

YAYGIN GÖZLEM: YOKLAMA

Anket olarak da bilinen yoklama (survey) araştırmalarının ilk örneği nüfus sayımlarıdır. Nüfus sayımlarında nüfusun tümü kapsanır ve kapsanan nüfus konusunda bilgiler toplanır. Hanede kaç kişi yaşamaktadır. Kaçı erkek, kaç kadındır; bunların çocukları var mıdır? Okula giden çocukların sayısı kaçtır? Nüfus sayımları, hem bir ülkenin toplam nüfusunu; hem de her yerleşim biriminde ne kadar kişinin yaşadığını ortaya çıkarır. Nüfus sayımında, araştırmacıların her eve gidip nüfusun tamamını kapsamaları şarttır.

Medyada yayınlanan kamuoyu yoklamaları, belli konu veya konulara ilişkin olarak sorgulanan belli sayıdaki deneğin ne düşündüğünü ortaya koymaya yöneliktir. Siyasal partiler, seçimlerden önce yoklamalar aracılığıyla seçmen nezdindeki durumlarını anlamaya çalışır. Basın kuruluşları, seçimi önceden bilmek veya başka amaçlarla yoklamalar yaptırmaktadırlar. Wiseman ve Aron'a göre yoklama; oldukça yapılandırılmış yüzyüze görüşmeler veya sorgulama takımı aracılığıyla belli bir nüfusu temsil edecek çok sayıda denekten bilgi toplayarak, toplumsal verinin toplanması ve çözümlenmesi yöntemidir (Berger, 2000: 188). Yukarıdaki tanımda vurgulanan unsurları şöyle sınıflandırabiliriz:

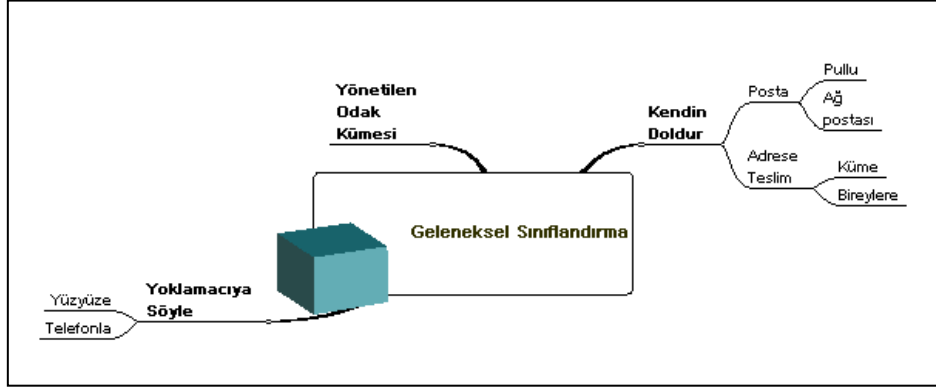
- 1) Toplumsal, ekonomik, psikolojik, teknolojik, kültürel, siyasal ve diğer veri tiplerinin toplanması ve çözümlenmesi.
- 2) Üzerinde çalışılan nüfusu temsil eden bir örneklem yoluyla yapılmaktadır. Yanıtlayacak insanlarla (denekler) ilişkiye geçilerek onlardan bilgi istenmesi üzerine kuruludur.
- 3) Örneklemden elde edilen bilginin genel nüfus için de geçerli olduğu sayıltılmaktadır. Bununla birlikte pek çok yoklama türünde sadece yanıtlayan denekler için genellemeye gidilmesi de mümkündür. Bu durumda çalışılan nüfusla, örneklem aynı insanları kapsar. Örneğin bir küme üniversite öğrencisi üzerinde yapılmış bir yoklama, eğer örneklem teknikleriyle belirlenmiş bir grubu kullanmıyorsa, sadece yanıtlayıcılar için genellenebilir anlamını taşır.

