

Gazetelerde Kamuoyu Araştırmaları ve Uluslararası Standartlar

Public Polls in Newspapers and International Standards

Nejdet ATABEK

Yrd. Doç. Dr. , Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi

Abstract

The spread of public opinion and market researches all over the world and the increase of research firms brought the need of international organization. These organizations determined the criteria to be used in public opinion and market researches in their studies. ICC, ESOMAR and WAPOR of which the research companies from different countries are members developed a series of recommendations in order to prevent the manipulative effects of public opinion researches.

In this study, firstly the meaning of public opinion researches and their effects particularly on voters and politicians during the election campaigns are discussed. Secondly, legal regulations especially about reporting of Turkish parliamentary election poll results in the newspapers are examined. Then, standards of research requirements set by international public opinion institutes for the newspapers, which report public opinion researches, will be introduced. Finally, public opinion researches published in Hürriyet, Milliyet and Sabah newspapers which have the highest circulations in Turkey, were searched from 1983 to 2002 by means of qualitatively content analysis technique.

According to the findings of the study, the frequency of reported information in the three of the newspapers is respectively like this: "The name of the organization which supports the research financially", "definition of sample population", "method and research design", "sample size", "date of survey" and "sampling error". It is also stressed that the mentioned newspapers sponsored the great number of researches they published themselves.

Özet

Kamuoyu ve pazarlama araştırmalarının tüm dünyada yaygınlaşması ve bu alanda çalışmalar yapan firmaların çoğalması uluslararası örgütlenmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu örgütler yaptıkları çalışmalarla kamuoyu ve pazar araştırmalarında kullanılacak ölçütleri belirlemiştir. Çeşitli ülkelerdeki pazarlama ve kamuoyu araştırma şirketlerinin üye olduğu uluslararası düzeyde çalışmalar yapan ESOMAR, ICC ve WAPOR kamuoyu araştırmalarının okuyucuları yönlendirmesini önlemek için bir dizi öneriler geliştirmişlerdir.

Bu çalışmada ilk olarak, seçim kampanyaları döneminde yapılan kamuoyu araştırmalarının ne anlama geldiği ve bu araştırmaların özellikle seçmenler ve siyasiler üzerindeki etkiler tartışılmıştır. İkinci olarak Türkiye’de özellikle milletvekili genel seçimleri ile ilgili olarak kamuoyu araştırması sonuçlarının gazetelerde yayınlanması üzerine getirilen yasal sınırlamalar incelenmiştir. Daha sonra uluslararası alanda etkinlik gösteren kamuoyu araştırması derneklerinin, gazetelerde kamuoyu araştırmalarına yer verilirken okuyucuyu yönlendirmemek için geliştirdikleri ve uymasını önerdikleri kriterlerden söz edilmiştir. Son olarak da Türk basınının en yüksek tirajlı üç gazetesi olan Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde 1983-2002 yılları arasında yer alan kamuoyu araştırmaları, okuyucuların kasıtlı bir biçimde yönlendirilmesini önlemek için uluslararası araştırma dernekleri tarafından önerilen kriterler bakımından nicel içerik analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre araştırmada ele alınan her üç gazete de sırasıyla en çok "araştırmayı finanse ederek destekleyen kuruluşun adına", "örneklem alınan kitlenin tanımına", "yöntem ve araştırma tasarımına", "örneklem büyüklüğüne", "araştırma tarihine" ve "örneklem hatasına" yer vermiştir. Söz konusu gazeteler yayınladıkları kamuoyu araştırmalarının büyük bir kısmının sponsorluğunu kendileri yapmışlardır.

Kamuoyu, Kamuoyu Araştırmaları, Türk Basını, Kitle İletişim Araçları /

Public Opinion, Public Opinion Researches, Turkish Press, Mass Media

1.Giriş

Kamuoyu araştırmaları toplumun tümünün veya belirli kesimlerinin bir sorun karşısındaki tutum ve düşüncelerini ortaya çıkarmak için yapılır. Kamuoyu araştırması işi, bir tarafta araştırmayı yapan diğeri tarafta bu araştırmanın yapılmasını talep eden kuruluşlar arasında geçen ticari bir süreçtir. Bundan dolayı kamuoyu araştırması ile elde edilecek bilgilerin bu araştırmayı yaptıran kuruluşların onayı olmadan toplumun geniş kesimlerine ulaşması söz konusu değildir. Araştırmayı yaptıran kuruluşların kendilerinin işine gelmeyen bulguları veya kendileri için stratejik öneme sahip araştırma sonuçlarını başkalarına duyurmayacağı açıktır. Bu bakımdan gazeteler, kamuoyu araştırmaları yaparak veya yaptırarak elde edilen sonuçlar hakkında toplumu bilgilendirme bakımından çok önemli bir toplumsal işlevi yerine getirirler.

Gazetelerde yer alan kamuoyu araştırmalarının okuyucuları etkilemesi, yönlendirmesi kaçınılmaz bir süreçtir. Özellikle seçim öncesi seçmenlerin siyasi parti tercihlerini ortaya çıkarmayı amaçlayan kamuoyu araştırmaları söz konusu olduğunda bu yöndeki endişeler daha da artar. Bu nedenle, gazetelerde sonuçları yayınlanan kamuoyu araştırmalarının okuyucular üzerine etkisini en aza indirmek için uluslararası araştırma dernekleri tarafından bir takım kriterler geliştirilmiştir. Özellikle 1980'li yıllarla birlikte kamuoyu araştırmalarına sayfalarında geniş yer veren Türk basınının uluslararası araştırma dernekleri tarafından uyulması önerilen kriterleri ne ölçüde yerine getirdiği merak konusudur.

Kamuoyu araştırmalarının gazetelerde yayınlanıp yayınlanmaması ile ilgili tartışmalar daha çok seçmenlerin yönlendirilebileceği endişesi ile seçim öncesi dönemlerde gündeme gelmektedir. Bu makalede ilk olarak seçmenlerin siyasi parti tercihlerini ortaya çıkarmayı hedefleyen kamuoyu araştırmalarının ne anlama geldiği ve bu araştırmaların seçmenler ve siyasiler üzerindeki etkileri tartışılmıştır. İkinci olarak Türkiye'de özellikle milletvekili genel seçimleri ile ilgili olarak kamuoyu araştırması sonuçlarının gazetelerde yayınlanması üzerine getirilen yasal sınırlamalar incelenmiştir. Üçüncü olarak uluslararası alanda etkinlik gösteren kamuoyu

araştırması derneklerinin, gazetelerde kamuoyu araştırmalarına yer verilirken okuyucuyu yönlendirmemek için geliştirdikleri ve uyulmasını önerdikleri kriterlerden söz edilmiştir. Son olarak da uzun yıllardır Türk basınının en yüksek tirajlı üç gazetesi olan Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde 1983-2002 yılları arasında yer alan kamuoyu araştırmaları, okuyucuların kasıtlı bir biçimde yönlendirilmesini önlemek için uluslararası araştırma dernekleri tarafından önerilen kriterler bakımından incelenmiştir.

