

# ANKET GELİŞTİRME

Şener BÜYÜKÖZTÜRK \*

## Özet

Bu makalenin amacı, sosyal bilimlerde veri toplamak için sıklıkla kullanılan ve kısaca bir soru listesi olarak da isimlendirilen anketi tanıtmaktır. Yazıda ilk olarak anketi betimleyici kısa açıklamalar yer almıştır. Daha sonra anket geliştirme süreci dört aşamada açıklanmıştır. Bunlar sırasıyla, “problemin tanımlanması”, “madde yazma”, “uzman görüşü alma” ve “ön uygulama yapma”dır. Daha sonra anket uygulamasına ilişkin dört yöntemden söz edilmiştir. Bu yöntemler şunlardır: Yüz yüze görüşme ile telefon, posta ve bilgisayar kullanımınıdır. Yazının son kısmında, anket sorularının oluşturulmasında karşılaşılan bazı sorunlara ve çözüm önerilerine dikkat çekilmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Anket, anket geliştirme

## Abstract

The purpose of the article is to introduce the questionnaire which is used frequently in social sciences and often referred as a questions list. In the paper, first, brief explanations that describe the questionnaire were given. After that, the questionnaire development process was explained on four steps. These are respectively “defining the problem”, “writing the items”, “asking experts’ opinions about the questionnaire”, and “pilot study”. Then, it was explained the methods of administering questionnaires, face to face interview, using the telephone, using the postal, and using the computer. Finally, some issues regarding problems encountered in the design and construction of questionnaires were considered and suggestions are presented how to overcome those problems.

**Key words:** Questionnaire, questionnaire development

“Dünya, bir parça sağduyusu olan ve basit İngilizce yazma becerisine sahip olan herhangi birinin iyi bir anket hazırlayabileceğine inanan iyi niyetli insanlarla doludur.”

Abraham Naftali Oppenheim

Thomas (1998) anketi, insanların yaşam koşullarını, davranışlarını, inançlarını veya tutumlarını betimlemeye yönelik bir dizi sorudan oluşan bir araştırma materyali olarak tanımlamaktadır. Diğer veri toplama tekniklerine (görüşme, gözlem) göre farklı bölgelerden çok daha büyük gruplara hızla uygulama olanağının olması ve maliyetinin daha düşük olması gibi avantajları vardır. Ancak anketin “cevaplayıcı anket maddelerini okuyup anlayabilir” ve “cevaplayıcı maddeleri dürüstçe cevaplamaya hazırdır” şeklinde ifadeleştirilen iki temel varsayıma dayandığına da dikkat çekilmektedir (Wolf, 1988). Cevaplayıcıyı güdülemede sorunlar yaşanması, daha çok yüzeysel bilgi toplamaya uygun olması ve önceden hazırlanan soruların cevaplanmasının gerekliliği (esnek olmaması) anketin önemli sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Öte yandan hedef kitlenin duyarlı olduğu bazı konularda (örneğin din, doğum kontrolü vb.) bilgi toplanmasının güç olduğu hatırd tutulmalıdır. Çünkü bu tür durumlarda cevaplayıcılar, soruları kendi özel yaşantısına müdahale olarak algılayıp geçerli olmayan bir cevap kategorisini seçebilirler, sosyal olarak beğenilen veya

---

Yazışma Adresi: \*Doç. Dr. Şener Büyüköztürk, Başkent Üniversitesi Eğitim Fakültesi  
[senerb@baskent.edu.tr](mailto:senerb@baskent.edu.tr)

tercih edilen, onaylanan (sosyal beğenirlik) bir cevap verebilirler veya anketi hiç doldurmak istemeyebilirler (Aiken, 1997; Wolf, 1988). Bir başka önemli sınırlılığın da zaman sorunu olduğu söylenebilir. Ankette yer alan madde sayısının artmasına bağlı olarak cevaplama süresinin artması, cevaplama ile ilgili güdünün azalmasına, yorgunluğa bağlı olarak düşünmeden cevap verme olasılığının artmasına neden olabilir. Bu durum ise, geçerli ve doğru cevapların toplanmasını engellemekte, hatta uzun bir cevaplama süresi gerektiren anketin hiç cevaplanmama olasılığını artırmaktadır.

Görgül (ampirik) araştırmalarda yapılacak gözlemleri standartlaştırmaya yönelik anketler farklı amaçlarla kullanılabilir. Örneğin, anket ile kişilerin neler bildiği, neler yaptıkları, neleri sevdikleri, nelere inandıkları ve ne gibi kişisel özelliklere sahip oldukları taranabilir. Bir araştırmada hedef kitlenin demografik özelliklerinin yanı sıra tutumları, değerleri, performansları veya görüşleri de belirlenmeye çalışılabilir. Bu durumda hazırlanacak anket, ölçülmek istenilen özelliklere göre bölümlere ayrılır ya da her amaç için ayrı bir anket hazırlanır. Buna göre anketlerde, ölçülen özelliğe göre dört farklı soru grubu kullanılabilir (Aiken, 1997; Balcı, 1997; Hayman, 1968; Plumb ve Spyridakis, 1992):

1. Cevaplayıcıların demografik özelliklerini (cinsiyeti, yaşı, mesleği, eğitim düzeyi, ailenin sosyoekonomik göstergeleri, bir eğitim programına katılma durumu vb.) betimlemeye yönelik **olgusal** sorular,
2. Cevaplayıcıların bir konuda (sosyal, ekonomik, politik vb.) ne bildiklerini ve bilgiye ulaşma kaynaklarını belirlemeye yönelik **bilgi** soruları,
3. Bir konu veya objeye ilişkin davranışlarını (sınıf içi öğretmen ve öğrenci davranışları, tüketim alışkanlıkları, oy verme davranışları, kurum içi iletişim davranışları, sosyal ve sanat etkinliklerine katılma davranışları vb.) belirlemeye yönelik **davranış** soruları,
4. Bir konu veya objeye ilişkin duygularını ve görüşlerini (mesleğe ilişkin tutum, kurum içi atama ve yükseltme uygulamalarına ilişkin görüş, iş doyumu algısı vb.) belirlemeye yönelik **inanç ve kana** soruları.

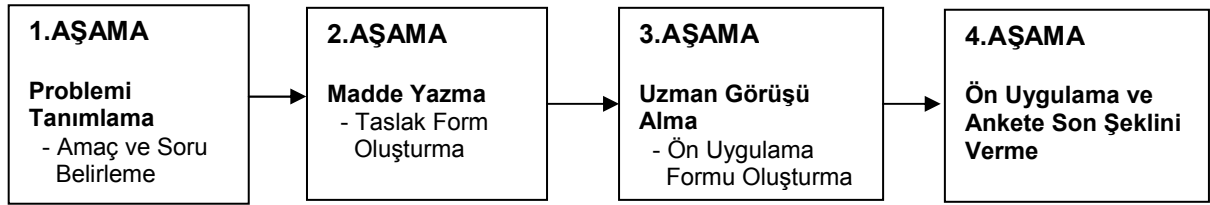
Araştırma sorularına cevap vermek amacıyla geliştirilen veri toplama araçlarına uygulamada çok farklı isimler verildiği görülmektedir. Örneğin, bireylerin duyuşsal özelliklerini ölçmeye yönelik pek çok sorudan oluşan araçlara “anket” veya “ölçek” denildiğine de rastlanmaktadır. Aiken’e (1997) göre anketler, cevapları sürekli olmaktan çok süreksiz kategoriler kullanılarak elde edilen ve sınıflama düzeyindeki ölçmeleri yansıtan sorulardan oluşmaktadır. Bu tür anketlerde yer alan soruların birbirinden bağımsız olduğu, ayrı olayları ölçmeye yönelik olduğu söylenebilir. Ancak araştırmanın amacına göre, anketlerin bir alt bölümünde veya tamamında örneğin tutum duyuşsal bir özellik ölçülmek istenebilir. Bu tür anketlerde yer alan sorular arasında ise ilişki bulunması, başka bir anlatımla soruların ilgilenilen özelliği ölçmeye yönelik olması beklenir. Aiken (1997) kişisel özellikler, ilgiler, tutumlar gibi özellikleri ölçmek için geliştirilen araçlara envanter, anket, ölçek, test, tarama, indeks, gösterge gibi isimlerin verilebildiğini belirtmektedir. Yazar’a göre, önemli olan araçların isimlerinin ne olduğu değil, amaçlarının ne olduğudur.

