunda beklentileriniz nelerdir? Öncelik durumuna göre yazınız.

1. .....

2. .....

3. .....

Bazen bu yöntemde cevaplayıcıdan görüşlerini önem sırasına göre listelemesi istenebilir.

3. **Boşluk Doldurma Soruları:** Uygun bir boşluk bırakılarak yöneltilen sorulara cevaplayıcıdan bir veya birkaç kelime ile yanıt vermesi istenir.

Örnek: Doğum tarihinizi gün, ay, yıl olarak yazınız.

...../...../.....

5.23. SIRA SİZDE

X markası için müşteri memnuniyetini ölçmeye yönelik bir anket yapıldığını düşünerek açık uçlu soru türleri olan yorumlama, listeleme ve boşluk doldurmaya yönelik soru hazırlayınız ve soruları sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

B) Kapalı Uçlu Sorular

Kapalı uçlu sorular, katılımcılara, olası yanıt seçeneklerinin verilerek kendilerine en uygun seçeneğin işaretlenmesinin istendiği soru türüdür. Burada, yanıt seçenekleri ön araştırmaya dayanılarak önceden belirlenmiştir. Yapılandırılmış sorular da denen kapalı uçlu soruların hazırlanabilmesi için araştırmacının bu sorulara verilebilecek yanıtlar ile ilgili yeterince bilgi sahibi olması gerekir.

Kapalı uçlu sorularda soruyla birlikte yanıt seçeneklerinin verilmesi nedeniyle araştırmacının cevaplayıcılara verilecek soru seçeneklerini önceden belirlemesi gerekir. Bu seçenekler ''evet-hayır, olumlu-olumsuz, var-yok" gibi iki şıklı ya da çoktan seçmeli olarak düzenlenebilir. İki şıklı düzenlemelerde seçenekler iki şıkla sınırlanırken çoktan seçmelide seçenek sayısı geniş yelpazede verilebilir. Her iki yöntemde de cevaplayıcıdan gelmesi olası yanıtlar, şıklarda yer alır. Soru örnekleri şu şekilde sıralanabilir:

Soru 1: İnternet, ders çalışmanızı olumsuz etkiliyor mu?

( ) Evet, etkiliyor.

( ) Hayır, etkilemiyor.

Bu sorunun yanıtı iki şık ile sınırlandırılmıştır. Etkinin derecesi önemli değildir, sadece etkileyip etkilemediği belirlenmek istenmektedir. Etkinin derecesi önemli ise bu soruya ikinci bir soru eklenmelidir. Yanıt "Evet" ise 2. sorunun yanıtlanması istenir.

Soru 2: İnternet, ders çalışmanızı nasıl olumsuz etkilemektedir?

( ) Uyku düzenimi bozuyor.

( ) Dikkatimi dağıtıyor.

( ) Kitap okuyamıyorum.

( ) Ders çalışamıyorum.

( ) Sosyalleşemiyorum.

Kapalı uçlu sorular; anket formu hazırlayanlar tarafından sınıflayıcı sorular, sıralama soruları ve derecelemeye soruları olmak üzere üç türde hazırlanabilir.

1. **Sınıflayıcı Sorular:** Yanıt seçenekleri arasında konu ile ilgili bir sıralama ya da derecelemenin yapılmadığı, soru seçenekleri arasından yanıt olarak bir ya da birkaçının seçilmesi istenen sorulardır. Bu soru türünde cevaplayıcı sadece yanıtları sınıflar. Cevaplayıcı, belli bir özelliğin (tutum, ilgi, görüş, davranış vb.) olup olmamasını sınıflar. Sınıflanan özelliğin sıklığı, derecesi ve yoğunluğu önemli değildir. Bazı sorularda yanıt olarak birden fazla seçenek verilmesi istenebilir. Bu tür sorularda, sorunun ölçtüğü özelliğe göre cevaplayıcıya pek çok seçenek arasından istediği kadarını işaretleme olanağı verilebilir.

   Örnek: Markamızı tercih etme nedenleriniz nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

   (...) a) Kalite

   (...) b) Model

   (...) c) Fiyat

   (...) ç)Ulaşım Kolaylığı

   (...) d) Müşteri hizmetleri

2. **Sıralama Soruları:** Cevaplayıcıdan yanıtlarını önem derecesine göre sıralamasının istendiği sorulardır. Sıralama sorularında seçeneklerin hepsi sıralamaya dâhil edilebileceği gibi sadece verilen sayılarda (en önemli ilk üçü vb.) sıralama yapması da istenebilir.

   Örnek: Aşağıdakilerden hangisi rekreasyon olarak en önemli boş zaman değerlendirme yöntemidir? (Size göre en önemliden başlayarak önem sırasına göre ilk üçünü sıralayınız.)

   ( ) Arkadaşlarla buluşma

   ( ) Kitap okuma

   ( ) Alışveriş yapma

   ( ) Sinemaya gitme

   ( ) Spor yapma

3. **Dereceleme Soruları:** Sosyal bilim araştırmalarında önemli bir yere sahiptir. Bu sorularda birbirini belli bir mantık düzeni içinde izleyen yanıt seçenekleri üzerinden kendisine en uygun geleni seçmesi istenir. Yanıtlar, önceden oluşturulan bir derecelendirme ölçeği üzerinde değerlendirilir. Anket için uygun bir derecelendirme ölçeği seçmek elde edilen bilgiyi biçimlendirmede önemlidir.

Örnek: İş ortamınızdan fiziksel olarak ne derece memnunsunuz?

( ) Hiç memnun değilim.

( ) Çok az

( ) Orta

( ) Memnunum.

( ) Çok memnunum.

1 en güvenilir, 5 en az güvenilir (ya da tam tersi) olmak üzere 1'den 5'e kadar derecelendirilir. Numaraların karşılıklarının verilmemesi durumunda katılımcılar tarafından farklı numaralandırma yapılabilir, bu da sonuçların yanlış değerlendirilmesine neden olabilir. Yanıt veren kişilerden her bir seçeneğin başındaki paranteze 1, 2, 3, 4 veya 5 rakamlarından uygun olanı koyması istenir.

C) Karma Soru Tipi

Bir soruya verilebilecek olası tüm yanıtlar tahmin edilip listelenemiyorsa verilen yanıtların dışında herhangi bir yanıt gelme ihtimaline karşı anket formundaki bazı sorular açık uçlu yapılabilir. Çoğunlukla kapalı uçlu sorulardan oluşan ankette cevaplayıcının konu hakkındaki görüşlerini belirtmesi için açık uçlu soru sorulabilir. Kapalı uçlu soru sonuna "Başka" ya da "Diğer" gibi bir şık eklenerek açık uçlu soru şıkkı oluşturularak hazırlanır. Cevaplayıcıların verecekleri yanıtların, "Başka" ya da "Diğer" seçeneğinde yığılmamasına dikkat edilmelidir.

5.24. SIRA SİZDE

Seçtiğiniz konu ile belirlediğiniz soruna yönelik kapalı uçlu soru örnekleri yazınız. Yazdığınız soru örneklerini arkadaşlarınızla paylaşınız.

Örnek: Bir belediyenin hizmetleri arasında aşağıdakilerden hangisine öncelikli olarak yatırım yapılmalıdır?

1. Parklar

2. Temizlik

3. Ulaşım

4. Yollar

5. Diğer……

Bu soru türü açık ve kapalı uçlu soru türlerinin birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. Cevaplayıcıyı tanımlanan şıkları işaretlemeye zorlamaz ve bazen araştırmacıya yeni fikirler sunar.

5.2.2. Anket Formunu Hazırlama

Anket yönteminde soruların hazırlanması sonrasındaki aşama, soru formunun hazırlanmasıdır. Bu aşamada soruların ve maddelerin sıralanması önemlidir. Soruların ve maddelerinin sıralanışına bilgi toplama açısından dikkat edilmelidir. Sorular, uygun şekilde sıralanmazsa olumsuz sonuçlara neden olabilir.

Soruların ve maddelerinin cevaplayıcı için kolaylaştırıcı ve çekici olmasını sağlamak gerekir. Anketin başında özel hayata dair sorular cevaplayıcıyı rahatsız edebileceği için soruların genelden özele doğru sorulması daha uygun olur. Bu nedenle anketler; cinsiyet, yaş, medeni hâl, eğitim gibi yanıtlaması kolay kapalı uçlu sorularla başlamalıdır. Anketin ilk sorularının kolay ve kapalı uçlu olması kişiyi rahatlatır ve sonrasında asıl sorulara geçilebilir. Anket formu hazırlanırken konu olarak ilgili soruların bir arada olması gerekir. Bunun için de" Bu kısım itibari ile sorular .....ile ilgilidir. " vb. bir başlık altında ilgili sorular bir araya toplanabilir.

ETKİNLİK

Anket çalışmalarında kullanılan anket formlarını inceleyip seçtiğiniz bir konuda anket form taslağı hazırlayınız.

5.2.3. Anketlerde Soru Seçimi

Araştırmacı, anket türlerinden birini seçip bilgi toplama aracı olarak kullanmalıdır. Araştırmacının, araştırmanın amacı ve konusunu dikkate alarak hangi tür anketin en uygun olduğunu belirlemesi gerekir. Anket türüne karar verdikten sonra uygun soru seçimi yapılmalıdır (Görsel 5.6.). Hiçbir yöntem her soruya uygun değildir. Burada önemli olan soruların anket türünün bazı durumları göz önüne alınarak hazırlanmasıdır.



Görsel 5.56: Soru seçimi

1. Yüz Yüze Anket

Bu yöntemde diğer yöntemlerde olmayan bir özellik olarak cevaplayıcının tepkileri anında görülebilir. Bu da verilerin doğruluğu konusunda önemli katkılar sağlar. Elde edilmesi beklenen veri miktarı en çok bu anket yoluyla elde edilebilir.

Yüz yüze anket yöntemi diğer anket yöntemlerine göre daha esnektir. Araştırmanın konusu nedeniyle karmaşık sorular sormak gerekebilir. Sorular karmaşık olacaksa ve açık uçlu sorular sorulacaksa en iyi yöntem yüz yüze ankettir. Bu yöntemde yanıtların hatırlanabilmesi için cevaplayıcıya yardım edilebilir, anlaşılmayan sorular için açıklamalar yapılabilir. Soru formunun çok uzun olduğu, yüksek bir yanıtlama oranı istendiği, yanıtlamada hızın önem kazandığı ve çok farklı bilgilerin toplanacağı durumlarda bu yöntem tercih edilebilir.

Örnek: Müşteri memnuniyeti için markamızdan beklentileriniz nelerdir? Lütfen yazınız.

.....

.....

2. Posta Anketleri

Bu anket türünde anket sırasında gözlem yapma olanağı yoktur. Posta anketinde, anketör kullanılmadığından cevaplayıcılar etki altında kalmadan objektif değerlendirme yapabilir. Bu durumda bazı duyarlı ve özel sorular için posta anketi tercih edilebilir. Fakat açıklama gerektiren ve açık uçlu sorular için uygun değildir.

Cevaplayıcılar kimliklerinin gizli kalacağını bildiği için yanıtları da daha doğru ve gerçekçi olabilecektir. Cevaplayıcı, sorulara yanıt vermek için en uygun zamanı bulabilir ve daha dikkatli cevaplar verebilir. Zaman açısından sorun olmayan durumlarda posta anketi uygun bir yöntemdir.

Örnek: Markamızın müşteri temsilciliğinden ne derece memnunsunuz?

( ) Hiç memnun değilim.

( ) Çok az

( ) Orta

( ) Memnunum.

( ) Çok memnunum.

3. Telefon Anketleri

Telefonla anket, yönetimi kolay bir yöntemdir. Karmaşık ve açık uçlu soruların yoğun olduğu durumlarda yüz yüze anket uygulanamayacaksa telefon anketi kullanılabilir. Özellikle araştırmanın çok kısa sürede tamamlanması gerektiği, hemen yanıtlanması istenen güncel konuların olduğu durumlarda iyi bir yöntemdir. Görüşme uzarsa, cevaplayıcı sıkılabilir ya da konuyu kısa kesmeyi isteyebilir. Uzun görüşmelere fazla olanak sağlamadığından, verilen yanıtlar çok kısa olabilmekte, ayrıntılı yanıtlar alabilmek zorlaşmaktadır. Bu nedenle elde edilecek bilgilerin miktarı sınırlı kalabilmektedir.

Bu anket türünde anket sırasında gözlem yapma olanağı bulunmaz. Telefon anketlerinde cevaplayıcının yüz ifadeleri görülemediği için sabırsızlık, hoşlanma, hoşlanmama, kızma, mutlu olma gibi tepkileri ses tonu, konuşma biçimi ve kelimelerle anlaşılmaya çalışılır. Ancak cevaplayıcı görüntülü telefonu kabul ederse bu konudaki sorunlar ortadan kaldırılabilir.

Örnek: Hastanemizin hizmetlerinden ne derece memnunsunuz?"

( ) Hiç memnun değilim.

( ) Çok az

( ) Orta

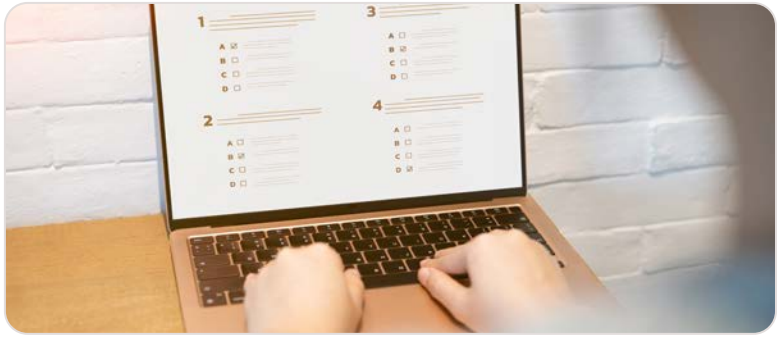
( ) Memnunum.

( ) Çok memnunum.

4. İnternet Anketleri

Birçok farklı çeşidi bulunan internet anketleri sosyal bilimler alanında daha çok tercih edilmeye başlanmıştır.

İnternet, yazının yanında görsel unsurların da kullanılması nedeniyle sorularda grafik ve multimedya kullanımına olanak sağlar. Bu durum ise anketin anlaşılması ve yanıtlanması açısından kolaylaştırıcı olmaktadır. Soruların yardımcı unsurlar kullanılarak anlatılmasının gerekli olduğu anketlerde internet anketleri tercih edilmektedir (Görsel 5.7).



Görsel 5.57: İnternet anketleri

5. Karma Anketler

Tek bir anket yönteminin yeterli olmayacağı durumlarda kullanılır. Karma anketlerde hangi anket yöntemleri birlikte kullanılacaksa soru formu o yöntemin özelliklerine en uygun şekilde hazırlanmalıdır.

ÖRNEK ANKET HAZIRLAMA

Öğrencilerin İşletmelerde Mesleki Eğitimde Karşılaştıkları Sorunlar İle İlgili Anket Çalışması

Sevgili Öğrenciler,
Bu anket ile meslek liselerinde 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'na göre işletmelerde beceri eğitimi yapan son sınıf öğrencilerinin işletmelerde mesleki eğitimde karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Mesleki ve teknik Anadolu liselerinde eğitim gören son sınıf öğrencileri arasında uygulanacaktır. Ankette sorulan sorulara vereceğiniz yanıtlar gizli kalacak ve sadece bu ankette kullanılacaktır. Anket sorularına vereceğiniz samimi yanıtlar, araştırmaya katkı sağlayacaktır. Katkılarınız için teşekkür ederim.

Öğretmen Adı

1. BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz?
   a) ( ) Kız b) ( ) Erkek

2. Çalıştığınız iş yeri hangi sektörde faaliyet gösteriyor?
   a) ( ) Kamu b) ( ) Özel sektör

3. Mesleki eğitimi yapacağınız iş yerini kimin sayesinde buldunuz?
   a) Okul
   b) Ailem
   c) Arkadaşım
   d) Akrabam
   e) Kendim

2. BÖLÜM

Aşağıda yer alan maddelere ilişkin size uygun seçeneğe X koyarak işaretleyiniz.	AZ	ORTA	ÇOK	OLDUKÇA
1. Okulda kazandığım bilgi ve beceriyi iş yerinde uygulayabiliyorum.				
2. Mesleki eğitim bana yeni bilgi ve beceriler kazandırıyor.				
3. Mesleki eğitim üniversite eğitimime katkı sağlıyor.				
4. Mesleki eğitim okul başarımı artırıyor.				
5. Mesleki eğitim mesleğimi öğrenmeme katkı sağlıyor.				
6. Mesleki eğitim iş disiplini kazanmama yardımcı oluyor.				
7. Mesleki eğitim iş ahlakı kazanmama yardımcı oluyor.				
8. Mesleki eğitim sorumluluk sahibi olmama yardımcı oluyor.				
9. Mesleki eğitim kendime güvenimin artmasına yardımcı oluyor.				
10. Mesleki eğitim aldığım iş yerinin fiziki şartlarından (sıcaklık, aydınlatma, gürültü, temizlik) memnunum.				
11. İş yerime ulaşımı kolay sağlıyorum.				
12. Mesleki eğitimimi yapmamı sağlayacak araç gereç iş yerinde mevcuttur.				
13. İş yerinde mesleğimle ilgili araç gereç kullanmama izin veriliyor.				
14. Mesleki eğitimde çalışma saati yönetmeliği uygulanıyor.				
15. Mesleki eğitimde yaptırılan işler bilgi ve becerime uygundur.				
16. Koordinatör öğretmenim iş yerinde karşılaştığım sorunların çözümünde yardımcı oluyor.				
17. Mesleki eğitimde yöneticim bana diğer personele davrandığı gibi davranıyor.				
18. Usta öğreticimin bilgi ve becerisi bana işi öğretme konusunda yeterlidir.				
19. Mesleki eğitimde çalışma arkadaşlarım bana iyi davranıyor.				
20. Beceri eğitiminde kendimi ortama ait hissediyorum.				

DİĞER……

……

Cömert, S. (2013). Meslek Liseleri Son Sınıf Öğrencilerinin İşletmelerde Yaptıkları Mesleki Eğitim Çalışmalarından Beklentileri ve Mesleki Eğitim Çalışmalarında Karşılaştıkları Sorunların Tespiti [Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. (Düzenlenmiştir.)

5.2.4. Anket Yönteminde Ölçme ve Ölçek Kavramları

Anket çalışmalarında veri ölçme için sorulan sorulardan elde edilen verilerin ölçme ile adlandırılması ve boyutlandırılması gerekir. Bunun için anketin amacına ve çalışma alanına uygun ölçekler kullanılmalıdır.

A) Ölçme

Verilerin adlandırılması, sayı ya da sembollerle gösterilmesidir. Yağış miktarı, gelen turist sayısı, havanın kirlilik düzeyi, beyaz ekmek tüketiminin azalma nedenleri, tüketicinin hangi kokuyu tercih ettiği, çalışanların memnuniyet düzeyi vb. konular ölçülür.