2. Seçim Öncesi Kamuoyu Araştırmalarının Anlamı ve Etkileri

Seçim öncesi seçmenlerin siyasi parti/aday tercihlerini ortaya çıkarmak için yapılan kamuoyu araştırmaları hakkında iki farklı görüş mevcuttur. Birinci görüşe göre kamuoyu araştırmalarının amacı, belirli bir sorun ile ilgili olarak toplumdaki eğilimlerin ve kanaatlerin araştırmanın yapıldığı dönemdeki durumunu ortaya koymaktır. Özerkan (1992:13), araştırmanın yapıldığı anda kamuoyunun "nabzını tutan" bu araştırmaların "var olanı" saptadığı sürece teşvik edilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu bakış açısına göre kamuoyu araştırmalarının asıl amacı seçim sonuçlarını tahmin etmek değildir. Aksine elde edilen verilerin yalnızca araştırmanın yapıldığı zaman dilimi içinde geçerli olduğu ve seçim zamanına kadar geçen sürede meydana gelebilecek gelişmelerin kamuoyunun eğilimlerini değiştirebileceği ileri sürülür.

Diğer bir yaklaşıma göre ise seçim öncesi seçmenlerin siyasi parti eğilimlerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan kamuoyu araştırmaları, birer seçim tahmininden ibarettir. Kamuoyu araştırma kuruluşları ve medya, seçim sonuçlarını doğru tahmin edemediği zamanlarda eleştirilere yanıt verebilmek için seçim öncesi üzerinde çeşitli yorumların yapılabileceği araştırma sonuçları sunar. Bu alternatif yorumlardan en az biri de gerçek seçim sonuçlarını doğrulayıcı yönde çıkabilir. Kamuoyu araştırması sonuçları ile seçim sonuçları arasında herhangi bir sapma meydana geldiğinde sorumluluk kararsız seçmenlerin sırtına yüklenir. Söz konusu kararsız seçmenlerin seçime az bir süre kala herhangi bir nedenden dolayı oylarını belirli bir partiyi desteklemek için kullandıkları söylenerek durum "açıklığa" kavuşturulur! Ya da araştırmanın yapıldığı söz konusu belirli bir zaman diliminden seçim anına kadar geçen sürede içindeki gelişmelerin, seçmenlerin eğilimlerini belirli bir partiyi desteklemek yönünde değiştirdiği ileri sürülür (Meyer, 1987:84-85).

İstatistik bilimi gereği kamuoyu eğilimlerinin araştırmalar ile ortaya çıkarıla-

bilmesi ancak belirli güven düzeylerinde mümkündür. Bunun yanı sıra araştırmanın doğasından kaynaklanan bazı zorlukların da üstesinden gelmek gerekir. Bunlar arasında örneklem seçimi, örneklem büyüklüğünün tespiti, anket sorularının yazılışı, anketörlerin becerisi, dürüstlük ve cevapların kodlanması aşamalarında karşılaşılabilecek sorunlar gelir (Esmer, 1991:10).

Gelişmiş demokrasilere sahip batılı ülkelerde de medyanın yayınladığı kamuoyu araştırması sonuçlarının seçmenlerin siyasi parti tercihlerini etkileyebileceği yönündeki tartışmalar zaman zaman gündeme gelmektedir. Daha çok araştırma kuruluşları, akademisyenler, aydınlar ve gazeteciler arasında geçen bu tartışmalar bazen de siyasi platformlara taşınabilmektedir. Hükümetler bu konuyla ilgili olarak çeşitli incelemeler yaptırmakta ve gerek duyulursa bazı yasal düzenlemelere gitmektedir.

Avrupa Konseyi Parlamento Medisi 26 Eylül 1983 tarihinde bir başvuru üzerine medyada yayınlanan kamuoyu araştırması sonuçlarının seçmenin siyasal parti tercihlerini, dolayısıyla seçim sonuçlarını etkileyip etkilemediğini incelemiştir. Oluşturulan bir çalışma grubu seçim öncesi yayınlanan kamuoyu araştırmalarının seçmenlerin siyasi parti tercihlerini etkilemek için kullanılıp kullanılmayacağını araştırmıştır. Parlamento ve Halkla İlişkiler Komisyonu, Avrupa Konseyi'ne üye ülkeler ile diğer bazı demokratik ülkelerdeki mevcut durumu da dikkate alarak şu sonuçlara varmıştır (Yeğenoğlu, 1988:3): 1- Kamuoyu araştırmalarının seçim sonuçlarını etkilediği yolundaki deliller nesnel değildir. 2- Seçimler sırasında seçmenler oylarını gizli olarak kullandıklarından, kamuoyu araştırmalarıyla seçim sonuçlarına müdahale edildiğine ilişkin kesin kanıtlar yoktur. 3- Siyasi partilerin, kamuoyu araştırması sonuçlarını göz önünde bulundurarak seçim kampanyasının ilk dönemlerinde üzerinde durdukları bazı konuları zaman zaman değiştirdikleri görülmesine rağmen, kamuoyu araştırması sonuçlarının medya aracılığı ile objektif olarak yayınlanmasının seçim sonuçları üzerine dikkate değer bir etkisi yoktur.

Avrupa Konseyi Parlamento ve Halkla İlişkiler Komisyonu ulaştığı sonuçlardan yola çıkarak kamuoyu araştırmaları üzerinde daha sıkı denetimlerin yapılmasına gereksinim duymadığı gibi bunun arzu edilir bir şey olmadığını da dile getirmiştir. Dolayısıyla, komisyona göre bu konuda ülkeler arasında bir uyumun sağlanmasına da gerek yoktur. Komisyon çalışmaları sonucu şu tavsiye kararını almıştır: "Kamuoyu araştırması yapan kuruluşların uygun davranış kurallarına uymalarını ve kendi aralarında bir denetleme sistemi geliştirmelerini garanti etmek için üye ülke

ler hükümetlerinin bu kuruluşlar üzerinde nüfuzlarını kullanmaları yerinde olacaktır." (Yeğenoğlu, 1988:3-4).