Araştırma yapmak istediği konuyu, problemi kararlaştırarak araştırmacıyı bekleyen sorun, anketi desenleme aşamasıdır. Anketi desenleme, problemin tanımlanmasından cevapların nasıl analiz edileceğine kadar pek çok noktanın düşünülmesini gerektiren bir geliştirme süreci olarak ifade edilebilir (Bell, 2000). Bu yazıda, anket geliştirme süreci, analiz boyutu dışta tutularak açıklanmaya çalışılmıştır.

## Anket Geliştirme Süreci

Sosyal bilim araştırmalarında kullanılan tüm ölçme araçlarında olduğu gibi, anket sonuçlarının da geçerli ve güvenilir olması beklenir. Anketin geçerli olması, araştırılan konuya ve soruya uygun cevaplar alabilme gücünü; güvenilir olması ise, uygulama aynı yollarla tekrarlandığında benzer sonuçlar verme gücünü gösterir (Aiken, 1997; Özoğlu, 1992).

Anket geliştirme süreci literatürde farklı şekillerde formüle edilmektedir. Örneğin, Anderson (1990) anket oluşturma sürecini, “genel araştırma sorularının belirlenmesi”, “alt soruların listelenmesi”, “maddelerin tasarlanması”, “maddelerin sıralanması”, “anketin düzenlenmesi” ve “anketin ön uygulamasının yapılması” olmak üzere altı aşamada incelemektedir. Bu çalışmada anket geliştirme süreci, “problemi tanımlama”, “madde (soru) yazma”, “uzman görüşü alma” ve “ön uygulama yapma” olmak üzere dört aşamada (Şekil 1) açıklanmaya çalışılmıştır.



Şekil 1. Anket Geliştirme Süreci

### Problemi Tanımlama

Geçerli bir anket geliştirmek için araştırma probleminin iyi tanımlanması ve araştırmanın amaçlarının olabildiğince kesin, iyi biçimlenmiş ve açıkça anlaşılır bir şekilde belirlenmiş olması gerekir (American Statistical Association [ASA], 1997). Problem tanımlamada incelenecek temel değişken ve ilgili değişkenler kuramsal çerçeve ve ilgili araştırmalardan yararlanılarak belirlenmeye çalışılır. Değişkenlerin belirlenmesi, hem araştırmanın hem de hazırlanacak anketin sınırlarını belirlemeye yardımcı olur. Bu nedenle problemi tanımlamaya, çalışmanın olası anahtar sözcüklerini kullanarak geniş bir literatür taraması ile başlanması uygun olacaktır (Anderson, 1990).

Problem tanımlama ne kadar sistematik yapılırsa araştırmanın genel amaç ve alt amaçlarının oluşturulması o kadar kolay olur. Problem tanımlamanın sonunda araştırmacı, çalışmanın amacını ve araştırmasında cevabını arayacağı soruları veya test etmek istediği hipotezleri oluşturur. Araştırma soruları veya hipotezler ise hangi değişkenlere ilişkin ne tür verilerin toplanacağını gösterir ki, bu da ankette yer alacak soruların ve sorulara ait cevap kategorilerinin geliştirilmesine yardım eder. Alt problemler soru cümleleri şeklinde sadece bir olayı veya olayları anlamaya yönelik olabileceği gibi, en az iki veya daha fazla olay arasında bir ilişki olup olmadığını da konu edinebilir. Burada bir anlamda “ne tür bilgiyi, nereden/kimden toplayacağım ve topladığım bilgilerle ne yapacağım?” sorusunun cevabı verilir. Alt problemler, ankette yer alacak maddeleri tasarlamada başlangıç noktasıdır.

### Örnek amaç ve alt problem ifadeleri:

Amaç	Alt Problemler
Özel Eğitime Gerekksinim Duyan (ÖEGD) ve ilköğretimde kaynaştırma programına katılan 6-14 yaş çocukların akranları tarafından istismarı ve ihmaliini incelemek	1. ÖEGD çocuk ve akranlarının görüşlerine göre ÖEGD çocuklar, akranları tarafından <b>fiziksel</b> istismar ve ihmale uğramakta mıdırlar? 2. ÖEGD çocuk ve akranlarının görüşlerine göre ÖEGD çocuklar, akranları tarafından <b>duygusal</b> istismar ve ihmale uğramakta mıdırlar? 3. ÖEGD çocuk ve akranlarının görüşlerine göre ÖEGD çocuklar, akranları tarafından <b>cinsel</b> istismar ve ihmale uğramakta mıdırlar?

### Madde Yazma

Araştırmacı, alt problemlerde (amaçlarda) yer alan değişkenlerden yola çıkarak ihtiyaç duyulan verilerin toplanmasına yönelik maddeleri yazar. Madde yazımı (madde havuzu oluşturma), konuya ilişkin literatürün taranmasını gerektirir. Konuyla ilgili kuramsal çerçevenin bilinmesi ve daha önce yapılan benzeri araştırmalara ulaşılması maddelerin tasarlanmasında ve yazımında önemli kolaylıklar sağlar. Özellikle tutum, inanç ve kanı gibi kavramların ölçülmesinde madde yazımında kullanılan bir başka kaynak, hedef kitleden seçilen küçük bir gruba konuya ilişkin açık uçlu sorulara dayanan bir kompozisyon yazdırmaştır. Araştırmacı kompozisyonlar üzerinde içerik analizi yaparak anket için soru ifadeleri oluşturur. Anket soruları, cevap seçeneklerinin belirgin olma durumuna göre açık uçlu (yapılandırılmamış) sorular ve kapalı uçlu (yapılandırılmış) sorular diye ikiye ayrılabilir (Burgess, 2001; Robson, 1996).

### Açık Uçlu Sorular

Açık uçlu sorular, katılımcılardan serbestçe cevap vermelerinin istenmesi durumunda tercih edilir. Yapılandırılmamış sorular olarak da bilinen açık uçlu sorularda cevaplayıcı, soruya serbestçe cevap verir. Bu tür soruların avantajı, araştırmacının beklemediği veya planlamadığı cevapları da alabilmesi ve böylece konu hakkında daha geniş ve ayrıntılı bilgiye sahip olunabilmesidir. Buna karşılık sorunun cevaplandırılmasında geçen sürenin uzun olması ve cevapların kodlanarak analiz edilmesindeki güçlükler, açık uçlu soruların dezavantajıdır. Açık uçlu sorular cevaplama biçimine göre yorumlama, listeleme ve boşluk doldurma olmak üzere üç grupta toplanabilir (Mertens, 1998).

**Yorumlama soruları**, belli bir konuyla ilgili olarak daha yansız ve ayrıntılı cevapların toplanmasını amaçlar. Bu tür sorularda cevap için sorunun hemen altında boş bir alan bırakılır. Cevap alanının sınırlı olması önerilir.

**Örnek.** Size göre zihinsel engelli çocukların kaynaştırma uygulamalarında karşılaşılan sorunlar nelerdir? Lütfen yazınız.

..... ..... .....
-------------------------

**Listeleme soruları**, açık uçlu sorulara verilen cevapların bir düzen içinde sunulmasına olanak vermesi bakımından yararlıdır.

**Örnek.** Size göre akademik başarısızlığın nedenleri nelerdir? Lütfen yazınız.

1. ....
2. ....
3. ....

Anketi hazırlayan kişi, cevaplayıcıdan görüşlerini önem sırasına koyarak listelemesini de isteyebilir. Ancak açık uçlu sorularda ek olarak önem sıralamasının yaptırılması, cevaplar güvenilir olsa dahi, analiz edilmesi güç olacağından genellikle uygun bir çözüm değildir.