İki temel yoklama türü vardır; *betimleyici* yoklamalar ve *çözümleyici* (açıklayıcı) yoklamalar (Gunter, 2002: 215). Betimleyici yoklama, adından da anlaşılacağı gibi, çalışılan nüfusu betimler. Bu tür yoklamalar o andaki durumu veya şartları belgelemeye çalışır. Örneğin kamuoyu yoklamaları insanların o anki belli bir konuya yönelik tutumlarını ortaya çıkarır. Bu davranışların yaşa, cinsiyete ve diğer demografik özelliklere göre dağılımını sergilenir. Çözümleyici yoklamalarda, yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek, ırk, etnik kimlik, gelir ve din gibi demografik değişkenlerle ilgili bilgileri; kanaatler, inançlar, kültürel değerler ve davranışlarla ilişkilendirir. Bu yoklamalarda, önceden denenceler kurularak bu denencelerin test edilmesine çalışılır. Çözümleyici yoklamalar insanların neden öyle davrandıklarını anlamaya çalışır.

1. YOKLAMA TÜRLERİ

Daha önce de belirtildiği gibi, yoklama yönteminde geleneksel sınıflandırmaya göre iki ana tür vardır (şekil 6.4). Bunlar (a)yoklamacıya söyle (b)kendin doldur yöntemidir. Üçüncü bir tür, *yönetilen odak kümesidir*. Bu ana kümelerin ve onların bütün alt kümelerinin güçlü ve zayıf yönleri vardır. Yoklamacıya söyle yöntemi bazı araşmacılarca yüzyüze görüşme tekniği olarak da adlandırılır. Yüzyüze görüşme, tek tek kişiler veya kümeler için uygulanabilir. Örneğin belli bir adrese gidip, soruların yoklayıcılar aracılığıyla sorulması ve alınan yanıtlara göre kağıdın doldurulması en sık uygulanan yöntemlerdendir. Bu yöntemin en güçlü yanı,

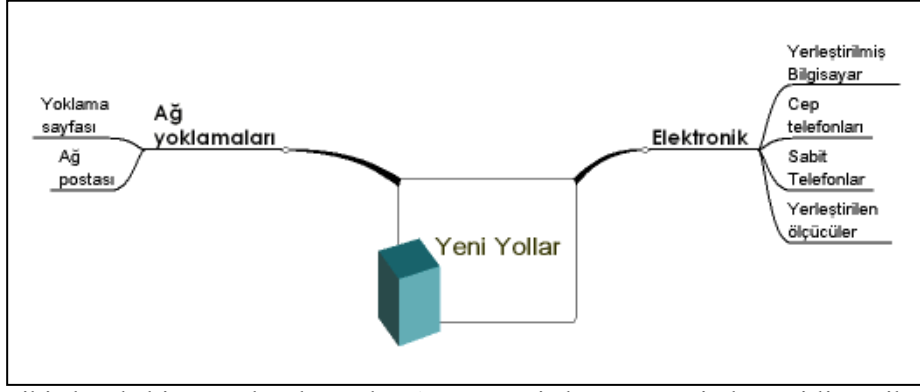
yanıt oranlarının yüksekliğini sağlaması ve yanıtlayıcının sorulara ilişkin anlamadığı noktaların aydınlatılabilmesidir. Ayrıca, yoklayıcının daha ayrıntılı yorumları yazması da sağlanabilir. Yöntemin zayıf yönü yoklayıcılar kullanılması ve bunların adreslere gitmesi nedeniyle çok pahalıya çıkmasıdır. Ayrıca, yoklayıcıların çok iyi eğitilmesi gerekir. Bu tür yoklamalarda araştırmacının kendisinin yol açtığı yanlışlıklar da olabilir. Genellikle, belli bir konuda yanlışlığı olan yoklayıcıların kullanıldığı durumlarda yanıtların değiştiği saptanmıştır. Ayrıca yoklayıcının cinsiyeti, giyiminden kaynaklanan statü mesajları yanında dini veya siyasi simgelerin yarattığı yanlışlıkların giderilmesi için özel uğraş verilmesi gerekir. Bazı sorulara verilen yanıtlarda cinsiyet önem taşıyabilir.



Telefonla görüşme yoluyla yoklamada, yoklayıcı önceden saptanmış olan telefon numaralarını çevirir ve karşısına çıkan kişiye soruları sorar. Verilen yanıtları bir form üzerine işaretler. Telefon yoklaması yöntemi aslında yoklamacının görünümüyle ilgili ortaya çıkan kimi yanlışlıklara yol açmaz. Bunun yanında ses ve konuşma lehçelerinden kaynaklanan kimi yanlışlıkların ortaya çıkması mümkündür. Yöntemin en güçlü yanı az sayıdaki yoklamacıyla, oldukça düşük bedelle gerçekleştirilmesidir. Ayrıca hızlı bir yöntem olarak kabul edilir.