Kamuoyu araştırmaları günümüzde siyasal ve toplumsal yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Demokratik rejimlerde kamuoyu araştırmaları, kamuoyunun belirli toplumsal sorunlar ve olaylar üzerine ne düşündüğünü öğrenmek bakımından çok önemlidir. Toplumdaki çeşitli sorunlara ilişkin olarak yapılan kamuoyu araştırmalarına medyanın ilgi göstererek sayfalarında geniş yer vermesi, bu araştırmaların toplum üzerine ve araştırmanın ilgili taraflarına (birey, seçmen, siyasetçi, sivil toplum örgütleri, çeşitli ekonomik ve siyasal çıkar çevreleri vb.) etkileri konusunda çeşitli görüşlerin ortaya atılmasında belirleyici olmuştur. Kamuoyu araştırmalarının toplum üzerinde etkili olup olmadığı üzerine görüşler üç grupta değerlendirilebilir (Özerkan, 1992:61-83): 1- Kamuoyu araştırmaları halka hizmet ediyor görüntüsü altında aslında egemen görüşlere hizmet eder. 2- Araştırmalar fazla etkili değildir, bu etki konusu fazla abartılmaktadır. 3- Kamuoyu araştırmaları halkın taleplerini yansıtır ve temsili demokrasiye hizmet eder.

Kamuoyu araştırması sonuçlarının seçmenler ve siyasiler üzerinde önemli etkileri olduğu düşünölmektedir. Seçmen kitlesinin siyasal parti tercihlerini belirlemek amacıyla yapılan kamuoyu araştırmalarının gazetelerde yayınlanması ile özellikle kararsız seçmenlerin siyasal parti tercihlerinin etkilendiği ileri sürölmektedir. Ancak seçmenler oy verme aşamasında kamuoyu araştırması sonuçlarının yanı sıra çok sayıda başka haber, bilgi, deneyim ve etkiler altında olduğundan, kamuoyu araştırmalarının seçmenin oy verme davranışını ne ölçüde etkilediğinin tam olarak ortaya çıkarılması mümkün değildir.

Kamuoyu araştırmalarının siyasiler üzerindeki etkisinin daha somut olduğu ileri sürölebilir. Siyasal partiler ve adaylar seçim öncesi siyasal kampanya stratejilerini ve taktiklerini geliştirmek için büyük paralar harçayarak kamuoyu araştırmaları yaptırırlar ve sonuçlarına büyük önem verirler. İktidara geldikten sonra ise kendi çalışmaları hakkında seçmenlerden bilgi toplamak, onların tepkilerini ölçmek ve buldukları görevi nasıl daha iyi yerine getireceklerini belirlemek için kamuoyu araştırması sonuçlarından yararlanırlar. Bu anlamda kamuoyu araştırmaları, toplum ile seçilmiş siyasiler arasında bir köprü işlevi görür.

Siyasetçilerin kamuoyu araştırması sonuçlarından nasıl etkilendiği üzerine tartışırken konunun diğer bir yanına da dikkati çekmek gerekir. Siyasilerin pek

azının sorunlar hakkında ne düşüneceğini veya işleri nasıl yürüteceğini öğrenmek için kamuoyu araştırmalarına başvurduğu ileri sürülebilir. Siyasetçiler araştırma sonuçlarını seçmenlerin gerçek arzularını öğrenip gereğini yerine getirmek için değil, pozisyonlarını ayarlayarak hangi sorunları vurgulayıp hangilerinden sakınmaları gerektiğini öğrenmek için de kullanabilirler. Bir tarafta seçmenlerin arzuları diğer tarafta da siyasetçinin inancı vardır. Bu karşılıklı etkileşimde kamuoyu araştırmalarının siyasetçi üzerinde etkisiz olduğunu söylemek mümkün değildir (Converse, 1987:12-24).

3. Türkiye’de Kamuoyu Araştırmaları ve Yasal Düzenlemeler

Kamuoyu araştırmaları 1983 Milletvekili Genel Seçimi ile birlikte medya sayesinde Türk halkının yaşamına daha önce görülmedik ölçüde girmiştir. Bu yıllarda basında sonuçları yayınlanan kamuoyu araştırmalarının seçmeni yönlendirmesi ve bu durumun yol açabileceği olası olumsuzluklar henüz tartışma gündeminde değildi. Dolayısıyla kamuoyu araştırmalarının gazetelerde yayınlanması konusu spesifik olarak yasal düzenlemelere bağlanmamıştı. Yasalarda sadece seçim dönemlerinde siyasi partilerin propaganda çalışmalarını radyo ve televizyonlar aracılığıyla nasıl yürüteceklerini düzenleyen maddeler vardı. Kıyaslama yoluyla bu yasal düzenlemelerden, seçime 24 saat kalıncaya kadar kamuoyu araştırmalarının gazeteler tarafından yayınlanmasını engelleyen bir hüküm olmadığı anlaşılıyordu.

13 Nisan 1994’de kabul edilen 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun’un 32. Maddesi’nde kamuoyu araştırmalarının yayınlanmasını da etkileyen şöyle bir hüküm kabul edildi: "Seçimlerde oy verme gününden önceki 7. günden itibaren haber, röportaj gibi programlar veya reklamlar yoluyla kamuoyu araştırmaları, anketler, tahminler, bilgi iletişim telefonları yoluyla mini referandum gibi adlarla siyasi bir partinin veya adayın lehinde veya aleyhinde veya vatandaşın oyunu etkileyecek her türlü yayınlarda bulunmasına izin verilmez. Bu yasaklara uymayanlar yayın ilkelerini ihlal etmiş sayılırlar."(Resmi Gazete, 21911:1-12). Bu yasal düzenlemeyle kamuoyu araştırması sonuçlarının medyada yayınlanması oy verme gününden yedi gün öncesinden itibaren yasaklanmıştır.

Kamuoyu araştırması sonuçlarının medyada yayınlanmasını engellemeye yönelik bir başka yasal düzenleme, 24 Aralık 1995 Milletvekili Genel Seçimi’nin yapılmasına ilişkin yasanın Resmi Gazete’de yayınlanması sırasında getirilmiştir. 30

Ekim 1995 tarihli Resmi Gazete'de "Yazılı, sözlü ve görsel basın ve yayın araçları ile kamuoyu araştırmaları, anketler, tahminler, bilgi ve iletişim yoluyla mini referandum gibi adlarla bir siyasi partinin veya adayın lehinde veya aleyhinde veya vatandaşın oyunu etkileyecek biçimde yayın yapılması ve herhangi bir suretle dağıtım..." yasaklarının başlamış olduğu ilan edilmiştir (Resmi Gazete, 22448:53-54). Bu yasal düzenlemeyle birlikte Türkiye'de seçim kampanyası döneminde kamuoyu araştırmalarının medyada yayınlanması yasaklandı. Medya kuruluşları 1995 Milletvekili Genel Seçimi öncesinde kamuoyu araştırması sonuçlarının medyada yayınlanması yasağını çeşitli biçimlerde deldiler. Kamuoyu araştırması sonuçları bazen gazetelerin köşe yazıları içinde yayınlandı, bazen yabancı yayın organlarının yaptığı araştırma sonuçları ilan edildi, bazen de bizzat siyasetçiler tarafından basın toplantıları düzenlenerek açıklandı. Ancak, medyada yayınlanan kamuoyu araştırmaları eski canlılığına asla kavuşamadı.