Ölçme Çeşitleri

Ölçme, nesnelerin veya olayların özelliklerine göre şu şekillerde yapılabilir:

- Metre, litre, cetvel vb. araçlar kullanma
- Gözlem yapma
- Başka kişilerin görüşüne başvurma
- Sınıflama
- Kategorilere ayırma
- Sıralama
- Adlandırma
- Gruplara ayırma
- Mukayese etme

B) Ölçek

Ölçek, ölçme işleminde esas olarak kabul edilen ve kullanılan araç, birim veya boyuttur (Arıkan, 2013).

Anket yaparken kullanılan ifade veya maddelerden oluşturulmuş formlar birer ölçektir. Ölçekler, geçerli ve güvenilir, standart veri toplama araçlarıdır. Ölçeklerin bazı özellikleri taşıması gerekir.

1. **Geçerlilik**: Ölçme aracının; ölçülmek istenen özellikten başka bir şeyi ölçmemesini, ölçülecek özelliği tam ve doğru ölçmesini ifade eder. Ölçümün geçerli olması için anket sorularının yeterli sayıda olması ve incelenmekte olan konu ile ilgili olması, tüm konuyu kapsaması, açık ve anlaşılır olması gerekmektedir.
2. **Güvenilirlik:** Ölçme aracı ile ölçülen şeyin koşullar aynı iken tekrarlarında aynı sonucu vermesini, ölçümlerin tutarlı ve istikrarlı olmasını ifade eder. Veri toplamada, güvenilirliği artırmak için bazı konulara dikkat edilmesi gerekir. Katılımcıdan kaynaklı hataların en az düzeyde olması (mümkünse hiç olmaması), deneklerin ve anketi uygulayanların ön yargıları, araştırmacıyla ilgili çekinceleri veya onlara yaranma düşünceleri yanıtlarını etkileyebilir. Alınan yanıtlar amacından farklı yorumlanmamalı, yorum sorularını değerlendirmede dikkatli olunmalıdır.

Sosyal bilimlerde ölçekler, mukayeseye dayanan ve mukayeseye dayanmayan ölçekler olarak iki büyük kategori altında ele alınmaktadır.

Mukayeseli Ölçekler: Katılımcılardan bir kavramı veya nesneyi, diğer kavram veya nesnelerle belirli nitelikler bakımından mukayese etmeleri istenir. Karmaşık sonuçlar çıkmayacağı için anlaşılması ve uygulanması kolaydır fakat bu ölçekte bütün farklılıkların ortaya çıkarılması ve genelleme yapılması mümkün olmayabilir. Örneğin bu tarzda düzenlenmiş bir ölçekte "X" ürünümüzün kalitesini "Y" ürünümüze göre nasıl buluyorsunuz?" sorusunun cevabı şu şekilde hazırlanabilir:

- Daha iyi
- Aynı
- Daha kötü

Mukayeseli Olmayan Ölçekler: Ölçmede tek bir kavram, nesne, olay ya da olgu belirlenir ve cevaplayıcılardan bunun değerlendirilmesi istenir. Her kavram, nesne, olay ya da olgu diğerlerinden bağımsız ölçeklenir. Hâlen mevcut olan bir uygulamanın veya durumun katılımcılar tarafından uygun bulunup bulunmadığı anlaşılmış olur. Bu grupta en yaygın kullanılan ölçek Likert ölçeğidir.

- **Likert Ölçeği:** Sosyal bilimlerde yapılan anket çalışmalarında en sık kullanılan ölçektir. Tutum ve davranışları ölçmek amacıyla kullanılır. Bir şeyin kalitesi, önem sırası, memnuniyet düzeyi, ortaya çıkma sıklığı, doğruluğu, vb. durumların veya düşüncelerin sıralanmasında kullanılır. Sıralamanın bir tarafında onaylama vb. olumlu önermeler, diğer tarafında ise reddetme veya katılmama gibi olumsuz seçenekler yer alır. Bu ölçekte bir durumu kabul etme derecesi 3, 5, 7 gibi tek sayıda seçenekte sunulur. En yaygın kullanılanı 1'den 5'e kadar işaretlenen beşli Likert'tir. Ortadaki 3. değer olumlu ya da olumsuz taraf olmamayı gösterir. Genellikle olumsuz durumdan başlanır. Örneğin bu tarzda düzenlenmiş bir ölçekte "Turumuz tarafından hazırlanan gezi programından ne kadar memnun kaldınız?" sorusunun cevabı şu şekilde hazırlanabilir:

  - Hiç memnun kalmadım.
  - Pek memnun kalmadım.
  - Ne memnunum ne değilim
  - Biraz memnun kaldım.
  - Çok memnun kaldım.

5.25. SIRA SİZDE

Sosyal bilimlerde tercih edilen mukayeseye dayanan ve mukayeseye dayanmayan ölçeklere örnekler veriniz.

5.4. UYGULAMA

ANKET TÜRÜNE GÖRE SORU SEÇME

Görev	Bu uygulamada iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alınız. Bu çalışmada sizden anket soru formu hazırlamanız beklenmektedir.
Süre	3 ders saati
Ortam	Halkla Ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Yapacağınız anket türünü belirleyiniz.
2. Anket türüne uygun soru türünü belirleyiniz.
3. Anket yöntemi için belirlediğiniz anket konusunun sorularını hazırlayınız.
4. Hazırladığınız sorularla anket soru formunu düzenleyiniz.
5. Anketinizin ölçeğini belirleyiniz.
6. Anketi verilen sürede tamamlayınız.

KONTROL LİSTESİ

ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:
SINIFI-NO.:	

ÖLÇÜTLER	EVET	HAYIR
1. Anket türünü belirledi.		
2. Soru türünü belirledi.		
3. Soruları hazırladı.		
4. Anket soru formunu düzenledi.		
5. Anket ölçeğini belirledi.		
6. Anketi verilen sürede tamamladı.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

5.3. HEDEF KİTLEYE ULAŞMA AŞAMALARI

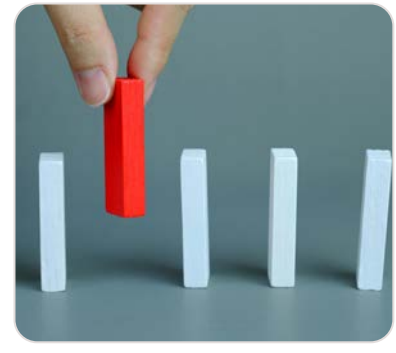
Araştırma olarak anket yöntemi seçildiğinde anket konusunu belirleme, sorunu tanımlama, varsayımı yazma, yöntemi belirleme ve soruların hazırlanmasından sonra soruları kimlerin yanıtlayacağı konusu planlanmalıdır. Anket yönteminde soruların kimler tarafından doldurulacağına karar vermek yani hedef kitlenin kimlerden oluşacağı anketin uygulanması ve geçerliği bakımından önemlidir. Bu nedenle hedef kitlenin gerekli özelliklere ve bilgiye sahip, soruları ve maddeleri anlayabilecek ve dürüstçe yanıtlamaya hazır bir kitleden olmasını sağlamak gerekir. Hedef kitleye ulaşma aşamaları hedef kitleyi belirleme ile başlamalı ve belirlenen hedef kitleye göre aşamalar şekil almalıdır.

5.3.1. Hedef Kitlenin Belirlenmesi

Anket çalışmalarında **hedef kitle**, üzerinde araştırma yapılması planlanan kişilerden oluşan topluluktur. Araştırma yapılması planlanan hedef kitleye ulaşmak için öncelikle bunların kimler olacağının belirlenmesi sonrasında ise bu hedef kitlenin seçim çalışmalarının yapılması gerekir (Görsel 5.8).

Anket çalışmalarında yer alabilecek hedef kitle örnekleri şunlardır:

- Türkiye'nin başkentinde yaşayan tüm insanlar
- Çankaya'da görev yapan tüm öğretmenler
- Akdeniz Bölgesi'nde bulunan tüm okullar
- Yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören tüm öğrenciler
- Türkiye'de okula giden 18 yaşın altındaki öğrenciler



Görsel 5.58: Hedef kitle seçimi

Anket yöntemi uygulamasında hedef kitlenin ayırt edici özellikleri belirtilmelidir. Araştırmaya konu olan çalışmanın amacına bağlı olarak hedef kitleye demografik ve coğrafi açıdan, ölçüm, zaman ve sorular açısından sınırlamalar getirilebilir. Anket hazırlanırken evreni temsil edecek örneklemenin sosyal, ekonomik, eğitim ve politik özellikleri iyi bilinmelidir. Araştırma yapılan konunun başında "tüm" ifadesi bulunuyorsa sınırlandırma getirmeden konuyu ilgilendiren herkes hedef kitleyi oluşturmalıdır. Örnekte verilen "yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören tüm öğrenciler" gibi bir sınırlama araştırmada sadece üniversite öğrencilerinin görüşlerinin alınacağı belirtilmek istendiği durumlarda yapılır. Planlanan araştırma bilimsel amaçlı ise hedef kitle konu, kapsam ve zaman açısından da tanımlanmalıdır. Örneğin 2020 yılı salgın döneminde tüketim harcamaları için yapılacak bir ankette bu tanım, "2020 yılı içinde Türkiye'de yaşayan tüm tüketiciler" şeklinde daha ayrıntılı olarak yapılabilir.

Hedef kitlenin belirlenmesinde her durumda tüm birimlerin bir listesinin oluşturulması mümkün olmayabilir. Bu durumda anketin uygulandığı kitle ile planlanan kitle farklı olacaktır. Bu nedenle hedef kitle belirlenirken güçlüklerinin göz önüne alınması gerekir.

5.26. SIRA SİZDE

Bir anket konusu belirleyerek bu anketi yanıtlaması uygun olan hedef kitlenin kimler olabileceğine karar veriniz. Fikirlerinizi sınıfta paylaşınız.

5.3.2. Hedef Kitlenin Bilgi Toplama Yöntemine Göre Seçilmesi

Anket yöntemi için hedef kitle belirlemede alınacak kararlardan en önemlisi anketin hedef kitlenin tümüne mi (tamsayım), sadece bir kısmına mı (örneklem) uygulanacağıdır (Görsel 5.9). Bilgi toplama yönteminde anket çalışması yapılacaksa önce bilgi edinmek istenen hedef kitlenin kesin özellikleriyle belirlenmesi sonra tamsayım ya da örneklem olması konusunda karar alınması gerekir.



Görsel 5.59: Örneklem belirleme

1. Hedef Kitle Belirleme İçin Tamsayım Yöntemi

Anketin hedef kitlenin tamamı yerine bir kısmına uygulanması, zaman, emek ve para tasarrufu sağlar. Bazı durumlarda ise uygulamanın hedef kitlenin tümüne yapılması gerekebilir. Örneğin 100 personeli olan bir işletmeye uygulanacak ankette, örnekleme yapılması zaman, emek ve para bakımından çok maliyet gerektirmeyecektir. Seçilen örneklemin 100 kişiden oluşması maliyeti çok fazla etkilemeyeceğinden örnekleme yapmak yerine 100 kişinin hepsi anket için tercih edilebilir.

2. Hedef Kitle Belirleme İçin Örneklem Yöntemi

Hedef kitleye ulaşma çalışmalarında hedef kitlenin hepsinin yer alması her araştırma konusu için mümkün olmayabilir. Bazı anketlerde bireylerin tam listesine ulaşmak mümkün iken bazı anketler için bu mümkün olmayabilir. Kayıtlı olan bilgiler (üniversiteyi kazanan kişi sayısı, ehliyet sahibi kişilerin tam listesi) bulanabilir ama sokak çocuklarının sayısı, hasta sayısı vb. bilgiler tam olarak bulunamayabilir. Bilgi edinmek istenen hedef kitlenin çok büyük olması durumunda ise araştırma yönetiminin zorlaşması tüm cevaplayıcılara ulaşamama vb. sorunlarla karşılaşılabilir. Bu nedenlerle tamsayım yerine iyi hazırlanmış bir örneklem yöntemi ile doğru sonuçlar elde etmek gerekir.

Bir ülke, bölge ya da şehirde yapılacak bir araştırmada herkesin cevaplayıcı olabilmesi zaman, ekonomi ve ulaşım açısından olanaksızdır. Bu durumda araştırma için belirli ölçütlere uygun kişilerin seçilmesi gerekir. Bu nedenle anket formunu dolduracak cevaplayıcıların anket için bütünü temsil edecek özelliklere sahip olması sağlanmalıdır. Bir şehirdeki aile yapısının araştırılacağı ve şehir nüfusunun 1.000.000 kişi (evren) olduğu varsayılırsa seçilecek belirli ölçütlerle ve belirli orandaki cevaplayıcı ile 50.000 kişi evreni yansıtabilir. Evrenden seçilen küçük bir örneklem ile evren hakkında tespitler yapılabilir. Bu nedenle evren içinden anket formunu dolduracak belirli sayıdaki örneklem seçiminin nasıl belirleneceği çok önemlidir. Örneklemi gerekli kılan durumlar şunlardır:

- Anketin tamsayım yolu ile yapılmasına yetecek bütçe ayrılamaması
- Anketle ilgili bilgilerin kısa zamanda elde edilmesi gereği
- Tamsayıma dayanan bilgilerin çok uzun hazırlanmayı gerektirmesi
- Birimlerin değişken olup tamsayımın elde edilememesi
- Tamsayıma yetecek kadar anketör bulunamaması

Örneklemi gerekli kılan durumlarda da sorun yaşanabilir. Eğer elde hedef kitlenin eksik bir listesi varsa örneklem listesinin tümünü örnekleme dâhil etmek mümkün olamaz. Örneklem listesi olsa bile bazı durumlarda sorunlar yaşanabilir. Sorun yaşanacak durumlar şunlardır:

- Çeşitli gruplara ait listelerin verilerinin güncellenememesi
- Bireylerin taşınmış veya isimlerini değiştirmiş olması
- Örneklem çerçeve listesinde olmalarına rağmen bireylere ulaşılamaması
- Listeye hiç dâhil edilmemiş olması

Ayrıca anket uygulaması yapılmadan bazı sorunların önceden tahmin edilmesi ve bu sorunlara çözüm sunulması gerekir. Olasılık dâhilinde yaşanabilecek sorunlara örnek olması açısından bir şehirdeki aile yapısının araştırılması örneği baz alınarak şu şekilde sorular sorulup yanıtlar belirlenmelidir:

- Ailede kadın ya da erkek belirli bir bireyle mi görüşmek gereklidir?
- Aileden herhangi biriyle görüşmek yeterli midir?
- Bu kişi sizinle görüşmek isteyecek midir?
- Aile içinden biri görüşmek istemeyip onun adına aileden başka biri cevap vermek isterse araştırma için yeterli midir?

Hedef kitle belirleme çalışmasının sağlıklı sonuç vermesi bakımından örneklemin bir sistematikle tespit edilmesi önemlidir. Anket çalışmalarında örneklem seçiminde olasılığa dayalı örnekleme ve olasılık dışı örneklem olmak üzere iki yöntem kullanılır.

A) Olasılığa Dayalı Örnekleme

Araştırmacının elinde hedef kitlenin tamamının listesi varsa olasılığa dayalı örnekleme kullanır. Bu örnekleme yöntemleri şunlardır:

a) Basit Rastgele Örnekleme: Ankete katılacak kitlenin evrendeki birimlerin listelenmesi ile seçildiği örneklemdir. Araştırma için oluşturulan evren listesinden ölçüt kullanılmadan örneklem seçimi yapılır. Örneklem, sayılar tablosu kullanılarak ya da rastgele sayı üreten yazılım veya internet programlarıyla seçilir. Bu şekilde elde edilen sayıların temsil ettiği örneklem çalışmaya dâhil edilir.

Örnek: Özel bir işletmede görev yapan 50 çalışanın memnuniyeti ile ilgili 6 çalışanla anket çalışması yapılacaksa hedef kitleye ulaşmak için şu aşamalar izlenir:

- 50 çalışanın isim listesi hazırlanır.
- Her çalışanın isminin önüne sırayla bir numara yazılır.
- Bu sayılara çalışan ismi dâhil edilmez. Kadın ya da erkek ayrımı yapılmaz.
- Araştırmacı bu sayılar içinden 6 tanesini rastgele seçer ya da kura çeker.
- 6 sayının karşısındaki çalışan isimler ankete dâhil edilir.
- Anket çalışması yapılır.

b) Sistematik Örnekleme: Araştırmacı, anketi cevaplayacak kişiyi belirlemek için rastgele bir rakam seçer ve bu rakamı her seçim için ekleme yaparak kullanır.

Örnek

Özel bir işletmede görev yapan 50 çalışanın memnuniyeti ile ilgili 6 çalışanla anket çalışması yapılacaksa hedef kitleye ulaşmak için şu aşamalar izlenir:

- 50 çalışanın isim listesi hazırlanır.
- Her çalışanın isminin önüne sırayla bir numara yazılır.
- Bu sayılara çalışan ismi dâhil edilmez. Kadın ya da erkek ayrımı yapılmaz.
- Rastgele bir rakam (bunun 7 olduğunu varsayalım) belirlenir.
- Çalışan listesinin kaçıncı sırasından başlanacağı (bunun 8 olduğunu varsayalım) belirlenir.
- 8. sıradaki çalışandan başlanarak 8-15-22-29-36-43. sıradaki çalışanla anket çalışması yapılır.

c) Tabakalı Örnekleme: Bu örneklemede evren bazı özelliklerine göre gruplara ayrılır. Seçilen bu alt gruplardan rastgele yöntemle cevaplayıcı seçilir. Sonra alt gruplar birleştirilerek tek örneklem oluşturulur. Alt grupların evrendeki ağırlıkları oranında temsil edileceği örneklem seçilir.

Örnek

Özel bir işletmede görev yapan 50 çalışanın memnuniyeti ile ilgili 6 çalışanla anket çalışması yapılacaksa hedef kitleye ulaşmak için şu aşamalar takip edilir:

- 50 çalışanın isim listesi hazırlanır.
- Her çalışanın isminin önüne sırayla bir numara yazılır.
- Bu sayılara isim dâhil edilmez. Kadın ya da erkek ayrımı yapılmaz.
- Çalışanlar uzmanlık alanlarına (Sekreter, muhasebe, işçi vb.) göre ayrılır.
- Her alanda yer alan çalışan sayısı oranında cevaplayıcı seçilir.
- 5 sekreterden 1'i, 5 muhasebeciden 1'i ve 20 işçiden 4'ü seçilir.
- 5 çalışanı tamamlamayan alanlardan cevaplayıcı seçilmez.
- Her alandan sayıya göre çalışan seçimi yapılması **orantısız tabakalı örnekleme** iken her alandan aynı sayıda çalışan alınması **orantılı tabakalama**dır.