Yüzyüze görüşmeli tekniklerden yönetilen odak küme yoklaması, yoklayıcının yanıtlayıcıları bir birime toplayarak onlara soruları sorması ve kümenin bir karara varması için belli bir süre tartışmalarına izin verilmesidir. Tartışma sırasında anlaşılmayan sorular yoklamacı tarafından açılabilir. Bu yöntemde ayırt edici unsur, kümenin yanıt vermesidir. Kümenin yanıtı, sanki bir kişinin yanıtlamış gibi işlenir. Belli konularda uzmanları, yetkilileri bir araya getirip belli soruların sorulması, çeşitli konularda paydaşların neler düşündüğünü ortaya çıkartması açısından yararlıdır. Örneğin trafikle ilgili bir düzenleme düşünülüyorsa, taksiciler kümesi, dolmuşcular kümesi, belediye otobüsü sürücüleri, özel halk otobüsü sürücüleri kümesi, yolcular kümesi, trafik polisleri kümesi gibi kesimlerin yanıtlarını ortaya çıkarmada oldukça hızlı bir yöntemdir. Bu yöntemin bir yararı da önceden düşünülmeyen kimi konuların tartışmalar sırasında ortaya çıkabilmesidir. Yoklamacı bunları kaydederek, araştırma ekibine sunabilir.

Kendin doldur yönteminde ya soru kağıdı posta yoluyla gönderilir ya da belli bir yere bırakılır. Postayla göndermenin iki yolu pullu gönderme veya ağ postası yoluyla göndermedir. Günümüzde özellikle ekonomik sektörlere ilişkin yoklamalarda en yaygın yöntem pullu göndermedir. Firmalardan seçilen örneklemelere gönderilen pullu posta, firmanın yöneticisi tarafından doldurulur ve önceden geri dönüş pulu ödenmiş bir zarfa koyarak geri postalar. Yöntemin en güçlü yanı ucuz olması ve yinelenebilirliğidir. Tek bir araştırmacı tarafından bile gerçekleştirilebilecek bir yöntemdir. Yöntemin zayıf yönü geri dönüş oranlarının genellikle



yüzde 40'lar gibi düşük bir oranda olmasıdır. Ayrıca geri dönüş süresinde çeşitli gecikmelerin olması da beklenmelidir. Ağ postası yöntemindeyse, soru çizelgesi ek bir bilgisayar dosyası olarak gönderilir. Bu dosya doldurulduktan sonra aynı yöntemle yanıtlayıcı tarafından geri gönderilir.

Kendin doldur yönteminin bir başka alt türü de adrese teslim olarak bilinen yöntemdir. Önceden saptanmış adreslerdeki belirlenmiş yanıtlayıcılara bir görevli tarafından bırakılır ve belli bir süre sonra geri alınır. Belirtilen sürede doldurulmamışsa ek süre verildiği söylenerek bir kez daha doldurulması sağlanmaya çalışılır. Yüzyüze görüşme (yoklamacıya söyle) tekniğindeki güçlü yanla pullu posta yönteminin zayıf yanı giderilmeye çalışılır. Adrese kadar gelip bırakılan ve bir kez daha doldurulup doldurulmadığını soran bir kişinin olması yanıt oranını yükseltir. Ancak örneklem büyüdükçe ve gidilecek mesafeler arttıkça yöntemin güçlü yanları törpülenir. Bu yöntemin bir başka uygulaması otellerde odalarda, lokantalarda masalarda bulunan yoklama çizelgeleridir. Kişiler isterlerse bu çizelgeleri doldururlar ve zarfa koyup bırakırlar. Aynı yöntem büyük mağazalar, alışveriş merkezleri, sinemalar için de uygundur.

Kümelere yönelik olarak çok sık kullanılan bir yöntemdir. Örneğin belli bir sınıfa girilip yoklama çizelgesinin bırakılması ve dersin sonunda toplanması bu yönteme örnek olarak verilebilir. Yoklamacı sadece anlaşılmayan soruları açıklayabilir. Yanıtlayıcıların kendi arasında görüşmelerine izin verilmez. Oldukça ucuz, hızlı ve etkin bir yöntem olarak kabul edilir. Genellikle, derslik gibi yanıtlayıcıların toplu buldukları yerlerdeki sorgulamalar için uygundur.