Bu yasaklamanın başlıca nedeni olarak, medyada yer alan kamuoyu araştırması sonuçlarının seçmenin siyasi parti tercihlerini etkileyebileceği/yönlendirilebileceği endişesi olarak belirtilmiştir. Altta yatan nedeni ise siyasi parti, araştırma kuruluşu ve medya üçgeninde geçen, kamuoyu araştırması siparişinin verilmesi, araştırmanın yapılması ve sonuçlarının yayınlanması sürecinin ilkesizlik ve denetimsizlik nedeniyle bir gevşeme ve bozulma içinde olmasıdır. Bu durumun dışavurumu, belirli medya gruplarına ait gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırması sonuçlarının belirli siyasi partileri sürekli önde göstermesiyle ortaya çıkmıştır (Atabek ve Dağtaş, 1998:266). Kamuoyu araştırmalarına getirilen yasaklamadan önceki genel ve yerel seçim kampanyası dönemlerinde yayınlanan gazetelere şöyle bir göz atmak bile yaşanan çarpıklığı fark etmek için yeterlidir. Tabii ki burada Türkiye'de seçimlere yönelik olarak gerçekleştirilen tüm kamuoyu araştırmalarının çarpıtıldığı veya yanlış sonuçlara ulaştığı gibi bir iddia kabul edilemez. Kamuoyu araştırmaları yapan kuruluşlar zaman zaman seçim sonuçlarını büyük bir doğrulukla tahmin edebilmişlerdir.

Kasım 2002 Milletvekili Genel Seçimi'nden önce Yüksek Seçim Kurulu 8 Ağustos 2002 Tarihli Resmi Gazete'de "Yazılı basın da, ... oy verme gününden önceki yedinci günden itibaren kamuoyu araştırmaları, anketler, tahminler, bilgi ve iletişim telefonları yoluyla mini referandum gibi adlarla bir siyasi parti veya adayın lehinde veya aleyhinde veya vatandaşın oyunu etkileyecek biçimde yayın yapma yacağına, araştırma sonuçlarını herhangi bir suretle dağıtamayacağına" karar vermiştir (Resmi Gazete, 24840:14). Bu kararın alınmasında, daha önceki yasakların

toplum ve medya tarafından hoş karşılanmamasının yanısıra Avrupa Birliği'ne üye ülkelerdeki uygulamalara uyum çabasının rolü de olmuştur.

4. Medyada Kamuoyu Araştırmaları ve Uyulması Gereken Kriterler

Kamuoyu araştırması sonuçlarının basın aracılığıyla geniş kitlelere duyurulması, bunların seçmenlerin oy verme eğilimlerini etkileyebileceği endişesini de beraberinde getirdi. Hatta kamuoyu araştırmalarının basında yayınlanmaması fikri bile ileri sürüldü. Günümüzde ise bu tartışmalar aşılmış durumdadır ve kamuoyu araştırmaları özellikle seçim dönemlerinde medyanın kullandığı en önemli haber malzemelerinden biri haline gelmiştir.

Kamuoyu ve pazarlama araştırmalarının tüm dünyada yaygınlaşması ve bu alanda çalışmalar yapan firmaların çoğalması uluslar arası örgütlenmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu örgütler yaptıkları çalışmalarla kamuoyu ve pazar araştırmalarında kullanılacak ölçütleri belirlemişlerdir. Çeşitli ülkelerdeki pazarlama ve kamuoyu araştırma şirketlerinin üye olduğu uluslararası düzeyde çalışmalar yapan Avrupa Kamuoyu ve Pazar araştırmacıları Derneği (European Society of Market Research, ESOMAR), Uluslar Arası Ticaret Odası (International Chamber Of Commerce, ICC) ve Dünya Kamuoyu Araştırmacıları Derneği (The World Association For Public Opinion Research, WAPOR) kamuoyu araştırmalarının okuyucuları yönlendirmesini önlemek için bir dizi öneriler geliştirmişlerdir. ESOMAR, ICC ve WAPOR medyanın, sonuçlarını yayınladığı kamuoyu araştırmalarıyla ilgili olarak sorumluluğun bir gereği olarak en azından şu bilgilere yer vermesini önermektedir (Demers, 1988:105-114): 1- Anketi finansal olarak üstlenen kuruluşun ismi, 2- Soruların tam listesi, 3- örneklem alınan kitlenin tanımı, 4- Örneklem büyüklüğü, 5- Örneklem hatasının belirtilmesi, 6- Hangi sonuçların tüm örneklemden daha çok örneklemin bazı kesimlerine dayandığı (örneğin, kırsal kesimde yaşayan seçmenlerin daha çok X partisini desteklemesi gibi), 7- Yöntem ve araştırma dizaynı, 8- İlgili olaylara ilişkin olarak araştırmanın zamanlaması.

Sektördeki gelişmelere paralel olarak Türkiye'de de Pazarlama ve Kamuoyu Araştırmacıları Derneği 1988'de kurulmuştur. Türkiye'deki pazarlama ve kamuoyu araştırmalarını geliştirmek ve bu alandaki bilgileri Türkiye'ye aktarmak amacıyla kurulan derneğin üyeleri üniversitelerde, reklam, pazarlama ve kamuoyu araştırması kuruluşlarında çalışan uzmanlardan oluşmaktadır. Türkiye'de Pazarlama ve Kamuoyu Araştırmaları Derneği'ne üye pek çok araştırma kuruluşu ESOMAR, ICC

ve WAPOR gibi uluslar arası araştırma derneklerinin belirlediği meslek ilkelerine uyduklarını bildirmişlerdir. Ancak, kamuoyu araştırması sonuçlarının gazeteler tarafından yayınlanması sırasında söz konusu bilgilere çeşitli gerekçelerle her zaman yer verilmediği de bilinmektedir. Burada sorun, gazetelerin kamuoyu araştırmalarını yayınlarken kullandıkları "üslup" farklılıklarından (araştırma ile ilgili bazı bilgileri gereksiz görerek yer vermeme gibi) ya da araştırma kuruluşunun araştırma ile ilgili bilgileri meslek sırrı, rakip firmalar, ticari kaygılar vb. çeşitli nedenlerle gizleme eğiliminden kaynaklanabilmektedir. Ancak, sorun ister gazetenin üslubundan ister araştırma şirketinin çeşitli kaygılarından kaynaklansın, sonuç olarak gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırmalarında bulunması önerilen bilgilerin belirli standartlarda olmaması, okuyucuların araştırmalar hakkında yeterli bilgiye sahip olmasını engellemektedir. Bu da okuyucuların kamuoyu araştırmaları ile manipüle edilme olasılığını arttırmaktadır. Uluslar arası araştırma dernekleri tarafından medya tarafından yayınlanan kamuoyu araştırmalarında bulunması önerilen bilgilere ne ölçüde yer verildiğini Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde 1983-2002 yılları arasında inceleyen bu araştırma, ortaya çıkardığı bulgularla konuyla ilgili tartışmalara daha nesnel bir yanıt oluşturacaktır.