**Boşluk doldurma soruları**, cevabın genellikle bir veya birkaç sözcük ile verilebileceği durumlarda, cevaplayıcıya cevap için uygun bir boşluk bırakılarak yöneltilen sorulardır. Boşluk doldurma, cevap kategorileri sınırlı olan sorular için pratik değildir.

**Örnek.** Kaç yıldır öğretmenlik yapmaktasınız? Lütfen yıl olarak yazınız. ....

Yaş gibi değişkenlerin bu tür sorularla toplanması araştırmacının veriyi sürekli olarak elde etmesine neden olur ki, bu da bir avantajdır. Araştırmacı isterse daha sonra kişilerin yaş dağılımlarını kategorilere ayırarak yeniden düzenleyebilir.

### **Kapalı Uçlu Sorular**

Kapalı uçlu soru, cevaplayıcıya olası cevap seçeneklerinin verildiği soru türüdür. Yapılandırılmış sorular ismiyle bilinen bu tür sorularda cevaplayıcı, soruları güvenilir ve hızlı bir şekilde cevaplar, araştırmacı da cevapları hızlı ve güvenilir bir şekilde analiz eder. Mertens (1998), küçük bir grup üzerinde açık uçlu sorulardan oluşan yapılandırılmamış bir anketin uygulanmasının kapalı uçlu soruların cevap kategorilerini oluşturmada önemli katkı sağlayacağını belirtmektedir. Burgess (2001), kapalı uçlu soruları tek ya da çok seçeneğin işaretlendiği sorular, sıralama (ranking) soruları, dereceleme (rating) soruları olarak sınıflandırmaktadır. Bu çalışmada kapalı uçlu sorular, a) tek ve çok seçeneğin işaretlendiği soruları tanımlayan sınıflamalı sorular, b) sıralamalı sorular, c) derecelmeli sorular olmak üzere üç grupta incelenmiştir.

**Sınıflama soruları**, sorgulanan olayla ilgili olarak cevap seçenekleri arasında bir sıralama ya da dereceleme yapmanın söz konusu olmadığı, seçeneklerin sadece birbirinden bağımsız cevap kategorilerini yansıttığı sorulardır. Bu tür sorularda dikkat edilmesi gereken temel nokta, olası cevap seçeneklerinin kapsanıp kapsanmadığı konusudur. Ancak, cevap yelpazesinin gereğinden fazla artırılması, kaynak kişinin soruyu cevaplamaya yönelik güdüsünü azaltabileceği gibi, cevapların geçerliğini de düşürebilir. Tek bir seçeneğin işaretlenmesinin istendiği bu tür bir soruda seçeneklerin sayısal kod değerlerinin, seçeneklerin soluna konulan işaretleme kutularından önce veya sonra gösterilmesi veri girişinde kolaylık sağlayacaktır.

**Örnek.** Size göre öğrenci disiplin suçlarının **en önemli** nedeni nedir?

1. Öğretmen öğrenci iletişimindeki yetersizlik
2. Okul yönetiminin baskıcı tutumları
3. Ailelerin eğitim-öğretime olan ilgisizliği
4. Aile içi sorunlar
5. Akademik başarısızlık

Bazı araştırmalarda katılımcılara **birden fazla seçeneği işaretleme** olanağı verilebilir. Bu tür sorularda, cevaplayıcıdan sorunun ölçtüğü özelliğe göre pek çok seçenek arasından uygun gördüğü veya istediği kadarını seçmesi istenebilir. Cevaplayıcıya cevaplama esnekliği vermesi bir avantaj olmasına karşılık, cevapların analizinin zor olması dikkatle kullanılmasını gerektirir. Bu tür bir soruda veri girişi yapılırken her seçenek, birer soru (değişken) gibi ele alınır ve kodlama yapılırken seçenek işaretlenmişse “1”, işaretlenmemişse “0” olarak kaydedilir.

**Örnek.** Size göre okullarda var olan yeni teknolojilerin (bilgisayar, internet, projeksiyon vb.) etkin kullanılmamasının nedenleri nedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz).

- a. Öğretmenlerin bilgi eksikliği
- b. Öğretmenlerin teknoloji kullanımına ilişkin olumsuz tutumları
- c. Yöneticilerin teknoloji kullanımı konusundaki ilgisizliği
- d. Öğrencilerin teknoloji kullanımı konusundaki bilgisizlikleri
- e. Öğrencilerin teknoloji kullanımının yararlarına inanmamaları

Bazen, cevaplayıcıdan cevap seçeneklerini **önem derecesine göre sıralaması** istenebilir. Bu tür sorular, **sıralama soruları** olarak da bilinir. Böyle durumlarda başlıca iki yol izlenebilir: Birincisi tüm cevap seçeneklerinin sıralamaya dahil edilmesi, ikincisi ise, cevaplayıcıdan sadece verilen sınır içinde (örneğin en önemli görülen ilk üçünü) sıralama yapmasının istenmesidir. Bu tür sorularda cevapların güvenilirliğini düşürmemek, cevaplayıcıların çok sayıdaki seçeneği ayırt etmede güçlük çekeceği dikkate alınarak cevap seçeneklerinin olabildiğince az tutulması önerilir (Burgess, 2001). Seçenek sayısının fazla olması durumunda cevaplayıcıdan örneğin sadece en önemli görülen beşi için sıralama yapması istenebilir.

**Örnek.** Okullarda varolan yeni teknolojilerin (bilgisayar, internet, projeksiyon vb.) etkin kullanılmamasının nedenlerini, en önemli gördüğünüzden başlayarak en az önemliye doğru sıralayınız (1=en önemli).

- a. Öğretmenlerin bilgi eksikliği
- b. Öğretmenlerin teknoloji kullanımına ilişkin olumsuz tutumları
- c. Yöneticilerin teknoloji kullanımı konusundaki ilgisizliği
- d. Öğrencilerin teknoloji kullanımı konusundaki bilgisizlikleri
- e. Öğrencilerin teknoloji kullanımının yararlarına inanmamaları

**Dereceleme soruları**, cevapların oluşturulan bir derecelendirme ölçeği üzerinde toplanmasını gerektirir. Anket için uygun bir derecelendirme ölçeği, yöntemi seçmek, toplanacak bilgiyi biçimlendirmede önemli bir karardır. Ölçekte kaç tane noktanın olacağı, ölçek noktalarının nasıl isimlendirileceği tartışılan konular arasındadır. Sosyal bilim araştırmalarında sıklıkla kullanılan Likert tipi derecelendirme ölçekleri, daha çok tutum gibi bir psikolojik özelliği ölçmede, belli bir konudaki görüşleri ortaya çıkarmada veya bir davranışın gözlenme sıklığını belirlemede kullanılır. Derecelendirme ölçekleri, bireyin anket maddesine ilişkin cevaplarını (tepkilerini), birbirini mantıksal bir düzen içinde izleyen ölçek noktaları (cevap seçenekleri) üzerinde kendisine en uygun geleni seçerek göstermesini sağlar. Derecelendirme ölçeklerinin hazırlanmasında dikkat edilecek bazı noktalar şunlardır (Wilson ve McClean, 1995):

- **Ölçekteki nokta sayısının çift-tek olması.** Çift sayılı ölçekler, tarafsız (nötr, kararsız) noktası olmadığı için bir firmanın hizmetinden memnun olan ve olmayan müşterileri ayırmada daha etkili olabilir. Ama bu ayırım bir maddede tarafsız olan katılımcı için bir tereddüt oluşturabilir. Bu durumdaki bireyler, ölçekte orta nokta olmadığı için olumlu yönde cevap verme eğiliminde olacaklardır. Burada olumlu ve olumsuz cevaplar arasında açık bir ayırım isteyip istememe ve orta noktanın bilgi toplamada daha uygun olup olmadığı tartışılması yararlı olacaktır. Ölçekte orta noktanın olması gerektiğine karar verilirse, ölçek tek sayılı olarak düzenlenir.
- **Ölçek nokta sayısı.** Ölçek için gerekli nokta sayısını, verinin nasıl kullanılacağı belirler. Nokta sayısı 7-10 olan ölçeklerde ranjin genişlemesine bağlı olarak daha fazla ayrılabilen bilgi toplanabilir. Ancak cevaplayıcıların bu tür bir anketi doldururken yeterince dikkatli bir ayırım yapıp yapmadıkları tartışma konusudur. Bu nedenle daha çok 4'lü ve 5'li ölçekler önerilir. Nokta sayısını belirlemede problemin özelliğine veya cevaplayıcının akademik düzeyine bağlı olarak daha az ayrılabilen bilgi sunmakla birlikte 2-3 noktalı ölçekler kullanılabilir.
- **Ölçek noktalarının isimlendirilmesi.** Anket soruları için kullanılacak ölçekte nokta sayısına karar verildiğinde, noktaların isimlendirilmesi (tanımlanması) gerekir. Bazı durumlarda ölçeğin sadece iki ucunda yer alan noktaların isimlendirildikleri görülür. Bunun mantığı, sayılarla tanımlanmış ölçek noktaları arasında eşit aralıklı bir ölçeğin sunulduğunun varsayılmasıdır.