ç) Grup Örnekleme: Elde liste olmadığı durumlarda grup örnekleme yapılmaktadır. Bu örnekleme de hedef olan evren, araştırmacı tarafından daha alt gruplara ayrılır. Örneklem seçimi, kişiler arasından değil bağlı bulundukları gruplar arasından yapılır. Aynı okulda görev yapan öğretmenler, aynı ilde yaşayanlar vb.

Örnek

İstanbul ilinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin memnuniyetleri ile ilgili anket çalışması yapılacaksa hedef kitleye ulaşmak için şu aşamalar takip edilir:

- İstanbul ilinde yer alan üniversitelere göre öğrenci dağılımı yapılır.
- Her üniversiteden yeterli sayıda öğrenci belirlenir.
- Seçilen öğrencilerle anket yapılır.
- Anket grup olarak seçildiği için tabakalıda olduğu gibi alt gruplara ayrılmaz.

5.27. SIRA SİZDE

Olasılığa dayalı örnekleme türünden birini seçerek örneklerde verildiği gibi nasıl örneklem seçileceği ile ilgili bir çalışma hazırlayınız.

Hazırladığınız çalışmayı sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

B) Olasılık Dışı Örnekleme

Olasılığa dayalı örneklemin mümkün olmadığı durumlarda ulaşılabilir kişiler, gönüllüler ya da rastgele karşılaşılan kişilerle anket çalışmasının yapılmasıdır (Görsel 5.10).



Görsel 5.60: Rastgele örneklem ile anket

Bu örnekleme yöntemleri şunlardır:

a) Uygun Örnekleme: Anket çalışmalarında yer alacak cevaplayıcıların evreni temsil edip etmemesine ve özelliklerine dikkat edilmeden uygun bir ortamdan seçilmesi ile yapılır. Bu yöntem, zaman ve maliyet sınırlamaları olduğunda tercih edilir. Bu anket çalışması; ilin kalabalık bir meydanında, çarşısında, büyük bir alışveriş merkezinde yapılabilir.

Örnek

Bir ilde internet kullanımı ile ilgili anket çalışması yapılacaksa hedef kitleye ulaşmak için şu aşamalar izlenir:

- Cevaplayıcının cinsiyetine, eğitim düzeyine, yaşına ve gelir seviyesine bakılmaz.
- İl nüfusunun 100.000 olduğunu kabul edersek tamamına uygulanamayacağı için yaklaşık 400 kişi ile anket yapılabilir.
- Cevaplayıcılar, gönüllüler ya da rastgele karşılaşılan kişilerden seçilerek kalabalık bir yerde anket uygulanır.

b) Kota Örnekleme: Olasılık dışı örneklemede yer alan kota örnekleme, olasılığa dayalı örneklemede yer alan tabakalı örnekleme yöntemine benzer. Hedef evren, önceden belirlenen özelliklere göre gruplara ayrılır ve uygun örnekleme yöntemi kullanılarak uygulanır. Kota örneklemede hedef evrenin bazı özelliklerinin karşılanması yeterlidir.

Örnek

Bir ilde internet kullanımı ile ilgili anket çalışması yapılacaksa hedef kitleye ulaşmak için şu aşamalar izlenir:

- Cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi tespit edildikten sonra bu özelliğe sahip belirli sayıda insan ile çalışma yapılması gerekir. Fakat burada araştırmacı, kota örneklemeyi tercih ederek sadece kadın ve erkek olarak evrenin tek bir özelliğini karşılayabilir.
- İl nüfusunun %45'i kadın, %55'i erkekten oluşuyorsa toplam 100 cevaplayıcı için 45 kadın ve 55 erkek seçilir.

c) Amaçlı Örnekleme: Anket çalışmalarında yer alan amaçlı örneklemede seçilen örnek, belirgin bir özelliğinden dolayı bir amaç için seçilmektedir. Bu nedenle örneklem alınan hedef kitlenin, araştırma konusu hakkında derinlemesine bilgisinin olması gerekir.

Örnek

Bilişim sektöründeki internet uygulamaları ile ilgili anket çalışması yapılacaksa hedef kitleye ulaşmak için bilişim sektöründe internet ile ilgili işletmelerde çalışanlar belirlenir. Bu sektörde çalışanlar ile anket yapılır.

ç) Kartopu Örnekleme: Anket çalışmalarında yer alan kartopu örnekleme yönteminde örneklemin tespit edilmesinin ve konunun araştırılmasının zor ve derinlemesine olduğu durumlarda örneklemin birbirini tavsiye etmesi ile belirlenir. Bu yöntemde çalışmaya uygun, bilinen bir kişi seçilir ve onun referansı ile diğer kişiler ilave edilerek örneklem sayısı artırılır. Bu örneklem, genellikle kişilerin gizlenmesi gerektiği ve kişilere ulaşmanın zor olduğu durumlarda uygulanır.

Örnek

- Yasa dışı yollarla ülkeye gelen yabancı ülke vatandaşlarının yaşadığı sorunlar ile ilgili anket çalışması yapılacaksa hedef kitleye ulaşmak için şu aşamalar izlenir:
- Önceden bilinen ya da medyada yer alan, ulaşılabilen bir Afrika ülke vatandaşı seçilir ve anket çalışması yapılır.
- Onun bildireceği kişiler ile iletişime geçilir ve anket uygulanır.
- Hedef evren için gerekli hedef örneklem sayısı oluşana kadar bu şekilde örneklem bulmaya devam edilir.

5.3.3. Hedef Örneklem Belirlemede Örneklem Büyüklüğünün Tespiti

Örneklem büyüklüğü ankete katılacak cevaplayıcı sayısını ifade eder. Anket çalışmalarında anketin tamsayım mı örneklem mi olduğu belirlendikten sonra örneklem ise örneklem yöntemi seçilir ve örneklem büyüklüğüne karar verilir. Evrenin tamamı ile bir çalışma gerçekleştirmenin mümkün olmadığı durumlarda evren hakkında bir sonuç için örneklem büyüklüğünün doğru belirlenmesi gerekir.

Anket çalışmalarında örneklem büyüğüne karar vermek, örneklem yöntemine karar verilmesi kadar önemlidir. Bunun nedeni, örneklem büyüklüğünün ankette çıkacak sonucun yorumlanmasını etkileyecek olmasıdır. Çok sayıda örneklem seçilmesi gereksiz harcamalara neden olur. Az sayıda örneklem seçilmesi de evren hakkındaki genelleştirmeyi olumsuz etkiler. Bu nedenle ankette örneklem sayısı doğru belirlenmelidir.

5.3.4. Hedef Kitle Belirlenirken Yapılan Örnekleme Hataları

Anket çalışmasında hedef kitle örnekleme yöntemi ile belirlenecekse evrenden alınan örneklem evreni temsil edebilmelidir. Örneklem hatası yapılmaması için örneklemin uygun sayıda ve kapsamda olması gerekir. Örneklem hatası yanında örneklememe hatası da ortaya çıkabilir. Bunlar ise veri ölçümünü olumsuz etkileyecektir. Sosyal bilimlerde kullanılan anket yönteminde yapılan hata türleri; örneklem hatası, cevaplamama hatası, kapsam hatası ve ölçme hatası olmak üzere dört başlıkta ele alınır.

1. **Örneklem Hatası:** Hedef evrenin tamamı ile değil belirli bir örnekleme ile evrene ulaşmaya çalışıldığında oluşan hatadır. Örneklem yolu ile elde edilen değerin sonucunun evrendeki değerden farklı olmasıdır. Bu hatanın oluşmasındaki en önemli etken alınan örneklemin büyüklüğüdür. Bazı durumlarda örneklem hatası, doğru bir şekilde örneklem sayısının artırılması ile kontrol edilebilir.
2. **Cevaplamama Hatası:** Evrenden seçilen örneklemin büyük kısmının anket sorularına yanıt vermemesidir. Araştırmacı için cevap vermeme, örneklemin temsil özelliğini azaltan ve sonuç çıkarma konusunu sınırlayan bir durum oluşturduğu için önemli sorun teşkil eder. Bu sorunlar şunlardır:
   - Örneklemin ankete katılmayı reddetmesi ya da yanıt vermemesi (sorularından çekinmesi, soruları anlayamaması ya da yanlış anlaması)
   - Örneklemin yanıt verememesi
3. **Kapsam Hatası:** Örneklemin seçildiği hedef kitle listesinin, araştırmaya katılan liste üyelerini içermediği durumda kapsam hatası oluşur. Kısaca, seçilen örneklemin temsil gücünde oluşan hatalardır. Örneklemin evreni temsil gücü az ise hedef evren hakkında çıkacak sonuç doğru değeri vermeyecektir. Bu hatayı en aza indirmek için araştırma konusuna ve eldeki olanaklara uygun olasılıklı örneklem seçmek ve hedef evren ile ilgili derinlemesine bilgiye sahip olmak gerekir.
4. **Ölçme Hatası:** Bu hata anketin kendisinden ve oluşturulan soruların tasarımından kaynaklanır. Bu hata türü anketin her aşamasında (anket amacını belirleme, soruları hazırlama, uygulama, kodlama ölçme ve raporlama) ortaya çıkabilir. Cevaplayıcılar; soruları ya da seçenekleri yanlış anlayabilir, bilerek yalan söyleyebilir. Sorularda kullanılacak ölçeklerden, soruların sıralamasına kadar pek çok kavram ölçüm hatasına neden olabilir.

5.28. SIRA SİZDE

Anket çalışmalarında hedef kitle belirlenirken yapılan örnekleme hatalarına örnekler veriniz.

5.3.5. Uzman Görüşü Alma

Ön hazırlık sonrası hazırlık çalışmasında hedef kitle belirlendikten sonra uzman görüşü alınmalıdır. Bu aşamada soruların ve maddelerin istenen verileri toplamada ne derece yeterli olduğu konusuna cevap aranır. Kapsam geçerliliği ile ilgili uzmanlara danışılır. Uzman görüşlerini belirlemede sorulardan oluşturulacak bir uzman değerlendirme formu hazırlanır ve konunun uzmanına gönderilerek görüş alınır.

Uzman değerlendirme formunda ilk önce sunuş mektubu hazırlanmalıdır. Sunuş mektubunda uzmandan hangi konularda değerlendirilme yapması istendiği açıkça belirtilmelidir. Uzmana anket maddelerini uygunluk bakımından değerlendirirken yüzde ve ortalama puandan yararlanacağı belirtilmelidir. Uzman görüşü alındıktan sonra sorular ve maddeler tekrar gözden geçirilir, öneriler doğrultusunda düzeltmeler yapılır. Anketin diğer geçerlik ve güvenirlik çalışmaları da yapılarak bir örnekleme uygulanmak üzere anketin ön uygulama formu (ÖUF) oluşturulur.

5.3.6. Ön Uygulama

Anket yönteminin hazırlık çalışmasının son aşaması ön uygulamadır. Uzman değerlendirmesi ve düzeltmeleri yapıldıktan sonra hazırlanan anket formunun gerçek kullanımdan önce kontrol edilmesi gerekir. Ön uygulama formunda yer alan anket soruları araştırma yapılacak hedef kitle ile benzer özelliklere sahip küçük bir grupta yanıtlanmalıdır. Anket çalışması öncesi ön uygulama yapılması masraflı ve zaman alıcı olsa da anketin başarısı için çok önemlidir.

Anketin geçerlik ve güvenilirliğinin sorgulandığı ön uygulamanın amacı anketi geliştirmek ve olası yanlışları düzeltmektir. Burada soruların anlaşılır olup olmadığı, eksik ve yanlış soruların tespiti, soruların ön yargı içerip içermediği konusunda değerlendirme yapılır. Anketi cevaplayanların anket hakkında değerlendirme ve önerileri belirlenir. Gerekli ise sorularla ilgili yeni bir düzenleme yapılır.

5.5. UYGULAMA

ANKET İÇİN HEDEF KİTLE BELİRLEME

Görev	Bu uygulamada iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alınız. Bu çalışmada sizden anket için hedef kitle belirlemeniz beklenmektedir.
Süre	4 ders saati
Ortam	Halkla ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Uygulama 5.2'de hazırladığınız anketi uygulamak için hedef kitle belirleyiniz.
2. Hazırladığınız anketi uygulamak için hedef kitle belirleme yöntemi seçiniz.
3. Hedef kitle için örneklem büyüklüğünü belirleyiniz.
4. Hedef kitleye sorulacak soruların yeterliliği konusunda uzman görüşü alınız.
5. Belirlediğiniz hedef kitle ile benzer özellikler gösteren küçük bir grup seçiniz.
6. Küçük bir grupta ön uygulama yapınız.

KONTROL LİSTESİ		
ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:	
SINIFI-NO.:		
ÖLÇÜTLER	**EVET**	**HAYIR**
1. Hedef kitleyi belirledi.		
2. Hedef kitle belirleme yöntemini seçti.		
3. Hedef kitle için örneklem büyüklüğü seçti.		
4. Uzman görüşü aldı.		
5. Ön uygulama için bir grup belirledi.		
6. Ön uygulama yaptı.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

5.4. HEDEF KİTLEYİ BİLGİLENDİRME

Anketi cevaplayıcıların anketin niçin yapıldığını ve anket sorularının yanıtlanması ile neler elde edilmek istendiğini bilmesi gerekir. Anketi cevaplayacak hedef kitleyi bilgilendirmek görüşmeye katılım, iş birliği ve görüşmenin tamamlanabilmesini sağlayacaktır. Bunun için hedef kitle, anket yönteminin özelliklerine göre anket öncesi, anket anı ve sonrasında anket çalışması ile ilgili bilgilendirilmelidir (Görsel 5.11).

Her anket yönteminde aynı bilgilendirmelerin yapıldığı durumlar olduğu gibi farklı bilgilendirmeler de yapılabilmektedir. Anketlerde hedef kitleyi bilgilendirmeler; mektupla, internetle, anketörlerle yüz yüze ya da telefonla yapılmaktadır.



Görsel 5.61: Hedef kitleye bilgi verilmesi

5.4.1. Hedef Kitleyi Bilgilendirmede Anketör Kullanılması

Anketör, bir anket çalışmasında daha önce hazırlanan anket sorularını belirli hedef kitleye soran ve elde edilen verileri ilgili birimlere ileten kişidir. Anketörler, işlerini yaparken hedef kitleyle doğru iletişimi başlatabilme ve onları bilgilendirme konusunda zorluklar yaşayabilmektedir. Anketör, hedef kitlenin anket çalışmasına katılmak istememesi gibi durumlarla karşılaşabilir. Bu gibi durumlarda çözümler bularak anket formlarının doldurulmasını sağlamalıdır. İletişim becerilerinin önemli olduğu bu durumlarda anketörler, görevlerini duruma uygun doğru bir yaklaşımla yerine getirmelidir. Zamanı doğru yöneterek sağlıklı bir şekilde veri toplanması, anketörlerin yaklaşımına bağlıdır.

Araştırma şirketleri, yüz yüze anket uygulama yönteminin dışında telefonla anket uygulamasını kullanmayı da tercih edebilir. Bu iki anket türünde de hedef kitle bilgilendirmelerinde anketörün iyi bir diksiyona sahip olması çok önemlidir. Ayrıca bu anketlerde hedef kitleyi bilgilendirmede ikna yöntemleri, anketörün iletişim kurma becerisi ve tecrübesi de büyük önem taşır. Posta anketlerinde ise anketörün bilgilendirme için ön mektuplar göndermesi ve süreci takip etmesi gerekir.

5.4.2. Hedef Kitleyi Anket Öncesi, Anı ve Sonrasında Bilgilendirme

Anketin uygulanışının her aşamasında hedef kitleye anket hakkında bilgilendirme işlemleri yapılmalıdır. Anket formuna ek olarak mutlaka açıklayıcı özellikte bir mektup yazılmalıdır. Anketin başında ön bilgilendirmenin yapıldığı bu sunuş mektubunda dikkat edilmesi gereken noktalar şunlardır:

- Mektup, kişiye hitap etmeli ve mektupta kişinin pozisyonu ve ismi bulunmalı.
- En fazla iki ya da üç paragraftan oluşmalı.
- Anketin yapılma amacı mektupta genel olarak açıklanmalı.
- Cevaplayıcıların özenle seçilmiş olduğu vurgulanmalı.
- Cevaplayıcının anket formunu doldurmasının önemi açıklanmalı.
- Anketin yapılış şekli açıklanmalı.
- Anket sahibinin bulunduğu kurum yazılmalı.
- Yönerge kısa ve etkili olmalı.
- Cevaplayıcıların yardımlarına olan ihtiyaç vurgulanmalı.
- Cevapların gizli tutulacağı ve cevaplama süresi belirtilmeli.
- Kesin bir geri gönderme tarihi belirtilmeli.
- Sonuçların gönderilebileceği belirtilmeli.
- Göndericinin kendi el imzasını taşımalı.
- Cevaplayıcılara ödül verilecekse ödül ve içeriği açıklanmalı.

Anket çalışması hazırlanırken sorulardan önce yer alan bilgilendirme yazıları kitap gibi hazırlanmalı ve bunlara kapak yapılmalıdır. Kapak hazırlanırken ön ve arka kapak için bir format hazırlanmalıdır. İki kapak için de format kurallarına uyulmalı ve anket için cevaplayıcıların dikkatinin ilk önce kapaklarla çekildiği bilinmelidir.

Ön Kapak

Anketin dikkat çekmesi ve ilgi uyandırması amacıyla hazırlanır. Burada sadece cevaplayıcının ilgisini çekecek bir başlık ve anketi iyi tanımlayan grafik tasarım bulunmalıdır. Anket başlığında anketin konusu açık ve basit aktarılmalı, ön yargı ve teknik ifadeler yer almamalıdır. Ayrıntı gerektiren konularda alt başlık kullanılabilir. Grafik tasarımı ise merak uyandıran ve ön yargı içermeyen fotoğraf, resim, illüstrasyon olabilir.

Arka Kapak

Arka kapakta cevaplayıcıya sorular ve içerik ile ilgili hem eleştirilerini hem de önerilerini yazabileceği bir alan oluşturulur. Alt kısma ise teşekkür yazısı ve adres bilgisi konmalıdır. Anket ile gönderilen pul ve adres bulunan zarfın kaybedilmesi durumunda arka kapaktaki bu bölüm kullanılacaktır.

A) Hedef Kitleyi Anket Öncesi Bilgilendirme

Hedef kitle arasından seçilen cevaplayıcıların anket öncesi bilgilendirilmesi, anket konusundaki tedirginliklerinin giderilip ankete katılımları açısından önemlidir.

1. Posta Anketlerinde Hedef Kitleyi Anket Öncesi Bilgilendirme

Posta yoluyla yapılan anketlerde gönderilen anketlerin zarfının açılması, doldurulması ve sonrasında geri gönderilmesi için özendirici bilgilendirmelerin yapılması gerekir. Çünkü çoğu anket; zarfı açılmadan çöp olabilir, açılsa da doldurulmayabilir, doldurulup geri postalanmayabilir. Bu nedenle cevaplayıcılarla önceden iletişim kurulması ve tekrarlanan postalamalarla ya da diğer iletişim kurma yolları ile cevaplayıcılara hatırlatmalarda bulunulması, bazı aşamalarında bilgilendirmelerle özendirilmesi gerekir (Tablo 5.1).