5. Yöntem

Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde 1983-2002 yılları arasında yayınlanan kamuoyu araştırmalarını niceliksel olarak inceleyen bu araştırmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Söz konusu 20 yıllık dönemde adı geçen gazetelerde yer alan kamuoyu araştırmaları, okuyucuların kasıtlı bir şekilde yönlendirilmesini önlemek için ICC, ESOMAR ve WAPOR gibi uluslar arası araştırma dernekleri tarafından geliştirilmiş kriterlere ne ölçüde uyulduğu bakımından incelenmiştir. Çalışmada, söz konusu gazetelerin sayfalarında yer verdikleri kamuoyu araştırmalarından kaç tanesinin sponsorluğunu yaptıkları da ortaya çıkarılmıştır.

Araştırma, Türkiye'de önemli bir siyasal dönüşümün yaşandığı, Milletvekili Genel Seçimleri'nin yapıldığı ve basında kamuoyu araştırmalarının yaygın olarak görülmeye başlandığı 1983 yılından başlatılmıştır. Kamuoyu araştırmaları ile seçim dönemleri arasındaki sıkı ilişki göz önünde bulundurularak Türkiye'de son yapılan Milletvekili Genel Seçimi'ni de içermesi amacıyla araştırma dönemi 2002 yılını kapsayacak şekilde belirlenmiştir.

Hürriyet, Milliyet ve Sabah, 1983-2002 yılları arasında Türkiye'de en yük-

sek tiraja sahip gazeteler olmaları ve araştırmacının gözlemlerine göre kamuoyu araştırmalarına en fazla yer veren gazeteler arasında yer almaları nedeniyle bu araştırma için seçilmişlerdir. Sabah Gazetesi'nin 22 Nisan 1984'de yayın hayatına başlaması nedeniyle 1983 ve 1984 yıllarında inceleme kapsamına alınamamasının araştırmanın amaçları doğrultusunda bir sorun oluşturmayacağı yargısına varılmıştır.

Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde yer alan kamuoyu araştırmaları, gazetelerin birinci sayfaları incelenerek elde edilmiştir. Kamuoyu araştırmasının ilk bölümü gazetenin birinci sayfasında yer alıyorsa veya iç sayfalarda yer alan bir kamuoyu araştırmasının birinci sayfadan duyurusu yapılıyorsa, söz konusu kamuoyu araştırması inceleme kapsamına alınmıştır. Okuyucuları kasıtlı bir biçimde yönlendirmemek için uluslararası araştırma dernekleri tarafından gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırmalarında bulunması önerilen bilgiler çoğu zaman bir çerçeveye içinde topluca verilmemektedir. Bu nedenle söz konusu bilgiler, araştırma sırasında gazetede ki kamuoyu araştırma yazısının tümü taranarak elde edilmiştir.

Anketi finansal olarak üstlenen kuruluşun ismi, örneklem büyüklüğü, örneklem hatası, ilgili olaylara ilişkin araştırmanın zamanlaması (araştırmanın yapıldığı tarih) bilgileri net ifadeler olarak araştırma sırasında belirlenmiştir. "Örneklem alınan kitlenin tanımı" ve "yöntem ve araştırma dizaynı" bilgileri ise bazı araştırmalarda çok detaylı bazı araştırmalarda da birkaç sözcük ile tanımlanmışlardır. Bu nedenle, "örneklem alınan kitlenin tanımı" bilgisinin varolup olmadığına karar verirken detaylı tanımlamaların yanı sıra "üniversite gençliği", "x seçim çevresindeki seçmenler" gibi ifadeler de kabul edilmiştir. "Yöntem ve araştırma dizaynı" bilgisinin varolup olmadığına karar verirken yine detaylı tanımlamaların yanı sıra "yüz yüze görüşme", "anket" gibi kısa ifadeler de kabul edilmiştir.

"Soruların tam listesi" ve "hangi sonuçların tüm örneklemden daha çok örneklemin bazı kesimlerine dayandığı" bilgileri araştırmada inceleme dışı bırakılmıştır. Çünkü araştırmalarda bazen hiçbir soruya yer verilmezken bazen de onlarca soru yer almaktadır. Bazı araştırmalarda da metne dikkatlice bakıldığında araştırma sorularının açıkça yazılmamış olmasına rağmen sorulmuş soruların olduğu fark edilmekte ve bu sorulara verilen yanıtlar üzerinde yorumlar yapılmaktadır. Ayrıca, hiçbir araştırmada örneklem alınan kitleye sorulan soruların ne kadar olduğu ifade edilmemektedir. Bu durumda sadece gazetelerde yer alan kamuoyu araştırmalarda gözüktüğü kadarıyla kaçır sorunun yer aldığı belirlenebilirdi. Bu tür

bir bilgi ise araştırmanın amaçlarına uygun değildir. Gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırmalarında "soruların tam listesi"nin elde edilmesini engelleyen zorluklar, "hangi sonuçların tüm örneklemden daha çok örneklemin bazı kesimlerine dayandığı" bilgisinin araştırılmasını da olumsuz anlamda doğrudan etkilemiştir.

Bu araştırma sırasında gazete taraması araştırmacının kendisi ve bir grup öğrenci tarafından gerçekleştirilmiştir. Önce, oluşturulan kodlama cetveli toplam gazete taramasının %10'luk bir kısmında sınanmıştır. Bu süreçten sonra kodlama cetveli araştırmanın amaçları doğrultusunda geliştirilmiştir. Daha sonra, gazetelerde yer alan kamuoyu araştırmalarının her biri ile ilgili bilgiler bu kodlama cetveline aktarılmıştır. Toplam 60 yıllık gazete taraması bittikten sonra bu gazetelerin %30'u üzerinde farklı kişilere yaptırılan taramada %90 oranında bir uyum saptanmıştır. Gazete taraması Anadolu Üniversitesi Kütüphanesi'nde yer alan gazete arşivinde yapılmıştır. Sabah Gazetesi'nin burada bulunmayan sayıları için ise Sabah Gazetesi'nin Ankara'daki matbaa tesislerine gidilerek araştırma tamamlanmıştır.

6. Araştırma Bulguları

1983-2002 yıllarını kapsayan bu araştırmada Hürriyet Gazetesi'nde 306, Milliyet Gazetesi'nde 162 ve Sabah Gazetesi'nde de 139 olmak üzere toplam 607 kamuoyu araştırmasının yayımlandığı belirlenmiştir. Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde yayınlanan kamuoyu araştırmaları, uluslar arası araştırma derneklerinin okuyucuların yanlış yönlendirilmesini önlemek için gazetede yayınlanan bir kamuoyu araştırmasında bulunmasını önerdikleri bilgiler bakımından incelenmiştir. 1983-2002 yılları arasında toplam 306 kamuoyu araştırmasının yayımlandığı Hürriyet Gazetesi'nde "araştırmayı yaptıran kuruluşun adı"na 281, "örneklem alınan kitlenin tanımı"na 282, "örneklem büyüklüğü"ne 243, "yöntem ve araştırma tasarımı"na 248 ve "araştırma tarihi"ne de 164 kez yer verilmiştir. "Örneklem hatası" ise sadece 20 araştırmada bildirilmiştir (Tablo:1).