**Örnek.** Okulunuzdaki kütüphane hizmetlerinden ne derece memnunsunuz?

Hiç					Tamamen
Memnun Değilim					Memnunum
1	2	3	4	5	

Ölçeğin sadece iki ucunun isimlendirilmesi, diğer ölçek noktalarının anlamlarının kavranılmış olmasını gerektirir. Buna karşılık ölçek noktaları isimlendirildiğinde tüm katılımcılar, bir sayısal değeri aynı isim (sözcük) ile ilişkilendirir. Bu da cevaplama (tepki) ölçeğindeki nokta tanımlarının yanlı yorumlanmasını önler. Öte yandan ölçek noktalarının isimlendirilmesi araştırmacıya daha ayrıntılı yorumlama olanağı verir. Örneğin, grubun belli bir yüzdesinin okulun verdiği hizmetten memnun olduğu söylenebilir. Aşağıda dört ve beş noktalı derecelendirme ölçeklerine iki örnek verilmiştir.

**Örnek.** XX eğitim programı, gereksinimlerinizi hangi düzeyde karşılamıştır?

1. Karşılamamıştır
2. Karşılamaya yakın olmuştur
3. Karşılamıştır
4. Aşmıştır

Burada dört noktalı ölçeğin kullanılmasının, cevapların ayırımı ve güvenilirliği bakımından uygun olduğu düşünülebilir. “Karşılamaya yakın olmuştur” seçeneği, bir nedenle memnun olmamış, ancak olumlu tepki vermeyi seçen bireyleri yakalama fırsatı verir.

Yukarıda açıklanan soru türlerinin dışında “eşleştirme soruları”, “filtre soruları” ve “ilişkili sorular” olmak üzere üç farklı soru türünden daha söz edilebilir (Wilson ve McClean, 1995). Verilen iki listedeki sözcük-sözcük veya sözcük-cümle bağlantılarının kurulmasını gerektiren **eşleştirme soruları**, anketlerde nadiren kullanılan bir soru türüdür. **Filtre soruları** ise, aşağıda verilen örnekte görüldüğü gibi bireylerin bir soruya verdikleri cevaplara göre yönlendirilmesini gerektirir. Literatürde bu tür sorulara, “ayırma (eleme)” soruları da denilmektedir (Baş, 2001).

**Örnek.** Velilerle iletişimi bakımından öğretmenlerin performansını değerlendiriniz.

1. Yeterli (Lütfen 3.soruya geçiniz)
2. Yetersiz

Yukarıdaki soruya cevabınız “**yetersiz**” ise, bu yetersizliğin olası nedenlerinden **en önemli** gördüğünüz **üçünü** (1=en önemli) sıralayınız.

- a) Öğretmenlerin iletişimi başlatma ve sürdürme konusundaki eğitim eksikliği
- b) Öğretmenlerin yoğun çalışma saatleri
- c) Okulda velinin de katılabileceği sosyal, spor, sanat etkinliklerinin yetersizliği
- d) Velilerin bilgilendirme ve/veya işbirliğine yönelik girişimlere ilgisizliği
- e) Okulda görüşme için uygun fiziksel koşulların olmaması
- e) Yöneticilerin öğretmen-veli iletişimini yeterince desteklememesi

Anketin belli bir bölümünde veya tümünde aynı ölçek üzerinde cevaplama olanağı sunan sorulara **ilişkili sorular** denir. Bu durumda, aşağıdaki örnekte görüldüğü gibi bir madde-cevap matrisi oluşturulabilir. Bu tip soruların olduğu bölümlerde katılımcı, aynı sayıdaki diğer sorulara göre daha hızlı cevap verir.

**Örnek.** İlişkili Sorular

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
Madde 1. ....				
Madde 2. ....				

Anket geliştirmenin ikinci aşaması, **Anket Taslak Formunun (ATF)** hazırlanması ile son bulur. ATF, madde havuzundan uygun soruların seçilmesiyle oluşturulur. Madde havuzundan TF’da yer alacak soruların seçiminde, a) uzmanlara (alan, istatistik, ölçme-değerlendirme, araştırma teknikleri) ve b) meslekdaşlara başvurulabilir. Madde seçimi için ilgili kişilerin görüşleri informal ortamlarda (serbest tartışma ortamları vb.) alınabileceği gibi, araştırma probleminin açıklandığı bir madde listesi üzerinde de elde edilebilir. Ankette yer alan ve birbirleriyle ilgili olan sorular bir araya getirilerek ortak özelliklerini vurgulayan alt başlıklar altında verilebilir.

### **Uzman Görüşü Alma**

Bu aşamada, ilk olarak “ankette yer alan maddeler, ihtiyaç duyulan olgusal ve/veya yargısal verileri kapsamada ve toplamada ne derece yeterlidir?” sorusunun cevabı aranır. Anketin **kapsam geçerliğiyle** ilgili olan bu sorunun cevabını almak için uzmanlara başvurulur. Uzmandan beklenen, ATF’de yer alan maddeleri kapsam geçerliği bakımından değerlendirmesidir. Uzman görüşlerini belirlemede açık ve/veya kapalı uçlu sorulardan oluşturulacak bir **Uzman Değerlendirme Formundan (UDF)** yararlanılabilir.

UDF’nin sunuş mektubunda uzmandan beklentiler açıkça yazılmalıdır. Soruların geçerliğine/uygunluğuna ilişkin uzman görüşlerini belirlemek için, “uygun/geçerli”, “uygun/geçerli değil” şeklinde iki seçeneğe sahip bir cevap formatı kullanılabilir. Bu durumda uzmanların her bir sorunun geçerli olduğu noktasında uyuşma düzeylerinin %90-100 olması beklenir. Uzmanların %70-80 oranında uyuşma gösterdikleri maddeler, eleştirilere göre düzeltmeler yapılarak ölçekte tutulabilir. UDF’da, sorunun uygunluğuna ilişkin cevaplar üçlü, dörtlü veya beşli derecelendirme ölçeği kullanılarak da incelenebilir. Değerlendirmede nesnellığı artırmak için ölçek noktalarının işlevsel tanımlarının yapılması önerilir. Bu durumda anket maddelerinin uygunluk bakımından değerlendirilmesinde yüzde ve ortalama puandan



yararlanılabilir. Analiz sonuçlarına göre, maddeler tekrar gözden geçirilir. Eleştirilen maddeler üzerinde öneriler doğrultusunda düzeltmeler yapılır, uygun olmayan maddeler formdan çıkartılır ve böylece anketin diğer geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarını yapmaya yönelik hedef kitleden seçilecek bir örnekleme uygulanmak üzere anketin **Ön Uygulama Formu (ÖUF)** oluşturulur. Anketin kullanılışlığını artırmak için uzmanlardan sayfa yapısı, soruların ve cevap seçeneklerinin sıralanışı, yazı formatı, baskı kalitesi vb hakkında da görüş istenmesi önemli görülmektedir. Mertens (1998), anketin görünüşü ile ilgili olarak şu noktalara dikkat edilmesini önermektedir: a) Ankette olabildiğince renkli kağıt, renkli ve değişik yazı türlerinin kullanılması, b) Soruların kolay cevaplanabilir şekilde sıralanması, c) Madde ve sayfa numaralarının verilmesi, d) Açık ve kısa talimatlar kullanılması, e) Kafa karıştıracığı düşünülen soruların önüne örnekler konulması, f) Aynı içerikli soruların olabildiğince bir araya getirilmesi, g) En önemli soruların anketin sonuna bırakılmaması.