Tablo 5.4: Posta Anketi İçin Örnek Ön Bilgilendirme Mektubu

Prof. Dr. D.... C..
X Üniversitesi İletişim Fakültesi

Birkaç güne kadar size ulaşacak bir anket formu gönderdik. Bu anket ile markamızın müşteri memnuniyetini sağlamada hangi konuların önemli olduğunun araştırılması yapılacaktır. Siz de yıllardır markamızın seçkin müşterileri arasında yer almaktasınız ve bu konuda bizlere yardımcı olmanız bizi çok mutlu edecektir.

Size sunulan anket formundaki soruları yanıtlayarak en geç 15 gün içerisinde ekte dönüş adresi belirtilen, pulu yapıştırılan zarfla bize ulaştırmanızı bekliyoruz. Anket sorularına verdiğiniz yanıtlar gizli kalacak ve hiçbir şekilde açıklanmayacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve katılıma şimdiden teşekkür ederiz.

H..... D.....
X Marka Müşteri Temsilcisi

İkinci aşamada bilgilendirme mektubundan bir hafta sonra içinde soru formu ve cevapların bulunduğu adresi yazılı, pulu yapıştırılmış bir zarf gönderilmelidir. Zarfın gönderilmesinden 10 gün kadar sonra yanıtları gönderenlere teşekkür, göndermemiş olanlara hatırlatma kartı gönderilmelidir (Tablo 5.2).

Tablo 5.5: Posta Anketi İçin Örnek Ön Bilgilendirme Mektubu

X MARKA ANONİM ŞİRKETİ

Prof. Dr. D.... C..

X Üniversitesi İletişim Fakültesi

Geçtiğimiz günlerde adresinize işletmelerin müşteri memnuniyetini sağlamada hangi konuların önemli olduğunun araştırılması amacı ile hazırlanmış anket formu gönderildi. Anketi henüz göndermediyseniz vereceğiniz yanıtların konu ile ilgili araştırmaya çok büyük katkı sağlayacağına inandığımız için göndermenizi rica ediyoruz.

Soru formu ulaşmadı ise bize …… ……. …… no.lu telefon ya da …….. ……. ……..... ……..... adresinden ulaşabilirsiniz. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Saygılarımla

H..... D.....

X Marka Müşteri Temsilcisi

2. Telefon Anketlerinde Hedef Kitleyi Anket Öncesi Bilgilendirme

Son yıllarda satış ve pazarlamada telefon yoğun kullanılmakta ve insanlar anketörü dinlemeden telefonu kapatabilmektedir. Bu gibi durumları önleyebilmek için görüşme öncesi bilgilendirme mektubu gönderilmesi gerekir. Bu mektup ile anket saati bildirilmiş, cevaplayıcının anket için hazır olması sağlanmış ve gerçek bir araştırma çabası olduğu kanısı cevaplayıcıda uyandırılmış olacak ve anketör anket uygulamasında sorun yaşamayacaktır (Tablo 5.3).

Tablo 5.6: Telefon Anketi için Ön Bilgilendirme Mektubu

X MARKA ANONİM ŞİRKETİ

Prof. Dr. D.... C..

X Üniversitesi İletişim Fakültesi

Birkaç güne kadar size ulaşacak bir anket formu gönderdik. Sizi X marka müşteri hizmetleri olarak bir anket çalışması için arayacağız. Bu anket ile işletmelerin müşteri memnuniyetini sağlamada hangi konuların önemli olduğunun araştırması yapılacaktır. Siz de yıllardır markamızın seçkin müşterileri arasında yer almaktasınız ve bu konuda bizlere yardımcı olmanız bizi çok mutlu edecektir.

Anketörümüz sizi aradığında yapılacak görüşme yaklaşık 5 dakika sürecektir. Aradığımızda müsait olmamanız hâlinde sizin belirttiğiniz uygun bir zamanda sizi tekrar aramak isteriz. Anket sorularına verdiğiniz yanıtlar gizli kalacak ve hiçbir şekilde açıklanmayacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve desteğe şimdiden teşekkür ederiz.

H..... D.....

X Marka Müşteri Temsilcisi

3. Yüz Yüze Anketlerde Hedef Kitleyi Anket Öncesi Bilgilendirme

Araştırma, maliyeti düşük olabilecek küçük çaplı bir anket ise ve hedef kitleye diğer anket türleri ile ulaşılması ya da onlardan yanıt alınması beklenmiyorsa yüz yüze görüşmenin sağlayacağı yararlar zaman, kaynak ve iş gücü harcamalarına değecekse yüz yüze anket seçilebilir. Uygulama, telefonla ankete benzerlik göstermektedir. Bu nedenle doğru insanların anketör olarak görevlendirilmesi ve iyi eğitilmesi anket başarısı için çok önemlidir. Yüz yüze ankette görüşme öncesi ön bilgilendirme mektubu gönderilebilir ya da telefonla bilgilendirme yapılabilir (5.4).

Tablo 5.7: Yüz Yüze Anket İçin Örnek Ön Bilgilendirme Mektubu

X MARKA ANONİM ŞİRKETİ

Prof. Dr. D.... C..
X Üniversitesi İletişim Fakültesi

Birkaç güne kadar sizi bir anket çalışması için ziyaret etmek istiyoruz. X marka müşteri hizmetleri olarak bir anket çalışması ile işletmelerin müşteri memnuniyetini sağlamada hangi konuların önemli olduğunun araştırması yapılacaktır. Siz de yıllardır markamızın seçkin müşterileri arasında yer almaktasınız ve bu konuda bizlere yardımcı olmanız bizi çok mutlu edecektir.

Size bu mektubu ziyaret ve çalışmamız hakkında bilgilendirme yapmak amacıyla gönderiyoruz. Anketörümüz sizi ziyaret ettiğinde 20 soruluk bir anket formunu doldurmanızı isteyecektir. Anket sorularına verdiğiniz yanıtlar gizli kalacak ve hiçbir şekilde açıklanmayacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve yardımdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

H..... D.....
X Marka Müşteri Temsilcisi

B) Hedef Kitleyi Anket Sırasında Bilgilendirme

Anket çalışmalarında anket sırasında yapılan bilgilendirmeler, daha çok telefon ve yüz yüze anket çalışmalarında kullanılır. Anket sırasında yapılan bilgilendirme, en çok dikkat edilmesi gereken bilgilendirme türüdür.

Anketörün cevaplayıcı ile kurduğu yüz yüze ya da telefonla iletişim ile cevaplayıcının endişeleri giderilebilir, cevaplayıcı anketi yanıtlama konusunda ikna edilebilir. Anketör tarafından yapılacak ya da cevaplayıcı tarafından yanlış anlaşılmaya neden olacak olumsuz bir tavır anket çalışmasının başlamamasına, anketin yarıda bırakılmasına ya da sonuçların taraflı olmasına yol açabilir, anket sırasında anketör cevaplayıcıyı yönlendirebilir. Telefon anketinde kullanılabilecek ön bilgilendirme ile giriş metni şu şekilde olabilir:

-----İyi günler dilerim. Ben……. (Sadece ilk isim söylenir.), X markasından arıyorum. …… ……. (İsim ve soy ismi söylenir.) ile görüşebilir miyim?

-----Evet, buyurun benim.

-----X markasının müşteri hizmetleri olarak bir anket çalışması ile işletmelerin müşteri memnuniyetini sağlamada hangi konuların önemli olduğunu araştırıyoruz. Bu konuda bir ön bilgilendirme mektubu göndermiştik elinize ulaştı mı?

-----Evet, elime ulaştı.

-----Mektupta belirttiğimiz gibi özel müşterilerimizden birisiniz ve sizin görüşleriniz bizim için çok önemlidir. Anket 10 dakika sürecektir. Müsaitseniz hemen başlayabiliriz (Görsel 5.12).

Hedef kitleye anket ile ilgili bilgilendirme yapılırken teşvikler önemlidir. Teşvikler, hedef kitlenin cevaplayıcı olabilmesi açısından katılımın yükseltilmesini sağlayan en önemli araç olarak kullanılır. Anket formunu doldurma konusunda verilecek teşvik zamanlaması da önemlidir. Teşvik için farklı zamanlama seçilmesi, ek maliyet oluşturmasını önleyecek ve cevaplayıcılara sorumluluk duygusu verecektir.



Görsel 5.62: İnternet anketleri

Teşvik verilme zamanı olarak bazı istisnalar dışında anket öncesi ya da anket sırası tercih edilir. Teşvik, cevaplayıcının dikkatini çekmek için kullanılmalı, formun doldurulması için verilen ücret olarak algılanmamalıdır. Teşvik, cevaplayıcının yanıtlarını işletme için olumlu vermesi gerektiğini düşündürebilir ya da cevaplayıcı, teşviki alabilmek için anketi özensiz doldurabilir. Bu da anketin geçerliliğini olumsuz etkileyecektir.

ETKİNLİK

Anket sırasında çalışma hakkında hedef kitleyi bilgilendirme için daha önce belirlediğiniz konu ve hazırladığınız anket formu ile ilgili bilgilendirme metni hazırlayınız. Hazırladığınız çalışmayı arkadaşlarınızla paylaşınız.

C) Hedef Kitleyi Anket Sonrasında Bilgilendirme

Ankette hedef kitleyi bilgilendirme bir süreçtir. Bu nedenle sadece önemli görülen aşamaya dikkat edilmemeli tüm süreç için özenli davranılmalıdır. Anket çalışması yapılıp anket formu teslim alındıktan sonra da cevaplayıcı ile iletişim bitmemelidir. Anket ile ilgili katılımları için cevaplayıcıya teşekkür içeren bir mektup verilmeli, teşvik için hediye verildi ise kullanması hatırlatılmalı, anket ile ilgili sonuç raporu gönderilmelidir.

1. **Anket Sonrası Cevaplayıcıya Teşekkür Mektubu Gönderme**

Anket sonrasında ankete katılan katılımcılara ankete katılımlarından dolayı bir teşekkür mektubu gönderilmelidir. Teşekkür mektubu, bir hafta on gün içerisinde cevaplayıcının elinde olacak şeklide gönderilmelidir. Bu mektup ile katılımcıya anketin önemi, ankete katılımın önemi ve ankete katılarak düşünce ve zamanını paylaştığı için işletme adına teşekkür edildiği belirtilmelidir. Anket ile ilgili aklına takılan, eklemek istediği konular ile ilgili telefon numarası ya da adres verilmelidir.

2. **Sonuç Raporu Gönderme**

Hedef kitle üzerinde anket uygulaması için cevaplayıcı bilgilendirilirken ya da görüşme yapılırken araştırma sonuç raporunun bilgisinin verileceğini belirtmek bazı cevaplayıcılar için önemli bir teşvik sağlayabilir. İnsanlar kendi duygu, durum ve görüşünde olan kişileri kendi ile karşılaştırmak ve sonucu bilmek ister. Bu konudaki meraklarını giderecek bir teklif onlar için ilgi çekici olacaktır. Bu nedenle cevaplayıcılara anket formu ile birlikte sonuç raporu isteyip istemediklerinin sorulacağı bir kart gönderilebilir.

ETKİNLİK

Anket sonrası çalışma hakkında hedef kitleyi bilgilendirme için daha önce belirlediğiniz konu ve hazırladığınız anket formu ile ilgili bilgilendirme yapınız. Hazırladığınız çalışmayı arkadaşlarınızla paylaşınız.

5.5. ANKET UYGULAMA

Anket, veri toplama aracı olarak kullanışlıdır fakat hazırlanması ve uygulanması kolay değildir. Anket yöntemi uygulanırken geleneksel ya da modern yöntemlerden biri tercih edilebilir. Anket için, en uygun yöntem belirlendikten sonra anketin uygulanması sağlanır (Görsel 5.13). Anketin ön hazırlık ve hazırlık aşamaları en iyi şekilde hazırlanmış olsa da anketin uygulanması sırasında oluşabilecek bir hata tüm hazırlıkları olumsuz etkileyecek ve araştırmada gerçek sonuç ortaya çıkmayacaktır.



Görsel 5.63: Anketin yüz yüze uygulaması

Anket uygulaması aşamasında anketin bireysel mi grup olarak mı yapılacağına karar vermek önemlidir. Anketin bireysel olarak uygulanması her cevaplayıcıya tek tek anket çalışması uygulanmasıdır. Bu uygulama zaman ve maliyet açısından daha fazla bütçe gerektirecek, özellikle anketin anketör tarafından yapıldığı yöntemlerden birisi tercih edildiğinde zaman ve maliyet daha da artacaktır.

Anketlerin gruba uygulanması ise belirli bir topluluk olarak bir arada bulunan kişilere anket formlarının belli bir zamanda verilmesi, aynı anda yanıtlanması ve aynı anda toplanmasıdır. Grup uygulaması zamandan ve maliyetten tasarruf sağlar fakat her konu grup uygulamasına uygun olmayabilir. Grup olarak yapılması nedeniyle aynı ortamdaki cevaplayıcıların birbirinden etkilenmesi söz konusu olabilir.

Anket yönteminin ön hazırlık aşamasında yöntem olarak yüz yüze, posta, telefon, internet ya da karma yapılma kararı verilir. Anketin uygulama aşamasında hangi yöntem kararı alındı ise o yöntem uygulanır. Eğer anketin bir anketör yardımı ile yüz yüze yapılması tercih edilmişse **dolaysız anket yöntemi**, cevaplayıcıya bir kitle iletişim aracı vasıtasıyla ulaşılıp yapılması tercih edilmişse **dolaylı anket yöntemi** uygulanır.

5.5.1. Anket Uygulamada Anketör Kullanılması

Yapılan birçok araştırmada uygulayıcının araştırma sonucunu olumlu ya da olumsuz önemli derecede etkilediği kanıtlanmıştır. Bu nedenle anket sorularının yanıtlanması cevaplayıcıya bir soran aracılığıyla yapılacaksa anketörün seçimi ve eğitimi önem kazanır. Araştırma şirketleri anket yöntemini tercih ettiğinde, bu işi en iyi yapacak uzman kişilerle çalışmak ister.

Genellikle serbest ya da şirkete bağlı çalışan anketörler için belli bir üniversiteden mezuniyet gerekmezken bazı istisnai durumlarda işveren farklı şartlar da getirebilir. Anketörler, işletme bünyesinde tam zamanlı görev alabildiği gibi serbest çalışan (freelance) olarak da görev alabilmektedir. Anket çalışması için anketör seçimi yapılırken ilk kural güvenilirlik olmalıdır. Bunun yanında anketörün anket çalışmasını yerine getirebilecek yeteneklere sahip olmasına, kişisel özelliklerine ve eğitimine de önem verilmelidir.

Anketör, aynı anket şirketinde daha önce çalıştı ise şirketin anketör hakkında bilgisi olduğu gibi anketörün de çalışma kuralları hakkında bilgisi ve eğitimi olacaktır. Ayrıca bazı çalışmalarda anketörlerin çalışacakları anket konusunda bilgi birikimine sahip olması da beklenebilir. Bazı araştırma konularında yabancı dil bilgisi de anketör olmak için gerekli şartlar arasında yer alabilir. Anketörlerin; anket çalışma konusu, yabancı dil bilgisi yanında etkili iletişim, beden dili ve diksiyon gibi eğitimlere katılması gerekli olabilir. Bazı araştırma çalışmalarında anketör olarak görev almanın yanı sıra anketlerin hazırlanması ve değerlendirilmesi sürecinde yer alması istenebileceği için anketörün istatistik bilgisine de sahip olması gerekebilir. Araştırma şirketleri bu konularla ilgili anket uygulayıcılarına eğitim vermektedir.

Anketörlük tam zamanlı yapılabildiği gibi yarı zamanlı olarak da yapılabildiği için ek gelir olanağı da sağlayan bir meslektir. Örneğin bir üniversite öğrencisi, anketörlük yaparak öğrencilik hayatına maddi katkıda bulunabilir. Ancak bir şirkete bağlı olarak çalışma durumunda, araştırma şirketinin şartlarının dikkate alınması gerekir. Ayrıca bir kurumsal yapı içerisinde anketör olarak yapılacak çalışmalarda farklı görevlerde çalışılabilir. Bünyesinde çalışılan şirket tarafından ek olarak soru hazırlama, veri analizi, raporlama vb. anket öncesi ve sonrası yerine getirilmesi gereken bazı sorumluluklar da verilebilir.

Anketin uygulanması için kullanılacak yöntem, araştırma yapılan konuya ve araştırmacının kaynaklarına (para, zaman ve harcayacağı emeğe) göre belirlenir. Anketin uygulama aşamasında yüz yüze ya da bir kitle iletişim aracı vasıtasıyla olmasına göre dikkat edilecek kurallar ve karşılaşılacak sorunlar her yöntem için farklı şekilde ortaya çıkacaktır. Anketin, cevaplayıcılara yüz yüze ve telefonla görüşmeler yoluyla yapılması durumunda ise anketöre düşen sorumluluk artacaktır. Anket şirketleri, uygulayıcılara verdikleri anketlerin belli bir sürede tamamlanmasını ister. Bu nedenle anketörlerin verilen süre içerisinde anketlere yönelik geri dönüşleri alması ve uygulamayı tamamlaması gerekir.

5.5.2. Dolaysız Anketlerde Uygulama

Anket uygulamalarında en çok başvurulan yöntem, cevaplayıcıya bir soran tarafından yardımcı olunarak anket sorularının yanıtlanmasıdır. Bu uygulamada uygulayan kişi, kendisine verilen bilgiler dâhilinde

cevaplayıcıya açıklamalarda bulunur. Bu yöntemde yüz yüze iletişim sürecinin özellikleri görülmektedir. Yüz yüze iletişim sürecinin bazı olumlu ve olumsuz etkileri bu yöntemde yer alır. Yüz yüze iletişim sürecinin anket üzerinde doğuracağı bu etkiler ise uygulayıcı ile cevaplayıcının eğitim ve kültür düzeyine, kişilik özelliklerine bağlıdır.

Anket çalışması, dolaysız yapılacaksa uygulamada anketörün kişisel özellikleri ve iletişim becerisi ön plana çıkar. Çünkü anketörün soruları cevaplayıcılara doğru ve net aktarması, yanıtları doğru yorumlaması ve not edebilmesi gerekir. Bunun yanında anketör, cevaplayıcı ile baş başa kaldığında beklenmeyen bir olay karşısında çözüm üretebilmelidir. Anketörlerin cevaplayıcılarla aynı kültürel ve sosyal cevreden olması, yaş aralığı, cinsiyet gibi demografik özellikleri cevaplayıcı ile iletişim kurarken ve anket çalışmasında kolaylık sağlayacaktır.