Yıl / Kriter	Araştırmayı Yaptıran Kuruluşun Adı	Örneklem Alınan Kitlenin Tanımı	Örneklem Büyüklüğü	Örneklem Hatası	Yöntem ve Araş. Tasarımı	Araştırma Tarihi
1983	2	1	1		1	1
1984	5	3	1		2	
1985						
1986	17	14	13	2	16	1
1987	8	7	7		8	4
1988	19	16	17	2	17	3

Yıl / Kriter	Araştırmayı Yaptıran Kuruluşun Adı	Örneklem Alınan Kitlenin Tanımı	Örneklem Büyüklüğü	Örneklem Hatası	Yöntem ve Araş. Tasarımı	Araştırma Tarihi
1989	15	15	16		14	11
1990	12	13	12		12	5
1991	111	111	110		111	110
1992	11	10	10	6	10	8
1993	8	7	7		8	4
1994	52	52	23	10	18	5
1995	8	8	7		9	6
1996	2	2	1		2	
1997	2	3	3		3	1
1998		4	2		4	2
1999	3	8	6		8	3
2000		2	3		1	2
2001	1	1	1		1	
2002						
Toplam	281	282	243	20	248	164

Tablo 1. Hürriyet Gazetesi'nde 1983-2002 Yılları Arasında Yayınlanan Kamuoyu Araştırmalarının Uluslararası Kriterler Bakımından Görünümü

Ele alınan dönemde toplam 162 kamuoyu araştırmasının yayınlandığı Milliyet Gazetesi'nde de "araştırmayı yaptıran kuruluşun adı"na 138, "örneklem alınan kitlenin tanımı"na 120, "örneklem büyüklüğü"ne 101, "yöntem ve araştırma tasarımı"na 119, "araştırma tarihi"ne 80 ve "örneklem hatası"na 35 kez yer verilmiştir (Tablo:2). Toplam 139 kamuoyu araştırmasının yayınlandığı Sabah Gazetesi'nde ise "araştırmayı yaptıran kuruluşun adı"na 109, "örneklem alınan kitlenin tanımı"na 74, "örneklem büyüklüğü"ne 56, "yöntem ve araştırma tasarımı"na 57 ve "araştırma tarihi"ne 25 kez yer verilmiştir. Sabah Gazetesi'nde "örneklem hatası" bildirilen araştırma sayısı ise sadece 9'dur (Tablo: 3).

Yıl / Kriter	Araştırmayı Yaptıran Kuruluşun Adı	Örneklem Alınan Kitlenin Tanımı	Örneklem Büyüklüğü	Örneklem Hatası	Yöntem ve Araş. Tasarımı	Araştırma Tarihi
1983	4	2	1		1	3
1984	4	4	4		3	2
1985	20	15	14		11	3
1986	20	16	14	3	12	3

Yıl / Kriter	Araştırmayı Yaptıran Kuruluşun Adı	Örneklem Alınan Kitlenin Tanımı	Örneklem Büyüklüğü	Örneklem Hatası	Yöntem ve Araş. Tasarımı	Araştırma Tarihi
1987	9	9	8	2	8	3
1988	6	4	2	1	4	2
1989	7	6	4	3	7	2
1990	5	6	5		5	4
1991	13	6	4		11	13
1992	6	5	4		7	3
1993	5	8	3	1	9	6
1994	18	17	16	14	21	19
1995	9	9	9	8	9	9
1996						
1997						
1998	2	2	2		2	1
1999	1	3	3	3	3	2
2000	0	1	1		1	
2001	4	3	3		1	3
2002	5	4	4		4	2
Toplam	138	120	101	35	119	80

Tablo 2. Milliyet Gazetesi'nde 1983-2002 Yılları Arasında Yayınlanan Kamuoyu Araştırmalarının Uluslararası Kriterler Bakımından Görünümü

İncelenen dönemde sayfalarında yer verdikleri toplam araştırma sayıları göz önünde bulundurulduğunda her üç gazetenin de diğer bilgilere oranla "araştırmayı yaptıran" kuruluş ismine çok daha fazla yer verdiği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, yine üç gazetenin de sırasıyla en çok "araştırmayı yaptıran kuruluşun adı", "örneklem alınan kitlenin tanımı", "yöntem ve araştırma tasarımı", "örneklem büyüklüğü", "araştırma tarihi" ve "örneklem hatası" bilgilerine yer verdikleri görülmektedir. Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde yayınlanan kamuoyu araştırmalarında "örneklem hatası", hakkında en az bilgi verilen kategori olmuştur.

Yıl / Kriter	Araştırmayı Yaptıran Kuruluşun Adı	Örneklem Alınan Kitlenin Tanımı	Örneklem Büyüklüğü	Örneklem Hatası	Yöntem ve Araş. Tasarımı	Araştırma Tarihi
1985		1				
1986		1	1		1	
1987	21	14	11	2	9	6
1988	9	1	1		8	

Yıl / Kriter	Araştırmayı Yaptıran Kuruluşun Adı	Örnekleme Alınan Kitlenin Tanımı	Örnekleme Büyüklüğü	Örnekleme Hatası	Yöntem ve Araş. Tasarımı	Araştırma Tarihi
1989	10	2			1	
1990	17	4	3		1	
1991	17	7	5	2	6	
1992	6	6	6		5	2
1993	15	12	12	4	9	9
1994	7	10	5		4	4
1995	3	1	1		1	
1996						
1997	1	5	3	1	3	3
1998	1	2	2		2	
1999		2	2		2	
2000	1	1				
2001		1	1		1	1
2002	1	4	3		4	
Toplam	109	74	56	9	57	25

Tablo 3. Sabah Gazetesi'nde 1985-2002 Yılları Arasında Yayınlanan Kamuoyu Araştırmalarının Uluslararası Kriterler Bakımından Görünümü

Bu araştırmada ele alınan gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırmalarının toplam sayısı göz önünde bulundurulduğunda Sabah Gazetesi, her kategoride en az bilgi veren gazetedir. Bu durumun, gazetelerin kamuoyu araştırması sonuçlarını sayfalarında yayınlarken kullandıkları "usul" farklılıklarından ya da "yer sınırlılığı"ndan kaynaklandığı ileri sürülebilir. Örneğin 20 Ekim 1991 tarihinde yapılan Milletvekili Erken Genel Seçimleri öncesinde Sabah Gazetesi'nde yayınlanan "GALLUP Araştırması Nasıl Yapılıyor?" başlıklı haberde, seçim öncesi yapılan kamuoyu araştırmalarına ilişkin GALLUP tarafından şu bilgilere yer verilmektedir (Sabah Gazetesi, 15 Eylül 1991:14):