Öte yandan ön uygulaması yapılacak anketin, a) kapak sayfası ve sunuş yazısı, b) yönerge, c) sorular olmak üzere üç temel unsurundan söz edilebilir. Bunlar aşağıda kısaca açıklanmıştır (Plumb ve Spyridakis, 1992; Karasar, 1994; Aiken, 1997):

**Kapak sayfası ve sunuş yazısı (mektubu).** Kapak sayfasında anketin adı, uygulayan kişiye ait kimlik bilgileri, iletişim adresi bulunur. Anketin sunuş yazısında çalışmanın amacına (kısaca/özlüce), anketin bölümlerine, toplanacak verilerin sadece bilimsel amaçlarla kullanılacağına (gizliliğe), dilenirse çalışma tamamlandığında bir özetinin sunulabileceğine, varsa araştırmayı destekleyen kuruluşun adına, posta ile uygulamalarda anketin geri dönüş tarihine, ilgi ve katkılar için teşekkür ifadelerine, araştırmacının ismine ve iletişim bilgilerine ilişkin ifadeler yer alır. Formda kapak sayfasına gerek görülmeyebilir. Bu durumda kapak sayfasındaki bilgiler sunuş sayfasında yer alır.

**Anket cevaplama yönergesi.** Yönergede, anket sorularının cevaplandırılmasına ilişkin ilke ve kuralları içeren açıklayıcı bilgilere yer verilir. Yönerge, ayrı bir sayfada veya anket birden fazla bölümden oluşuyorsa her bölümün altında açıklamalara yer verilebilir.

**Anket soruları.** Ankette aynı konuya/kavrama ilişkin soruların bir bölüm başlığı altında verilmesi yararlı olacaktır. Demografik sorular (kişisel bilgiler), ayrı bir bölüm başlığı altında sunulabildiği gibi, az sayıda soru var ise anketin sonunda veya sunuş yazısından hemen sonra bölüm başlığı olmaksızın verilebilir. Sorular katılımcıyı, cevaplandırmaya güdüleyecek bir düzende sunulmalıdır. Soruların her birinin ayrı bir olayı ölçtüğü ve cevaplardan bir toplam puan elde edilmesinin mümkün olmadığı anketlerde, daha kolay cevaplanabilen ve daha az yorumlama gücü gerektiren, basit ve olabildiğince problemle doğrudan ilgili sorularla başlanması önerilir. Tutum, iş doyumunu vb. kavramların ölçüldüğü anketlerde soruların yansız bir şekilde sıralanması, olumlu ve olumsuz soruların olması durumunda, bunların karışık sıralanması önerilir. Soruların sıralama düzenini oluşturmada uzman desteği alınabilir.

Anketlerde bazen eklere de yer verilebilir. Örneğin, anket uygulama iznini gösteren belgenin bir örneği ek olarak verilebilir.

## **Ön Uygulama Yapma**

Ön uygulama, anketin geçerlik ve güvenilirliğinin gözleme dayalı verilerle sorgulandığı bir aşamadır. Anketin taslak formundaki problemleri belirlemede kritik bir öneme sahip olan ve araştırmanın hedef kitlesiyle benzer özelliklere sahip bir grup üzerinde yapılacak ön uygulama, geçerli ve güvenilir sonuçlar elde edebilmek için çok önemli bir aşamadır (ASA, 1997; Mertens, 1998). Ön uygulama için gerekli örneklem büyüklüğü ve uygulama sonuçlarının nasıl değerlendirileceği anket sorularının farklı özellikleri veya aynı özelliği ölçüp ölçmediğine göre iki ayrı başlıkta incelenebilir.

### **Soruların Farklı Özellikleri Ölçmesi**

Ankette yer alan sorular, farklı bir konudaki görüşleri, davranışları, bilgileri ölçüyor veya bireyin demografik özelliklerini belirlemeyi amaçlıyorsa, bağımsız sorular olarak da tanımlanabilen bu tip sorulardan oluşan anketlerde soruların anlaşılabilirliği, cevaplanabilirliği, amaca uygunluğu ve güvenilirliği incelenir. Bu tür anketlerin ön uygulaması, belirlenen örneklem büyüklüğünün yaklaşık %5'i kadar bir grupta yapılabilir. Sorulara verilen cevapların güvenilirliği (tutarlılığı) ankette aynı amaca yönelik hazırlanan değişik ifade edilmiş sorulara verilen cevaplarla kontrol edilebilir (Aiken, 1997). Ön uygulamada sıklıkla karşılaşılan özel bir durum, bir sorunun bazı cevaplayıcılar tarafından cevapsız bırakılmasıdır. Bu sorun, büyük bir olasılıkla sorunun yeterince anlaşılmasından veya cevap seçeneklerinin yeterli olmamasından kaynaklanır. Bu gibi durumlar araştırmacı tarafından değerlendirilmeli, soru düzeltilmeli, uygun yeni seçenekler eklenmelidir. Sorunun düzeltilmesi mümkün değilse ankette çıkarılmalıdır (Wolf, 1988). Uygulamada ortalama cevap verme sürelerinin kaydedilmesi de önemlidir. Araştırmacının 30 dakika olarak düşündüğü bir anketin cevaplama süresi ortalama 60 dakika olarak çıkmışsa, anket maddelerinde azaltma yoluna gidilebilir.

### **Soruların Aynı Özelliği Ölçmesi**

Anketteki soruların tamamı veya bir bölümündeki sorular bireylerin belli bir alana, konuya ilişkin tutumlarını, algılarını, yeterliklerini vb. özelliklerini saptamaya yönelik olabilir. Bu tür sorulardan oluşan ankette veya ilgili bir bölümünden elde edilen puanların (ölçme sonuçlarının) geçerliliğinin ve güvenilirliğinin çeşitli istatistiksel teknikler kullanılarak incelenmesi gerekir. Bu amaçla ÖUF'nun yeterince geniş bir grup üzerinde uygulanması gerekir. Grup büyüklüğünün faktör analizi, madde analizi gibi işlemler dikkate alınarak madde sayısının en az iki katı, hatta tercihen 10 katı olması önerilir (Kline, 1994). Örneklem büyüklüğü arttıkça, gerçek puanlara daha fazla yaklaşılabileceği, daha duyarlı tahminler yapılabileceği dikkate alınmalıdır. Öte yandan, büyük grupta yapılacak ön uygulama öncesinde, yönergenin ve soruların anlaşılabilirliğini, cevaplama süresini ve genel olarak uygulama tarzını değerlendirmek amacıyla, mümkünse hedef kitleden seçilecek küçük bir grup (örneğin, n=10-20) üzerinde uygulama yapılması iyi olacaktır. Bu uygulama araştırmacıya, büyük bir grup üzerinde yapacağı ön uygulama öncesinde, formda son düzeltmeler yapma fırsatını verecektir.

### **Anketlerin Uygulanma Biçimi**

Anket uygulanma biçimi, yüz yüze uygulama, posta ile uygulama, telefonla uygulama ve bilgisayarla uygulama olarak dörde ayrılabilir (Aiken, 1997; Anderson, 1990).