Anketör, ulaşmak istediği hedef kitleye kalabalık olarak bulunabileceği ortamlarda (caddeler, sokaklar, parklar, AVM vb.) anket uygulayabilir. Bunun yanında anket sorularının özel bir hedef kitleye yönelik hazırlanması durumunda ise hedef kitleye özel ziyaretlerde bulunarak anket formlarının doldurulmasını sağlayabilir. Anketör, anket süreci sona erdiğinde ise verilerin toplanması, düzenlenmesi ve ilgili makamlara iletilmesinden de sorumludur.

5.5.3. Posta, Telefon Araçlarıyla ve İnternetle Yapılan Anketlerde Uygulama

Anket formunun hedef kitleye uygulanması aşamasında yüz yüze yapılan dolaysız anket dışında kullanılan yöntemlerde bir araç kullanılmaktadır. Posta, telefon ya da internetle yapılan anket uygulamaları bir araç kullanılarak dolaylı yapılan anket uygulamalarıdır. Bunlar arasında telefon aracılığıyla yapılan anket uygulamalarında diğer iki araç kullanımından farklı olarak anketör kullanıldığı için anketörün özellikleri ön planda olacaktır (Görsel 5.14).

Telefon anketlerinde uygulama sırasında bir araç yardımıyla olmasına rağmen anketörlere büyük iş düşmektedir. Hazırlanan anket formunun cevaplayıcıya sorulması ve yanıtların kaydedilmesi aşamalarında anketör etkin rol oynar. Telefon anketinde telefonla konuşma kurallarına uyulması, zamanın kısıtlı olduğu göz önünde bulundurularak gereksiz konulara girilmemesi ve anket için başlangıçta söylenen zamana dikkat edilmesi gerekir.

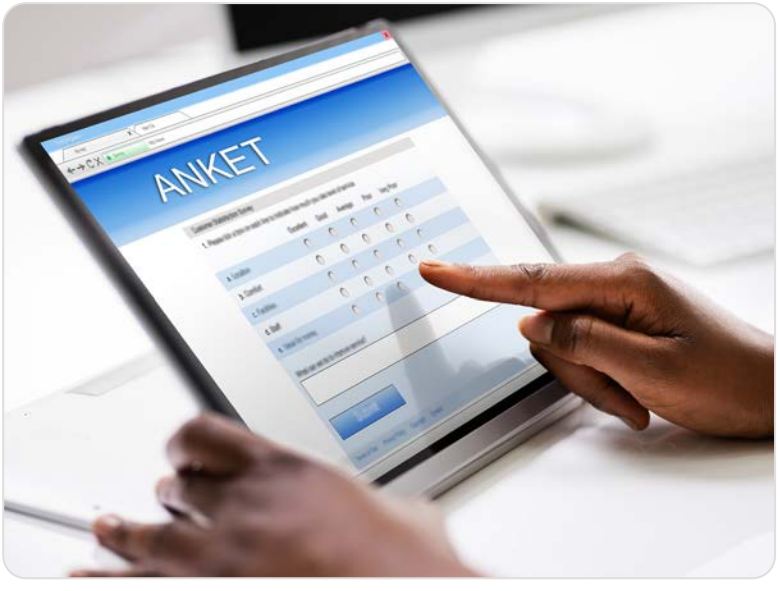


Görsel 5.64: Anketin telefonla uygulanması

Telefonla anket uygulamasında başarılı bir çalışma için anketör yüz yüze anket yönteminde olduğu gibi Türkçeyi güzel kullanabilme, hoş ses tonuna sahip olma, uygun görüşme tekniklerini kullanabilme, iletişim gücü gibi bazı özellikleri taşımalıdır. Anketörün bu yeteneklerinin yanında anket çalışmasının konusu ile ilgili bilgisinin olması gerekir. Anketör, ön bilgilendirme konuşması sonrası anket çalışmasının önemini vurgulamalıdır. Anketör, konuşmalarında anket sorularını akıcı bir şekilde okuyabilmeli ve görüşmeyi akışını bozmadan yapabilmelidir. Anket uygulamasında hedef kitleye ikna ve iletişim yeteneğini kullanması, anlaşılmayan sorularla ilgili yönlendirme yapmadan bilgilendirme yapması gerekebilir.

Posta yöntemi kullanılan anketler, iletişim açısından yazılı iletişim türünde değerlendirilir. Bu anketlerde bilgilendirme yapabilecek biri olmadığından uygulama öncesi anketler için bilgi mektupları gönderilmesine özen gösterilmelidir. Posta anketi için uygulama sırasında sorun yaşanmaması için açıklayıcı bilgiler içeren kitapçık, soru formu içine konmalıdır. Ayrıca bu yöntemle anket uygulamada, cevaplayıcıların bu teknikle anket doldurma alışkanlığının olup olmaması da önemlidir. Bu yöntemde uygulayıcılar; anket zarflarını hazırlamak, gelen yanıtları kontrol etmek ve raporlamakla da görevli olabilir.

İnternet aracılığıyla yapılan anketler de posta anketlerinde olduğu gibi yazılı iletişim özelliği gösterir. İnternetin yoğun kullanımıyla birlikte, her geçen gün internet anketlerinden alınan verilerin kullanımı artmaktadır. Bu anketlerde artışın nedeni düşük maliyet, ulaşım kolaylığı ve büyüklüğü ile anket sonrasında bilgisayarlara kaydedilmesi ve tasnif edilmesinin zahmetsiz olmasıdır.



Görsel 5.65: İnternetle anket uygulaması

Bu anketler e-posta, sms, web sitesi, sosyal medya vb. çeşitli ortamlar aracılığıyla hazırlanabilir, katılımcılar anketi bir web tarayıcısı yardımıyla dünya çapında internet üzerinden yanıtlayabilir (Görsel 5.15).

İnternet anketlerinin en yaygın kullanılan uygulamaları şunlardır:

E-posta Anketi: İnternet anketinin en yaygın kullanılan yöntemlerinden birisidir. Bu yöntem hem mevcut müşterilere hem de potansiyel müşterilere e-posta gönderilerek uygulanabilir.

SMS Anketi: İnternet anketi uygulamanın etkili yöntemlerinden birisi de SMS anketidir. Bu yöntem, telefon numaralarıyla katılımcıların sınıflandırılabildiği gruplara (işletme müşterisi, bir meslek grubu vb.) yapılan anketlerde tercih edilmektedir.

Sosyal Medya Anketi: İnternet yöntemi olarak en yaygın kullanılan yöntemlerden biri de sosyal medya kanallarında anket yayımlamaktır. Özellikle genç gruplara ve teknolojiyi yoğun kullanabilen gruplara yapılacak anketlerde sosyal medya tercih edilmektedir.

ANKET UYGULAMA

5.6. UYGULAMA

Görev	Bu uygulamada iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alınız. Bu çalışmada sizden hazırladığınız anket formunu belirlediğiniz hedef kitleye uygulamanız beklenmektedir.
Süre	4 ders saati
Ortam	Halkla Ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Anket uygulama yöntemlerinden birini seçiniz.
2. Seçtiğiniz yöntemde yer alan anket özelliklerine göre en az on kişi ile anket çalışması yapınız.
3. Anket uygulamasını verilen sürede tamamlayınız.
4. Anket çalışması sonrası yaptığınız işlemleri içeren bir dosya hazırlayınız.

KONTROL LİSTESİ

ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:	
SINIFI-NO.:		
ÖLÇÜTLER	**EVET**	**HAYIR**
1. Anket uygulama yöntemlerinden biri seçildi.		
2. Yönteme ait özelliklere göre anket uygulandı.		
3. Verilen sayı kadar kişiye anket uygulandı.		
4. Verilen sürede anketler tamamlandı.		
5. Yapılan işlemleri içeren bir dosya hazırlandı.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.

1. ( ) Kaynak tarama ve araştırma sonuçlarını değerlendirmede anket yöntemi kullanılır.

2. ( ) Anket yönteminin aşamalarına ilk aşaması olan soruların hazırlanması ile başlanmalıdır.

3. ( ) Anket konusunun tanımlanmasında anketin hangi amaç için hazırlanacağı belirlenmelidir.

4. ( ) Anket yöntemini belirlemek için anket türünün olumlu özelliklerinin bilinmesi yeterlidir.

5. ( ) Bir konu ile ilgili cevaplayıcının özgürce yanıt vermesi için kapalı uçlu sorular tercih edilir.

6. ( ) Ölçme yöntemi kullanılarak anket sonuçlarının sayı ya da sembollerle gösterilmesi gerekir.

7. ( ) Anket, her durumda topluluğun tümüne tam sayım ile yapılmalıdır.

8. ( ) Anket yöntemi uygulanırken hedef kitle, anketin her aşamasında bilgilendirilmelidir.

9. ( ) Anketörler, işletme bünyesinde tam zamanlı görev alabildiği gibi serbest çalışan olarak da görev alabilir.

B) Aşağıdaki cümlelerde yer alan boşlukları uygun ifadelerle doldurunuz.

10. Bilgi toplama yöntemi olarak anketin seçilmesi araştırma yapılan alan ve araştırma ..... göre belirlenir.

11. Anket yöntemi; ön hazırlık çalışması, hazırlık çalışması, ..., analiz-değerlendirme ve raporlaştırma aşamalarından oluşur.

12. Anket yönteminde soruların hazırlanmasından sonra, soru ..... hazırlanmalıdır.

13. Anketin uygulanması için kullanılacak yöntem, araştırma yapılan konuya ve araştırmacının ..... göre belirlenmelidir.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

14. Aşağıdakilerden hangisi anket yönteminin ön hazırlık aşamalarından biridir?

A) Anketör belirleme
B) Hedef kitle belirleme
C) Soru yazma
D) Uygulama
E) Yöntem belirleme

15. Aşağıdakilerden hangisi anket yönteminin hazırlık aşamalarından biri değildir?

A) Soru yazma (tasarım)
B) Hedef kitleyi belirleme
C) Ön uygulama
D) Uygulama
E) Uzman görüşü alma

16. **Ankette varsayımın belirlenmesine hangi aşamada karar verilir?**

A) Analiz
B) Değerlendirme
C) Ön hazırlık
D) Raporlaştırma
E) Uygulama

17. **Aşağıdakilerden hangisi kapalı uçlu soru türlerinden biridir?**

A) Boşluk doldurma
B) Karma
C) Listeleme
D) Sıralama
E) Yorumlama

18. **Aşağıdakilerden hangisi araştırma için oluşturulan evren listesinden ölçüt kullanılmadan örneklem seçimine verilen addır?**

A) Sistematik
B) Basit rastgele
C) Tabakalı
D) Grup
E) Uygun

19. **Aşağıdakilerden hangisi hedef evrenin tamamı ile değil belirli bir örnekleme ile evrene ulaşılmaya çalışıldığında oluşan hataya verilen addır?**

A) Cevaplama
B) Kapsam
C) Ölçme
D) Ön uygulama
E) Örneklem

20. **Hedef kitleyi bilgilendirmede sunuş mektubu anketin hangi aşamasında yapılmalıdır?**

A) Anket öncesi
B) Anket anı
C) Anketin her aşamasında
D) Anket sonrasında
E) Anketör kullanıldığında

21. **Anketin uygulanması için kullanılacak yöntemin belirlenmesinde aşağıdakilerden hangisi yer almaz?**

A) Araştırmanın aşamaları
B) Araştırmaya ayrılan kaynak
C) Araştırma alanı
D) Araştırma için ayrılan zaman
E) Araştırma konusu

22. **Dolaysız anket uygulaması aşağıdaki anket türlerinden hangisinde kullanılır?**

A) Karma
B) Posta
C) Telefon
D) İnternet
E) Yüz yüze

6. ANKET DEĞERLENDİRME RAPORU

ÖĞRENME BİRİMİ

KONULAR

6.1. RAPORUN ÖN BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA

6.2. RAPORUN ANA BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA

6.3. RAPORUN ARKA BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ ?

- Anket çalışmasıyla elde edilen verileri elle basitçe analiz etme
- Raporun ön bölümünü hazırlama
- Raporun ana bölümünü hazırlama
- Raporun arka bölümünü hazırlama

TEMEL KAVRAMLAR

- Veri analizi
- Rapor



HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Bir anket uygulamış olsaydınız elde ettiğiniz sonuçları nasıl paylaşırdınız? Düşüncelerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
2. Rapor yazmanın diğer yazı türlerini yazmaktan farkı neler olabilir? Düşüncelerinizi arkadaşlarınızla değerlendiriniz.
3. Bir araştırmacının anket raporunun yazımında çok fazla kaynağa başvurmuş olması, size bu araştırma hakkında neler düşündürür?

6.1. RAPORUN ÖN BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA

Bilimsel araştırmalar birbirine dayalı çalışmalardır. Anket çalışması ile veriler elde edilip tasnif edildikten sonra sıradaki iş; verilerin işlenmesi, analizi ve raporun yazılmasıdır. Araştırmanın sona ermesi, raporun ilgili kişi veya kurumlara duyurulmasıyla olur.

6.1.1. Verilerin Analizi

Anket çalışmasıyla elde edilen veriler, bilgisayar ortamına işlendikten sonra bir istatistik programı kullanılarak veya elle basitçe analiz edilebilir (Görsel 6.1). Veri analizi uzmanlık gerektiren bir işlemdir. Veri analizinde hangi istatistik yöntemin kullanıldığı, verilerin elle mi bilgisayar ortamında mı analiz edildiği, bilgisayar ortamında ise hangi programın kullanıldığı raporda mutlaka belirtilmelidir. Veri analizinde hangi istatistik yönteminin kullanılacağı konusunda araştırmacı kendi isteğine göre seçim yapamaz. Seçim, araştırmanın modeline bağlıdır.

Veri analizinde en çok kullanılan ve basit şekilde elle yapılabilecek olan istatistik yöntemleri şunlardır:

1. **Frekans:** Her bir seçeneği tercih eden kişilerin sayısını gösterir. Sembolü f'dir.
2. **Yüzde:** Belli bir seçeneğin frekansının toplam frekansa oranıdır. Sembolü %'dir.
3. **Aritmetik Ortalama:** Puanların toplamının katılımcı sayısına bölünmesi ile bulunur.



Görsel 6.66: Verilerin analizi

ÖRNEK ANKET ANALİZİ

İstanbul ili ..... ilçesinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı meslek liselerinde 12. sınıfta eğitim gören 300 öğrenciye işletmelerde gördükleri beceri eğitimine dair görüşleri anket yoluyla soruldu. 5'li Likert ölçeği kullanılarak elde edilen verilerin her bir yanıtı için belirli bir puan verildi. "İşletmelerde beceri eğitiminden beklentileriniz nelerdir?" sorusuna öğrencilerin verdiği "Okulda kazandığım teorik bilgileri uygulamamı sağlamalıdır." cevabının analizi Tablo 6.1'deki gibidir.

Tablo 6.8: "İşletmede Gördüğüm Beceri Eğitimi Okulda Kazandığım Teorik Bilgileri Uygulamamı Sağlamalıdır." Cevabının Analizi

YANITLAR	KİŞİ SAYISI (FREKANSI)	YANITIN KODU	PUANI	ORANI (YÜZDESİ)
Hiç sağlamamalıdır.	10	1	10	3.3
Az sağlamalıdır.	19	2	38	6.3
Orta düzeyde sağlamalıdır.	44	3	132	14.7
Çok sağlamalıdır.	65	4	260	21.7
Oldukça fazla sağlamalıdır.	162	5	810	54.0
Toplam	300		1.250	%100

Cevabın aritmetik ortalaması, toplam puanın ankete katılan kişi sayısına bölünmesiyle yani 1.250/300 =4,16 olarak hesaplanmaktadır. Aritmetik ortalamanın 4,16 olması, beklentinin "Çok sağlamalıdır."' seçeneğine yakın olduğunu göstermektedir.

VERİLERİN ANALİZİ

6.7. UYGULAMA

Görev	Bu uygulamada iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alarak Uygulama 5.4'te uyguladığınız anket çalışmasıyla elde ettiğiniz verileri değerlendiriniz.
Süre	3 ders saati
Ortam	Halkla ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, Ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Katılımcılara sorduğunuz soruları ve katılımcılardan aldığınız cevapları tablolaştırınız.
2. Her cevabın frekansını hesaplayarak tabloda belirtiniz.
3. Her cevabın yüzdesini hesaplayarak tabloda belirtiniz.
4. Her cevabın aritmetik ortalamasını hesaplayınız.
5. Hazırladığınız kelime işlemci dosyasını, "Veri Analizi" ismiyle bilgisayarınızdaki "Anket Raporu" klasörüne kaydediniz.

KONTROL LİSTESİ

ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:
SINIFI-NO.:	

ÖLÇÜTLER	EVET	HAYIR
1. Ölçme araçları ile elde edilen verileri tablo şeklinde gösterdi.		
2. Tabloda her cevabın frekansını hesapladı.		
3. Tabloda her cevabın yüzdesini hesapladı.		
4. Tabloda her cevabın aritmetik ortalamasını hesapladı.		
5. Yazım kurallarına uydu.		
6. Tabloyu, estetik şekilde hazırladı.		
7. Verilen sürede hazırladı.		
8. Dosyayı, "Veri Analizi" ismiyle bilgisayardaki "Anket Raporu" klasörüne kaydetti.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

6.1.2. Rapor Kavramı



Görsel 6.67: Rapor

Araştırma ile elde edilen sonuçların başkalarına duyurulması rapor ile mümkündür. **Rapor**, araştırmada elde edilen verilerin belirli kurallara göre yazıya dökülmesidir (Görsel 6.2). Rapor, bir kişi tarafından hazırlanabileceği gibi birden fazla kişi tarafından da ortak şekilde hazırlanabilir. Hazırlanan rapor; yazılı veya sözlü olarak yöneticilere, bir makama veya kurula sunulabilir, bilimsel ortamlarda yayımlanabilir.

Raporlar düzeyine, bilgilerin kapsamına ve raporu kullanacak kişiye göre genel ve teknik rapor olmak üzere iki şekilde adlandırılır.

1. **Genel Rapor:** Ayrıntılı bilgiler içermez. Anket konusunda uzman olmayan, araştırmanın sürecinden çok sonuçlarıyla ilgilenen, genel özellikteki kişiler için hazırlanır.
2. **Teknik Rapor:** Ayrıntılı teknik bilgiler içerir. Üniversiteler, hükümet yetkilileri, eğitim sektörü, iş dünyası, gazeteciler, araştırmacılar, pazarlama veya finans bölümünde çalışanlar gibi araştırma konusunda uzman olan kişiler için hazırlanır.

6.29. SIRA SİZDE

Genel ağda yayımlanmış genel ve teknik rapor örneklerini araştırıp inceleyiniz. Elde ettiğiniz sonuçları arkadaşlarınızla paylaşınız.

6.1.3. Raporun Aşamaları

Rapor yazma işi Şekil 6.1'deki gibi belirli aşamaları olan bir süreçtir. Bu aşamalar şunlardır:



Şekil 6.7: Raporun aşamaları

1. Planlama Aşaması

Araştırmacı, raporu yazmaya başlamadan önce ilk olarak yapacaklarını planlamalıdır. Raporda neyin, nasıl, ne şekilde yazılacağı, raporun başlama ve bitiş tarihi, yazılacağı ortam, fiziki koşullar, kullanılacak araç gereç önceden planlanmalıdır.