"Sabah okurlarının Pazar günleri okuyacakları seçim tahminleri bir hafta öncesinin bilgilerini içeriyor. Çünkü GALLUP cumartesi ve pazar günleri bilgi topluyor... Bilgileri toplamak için iki soru formu kullanılıyor... Bilgileri anketörler... topluyorlar. Bu anketörler nasıl bilgi toplayacakları, soruları nasıl soracakları konusunda da eğitim görüyorlar. Araştırmalarda toplanan bilgilerin doğruluğu... kontrol görevlileri tarafından aynı seçmene gidilerek yerinde kontrol ediliyor... Araştırma, Türkiye'de seçme yaşına gelmiş kişilerle yapılıyor. GALLUP araştırmalarında örnek kitle, seçmenlerin yaşları ve cinsiyetleri, eğitim durumları, 7 coğrafi bölge, kentlerde ve köylerde ikametleri bakımından Türkiye seçmen kitlesini temsil etmektedir.

Arařtırmalar Türkiye'nin 14 ilinde Őehir merkezleri ve köylerde yapılıyor... Her hafta 1200 seąmen ile görüŐülüyor...".

Sabah Gazetesi'nin 1991 seąimleri ncesi GALLUP'a yaptırdığı seąim araştırmalarında bulunması gereken bazı bilgileri seąimden yaklaşık 45 gün önce bir haber ile okuyucularına duyurduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak GALLUP tarafından yapılan ve Sabah Gazetesi'nde yayınlanan kamuoyu araştırmalarında bu haberde ifade edilen bilgilerin tümü aynı titizlikle verilmemektedir. Sabah Gazetesi'nin, yayınladığı kamuoyu araştırmalarında uluslararası standartlar gereği bulunması gereken bilgileri okuyucuların ilgisini anket sonuąları üzerine yoğunlaştırmak amacıyla vermediği ileri srlebilir. Tabii ki bu durum "yer sınırlılığı", "slup farklılığı" gibi nedenlerle tüm gazeteler iąin geąerlidir. Ancak bir kamuoyu araştırması sonucunu yayınlarken gazetelerin ileri sürebileceği "slup" veya "yer sınırlılığı" gibi nedenler ile uluslar arası kuruluşlar tarafından araştırma yazısında yer alması önerilen bilgilerin gerektiği gibi verilmemesi arasında büyük bir ąeliŐki olduğu aŐıkardır.

Bazı arařtırma kuruluşlarının yaptıkları arařtırmaya iliŐkin bilgileri gizleme ya da bu bilgileri kendileri iąin uygun buldukları bir zamanda aąıklama eđiliminde olmaları da gazetelerde yayınlanan kamuoyu arařtırmalarında daha az bilginin yer almasına yol aąabilmektedir. Örneđin 27 Mart 1994 Yerel Seąimleri ncesinde Sabah Gazetesi iąin kamuoyu arařtırmaları yapan British GALLUP'un BaŐkanı Gordon Heald, seąimden bir gün önce yayınlanan "British GALLUP Anketimize Güveniyoruz" baŐlıklı yazıda gazeteci Murat Birselle Őu aąıklamalarda bulunmuŐtur (Sabah Gazetesi, 26 Mart 1994:18):

"Evet Őimdi konuŐabilirim... Ben size sırrımı vereyim. Türkiye'de bazı Dođu Bloku lkelerinde rastladığımız sorun var. Eđitim düzeyi düŐük kiŐiler sizden Őpheleniyor ve cevap vermiyor. Kadınlarda bu oran eğitim seviyesi ile paralel olarak artabiliyor. ąok geliŐmiŐ bir istatistik programı ile biz bu oranları dengeleyerek düzeltiyor ve gerąek rakama yaklaŐabiliyoruz... Türkiye'de sürekli dalgalanmalar oluyor. Medyanın oy verenler üzerinde büyük bir etkisi var. Habere, söylentilere göre oylarının gideceği yeri deđiŐtiriyorlar..."

Araştırmayı yaptıran kuruluşlara göre dağılıma bakıldığında, Hürriyet Gazetesi yayınladığı kamuoyu araştırmalarının 267'sini, Milliyet Gazetesi 125'ini ve Sabah Gazetesi 104'n kendisi yaptırmıŐtır. Kimin tarafından yaptırıldığı bilinmeyen araştırmaların sayısı Milliyet Gazetesi'nde 24 iken, Hürriyet ve Sabah gazetelerinde bu sayı 22'dir. Her ą gazete de yayınladıkları kamuoyu araştırmalarının büyük bir kısmını kendisi yaptırmıŐtır. Araştırmayı yaptıran kuruluşlara göre bir sıralama yapıldığında "diğer" kategorisi her ą gazetede de dördüncü sıradadır. Bunların dıŐında, Hürriyet Gazetesi daha ąok kamu kuruluşlarının yaptırdığı kamuoyu araştırmalarına yer verirken, Milliyet ve Sabah gazeteleri siyasi partilerin yaptırdıkları kamuoyu araştırmalarına yer vermiŐlerdir (Tablo: 4,5,6).

Yıl/Araştırma Yaptıran	Hürriyet Gazetesi	Kamu Kuruluşları	Belirsiz	Diğer	Toplam
1983	2				2
1984	5				5
1985					
1986	17		2		19
1987	9			1	10
1988	19				20
1989	14		1	1	16
1990	12		1		12
1991	111				111
1992	9	1		1	17
1993	9	1	6	1	11
1994	52				53
1995	6		1	2	8
1996		1		1	3
1997		1	1	1	4
1998		2	2		7
1999	2	1	5	1	7
2000			3		
2001				1	1
2002					
Toplam	267	7	22	10	306

Tablo 4. Hürriyet Gazetesi'nde 1983-2002 Yılları Arasında Yer Alan Kamuoyu Araştırmalarının Araştırmayı Yaptıran Kuruluşlara Göre Dağılımı

Yıl/Araştırma Yaptıran	Milliyet Gazetesi	Kamu Kuruluşları	Belirsiz	Diğer	Toplam
1983	4		2		6
1984	4				4
1985	20				20
1986	19			1	20
1987	8	1	2		11
1988	7				7
1989	7		1		8
1990	5		1		6
1991	13		1		14
1992	5	1	1		7
1993	5		7		12
1994	15		3	3	21

Yıl/Araştırma Yaptıran	Milliyet Gazetesi	Kamu Kuruluşları	Belirsiz	Diğer	Toplam
1995	9				9
1996					
1997			1		1
1998		2			2
1999			2	1	3
2000			1		1
2001	2		1	1	4
2002	2		1	3	6
Toplam	125	4	24	9	162