## **Yüz Yüze Görüşme**

Yüz yüze görüşme, anketlerin cevaplayıcılarla karşılıklı etkileşim içinde uygulanmasını tanımlar. Yüz yüze görüşmenin araştırmacının uygulamaya ilişkin kontrolünü artıracığı; zaman ve maliyet açısından önemli tasarruflar sağlayacağı söylenebilir. Yüz yüze görüşmede, görüşmeyi yapan kişi kendini samimi bir şekilde dostça tanıtır, uygulamanın amacını açıklayarak görüşmesine başlar. Burada görüşülen kişi veya kişilerin neden ve nasıl seçildiği, tahmini uygulama süresi açıklanır ve katılımcıların görüşmeyi kabul etmesi beklenir. Yüz yüze görüşme bireysel veya grup olarak gerçekleştirilebilir. Öğrencilere sınıfta anket uygulanması grup uygulamaya; velilerle teke tek görüşme yaparak anket doldurma ise bireysel uygulamaya örnektir. Bireysel uygulama için anketörlere ihtiyaç duyulabilir. Bu ise hem zaman alır, hem de maliyeti yükseltir. Anket uygulayıcının süreçte tarafsız kalması, cevapların güvenilirliği bakımından önemlidir.

## **Posta**

Posta ile anket uygulamada araştırmacının en büyük avantajı, daha geniş alanlarda ve gruplarda uygulama olanağının bulunması ve böylece sonuçların genellenebilirliğinin artmasıdır. Ancak bu tür uygulamada karşılaşılan önemli bir sorun, kontrol güçlüğüdür. Örneğin, anketin bölümlere ayrılarak farklı zamanlarda doldurulması, anketteki soru sıralamasına uymayarak kişisel arzuya göre rastgele cevaplamanın yapılması ve hatta anketin ilgili kişi tarafından doldurulmaması gibi durumlar söz konusu olabilir. Bu ise önemli bir güvenilirlik sorunu yaratabilir. Posta uygulaması için hazırlanan sunuş yazısında anketin istenilen adrese en son ulaştırılma tarihi not edilmeli, kurum adına yapılıyorsa kurum yöneticisi tarafından imzalanmalı ve zarfa geri dönüş için pullu, geri dönüş adresi yazılı boş bir zarf konulmalıdır.

## **Telefon**

Telefonla uygulama, yüz yüze görüşme yöntemi ile benzerdir. Bu yöntemde farklı olarak anketör (anket uygulayıcı), katılımcı ile telefon aracılığıyla birebir iletişime geçer. Uygulamada elde edilen cevaplar, katılımcının izniyle kaydedilip sonra deşifre edilebilir veya anında anket formu üzerinde cevaplar not edilebilir. Burada açıklamaların ve soruların net bir şekilde ifade edilmesi ve sözcükler üzerindeki vurgular önem kazanır. Telefonla uygulama cevaplama oranını artırır; ancak uygulamada cevap vermeyenlerle cevap verenlerin birbirlerinden önemli ölçüde farklı olabileceği dikkate alınmalıdır.

## **Bilgisayar**

Bilgisayar yoluyla anket uygulama, teknolojideki hızlı gelişmelere bağlı olarak son yıllarda kullanılmaya başlanan bir yöntemdir. Bu yöntem, çeşitli paket programlarından yararlanılarak veya bu amaçla yazılım yaparak; elektronik haberleşme adreslerini veya internet sitelerini kullanarak çok büyük bir kesime hızlı bir şekilde uygulama olanağı sunar ve maliyeti de çok düşüktür. Bu yöntemin iki önemli sınırlılığı, a) katılımcıyı cevaplamaya yeterince güdülemedeki güçlük ve b) uygulamanın sadece böyle bir teknolojiye ve kültüre sahip kişilerle gerçekleştirilebilir olmasıdır.

Baş (2001), anketlerin uygulanmasında “Karma Yöntem”den söz etmektedir. Bu yöntemde, anketler elden ulaştırılır ve böylece katılımcılara gerekli açıklamalar yapılarak anketlerin cevaplandırılma olasılığı

artırılmaya çalışılır. Daha sonra katılımcılar ziyaret edilerek anketler elden alınabilir veya posta yoluyla iadesi istenir.

### **Anketlerin Geri Dönüş Oranı**

Anketlerin geri dönüş oranı büyük ölçüde uygulama biçimine bağlıdır. Yüz yüze anket uygulamada geri dönüş oranının daha yüksek olacağı söylenebilir. Sağlıklı yorum yapabilmek için anket geri dönüş oranının %70-80'in üzerinde olması beklenir. Ancak Özoğlu'nun (1992) belirttiği gibi anket geri dönüş oranı, genellikle %40-60 arasında değişmektedir. Posta ile yapılan uygulamalarda geri dönüş oranları çok daha düşebilir. Anketin dönüş oranını etkileyen bir başka faktör, anketin cevaplama süresidir. Bir anketin ortalama cevaplama süresi 30 dakikayı aşmamalıdır. Bu sürenin posta ile uygulamada ortalama 15 dakika civarında olması önerilmektedir (Aiken, 1997; Wolf, 1988). Geri dönüş oranı, uygulama zamanının doğru seçilmesine, bireysel uygulama için uygulayıcıların iyi yetiştirilmesine, posta ile uygulamada pullu geri dönüş zarfının eklenmesine ve izleme etkinliklerinin yapılmasına bağlı olarak da artırılabilir. Anketin gönderildikten sonra iki hafta ile bir ay içinde telefon veya mektupla yapılacak izleme çalışmasının anketin geri dönüş oranını ortalama %7,4 artırdığı belirlenmiştir. İzleme çalışmalarında kaynak kişilere ikinci küçük bir yazı yazılarak cevap vermenin öneminin vurgulanmasının, cevaplayıcıyı olumlu yönde güdülediği görülmüştür (Plumb ve Spyridakis, 1992). Özellikle gelişmiş ülkelerde son yıllarda anket uygulamalarında geri dönüş oranını artırmaya yönelik bir uygulama da, cevaplayıcıların maddi olarak ödüllendirilmesidir.

### **Etkili Anket Geliştirmede Karşılaşılan Bazı Sorunlar**

Anket geliştirirken yaygın olarak karşılaşılan sorunlar ve bunlardan kaçınma yolları Plumb ve Spyridakis (1992), Frary (1996) ve Aiken'in (1997) çalışmalarından yararlanılarak aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılmıştır:

**1. Anketi olabildiğince kısa ve öz tutunuz.** Araştırmacı, gereksinim duyulan bilgiyi tam olarak tanımlamalı ve bu bilgiyi elde edebilmek için mümkün olan en az soruyu sormalıdır. Doğrudan ilgili olmayan sorulardan ve “bunu da bilsek fena olmaz” şeklindeki sorulardan kaçınılmalıdır.

**2. Sorular tek bir amaca yönelik olmalıdır.** Örneğin, “XX firmasını güvenilir ve başarılı buluyor musunuz?” sorusunda, iki durum sorgulanmaktadır. Firma güvenilir bulunabilir, ancak başarılı bulunmayabilir.

**3. Kafa karıştırıcı, yoruma açık sorulardan kaçınınız.** Örneğin, “Geliriniz nedir?” sorusu belirsiz bir sorudur. Gelirden yıllık/aylık, cevaplayanın/tüm ailenin, maaş/diğer tüm gelirler mi kastediliyor belli değildir. Yine, “Bilgisayarı eğitimde bir araç olarak kullanır mısınız? Sorusunu cevaplayacak bir öğretmeni düşünelim. Birey, “olsa kullanırdım” düşüncesiyle “evet” cevabını verebilir. Oysa araştırmacının amacı, şu anda kullanıp kullanmadığını sorgulamak olabilir.

**4. Sorularda basit ve tek anlama sahip sözcükler kullanınız, katılımcıya tanıdık olmayan teknik terimler kullanmaktan kaçınınız.** Örneğin, hedef kitle eğitim düzeyi düşük bireylerden oluşuyorsa,

sorunun içinde “vizyon”, bağlama göre farklı anlama gelebilen “manipülasyon” gibi sözcükleri kullanmaktan kaçınmak uygun olacaktır.