2. İçerik Aşaması

Araştırmacı, araştırma konusu ile ilgili kaynak taraması yaparak bilgiler elde eder. Seçtiği konuda daha önce yazılmış iyi raporları inceler. Bu aşamada çok fazla okuma yapmalı, elindeki bilgileri iyice kavramalıdır.

3. Biçimsel Aşama

Raporun okuyucu tarafından kolay şekilde anlaşılabilmesi için belli biçimsel kurallara uyulması gerekir. Rapor başkalarının anlayacağı bir biçimde yazılmamışsa okuyucu bilgiyi anlamadığında araştırma, amacına ulaşmamış olacaktır.

6.30. SIRA SİZDE

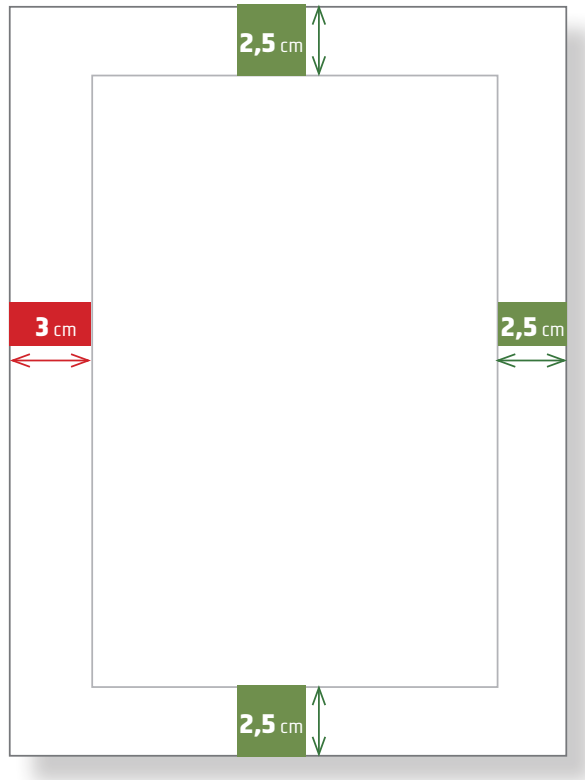
Sizce bir raporu hazırlama aşamalarının en önemlisi hangisidir?

Görüşlerinizi ve nedenlerini arkadaşlarınızla paylaşınız.

6.1.4. Raporun Yazım Aşamaları

Bilimsel bir rapor edebi bir eser değildir. Yazımında uyulması gereken bazı kurallar vardır. Bu kurallar kısaca şunlardır:

1. Akademik bir dil kullanılmalıdır.
2. Sade, anlaşılır ve akıcı bir dil kullanılmalı, uzun cümlelerden kaçınılmalıdır. Paragraflar çok kısa veya çok uzun olmamalı, bir paragraf en az üç cümleden oluşmalıdır.
3. Teknik terimlerin sık ve gereksiz kullanımından, argo ve abartılı ifadelerden, konuyla ilgisi olmayan ve kullanımı sakıncalı görsellerden kaçınılmalıdır.
4. Dilbilgisi ve yazım kurallarına uyulmalıdır. Cümleler geçmiş zamanda yazılmalıdır.
5. Raporun şekli, yazı biçimi, tablo, cetvel ve grafiklerin şekli, terim ve tanımların yazılması birbiriyle uyumlu olmalıdır.
6. Rapor okuyucunun sıkılmadan, yorulmadan okuyabilmesi için çok uzun yazılmamalı, gereksiz ayrıntılara girilmemelidir. Teknik raporlar daha ayrıntılı bilgi içerdiği için daha uzun yazılabilir.
7. A4 boyutunda birinci hamur kâğıdın tek yüzüne ve dikey şekilde yazılır. Ancak rapora eklenen çeşitli tablo, grafik, şekil vb. için farklı boyutlarda kâğıtlar katlanarak kullanılabilir.
8. Raporun ciltlenmesinde kolaylık sağlamak amacıyla, her sayfanın sol kenarında 3 cm, diğer kenarlarda 2,5 cm boşluk bırakılır (Şekil 6.2).



Şekil 6.8: Yazı alanı

9. Paragraf satırları arasında 1,15 satır aralık verilir.
10. Paragraflarının ilk satırları 1,25 cm içerden başlatılır veya tüm satırlar aynı hizada yazılarak paragraflar arasında bir satır boşluk bırakılır.
11. Sözcükler arasında bir boşluk bırakılır. Noktalama işaretleri önceki sözcüğe bitişik yazılır. Noktalama işaretlerinden sonra bir boşluk bırakılır.
12. Metinde satırlar "iki yana yaslı" hizalanır.
13. Yazı tipi olarak Turkish Times New Roman, Calibri veya Arial kullanılır. Raporun tamamında aynı yazı stili seçilmelidir.
14. Özel olarak vurgulanmak istenen ifadeler, alıntılar ve kaynakçadaki kitap ve dergi isimleri italik (eğik) yazılabilir.
15. Metin 12 punto ve normal biçimde yazılır.
16. Bölüm başlığı; yazı alanının üst kenarından üç satır aşağıya, tamamı büyük harflerle, 16 punto, kalın, ortalı ve simetrik yazılır. Ana başlıklar 14 punto ve kalın, alt başlıklar, tablo, şekil, grafik vb. başlıkları 12 punto ve kalın yazılır. Ana ve alt başlıklarda sözcüklerin ilk harfleri büyük diğerleri küçük yazılır.
17. Başlıklar italik olmamalı şekil, sembol, formül, alt veya üst simge vb. içermemelidir.
18. Kapak sayfası hariç tüm sayfalara numara konur. Sayfa numarası sayfa sonuna ortaya hizalı olarak yazılır.
19. Tablo, şekil ve görseller Romen (I, II, III) veya Arap (1, 2, 3) rakamları ile numaralandırılır. Tablonun numarası ve başlığı üstüne; şekil, görsel ve resimlerin numara ve açıklaması altına yazılır.
20. Bölüm ve alt bölüm başlıklarının numaralandırılmasında en çok kullanılan yöntem zincirli numaralandırmadır.

ÖRNEK BAŞLIK NUMARALANDIRMASI

2. MESLEKİ EĞİTİM

2.1. Mesleki ve Teknik Eğitimin Tanımı ve Önemi

2.2. Türkiye'de Mesleki ve Teknik Eğitimin Tarihsel Gelişimi

2.2.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem Mesleki Eğitim

2.2.1.1. Ahilik Teşkilatında Mesleki Eğitim

2.2.1.2. Lonca Teşkilatında Mesleki Eğitim

2.2.2. Cumhuriyet Dönemi'nde Mesleki Eğitim

2.2.3. Günümüzde Mesleki Eğitim

6.31. SIRA SİZDE

Aşağıda raporun ön bölümünü hazırlama aşamaları karışık olarak verilmiştir. Önlerindeki boşluğa 1'den 10'a kadar uygun olan sayıyı yazarak sıralayınız.

(.....) Yapılacak işler planlanır.

(.....) Konu ile ilgili çok fazla kaynak okunur.

(.....) Raporun biçimine karar verilir.

(.....) Raporda kullanılacak araçlara karar verilir.

(.....) Rapor konusuyla ilgili kaynak taraması yapılır.

(.....) Bir çalışma takvimi oluşturulur.

(.....) Raporun konusu belirlenir.

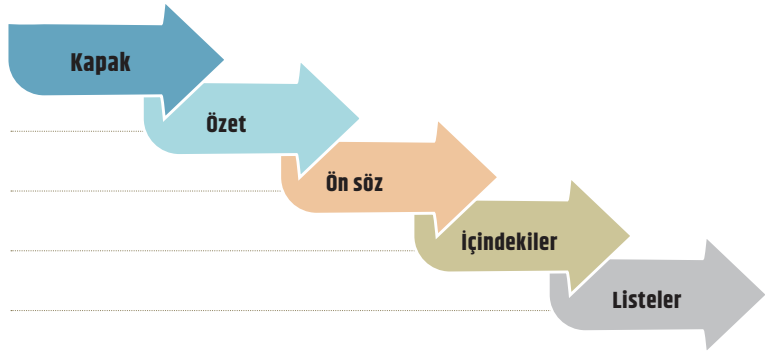
(.....) Raporun konusuyla ilgili daha önce yazılmış iyi raporlar incelenir.

(.....) Raporun bütün kısımları kabataslak yazılır.

(.....) Raporun yazılacağı ortam ve fiziki koşullar planlanır.

6.1.5. Raporun Ön Bölümü

Bir araştırma raporunun ön bölümü genel olarak Şekil 6.3'teki kısımlardan oluşur.



Şekil 6.9: Raporun ön bölümünün kısımları

1. Kapak

Raporun yazılı ilk sayfasıdır. Bilgiler farklı kümeler hâlinde, aralarında boşluklar bırakılarak, 14 punto ve kalın olarak yazılır. Bir kapakta genel olarak şu bilgi kümeleri yer alır:

- Sayfanın en başına "T.C." ibaresi, kurumun logosu getirilir; büyük harflerle kurumun adı, baş harfleri büyük diğer harfleri küçük şekilde bölüm adı yazılır.
- Çalışmanın türü (ödev, tez vb.) yazılır.
- Raporun başlığı büyük harflerle, koyu ve ortalı yazılır. Başlık içeriğe uygun olmalı, 50 harfi geçmemelidir.

- Raporu hazırlayan kişinin adının ilk harfi, soyadının ise tamamı büyük harflerle ve ortalı yazılır. Araştırma birden fazla kişi tarafından yapılmış ise yazar adları alfabetik sıraya göre alt alta yazılır.
- Raporu denetleyen kişinin, öğretmenin ya da grubun adı yazılır.
- En alta raporun yazılıp sunulduğu il, kurum adı ve tarih, üç satır hâlinde ve ortalı yazılır.

ÖRNEK KAPAK

T.C.

…… MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

HALKLA İLİŞKİLER ALANI

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ SON SINIF ÖĞRENCİLERİNİN İŞLETMELERDE MESLEKİ EĞİTİMDEN BEKLENTİLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN TESPİTİ

Anketörlük Dersi Ödevi

S…….. C……..

Öğretmen: C…….. Ç……..

……. ili, 2024

2. Özet (Abstract)

Okuyucu bu bölüme bakarak rapor hakkında genel bir fikir edinir ve içeriği okuyup okumamaya karar verir. Özellikle yöneticiler ve kaynak taraması yapan araştırmacılar, vakitlerinin kısıtlı olması nedeniyle genellikle raporların özet kısımlarını okumakla yetinirler. Özette araştırmanın amacı, araştırılan problem, araştırma yöntem ve teknikleri ile sonuçlara kısaca yer verilir. Şekil, tablo, kaynak vb. bilgiler özette yer almaz. Özet, araştırmacının kendi ifadeleri ile yazılır. Türkçe ve İngilizce olarak 150-250 kelime olacak şekilde hazırlanır. Genel ağda tarama yapan kişilerin rapora kolayca ulaşabilmesi için en fazla 5 adet anahtar kelime eklenir.

ÖRNEK ÖZET

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ SON SINIF ÖĞRENCİLERİNİN İŞLETMELERDE MESLEKİ EĞİTİMDEN BEKLENTİLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN TESPİTİ

Yapılan bu araştırmada, mesleki ve teknik Anadolu lisesi son sınıf öğrencilerinin işletmelerde mesleki eğitimden beklentileri, beklentilerinin karşılanma düzeyi ve işletmelerde karşılaştıkları sorunlar ele alınmıştır. Sorunların tespit edilmesi amacıyla tarama anketi hazırlanmıştır. Anket 2019-2022 eğitim ve öğretim yılında İstanbul ilinde ..... ilçesinde bulunan mesleki ve teknik Anadolu liselerinde öğrenim gören ve işletmelerde mesleki eğitim gören 300 öğrenciye uygulanmıştır (Görsel 6.3).

Öğrenciler tarafından cevaplanan anketlerin tamamı analize uygun bulunarak değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde bilgisayar programı kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, işletmelerde mesleki eğitimin okulda teorik olarak kazanılan bilgileri uygulamada yeterli olmadığını, eğitimin öğrencilerin üniversiteye hazırlanmasında olumlu bir etkisinin olmadığını ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, İşletmelerde Mesleki Eğitim



Görsel 6.68: İşletmelerde mesleki eğitim gören öğrenciler

3. Ön Söz (Teşekkür)

Çalışmanın amacı, önemi, kapsamı, karşılaşılan güçlükler, varsa eksik ya da sınırlı kalan konular kısaca anlatılır. Çalışmaya izin, danışmanlık, yabancı dilden çeviri, eser kullanma izni vb. şekillerde katkı yapmış kişi veya kuruluşlara teşekkür edilir. Teşekkürde abartıdan ve duygusallıktan kaçınılmalıdır. Teşekkür edilen kişilerden izin alınmalıdır. Ön söz başlığı kalın büyük harflerle ve sayfanın üst ortasına yazılır. Bu bölüm iki sayfayı geçmemelidir.

ÖRNEK ÖN SÖZ

ÖN SÖZ

Sanayileşme, toplumların gelişmesinde, kalkınmasında ve kendini yenilemesinde temel kabul edilir. Güncel bilgi, beceri ve donanımlara sahip nitelikli insan gücü, ülkenin sanayisinin ve kalkınmasının temel unsurudur. Yenilikleri ve gelişmeleri takip eden, yeniliklere uyum sağlayabilen ve çağın gereksinimlerine uygun şekilde kendini geliştiren nitelikli insan gücünü yetiştirmek ve sürekli olarak yeni bilgilerle donatmak, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de mesleki eğitimin en önemli işlevidir.

Bu çalışmanın amacı; ülkemizde mesleki ve teknik Anadolu liselerinde öğrenim gören öğrencilerin, işletmelerde mesleki eğitimde karşılaştıkları sorunları ve öğrencilerin bu eğitimden beklentilerinin neler olduğunu tespit etmeye çalışmaktır.

Bu çalışmayı sonuçlandırmamda bilgi ve tecrübelerini benden esirgemeyen değerli öğretmenim ..... ' a teşekkürlerimi sunarım. Çalışma sürecinde sürekli yanımda olarak bana yardımcı olan arkadaşım ..... 'ya ve aileme teşekkür ederim.

4. İçindekiler

İçindekiler kısmı, metnin yazımı bitip başlıklar ve başlıkların numaraları ortaya çıktıktan sonra yazılır. Sayfanın başına büyük harflerle, kalın, 12 punto olarak "İÇİNDEKİLER" başlığı yazılır. Raporda yer alan tüm ana başlıklar ve 3. dereceye kadar alt başlıklar sayfa numaralarıyla birlikte sırasıyla verilir. Ana başlıklar kalın yazılır. Başlıklar yazılırken hiçbir kısaltma yapılmaz.

5. Listeler

Raporda kısaltmalar, tablo, şekil, resim, ekler vb. kullanılmışsa, bunlara ait listeler, "Tablolar", "Şekiller", "Kısaltmalar" vb. gibi başlıklarla ve sayfa numaralarıyla birlikte her biri ayrı bir sayfada yazılır. Listeler metnin yazımı bittikten sonra hazırlanır.

ÖRNEK TABLO LİSTESİ

EK5-TABLO LİSTESİ

TABLO LİSTESİ

Tablo 6.1. İşletmede Gördüğüm Mesleki Eğitim Okulda Kazandığım Teorik Bilgileri Uygulamamı Sağlamalıdır. .....

Tablo 6.2. Öğrencilerin Mesleki Eğitimde Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı. .....

.....

6.32. SIRA SİZDE

Ders kitabınızın "İçindekiler" kısmını inceleyiniz.

Yazım şekillerini tespit ediniz.

ETKİNLİK

Aşağıda verilen kısaltmaların açılımlarını karşılarındaki boşluklara yazınız.

KOSGEP	
MEB	
TOBB	
YÖK	
TDK	
Bk.	
Böl.	

6.8. UYGULAMA

RAPORUN ÖN BÖLÜMÜNÜ YAZMA

Görev	Bu uygulamada iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alarak Uygulama 5.4'te gerçekleştirdiğiniz anket çalışmasının raporunun ön bölümünü hazırlayınız.
Süre	3 ders saati
Ortam	Halkla ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, Ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Örnek kapak sayfasını inceleyiniz.
2. Raporunuzun kapak sayfasını hazırlayınız.
3. Örnek özet sayfası örneğini inceleyiniz.
4. Örnek özet sayfasını inceleyiniz.
5. Örnek ön sözü inceleyiniz.
6. Raporunuzun ön sözünü yazınız.
7. Hazırladığınız kelime işlemci dosyasını, "Raporun Ön Bölümü" ismiyle bilgisayarınızdaki "Anket Raporu" klasörünün içine kaydediniz.

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, Kontrol Listesi'nde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

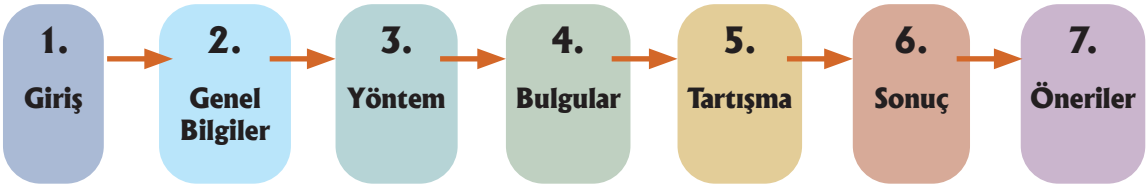
KONTROL LİSTESİ

ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:	
SINIFI-NO.:		
ÖLÇÜTLER	**EVET**	**HAYIR**
1. Raporun ön bölümünde gerekli tüm bilgiler yer aldı.		
2. Raporun ön bölümünü yeterli uzunlukta yazdı.		
3. Yazım kurallarına uydu.		
4. Raporun ön bölümünü estetik şekilde hazırladı.		
5. Raporun ön bölümünü verilen sürede hazırladı.		
6. Dosyayı, "Raporun Ön Bölümü" ismiyle bilgisayardaki "Anket Raporu" klasörünün içine kaydetti.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

6.2. RAPORUN ANA BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA

Raporun ana bölümüne "metin kısmı" da denir. Ana bölüm, araştırmanın bulgularının yer aldığı bölümdür. Raporda açıklanmak istenen fikirler bölümler hâlinde sunulur. Bir raporun ana bölümü genel olarak Şekil 6.4'teki kısımlardan oluşur.



Şekil 6.10: Raporun ana bölümünün kısımları

1. Giriş

Giriş kısmında araştırma ile çözülmeye çalışılan problem hakkında genel bilgiler verilir. Yazarın amacı, okuyucunun çalışmayı anlamasını sağlamaktır. Araştırmanın neden yapıldığı açık ve anlaşılır bir şekilde yazılır. Problemin öneminden, elde edilen sonuçların bilime ve topluma sağlayacağı katkılardan bahsedilir.