Tablo 5. Milliyet Gazetesi'nde 1985-2002 Yılları Arasında Yer Alan Kamuoyu Araştırmalarının Araştırmayı Yapan Kuruluşlara Göre Dağılımlı

Yıl/Araştırma Yaptıran	Sabah Gazetesi	Kamu Kuruluşları	Belirsiz	Diğer	Toplam
1985	1				1
1986	1				1
1987	21				21
1988	8		1		9
1989	10				10
1990	17		1		18
1991	15	2	1		18
1992	6		1		7
1993	14	1	4		19
1994	7	2	3		12
1995			2	3	5
1996					
1997		1	5		6
1998	1		2		3
1999	1			1	2
2000	1			1	2
2001		1			1
2002	1		1	2	4
Toplam	104	6	22	7	139

Tablo 6. Sabah Gazetesi'nde 1985-2002 Yılları Arasında Yer Alan Kamuoyu Araştırmalarının Araştırmayı Yaptıran Kuruluşa Göre Dağılımlı

7. Sonuç

Bu araştırmada Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri 1983-2002 yılları arasında ICC, ESOMAR ve WAPOR gibi uluslar arası araştırma derneklerinin okuyucuların dolayısıyla seçmenin kasıtlı bir biçimde yönlendirilmesini önlemek için gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırmalarında bulunmasını önerdikleri bilgiler bakımından incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre araştırmada ele alınan her üç gazete de sırasıyla en çok araştırmayı yaptıran kuruluşun adına, örneklem alınan kitlenin tanımına, yöntem ve araştırma tasarımına, örneklem büyüklüğüne, araştırma tarihine ve örneklem hatasına yer vermiştir. Bir araştırmada bulunması önerilen bilgiler göz önünde bulundurulduğunda, incelenen gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırmalarında "örneklem hatası" hakkında verilen bilgi diğerlerine oranla çok düşüktür.

Uluslararası araştırma derneklerinin gazetelerde yer alan kamuoyu araştırmalarında bulunmasını önerdikleri bilgilerin verilmesi ile ilgili olarak incelenen gazeteler arasında, yayınladıkları toplam araştırmaya oranlandığında, ciddi farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Milliyet Gazetesi'nde her 4.62 araştırmada bir "örneklem hatası" bilgisine yer verilirken bu oran Hürriyet ve Sabah gazetelerinde sırasıyla 15.30 ve 15.44'dür. Hürriyet Gazetesi'nde yayınlanan kamuoyu araştırmalarında her 1.86 araştırmada bir "araştırma tarihi" bilgisine rastlanırken, Milliyet Gazetesi'nde 2.02 ve Sabah Gazetesi'nde de 5.56 araştırmada bir "araştırma tarihi"ne yer verilmektedir.

Bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri yayınladıkları kamuoyu araştırmalarının büyük bir kısmının sponsorluğunu kendileri yapmıştır. Dolayısıyla, gazetelerin sipariş ettiği araştırmaların, araştırmayı tanımlayıcı bilgileri ve elde edilen tüm sonuçlarıyla birlikte araştırma şirketi tarafından gazetelere verildiği düşünülür. Bu durumda gazetelerin araştırmayla ilgili önerilen bilgilerin tümüne yer vermemesinin nedeni, gazetelerin "üslubundan" ya da gazetede "yer sınırlılığından" kaynaklanıyor demektir. Bunun bir tek istisnası, araştırma kuruluşlarının gazetelere araştırma ile ilgili bilgileri meslek sırrı, rakip firmalar, ticari kaygılar vb. çeşitli nedenlerden dolayı belirli bir zamandan önce yayınlanmamasını telkin etmesi durumunda ortaya çıkabilir. Ancak yine de gazetelerin ilkeli yayıncılık gereği, uluslar arası araştırma dernekleri tarafından bir araştırmada bulunması önerilen bilgileri ellerinde bulunduğu sürece vermeleri gerekir.

Gazetelerde sonuçları yayınlanan kamuoyu araştırmalarında bulunması

önerilen bilgilerin belirli standartlarda olmaması, okuyucuların araştırmalar hakkında yeterli bilgiye ulaşmasını engellemektedir. Bu nedenle, kamuoyu araştırması yayınlarken gazetelerin araştırmaya ilişkin önerilen bilgileri bir çerçeve içinde bildirmesi sağlanmalıdır. Kamuoyu araştırmaları yayınlarken gazetelerin bu konuda göstereceği titizlik, bir taraftan okuyucuların kasıtlı bir şekilde yönlendirilmeye çalışıldığı iddiaları önüne set çekerken diğer taraftan yasağı yaklaşımlara fırsat tanımayarak halkın farklı kanallardan da bilgilenmesine ve dolayısıyla demokrasinin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Kaynakça

- Atabek, Nejdete ve Erda Dağtaş (1998). Kamuoyu ve İletişim. Eskisehir: Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı, Yayın No: 139.
- Converse, Philip E. (1987). "Changing Conceptions of Public Opinion in the Political Process", *Public Opinion Quarterly*, 51 (S1):12-24.
- Demers, D Pearce (1988). "Commentary: A Qualitative Analysis of Newspaper Polls." *Newspaper Research Journal* 9 (1): 105-114.
- Esmer, Yılmaz (1991). "Haydi Kamuoyu Araştıralım", *Cumhuriyet Gazetesi Bilim ve Teknik Dergisi*, 233 (Ağustos): 10.
- Meyer, Philip (1987). "Commentary: Polls Are Predictions (So Let's Stop Kidding Ourselves)", *Newspaper Research Journal*, 8 (3):83-99.
- Özerkan, Ş. Altınel (1992). "Kamuoyu Yoklamalarından Hiç Korkmamak Gerekir", *İletişim Dünyası Dergisi*, 9 (Mayıs-Haziran):12-13.
- Resmi Gazete, "Yüksek Seçim Kurulu Kararı", 8 Ağustos 2002, sayı: 24840, ss. 12-14.
- Resmi Gazete, "Yüksek Seçim Kurulu Kararı", 30 Ekim 1995, sayı: 22448, ss. 53-54.
- Resmi Gazete, "3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun", 20 Nisan 1994, sayı: 22911, ss. 1-12.
- Sabah Gazetesi, "British GALLUP Anketimize Güveniyoruz", 26 Mart 1994, s.18
- Sabah Gazetesi, "GALLUP Araştırması Nasıl Yapılıyor?", 15 Eylül 1991, s.14.
- Yeğenoğlu, Özgür (1988). *Dünyada ve Ülkemizde Kamuoyu Anketleri, Mesleki Davranış Kuralları ve Yasal Yaklaşım*. Yayınlanmamış komisyon raporu, TBMM. Ankara.