**5. Hazırladığınız soru listesi üzerinde geribildirim alınız.** Sorulara hedef kitlenin aynı anlamı yükleyeceğinden ve ona göre cevaplayabileceğinden emin olunuz. Doğru cevap vermede soruları yorumlama yeteneği önemlidir. Daha genç olanların veya eğitim düzeyi düşük olanların olumsuz yazılmış soruları yorumlamada zorlanacakları düşünülmelidir. Düz bir cümlenin olumsuzunu vermenin (mutluyum-mutlu değilim), zıt bir kutup (mutluyum-kötüyüm) kullanmaya göre daha yüksek iç tutarlık gösterdiği söylenebilir.

**6. Kişisel ve gizlilik gerektiren hassas soruları anketin sonuna yerleştiriniz.** Rahatsız edici soruların erken ortaya çıkması, cevaplayıcıların anketi cevaplamayı bırakmalarına neden olabilir. Bu nedenle cevaplayıcıların, anketin amacını anladıktan sonra tüm sorulara cevap vermeleri olanaklı olacaktır.

**7. Cevap kategorilerini mantıksal olarak düzenleyiniz.** Cevap kategorileri düşükten yükseğe sıralanabiliyorsa, seçenekleri soldan sağa, düşükten yükseğe doğru listeleyniz. Yine örneğin, pratik veya mantıksal bir nedenle seçilmesi beklenmeyen bir seçeneğe ölçekte yer verilmemelidir. Örneğin, “Eşine onu sevdiğini ne kadar sıklıkla söylersin?” sorusu için “asla” seçeneği yerine, “hemen hemen hiç” seçeneği kullanılması önerilebilir.

**8. Ankette belli bir konuda karşılaşılan güçlükleri veya tutum, kaygı gibi psikolojik özellikleri ölçüyorsanız olumlu ve olumsuz sorulara yer veriniz.** Kişilerin her konuyu ölçeğin aynı ucunda işaretleme eğilimi vardır. Ankette anlam itibarıyla olumlu ve olumsuz olan sorulara yer verilmesi, bireylerin soruları bir bütün olarak algılayıp tümüne katılmak veya katılmamaktansa, her soruyu bağımsız olarak değerlendirmelerine yöneltebilir.

**9. Uygun bir kategori dili ve mantığı seçiniz.** Bazı durumlarda cevaplayıcıların bir ifadeye katılıp katılmadıklarını değerlendirmede, “1.Katılıyorum” ve “2.Katılmıyorum” seçenekleri yeterli olabilir. Cevaplayıcıların çoğunun kesin veya üzerinde düşünülmüş bir fikirleri olmadığı durumlarda ise, belirsizliklerin bir dereceye kadar ifade edilmesine izin verilmesi bakımından şu dört seçenek daha uygun olabilir.

1. Katılıyorum

2. Katılmaya  
Eğilimliyim

3. Katılmamaya  
Eğilimliyim

4. Katılmıyorum

**10. Açık uçlu sorulardan ve sorularda “diğer” seçeneğini kullanmaktan kaçınınız.** Cevaplayıcılarda anketi cevaplamada isteksizlik yaratması, cevaplayıcının yazma yetersizliğinin bulunması ihtimali ve cevapların analizindeki güçlükler nedeniyle “açık uçlu” sorulardan; kendilerine sunulan seçenekleri beğenmeyenler için kolaya kaçmanın bir yolu olan “diğer” seçeneğini sorularda kullanmaktan kaçınınız.

**11. Kategorileri gereksiz bir şekilde çoğaltmaktan kaçınınız.** Tipik bir soru şöyledir:

Medeni durumunuz. 1. Bekar 2. Evli 3. Dul 4. Boşanmış 5. Ayrı

Bu tip bir soru, genellikle normal bir aile yapısını ayırt etmek için kullanılır. Amaç böyle ise gereksiz ayrımlardan kaçınılarak seçenekler, “1. Evli ve eşiyle yaşıyor 2. Diğer” şeklinde düzenlenebilir. Amaç, sadece kişinin evli olup olmadığını belirlemek ise cevap seçenekleri, “1. Evli 2. Bekar” şeklinde olabilir.

**12. Ölçek noktalarını gereksiz şekilde çoğaltmaktan kaçınınız.** Derecelmeli ölçeklerde ölçek noktalarının (seçeneklerin) gereksiz çoğaltımı, cevaplayıcıyı cevap düzeylerindeki çok küçük farklar arasında rahatsız edici ve kafa karıştırıcı bir tercih yapmaya itecektir. Bir örnek:

Asla	Nadiren	Ara sıra	Neredeyse Sık Sık	Sık Sık	Çok sık	Neredeyse Daima	Daima
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

Psikometrik araştırmalar birçok deneğin, cevap düzeyinin altı veya yediden daha fazla olması durumunda güvenilir bir şekilde ayırım yapamadığını göstermektedir. Dört veya beş ölçek noktası sunmanın, yeterince güvenilir bir sonuca varmak için genellikle yeterli olduğu söylenebilir.

**14. Orta noktası (nötr/tarafsız) olan ölçekleri dikkatli kullanınız.** Nötr cevapların kullanımının mantığı, kişinin kendisine yöneltilen bir uyarıcıya (soruya) karşı, belli bir yönde cevaplama eğilimi olmaması durumunda, cevap verme olasılığının artacağıdır. Ancak cevaplayıcıların nötr cevap seçeneğini başka nedenlerle de kolayca seçme olasılığı var ise, nötr cevap seçeneklerinden kaçınılması tartışılmalıdır. Aşağıdaki örnekte olduğu gibi kendisini, “kararsızım” ile “katılma eğilimindeyim” arasında gören birey, mantıksal bir muhakeme yerine kolayca nötr seçeneğini işaretleyebilir.

Örnek. Öğretmen, adil not vermektedir.

1. Katılıyorum	2. Katılma Eğilimindeyim	3. Kararsızım	4. Katılmama Eğilimindeyim	5. Katılmıyorum
----------------	-----------------------------	---------------	-------------------------------	-----------------

Öte yandan ölçeğin ortasında bulunan kararsızım seçeneğinin gerçekten nötr bir durumu ifade ettiğinden emin olmamızı gerektirecek kanıt yoktur. Kişinin bu seçeneği tercih etmesi aldırma, işbirliğinden kaçınma eğilimi, okuma zorluğu, cevap vermeye isteksizlik veya uygun olmayış gibi nedenlerden de kaynaklanabilir. Bu durumda araştırmacı, kişinin bu tip cevaplar vermektense hiç cevap vermemesini tercih eder. Çünkü, belli bir sayıdaki kişinin bu seçeneği geçersiz nedenlerle seçmeleri durumunda, ortalama cevap seviyesinin hatalı bir biçimde düşmesi veya artması söz konusu olabilir. Nötr bir konunun yokluğu durumunda ise cevaplayanlar, bazen belli bir yöne veya diğerine gidecek cevaplar vermeye direnebilirler. Bu sorunu ortadan kaldırmak için. a) bir karar verilemediği durumlarda sorunun boş bırakılması önerilebilir veya “cevap vermek istemiyorum”, “fikrim yok” şeklinde seçenekler düşünülebilir, b) kesin, sabit cevapları engelleyebilmek için cevap düzeylerini sözcükler kullanarak ifade ediniz (örneğin, “katılmamaya eğilimli”).

**15. Gereksiz, cevaplayıcılardan cevap kategorileri arasında sıralama yapmasını istemeyiniz.** Cevaplayıcılar, bir defada yaklaşık altı seçenektan fazlasını mantıklı olarak sıralayamazlar. Ayrıca birçoğu da yönergeleri yorumlamakta hata yapar ve böylece de cevap verirken yanlışlık yapar.

**16. Sorular, cevaplayıcıyı yönlendirmemelidir.** Soru katılımcıyı, belli bir yönde (olumlu veya olumsuz) cevap vermeye yöneltmemelidir. Örneğin, “Polisin halkla ilişkisini iyi buluyorsunuz, değil mi?” sorusu olumlu yönde cevap vermeye yönelten yanlı bir sorudur. “XX uygulaması, Z hastalığının erken yaşlarda belirlenmesinde başarılı bir yöntemdir. Bu uygulamanın tüm bebekler için standart bir tarama olmasına katılır mısınız?” sorusu da bir başka örnektir.