ÖRNEK GİRİŞ

GİRİŞ

Günümüzün çağdaş ve modern toplumlarının gelişmesinin ve kalkınmasının temelinde sanayileşme yatmaktadır. Bir ülkenin sanayisi, güncel bilgi, beceri ve donanımlara sahip nitelikli insan gücüne ihtiyaç duyar. Sanayileşmek isteyen ülkeler, bilimsel ve teknolojik yenilik ve gelişmelere anında uyum sağlayabilen, ihtiyaca göre kendini geliştirebilen insan gücünü yetiştirmek zorundadır.

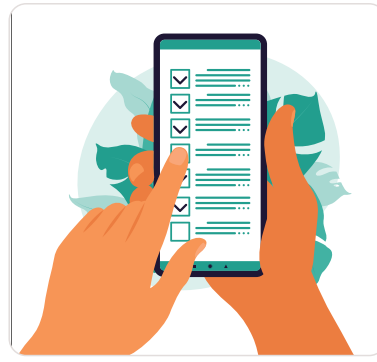
Ülkemizde mesleki ve teknik ortaöğretim kurumları, sanayi ve hizmet sektörüne ihtiyaç duyduğu insan gücünü yetiştirmektedir. Ülkemizde işletmelerde mesleki eğitim uygulamasına 1986-1987 öğretim yılında başlanmıştır. Mesleki eğitim veren liselerde okuyan öğrenciler, 3308 Sayılı Mesleki Eğitim Kanununa göre okulda kazandıkları teorik bilgileri gerçek iş ortamlarında uygulama imkânı bulmaktadır. Bu sayede iş ortamında sorumluluk alma, kendine güvenme, iletişim kurma, karar verme, anında çözüm üretme, analitik düşünme ve problem çözme gibi becerileri kazanmış olurlar.

Bu çalışmada, öğrencilerin işletmelerde beceri eğitiminden beklentileri ve bu eğitim sırasında karşılaştıkları sorunlar araştırılmıştır. Araştırmanın verileri anket yoluyla elde edilmiştir. Veriler bilgisayar ortamında, istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bulguların sonuçlarına yer verilerek önerilerde bulunulmuştur.

2. Genel Bilgiler

Bir araştırmanın en önemli aşamalarından biri literatür taramasıdır. **Literatür taraması,** araştırma konusunun haritasının çıkarılması sürecidir. Benim araştırdığım konu daha önce çalışılmış mı? Kimler çalışmış? Konu hangi açıdan ve nasıl bir yöntem ile incelenmiş? Araştırmacının zihninde tüm bu sorulara cevap veren literatür taraması gereği gibi yapılmış demektir. Bu nedenle literatür taraması kaynakların künyeleri ile birlikte listelenmesinden öte bir çaba gerektirmektedir.

https://www.akademikkaynak/literatur-taramasi-nedir-ve-nasil-yapilir.html



Görsel 6.69: Telefon anketi ile veri toplama

3. Yöntem

Yöntemde araştırmanın amacı, modeli, evren ve örneklemi, veri toplama yöntemi (Görsel 6.4), araştırmanın türü, ölçüm araçları, verilerin toplanması ve değerlendirilmesi, araştırmanın sınırlılıkları vb. bilgiler yer alır.

ÖRNEK YÖNTEM

- **Araştırmanın Amacı:** Araştırmanın amacı mesleki ve teknik Anadolu lisesi öğrencilerinin işletmelerde mesleki eğitimden beklentilerini, beklentilerinin karşılanma düzeylerini ve karşılaştıkları sorunları ortaya koyarak çözüm önerileri sunmaktır. Bu sayede yapılacak yeni çalışmalara katkı sağlanması umulmaktadır.
- **Araştırma Modeli:** Bu araştırmanın yürütülmesinde tarama modeli kullanılmıştır.
- **Evren ve Örneklemi:** Araştırmanın evreni İstanbul ili ..... ilçesinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı mesleki ve teknik Anadolu liselerinde eğitim gören son sınıf öğrencileridir. Ancak bu öğrencilerin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet açısından mümkün olamayacağı için örneklem olarak kura yoluyla seçilen 3 okulun son sınıf öğrencileri seçilmiştir. Araştırmaya gönüllü olarak katılan toplam öğrenci sayısı 300'dür. Öğrencilerin 162'si kız, 138'i erkektir.
- **Veri Toplama Yöntemi:** İlk olarak İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğüne yazılı olarak başvurulmuş ve izin alınmıştır. Daha sonra anketin yapılacağı okul müdürlüklerinden randevu alınarak ..... yılının nisan ve mayıs aylarında anket çalışması yapılmıştır. Araştırmacı, veri toplama araçlarını katılımcılara dağıtarak nasıl dolduracaklarını anlatmıştır. Öğrenciler anket sorularını bireysel olarak 1 ders saati içinde doldurmuşlardır.
- **Kullanılan Ölçüm Araçları:** Araştırma kapsamında verilerin toplanmasında üç ayrı ölçme aracı kullanılmıştır. Bunlardan birisi, benzer araştırmalarda kullanılan ölçeklerden ve uzman görüşlerinden faydalanılarak araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan Kişisel Bilgi Formu'dur. Diğerleri beşli Likert tipi ölçek olarak düzenlenmiş "Öğrencilerin İşletmelerde Beceri Eğitiminde Karşılaştıkları Sorunların Tespiti ve Öğrencilerin İşletmelerde Beceri Eğitiminden Beklentileri Ölçekleri"dir.
- **Verilerin Değerlendirilmesi:** Veriler bilgisayar ortamında istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir.
- **Araştırmanın Sınırlılıkları:** Araştırma evreni İstanbul ilindeki mesleki ve teknik Anadolu liselerinde okuyan 12. sınıf öğrencileriyle sınırlıdır.

4. Bulgular

Bu bölümde, araştırma kapsamında toplanan verilerin özellikleri ve istatistiksel analiz sonuçları açıklanır. Araştırma sonucunda elde edilen, kanıtlarla desteklenmiş veya desteklenememiş tüm varsayımlardan bahsedilir. Sonuçlar olduğu gibi, objektif bir şekilde verilir. Sonuçların daha rahat anlaşılabilmesi ve birbiriyle kıyaslanabilmesi için şekil, grafik veya tablolar kullanılır (Görsel 6.5).



Görsel 6.70: Sonuçların analizi

ÖRNEK BULGULAR

- **Öğrencilere İlişkin Bilgileri:** Araştırmaya katılan öğrencilerin %54'ü kız, %46'sı erkektir.
- **İş Yerlerinin Hangi Sektörde Olduğuyla İlgili Bilgiler:** Araştırmaya katılan öğrencilerin %84'ü beceri eğitimi çalışmasını özel sektörde, %16'sı kamu sektöründe yapmaktadır.
- **Öğrencilerin Beceri Eğitiminde Karşılaştıkları Sorunlar:** Öğrencilerin mesleki eğitimden beklentileri arttıkça eğitimde karşılaştıkları sorunlar da artmaktadır. Kız ve erkek öğrenciler arasında karşılaşılan sorunlar açısından anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Anket çalışmasına katılan öğrencilerin mesleki eğitimde karşılaştıkları sorunlara ait bulguların bir kısmı Tablo 6.2'de yer almaktadır.

Tablo 6.9: Öğrencilerin Mesleki Eğitimde Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı

	SORUNLAR	Hiç		Az		Orta		Çok		Oldukça çok	
		f	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%
1	Okulda kazandığım bilgi ve becerileri iş yerinde uygulayabiliyorum.	30	10	60	20	90	30	75	25	45	15
2	İşletmede kazandığım bilgi ve beceriler okuldaki başarımı artırıyor.	73	24	65	22	65	22	48	16	48	16
3	Usta öğreticimin bilgi ve becerisi bana iş öğretme konusunda yeterlidir.	20	7	20	7	63	21	79	26	117	40
4	Mesleki eğitim üniversite eğitimime katkı sağlayacaktır.	46	15	55	18	79	26	76	25	46	15

Tablo 6.2 'deki sorunlar şunlardır:

√ "Okulda kazandığım bilgi ve becerileri iş yerinde uygulayabiliyorum." sorusuna olumsuz cevap veren öğrencilerin oranı %10'dur.

√ "İş yerinde kazandığım bilgi ve beceriler okuldaki başarımı arttırıyor." sorusuna olumsuz olarak "hiç" cevabı veren öğrencilerin oranı %24'tür.

√ "Mesleki eğitim üniversite eğitimime katkı sağlayacaktır." sorusuna olumsuz cevap veren öğrencilerin oranı %15'tir.

- √ "Haftada iki gün okulda olmam iş yerine uyum sağlamamı olumsuz etkiliyor." cevabını veren öğrencilerin oranı %20'dir.
- √ "Haftada üç gün iş yerinde olmam okul başarımı oldukça fazla olumsuz etkiliyor." cevabını veren öğrencilerin oranı %27'dir.
- √ "İş yerinde yapmış olduğum işler oldukça yorucudur." diyen öğrencilerin oranı %33'tür.

5. Tartışma

Bu bölümde elde edilen istatistiksel sonuçlar araştırmacı tarafından yorumlanır. Bulgular değerlendirilir. Bulguların bilime ve toplum yaşamına getireceği katkılar belirtilir. Araştırmacı elde ettiği bulguları diğer araştırmacıların bulguları ile karşılaştırır. Onlardan farklı sonuçlar elde edilmişse bunun nedenleri açıklanır.

ÖRNEK TARTIŞMA

- **Öğrencilere İlişkin Bilgilerin Tartışılması:** Öğrencilerin cinsiyetleri ile karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.
- **İşletmenin Hangi Sektörde Olduğunun Tartışılması:** İşletmenin kamu sektörü veya özel sektör olması ile öğrencilerin karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.
- **Öğrencilerin Mesleki Eğitimde Karşılaştıkları Sorunların Tartışılması:** Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu okulda kazandığı teorik bilgi ve becerileri işletmelerde uygulayamadığını belirtmiştir. Bunun en önemli sebebi, sanayi ve hizmet sektöründe yaşanan hızlı değişim ve gelişimin okullarda uygulanan ders müfredatlarına aynı hızla yansımaması gösterilebilir.

  Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu işletmelerde iş disiplini ve ahlakı kazandıklarını, kendilerine olan güvenlerinin arttığını ve mesleki eğitimin sorumluluk sahibi olmalarına yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Bunun en önemli sebebi olarak öğrencilerin işletmelerde çalışma hayatına aktif olarak katılmaları, çalışma süresi içinde kendilerine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirmeleri, kendilerine diğer çalışanlara davranıldığı gibi davranılması ve sorumluluklar verilmesi gösterilebilir. Bu bulgular Nayır'ın (2006) yaptığı araştırmanın bulgularına benzemektedir.

6. Sonuçlar

Çalışmadan elde edilen genel sonuçlar özlü ve açık şekilde yazılır. Araştırmacı elde ettiği bulguların nasıl kullanılabileceğini açıklar.

ÖRNEK SONUÇLAR

Araştırmanın bulgularından elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin büyük çoğunluğunun düşüncelerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

- √ Koordinatör öğretmenlerinin işletmede karşılaştıkları problemlerin çözümüne yardımcı olduğunu düşünmektedirler.
- √ Haftada iki gün okulda olmanın işletmeye uyum sağlamalarını olumsuz etkilediğini belirtmektedirler.
- √ Büyük bir çoğunluğu işletmenin fiziki şartlarından memnun olduğunu söylemiştir.
- √ Beceri eğitiminden sorumluluk sahibi olmalarına yardımcı olmasını beklemektedirler.
- √ Beceri eğitiminin kendilerine iş ahlakı ve disiplini kazandırmasını beklemektedirler.
- √ Üniversite eğitimine katkı sağlaması ve iş bulmalarına yardımının olması beklentisi içerisindedirler.
- √ Yeni bilgi ve beceriler kazanmayı beklemektedirler.
- √ Okulda kazanılan teorik bilgileri uygulama imkânı elde etme beklentisi içerisindedirler.

7. Öneriler

Araştırmacı, araştırmanın sonunda yeni araştırmacılara ışık tutabilecek önerilerde bulunur. Araştırmada çözümlenemeyen sorunlar varsa çözümlenebilmesi için yapılması gereken yeni araştırmaların neler olabileceği gösterilir. Bazı raporlarda sonuçlarla öneriler "Sonuç ve Öneriler" başlığı altında birlikte sunulmaktadır.

ÖRNEK ÖNERİLER

Mesleki eğitimin sadece öğrencileri iş hayatına hazırlamakla sınırlı kalmaması, yapılacak yasal düzenlemelerle üniversite sınavında katkısının olması sağlanabilir. Okullarda verilen teorik eğitimle sektörde verilen pratik eğitim arasındaki uyum sorununu çözmek için Milli Eğitim Bakanlığı ile sektörler arasında iş birliği yapılabilir. İşletmelerin ihtiyacı olan bilgilerin öğrenciye verilebilmesi için teorik eğitimlerin de işletmelerde alınması ya da bu bilgilerin okullarda sektör çalışanları tarafından verilmesi için yasal düzenlemeler yapılabilir.

Koordinatör öğretmenlerin öğrencilerle daha çok ilgilenebilmeleri için sorumlu oldukları öğrenci sayısı azaltılabilir, işletmeleri daha sık ziyaret etmeleri sağlanabilir. Mesleki eğitimdeki başarıyı artırmak için, mesleki eğitimde başarılı olmuş ülkelerde uygulanan sistemler incelenerek ülkemiz şartlarına uyumlu hâle getirilebilir.

ETKİNLİK

Aşağıdaki cümlelerde bir raporda yer alan bilgiler yer almaktadır. Bu bilgilerin raporun hangi kısmında yer aldığını size verilen sözcüklerin arasından uygun olanları seçerek cümlenin sonundaki boş parantezin içine yazınız.

Verilen Sözcükler: Kapak, ön söz, giriş, genel bilgiler, yöntem, sonuç, öneriler, listeler.

1	Kaynak taraması sonucunda problemin konusu ile ilgili olarak elde edilen genel bilgiler yer alır. (.....)
2	Raporda kullanılan kısaltma, tablo, şekil, resim ve ekler sıralanır. (.....)
3	Çalışmanın türü, raporu hazırlayan kişi veya kurumun adı, raporu denetleyen kişinin, raporun yazılıp sunulduğu ilin ve kurumun adı yazılır. (.....)
4	Araştırmanın amacı, modeli, evren ve örneklemi, araştırmada kullanılan verilerin toplanması ve işlenme tekniklerinden bahsedilir. (.....)
5	Elde edilen bilgiler ışığında yeni araştırmacılara çalışabilecekleri yeni araştırma konuları tavsiye edilir. (.....)

6.9. UYGULAMA

RAPORUN ANA KISMINI YAZMA

Görev	Bu uygulamada iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alarak .... no.lu uygulama çalışmasında gerçekleştirdiğiniz anket çalışmasının raporunun ana kısmını hazırlayınız.
Süre	6 ders saati
Ortam	Halkla ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, Ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

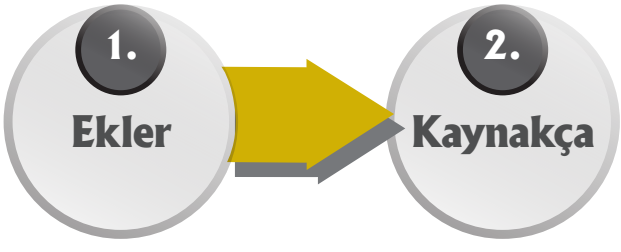
1. Örnek girişi inceleyiniz.
2. Raporun giriş kısmını yazınız.
3. Örnek yöntemi inceleyiniz.
4. Raporun yöntem kısmını yazınız.
5. Örnek bulguları inceleyiniz.
6. Raporun bulgular kısmını yazınız.
7. Örnek tartışmayı inceleyiniz.
8. Raporun tartışma kısmını yazınız.
9. Örnek sonucu inceleyiniz.
10. Raporun sonuç kısmını yazınız.
11. Örnek önerileri inceleyiniz.
12. Raporun öneriler kısmını yazınız.
13. Hazırladığınız kelime işlemci dosyasını, "Raporun Ana Bölümü" ismiyle bilgisayarınızdaki "Anket Raporu" klasörüne kaydedidiniz.

KONTROL LİSTESİ		
ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:	
SINIFI-NO.:		
ÖLÇÜTLER	**EVET**	**HAYIR**
1. Raporun ana kısmında gerekli tüm bilgiler yer aldı.		
2. Raporun ana kısmını yeterli uzunlukta yazdı.		
3. Yazım kurallarına uydu.		
4. Raporun ana bölümünü estetik şekilde hazırladı.		
5. Raporun ana kısmını verilen sürede hazırladı.		
6. Dosyayı, "Raporun Ana Bölümü" ismiyle bilgisayardaki "Anket Raporu" klasörüne kaydetti.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

6.3. RAPORUN ARKA BÖLÜMÜNÜ HAZIRLAMA

Araştırma raporunun son kısmıdır. Bazı raporlarda ekler bulunmayabilir. Bir raporun arka bölümü genel olarak Şekil 6.5'teki kısımlardan oluşur.



Şekil 6.11: Raporun arka bölümü

1. Ekler

Araştırmacının kullandığı, metinde adı geçen bilgi ve belgelerin bulunduğu kısımdır. Metin içinde yer alması hâlinde konunun akışını bozabilecek, okuyucunun dikkatini dağıtabilecek bilgi ve belgelerin birer kopyası bu kısımda toplanır. Bunlar; izin dilekçesi, anket soruları, mektup, harita, fotoğraf, kanun maddesi vb. olabilir. Ekler yazılırken, metnin ilgili kısmına ekin numarası yazılarak eke atıf yapılır. "Anket verilerini toplamak için ilk olarak İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğüne yazılı olarak başvurulmuş ve izin alınmıştır (Bk. Ek-1)." örneğinde olduğu gibi. Metin kısmının yazımı bittikten sonra ayrı bir "EKLER" sayfası düzenlenir. Ekler; EK-1, EK-2 veya EK-A, EK-B şeklinde alt alta sıralanır. Ekin numarasından sonra nokta konarak belgenin adı yazılır. Her ek, ayrı bir sayfada verilir.

ÖRNEK EKLER SAYFASI

Ek-1. ANKET İZİN BELGESİ

Ek-2. KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Ek-3. İŞLETMELERDE MESLEKİ EĞİTİMDE KARŞILAŞILAN SORUNLARIN TESPİTİ ÖLÇEĞİ

Ek-4. İŞLETMELERDE MESLEKİ EĞİTİMDEN BEKLENTİLERİN TESPİTİ ÖLÇEĞİ

ÖRNEK EK

EK-1. ANKET İZİN BELGESİ

T.C.

İSTANBUL VALİLİĞİ

İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı:

Tarih:

Konu: Anket

VALİLİK MAKAMINA

..... Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi S..... C.....'in "Meslek Lisesi Son Sınıf Öğrencilerinin İşletmelerde Mesleki Eğitimden Beklentileri ve Eğitimde Karşılaştıkları Sorunların Tespiti" konulu anket çalışmasını ..... ilçesindeki liselerin son sınıf öğrencilerine uygulama talebi, bilimsel amaç dışında kullanılmaması, katılımcıların gönüllülük esasına göre seçilmesi ve eğitim öğretimin aksamaması koşuluyla, okul idaresinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda uygulanması, sonuçların Müdürlüğümüze rapor hâlinde bilgi verilmesi kaydıyla uygun görülmüştür.

Milli Eğitim Müdürü

2. Kaynak Gösterme

Araştırmada yararlanılan, başkaları tarafından ifade edilmiş bilgi ve belgelerin nereden alındığının raporda gösterilmesi bilimsel ve mesleki ahlak açısından bir zorunluluktur. Ancak Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusunun Atatürk olması gibi herkes tarafından bilinen genel bilgiler için kaynak belirtmeye gerek yoktur. Kaynaklar yazılı, basılı veya internet ortamları olabileceği gibi kaynak niteliği taşıyan kişilerle yapılan görüşmeler de olabilir. Kaynak gösterildiğinde, bilginin gerçek sahibinin hakkı teslim edilmiş olur. Kaynak gösterilmediğinde ortaya atılan tüm düşüncelerin yazara ait olduğu varsayılır. Kaynak gösterilerek yazılan bilgilerin doğruluğu okuyucular tarafından denetlenebilir.

Kaynaklar, raporda metin içinde ve metin sonunda farklı şekillerde gösterilebilir. Bu yöntemler şunlardır:

A) Gönderme: Kaynaklar, metin içinde verildiğinde cümlenin ya da paragrafın sonunda, parantez içinde yazarın soyadı ve kaynağın yayın yılı yazılır. Parantezin sonuna nokta konur. Örneğin (Mısırlı, 2017). İki yazarlı yayınlarda yazar soyadları arasına "ve" yazılır. Örneğin (Çolak ve Ünlü, 1996).

Yazar, kaynaktan aldığı bilgiyi kendi cümleleriyle ve özetleyerek de aktarabilir. Bu durumda yazarın soyadının ardından parantez içinde kaynağın yayın tarihi yazılır. Örneğin "Mısırlı'ya (2017) göre... "

B) Doğrudan Alıntılama: Kaynaktan alınan bilgilerin değiştirilmeden aynen aktarıldığı durumlarda, yaklaşık üç satır ya da daha kısa olan alıntılar tırnak işareti içinde gösterilir. Aktarma yapılan kısımdan bazı cümleler çıkarılacaksa o kısma üç nokta (...) konur. Alıntıda parantez içinde (yazar, tarih: sayfa numarası) yazılır. Örneğin (Yazıcı, 2000: 29-30).

C) Dipnot: Metinde geçen bir bilgi, söz, hatırlatma veya fikirle ilgili olarak sayfanın altına yazılan açıklamalardır. Dipnotlar, sayfanın altına çizilen yaklaşık 4 cm uzunluğunda yatay bir çizginin altına yazılır. Açıklamanın yapılacağı cümlenin sonuna, satırın biraz üstüne bir rakam konur. Gerekli açıklama, sayfanın sonundaki o numaralı dipnotta yapılır.

Bir sayfada birden fazla dipnot olabilir. Aynı sayfada aynı kaynaktan ikinci kez alıntı yapılmışsa 2. dipnotta kaynak hakkında tekrar bilgi vermek yerine "Aynı" yazılır. Dipnotta kitaplar şu şekilde yazılır: Dipnot numarası yazarın adı ve soyadı, kitabın adı (yazım ve basım sayısı. yayın yeri: yayınevi, yayın tarihi), yararlanılan sayfa numarası.

Dipnot, bilgisayarda yazma programında, başvurular sekmesinde bulunan "Dipnot Ekle" seçeneği ile yazılabilir.

ÖRNEK DİPNOT

Araştırma kavramı çok değişik biçimlerde algılanmaktadır. Günlük konuşmalarda, çantasını bulmaya çalışmak da laboratuvarda deney yapmak da araştırma olarak nitelendirilmektedir. [1]

AR-GE türü araştırmalar, daha profesyonel bir ekiple problem çözülünceye kadar deneme-yanılma yöntemi ile sürdürülen, uygulanabilirliği sınanmış model ve ürün geliştirme çabalarıdır. [2]

---

[1] Niyazi Karasar, Araştırmalarda Rapor Hazırlama (21. Basım. Ankara: NOBEL, 2020), s.2.

[2] Aynı., s. 3.

Ç) Kaynakça: Yazarın raporu hazırlarken faydalandığı tüm kaynakların listelendiği bölümdür. Kaynakçaya yazarın bizzat okuyup yararlandığı tüm eserler yazılır. Patentli ve telif hakkı olan eserlerin kaynakçada gösterilebilmesi için sahibinden izin alınmalıdır. Kaynakça, raporu okuyan kişinin bilginin kaynağına kolayca erişmesini sağlar. Kaynakçaya kaynaklar alfabetik sıra ile yazılır. Yazar adı, yayın yılı, yapıt adı, yayın yeri, yayınevi gibi bilgilere yer verilir. Her kaynağa yalnız bir kez yer verilir.

ÖRNEK KAYNAKÇA

- ✓ Akın, M. (2007). *Sanal Hizmetlerde Hizmet Kalitesi*. Ankara: Gazi. **(Kitap yazımı)**
- ✓ Aytekin, P., Yakın, V.,Çelik, B. H. (2019). Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Pazarlamadaki Yeri. Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 10 (39), 88-100. **(Elektronik dergi)** https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/382761 (Erişim tarihi: 5 Ocak 2022) **(İnternet)**
- ✓ Özdemir, İ. (2012). Bankacılıkta Halkla İlişkiler ve Müşteri İlişkileri. *Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi*, 1 (3-4), 4-15. doi:10.1501/bsad.0000000011 **(Dergi)**

6.33. SIRA SİZDE

Halkla ilişkilerde kullanılan anket çalışmalarının neler olduğunu araştırınız. Bulduğunuz anket örneklerini soru türleri ve raporun hazırlanması bakımından inceleyiniz.

Bu anketlerin kullanılmasının kurumlara sağlayacağı faydalar hakkındaki düşüncelerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.

RAPORUN ARKA KISMINI YAZMA

6.10. UYGULAMA

Görev	Bu uygulamada iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini ve aşağıdaki işlem basamaklarını dikkate alarak .... no.lu uygulama çalışmasında gerçekleştirdiğiniz anket çalışmasının raporunun arka kısmını hazırlayınız..
Süre	3 ders saati
Ortam	Halkla ilişkiler atölyesi
Araç Gereç	Bilgisayar, Ofis uygulamaları

Değerlendirme:

Hazırladığınız uygulama faaliyetinin değerlendirilmesi, kontrol listesinde yer alan ölçütlere göre yapılacaktır.

İşlem Basamakları

1. Örnek ekleri inceleyiniz.
2. Kullandığınız izin dilekçesi, anket soruları veya diğer bilgi ve belgeleri numaralandırarak ekler kısmını hazırlayınız.
3. Örnek dipnotu inceleyiniz.
4. Raporun gerekli yerlerine dipnotlar yazınız.
5. Örnek kaynakçayı inceleyiniz.
6. Araştırmada kullandığınız bilgi ve belgeleri numaralandırarak kaynakça kısmını düzenleyiniz.
7. Hazırladığınız kelime işlemci dosyasını, "Raporun Arka Bölümü" ismiyle bilgisayarınızdaki "Anket Raporu" klasörüne kaydedidiniz.

KONTROL LİSTESİ		
ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI:	Tarih:	
SINIFI-NO.:		
ÖLÇÜTLER	**EVET**	**HAYIR**
1. Raporun arka kısmında gerekli tüm bilgiler yer aldı.		
2. Raporun arka kısmını yeterli uzunlukta yazdı.		
3. Yazım kurallarına uydu.		
4. Raporun arka bölümünü estetik şekilde hazırladı.		
5. Raporun arka kısmını verilen sürede hazırladı.		
6. Dosyayı, "Raporun Arka Bölümü" ismiyle bilgisayardaki "Anket Raporu" klasörüne kaydetti.		
TOPLAM		

"Hayır" sütununun seçildiği ölçütler için ilgili konuları ve çalışmaları tekrar ediniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.

1. ( ) Bilimsel bir araştırma ancak raporun yazılıp ilgili kişi veya kurumlara duyurulmasıyla son bulur.

2. ( ) Verilerin analizinde hangi istatistik yönteminin kullanılacağına araştırmacı, kendi isteğine göre karar verir.

3. ( ) Araştırmacının seçtiği konuda daha önce yazılmış raporları incelemesi, kafa karışıklığına yol açar.

4. ( ) Rapor, A4 kâğıdın tek yüzüne ve dikey şekilde yazılır.

5. ( ) İçindekiler kısmı, raporun metin kısmı bittikten sonra yazılır.

B) Aşağıdaki cümlelerde yer alan boşlukları uygun ifadelerle doldurunuz.

6. Anket konusunda uzman olmayan, araştırmanın sürecinden çok sonuçlarıyla ilgilenen kişiler için hazırlanan ve ayrıntılı bilgiler içermeyen raporlara …….. denir.

7. Raporun yazımında …….. yazı karakterleri kullanılır.

8. İnternette tarama yapan kişilerin rapora kolayca ulaşabilmesi için özet sayfasına …….. eklenir.

9. Bulgular kısmında araştırma sonucunda elde edilen …….. bahsedilir.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

10. Aşağıdakilerden hangisi puanların toplamının katılımcı sayısına bölünmesi ile hesaplanan istatistik yöntemidir?

A) Aritmetik ortalama
B) Frekans
C) Medyan
D) Mod
E) Yüzde

11. Her bir seçeneği tercih eden kişilerin sayısını gösteren ve sembolü "f "olan veri analiz yöntemi aşağıdakilerden hangisidir?

A) Aritmetik ortalama
B) Frekans
C) Medyan
D) Mod
E) Yüzde

12. Araştırma probleminin ne olduğu, yapılan çalışmalar, araştırma süreci, taranan kaynaklar, evren ve örneklem gibi bilgiler raporun hangi aşamasında belirlenir?

A) Biçimsel aşama
B) İçerik aşaması
C) Planlama aşaması
D) Sunum aşaması
E) Yazım aşaması

13. Raporda neyin, nasıl, ne şekilde yazılacağına aşağıdaki hangi aşamada karar verilir?

A) Biçimsel aşama
B) İçerik aşaması
C) Planlama aşaması
D) Yazım aşaması
E) Sunum aşaması

14. Aşağıdakilerden hangisi raporun dil ve üslubuyla ilgili uyulması gereken kurallardan değildir?

A) Dil sade, anlaşılır ve akıcı olmalıdır.
B) Paragraflar çok uzun ya da çok kısa olmamalıdır.
C) Cümleler kısa olmalıdır.
D) Üçüncü tekil şahıs zamiri kullanılmalıdır.
E) Edebi bir dil kullanılmalıdır.

15. Bölüm başlığının yazımı aşağıdaki hangi seçenekte doğru olarak verilmiştir?

A) İlk sözcüğün baş harfi büyük, diğer harfler küçük, sola dayalı, kalın ve 12 punto yazılır.
B) Tamamı büyük harflerle, 16 punto, kalın, ortalı ve simetrik yazılır.
C) Sözcüklerin ilk harfleri büyük, diğerleri küçük, 14 punto, ortalı ve kalın yazılır.
D) İtalik harflerle yazılır.
E) Metinden farklı bir yazı tipi ile yazılır.

16. Aşağıdakilerden hangisi raporun ön bölümünde bulunan sayfalardan değildir?

A) İçindekiler
B) Kapak
C) Kaynakça
D) Ön söz
E) Özet

17. Araştırmacının elde ettiği bulguların nasıl kullanılabileceğini açıkladığı kısım aşağıdakilerden hangisidir?

A) Genel bilgiler
B) Öneriler
C) Sonuçlar
D) Tartışma
E) Teşekkür

18. Aşağıdakilerden hangisi bir araştırma raporunun yazımı ile ilgili dikkat edilmesi gereken hususlardan değildir?

A) Her bilimsel çalışmanın sonlanması ve ilgili kişilere duyurulması için illa rapor yazılması gerekmez.
B) Araştırma raporunun düzeyi ve içerisinde yer alacak bilgilerin kapsamı raporu kimlerin kullanacağına göre araştırmacı tarafından belirlenir.
C) Rapor kimin için hazırlanıyorsa onun anlayabileceği ve yararlanabileceği bir dille yazılmalıdır.
D) Raporu yazacak olan araştırmacı araştırma konusunu iyice kavramalı, konu hakkında okumalıdır.
E) Araştırma ve pazarlama bölümünde çalışanlar için daha ayrıntılı bilgi veren ve soruları yanıtlayan bir rapor hazırlanmalıdır.

19. Raporun belirli kurallara göre yazılmasının en önemli nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

A) Daha estetik durması
B) Daha ciddi görünmesi
C) Raporda ifade edilen fikirlerin daha açık ve anlaşılır olması, okuyucu tarafından kolayca anlaşılabilmesi
D) Araştırmacının kendi tarzını yansıtması
E) Raporun edebi bir metin olması

CEVAP ANAHTARLARI

1. ÖĞRENME BİRİMİ

A-1	D
A-2	Y
A-3	D
A-4	Y
A-5	D
B-6	etkili
B-7	hedefler
B-8	iletişim
B-9	almak
B-10	olabilir.
C -11	A
C-12	D
C-13	A
C-14	A
C-15	A
C-16	E
C-17	D

2. ÖĞRENME BİRİMİ

A-1	D
A-2	Y
A-3	Y
A-4	D
A-5	Y
B-6	piyasa
B-7	uluslararası
B-8	piyasa
B-9	eksik
B-10	ölçmeyi
C -11	A
C-12	C
C-13	B
B-14	D
C-15	E
C-16	X
C-17	X
C-18	X
C-19	X
C-20	X

3. ÖĞRENME BİRİMİ

A-1	D
A-2	D
A-3	Y
A-4	Y
A-5	D
B-6	temel
B-7	soruna
B-8	yasa
B-9	örneklem
B-10	ön, ana
C -11	B
C-12	E
C-13	D
C-14	B
C-15	A
C-16	C
C-17	D
C-18	A
C-19	C
C-20	E

CEVAP ANAHTARLARI

4. ÖĞRENME BİRİMİ

A-1	D
A-2	Y
A-3	D
A-4	Y
B-5	süreli yayın
B-6	anketler
A-7	ayrıntılı
B-8	katılımcı
B-9	B
B-10	A
B -11	E
B-12	D
B-13	X
B-14	X
C-15	X
C-16	X
C-17	X
C-18	X
C-19	X
C-20	X

5. ÖĞRENME BİRİMİ

A-1	D
A-2	Y
A-3	D
A-4	Y
A-5	Y
A-6	D
A-7	Y
A-8	D
A-9	D
B-10	konusuna
B -11	uygulama
B-12	soru formu
B-13	kaynaklarına
C-14	E
C-15	D
C-16	C
C-17	D
C-18	B
C-19	E
C-20	A
C-21	A
C-22	E

6. ÖĞRENME BİRİMİ

A-1	D
A-2	Y
A-3	Y
A-4	D
A-5	D
B-6	genel rapor
B-7	raporda uyum
B-8	Turkish Times New Roman, Calibri veya Arial
B-9	anahtar kelimeler
B-10	Kanıtlarla desteklenmiş veya desteklenmemiş tüm varsayımlardan
C -11	A
C-12	B
C-13	C
C-14	C
C-15	E
C-16	B
C-17	C
C-18	C
C-19	A
C-20	D

KAYNAKÇA

AKDENİZLİ, B. (2012). İletişim bilimlerinde araştırma yöntemleri yazılı metin çözümleme. Ö. Güllüoğlu (Ed.), Gazete haberciliğinde içerik çözümleme yöntem ve tekniği: sunum ve temsil üzerine bir uygulama ve değerlendirme (s.133-162) içinde. Ankara: Ütopya Yayınevi.

AKALIN, M. (2018) Örnek Açıklamalarıyla Sosyal Bilimlerde Araştırma Tekniği Anket 2. Baskı Seçkin: Ankara

ARIKAN Rauf (2000). Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma. Ankara: Gazi Kitabevi Tic.Ltd Şti.

ARIKAN, R. (2018). Anket Yöntemi Üzerinde Bir Değerlendirme. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1), 97-159.

BALCI, A. (2022). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık 16. Basım.

BAŞ, T. (2013) Anket Nasıl Hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir? 7. Baskı Seçkin: Ankara

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş (2005) Anket Geliştirme Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 3(2), 133-151

ERSOY, Figen Nezihe (2009). Pazarlama Yönetimi, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, No: 791, Eskişehir.

GEZER, A. Ercan (2015) Pazarlama Araştırmaları. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

GÖKSEL, Bülent, Kocabaş, Füsün ve Elden, Müge (1997), Pazarlama İletişimi Açısından Halkla İlişkiler ve Reklam, Yayınevi Yayıncılık, İstanbul.

İLHAN, A. O. ve Deniz, E. (2021). Anket Metodolojisinde Dört Ana Hata Türüne Giriş. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2021 Sayı 42: Özel sayı 1, Denizli, ss. Ö199-Ö214.

KANSU, Emin (2009) Bilimsel Araştırmalarda Etik İlkeler, Türkiye BilimlerAkademisi Bilim Etiği Sempozyumu, 14-15 Aralık, Ankara 163-170

KARAGÖZ, Yalçın, MESCİ, Muammer (2013). Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Ankara: Akademisyen Kitabevi A.Ş. 1. Baskı

KARASAR, N. (2020). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayıncılık 32. Baskı

ODABAŞI, Yavuz ve Oyman, Mine (2002), Pazarlama İletişimi Yönetimi, MediaCat Yayınları, İstanbul.

SALDANA , J. (2019). Nitel araştırmacılar için kodlama el kitabı. (A. Tüfekci Akca, S. N. Şad, Çev.). Ankara: Pegem Akademi.

VELİOĞLU Elif (2022). Öğretmenlerin Bilimsel Araştırma Yapabilmeleri Beceri Düzeyleri, T.C. Sabahattin Zaim Üniversitesi Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

YILDIRIM, A. & Şimşek, H. (2005). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (8. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YÜCEDAĞ, A. (2019) Anket Geliştirilmesi ve Uygulanması. Ankara Üniversity Journal of Faculty of Edicational Sciences 8JFES) 26(2), 443-454

YÜKSELEN, Cemal (2013). Pazarlama (İlkeler-Yönetim-Örnek Olaylar), 10. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

GENEL AĞ KAYNAKÇASI VE GÖRSEL KAYNAKÇASI

http://kitap.eba.gov.tr/karekod/Kaynak.php?KOD=2373