### Sonuç

Bu makalede, araştırmacılara özellikle anket geliştirmenin mantığına, uygulanmasına ve soruların yazılmasına ilişkin pratik bilgilerin verilmesi amaçlanmıştır. Kuşkusuz bu konuda farklı görüş ve öneriler olacaktır. Öte yandan makalenin, sayfa sorunu nedeniyle anket geliştirmenin bazı boyutları bakımından sınırlı olduğu da söylenebilir. Örneğin, “örnekleme yöntemleri”, “uygulama maliyeti”, “geçerlilik ve güvenilirlik” ve “verilerin analizi” konuları makalenin kapsamı dışında tutulmuştur. Anket geliştirecek araştırmacıların, bu konuları kapsayan kitap ve makaleleri incelemesi önerilir.

### Kaynaklar

- Aiken, L. R. (1997). *Questionnaires and inventories: Surveying opinions and assessing personality*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Anderson, G. (1990). *Fundamentals of educational research*. Bristol: The Falmer Press.
- American Statistical Association [ASA]. (1997). *ASA series: What is a survey*. Retrieved December 28, 2002, <<http://www.amstat.org/sections/srms/whatsurvey.html>>
- Balcı, A. (2000). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Baş, T. (2001). *Anket*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Bell, J. (2000). *Doing your research project (Third edition)*. Buckingham: Open University Press
- Burgess, T. (2001). *A general introduction to the design of questionnaires for survey research*. Leeds.
- Frary, R. B. (Nov, 1996). Hints for designing effective questionnaires. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 5 (3), <[http://www.ed.gov/database/ERIC\\_Digests/ed410233](http://www.ed.gov/database/ERIC_Digests/ed410233)>
- Hayman, J. L. (1968). *Research in education*. Columbus: C.E.Merrill Pub.
- Karasar, N. (1994). *Bilimsel araştırma yöntemi (Beşinci baskı)*. Ankara.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. New York: Routledge.
- Mertens, D. (1998). *Research methods in education and psychology*. New York: SAGE Pub.
- Miller, D. C. (2002). *Handbook of research design and social measurement (5th ed.)*. Newbury Park: Sage Publications.
- Oppenheim, A. (1966). *Questionnaire design and attitude measurement*. New York: Basic Books
- Özoğlu, S. Ç. (1992). Davranış bilimlerinde anket: Bilgi toplama aracının geliştirilmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25 (2), 321-39.
- Plumb, C. and Spyridakis, J. H. (1992). Survey research in technical communication: Designing and administering questionnaires. *Technical Communication*, 39 (4), 625-38.

Robson, C. (1996). *Real world research*. Oxford: Blackwell Publishers

Thomas, R. M. (1998). *Conducting educational research: A comparative view*. West Port, Conn: Bergin & Garvey.

Wilson, N. & McClean, S. (1995). Questionnaire design: A practical introduction. University of Ulster.  
Retrieved March 22, 2004,  
<[http://www.stats.gla.ac.uk/cti/activities/reviews/95\\_08/question\\_design.html](http://www.stats.gla.ac.uk/cti/activities/reviews/95_08/question_design.html)>

Wolf, R. M. (1988). Questionnaire. *Educational reseach methodology and measurement* (Ed. P.S.Keeves).  
Oxford: Pergaman Press.USA.



## *Summary*

### QUESTIONNAIRE DEVELOPMENT

**Şener BÜYÜKÖZTÜRK<sup>†</sup>**

Questionnaire may be defined as a data-gathering tool consisted of a list of questions and prepared in order to collect information about a specific subject. Based on the characteristics they measure, four types of questions could be used in a questionnaire: a) factual, b) knowledge, c) behavior, and d) belief and opinion. In this study, questionnaire development process is explained in four stages including: “defining the problem”, “writing items (questions)”, “receiving experts’ opinions”, and “conducting a pilot study”.

*Defining the problem* is primarily requires a wide literature review. When the problem definition is completed, researcher works on the goals of the study and sub-problems which seeks for answers to questions and creates hypotheses he/she wanted to test. Sub-problems indicate the types of data needed for analyses and data sources (target population). Hence, the definition of the problem serves as a basis for designing items in the instrument.

When *writing the items*, conceptual framework related to topic is taken in to the consideration. In order to write items, a small group selected from target population could be asked to write a short composition. Then, by examining content analyses of the composition, model questions can be written for the questionnaire. In this step, researcher selects the appropriate question types according to attribute measured and characteristics of target population. The questions of questionnaire could be open-ended or closed-ended based on how evident the possible choices for an answer. Open-ended questions can be categorized into three groups depending on the type of responding: interpretation, listing, and filling the gaps. As for close-ended questions, they are examined in three groups: a) classification questions in which one or more items are marked, b) ordering questions requires arranging questions in an order based on a specific criteria among choices, c) rating questions, for example, to what extent a respondent agrees with a statement or an opinion.

Along with writing items, *experts’ opinions* must be taken into the consideration while the questionnaire is being formed. In this step, an Expert Evaluation Form may be prepared by using open-ended and/or close-ended questions which can be helpful.

*Pilot study* is a step in which validity and reliability of questionnaire is examined based on the data derived from observations. The sample size required for pilot study and how the application results would be evaluated are examined separately with respect to different properties of questionnaire questions and whether they measure the same characteristics or not. The final form of the questionnaire is determined by looking at pilot testing results how well the instrument functions.

---

Yazışma Adresi: <sup>†</sup>Doç. Dr. Şener Büyüköztürk, Başkent Üniversitesi Eğitim Fakültesi  
[senerb@baskent.edu.tr](mailto:senerb@baskent.edu.tr)

A *questionnaire* is made up of three basic parts: a) cover page and introduction, b) guideline c) questions. Questionnaire may be administered by face to face interview, mailing, phone, and computers. Face to face interview is defined as the application of questionnaires by interacting with respondents. It can be said that face to face interview would be increase the control of researcher in application and provides important cost-effectiveness in terms of time and resources. For researcher, two of the most important advantages of the application of questionnaires by using mail are opportunity for reaching wide range of area and people and thus generalizability of results increases. Yet, difficulty in control is an important problem for application of this type of questionnaires. Application by phone is another method which has also difficulty regarding researcher control. Besides, for a questionnaire that consists of few questions, possibility of reaching a wide range of group in a relatively short time is an important advantage of application by phone. Questionnaire application via computer is another method which has been used relatively recently as a result of the rapid developments in technology. Two important limitations of this method are: a) the difficulty in motivating participants to ensure sufficient response, and b) it can be completed only with people who have technology and culture for application.

For reliable interpretations in questionnaires, it is expected that the response rate can be over 70-80 %. However, the response rate generally varies between 40-60%. The response rate might decrease in applications by using phone. The average responding time of the questionnaire can not exceed 30 minutes. When mailing is used, the responding time can approximately be 15 minutes.

The important points that should be taken into consideration when developing a questionnaire are:

- 1) Questionnaire should be as short as possible
- 2) The questions should be directed to one purpose
- 3) Confusing and questions open to interpretation should be avoided.
- 4) Personal and susceptible questions required private responses can be located at the end of the questionnaire
- 5) A logical order can be maintained among answer categories.
- 6) If psychological characteristics related to attitudes, anxiety or difficulties of people about a specific subject are being measured in a questionnaire; positive and negative questions should be included.
- 7) Open-ended questions and the term of “the others” should not be used when possible.
- 8) Categories and the points of scale should not be increased unnecessarily.
- 9) Questions should not direct the respondent for a specific answer.
- 10) Use cautiously the scales that have mid-point (neutral).

In conclusion, developing questionnaires requires expertise and follows a systematic and logical sequence. In order to develop a questionnaire, it can be claimed that together with knowledge of the field, an overall culture on measurement and evaluation as well as research methodology and statistics background is needed.