Yeni iletişim teknolojilerinin kullanılması, yoklamalar için bazı yeni yolları da gündeme getirmektedir (Şekil 6.5). *Yerleştirilmiş bilgisayar* yöntemi, büyük alışveriş mağazalarında veya halka açık çeşitli mekanlarda kullanılabilir. İsteyenler bilgisayar ekranına veya altındaki klavyeye basarak sorulara yanıt vermektedirler. *Yerleştirilen ölçücülere* tipik örnek televizyon izleyici araştırmalarıdır. Burada televizyona yerleştirilen bir ölçücü kullanılmaktadır. *Telefonlar yoluyla yapılan yoklamalarda*, sorular kaydedilmiş olarak telefonu açana sorulmakta, telefonun belli tuşlarının basılmasıyla da yanıtlar alınmaktadır. Bunlar sabit telefonlar veya cep telefonları olabilir.

Günümüzde pek çok araştırmacı, yoklamasını ağ üzerinden yapabilmektedir. *Ağ yoklamalarının* iki türü vardır. Bunlardan birincisi ağ postası gönderilmesi ve bu postayı alanın mektubun belli yerindeki menülere tıklaması yoluyla olur. Geleneksel sınıflama bölümündeki ağ postasından farkı, birincisinde doldurulacak formun ekli dosya olarak gönderilmesine karşın yeni yollar bölümündeki ağ postasının kendi gövdesinde soruyu ve tıklama yapılacak seçenekleri içermesidir. Yoklama sayfası yöntemindeyse, ağ postası yoluyla belli bir adreste bir yoklama bulunduğu bildirilir ve yoklamaya katılımı istenir.

SORU TÜRLERİ ve SORULARIN HAZIRLANMASI

Yoklama sorularının hazırlanması düşünöldüğü kadar kolay değildir ve uzmanlık ister. Bu uzmanlık hem yoklama çalışmalarında uzmanlık hem de yoklama yapılan konu üzerinde uzmanlıktır. Çoğunlukla bu iki uzmanlık türü aynı kişide toplanmayacağından, her konunun uzmanlarının soru hazırlanmasına katkıları gerekir. Soru hazırlamaya başlamadan önce ilk yapılması gereken, neyi öğrenmek istediğimizin saptanmasıdır. Neyi öğrenmek istiyoruz? Bu soruyu yanıtlamadan hazırlanacak soruların yararı sınırlıdır.

Sosyal bilimlerde belli bir denencenin veya çalışma sorusunun öğrenilmesi için sorular hazırlanır. Dolayısıyla araştırmada kullanılan kuramsal/kavramsal çerçeve bağlamındaki çalışma soruları veya denenceler soruları hazırlamamıza yardımcı olur. Çoğunlukla sorular, denencelerin alt denenceleri veya çalışma sorularının alt çalışma sorularından ortaya çıkar. Örneğin denence olarak “İzleyicilerin bir bölümü reklamları izlememektedir”, buradan yüzlerce soru hazırlanabilir. Ancak bu soruların alt sınıfları olmalıdır. Örneğin, “İzleyiciler, reklamlar sırasında zaptlama yapmaktadır”; “İzleyiciler reklamlar sırasında çay/kahve koymak için mutfağı gitmektedir”; “İzleyiciler reklamlar sırasında başkalarıyla konuşmaktadır”, “İzleyiciler reklamlar sırasında gazete/dergi okumaktadır” gibi alt denenceler olmalıdır. Sorularımız bu alt denencelerden türeyecektir. Bu soruları sorduğumuzda, yoklamaya katılanların ne kadarının “olumlu” yanıt verdiği; ileri sürdüğümüz denencelerin desteklenmesini veya reddedilmesini sağlayacaktır.

Bu aşamadan sonra soruların hazırlanmasına geçilir. Soru hazırlanmasında dikkat edilmesi gereken noktalar şunlardır:

- Müphem olmamalı, açık olmalıdır.
- Mümkün olduğunca kısa sorular hazırlanmalıdır.
- Kullanılan dil basit ve hedeflenen nüfusun (evrenin) en eğitimsiz kesiminin anlayacağı bir dil olmalıdır.
- Her soru tek bir bilgi parçası sağlamalıdır.
- Yanlılık taşımamalıdır.
- Yönlendirici olmamalıdır.
- Aynı kümedeki bilgileri elde edeceğimiz sorular, bir arada mantıksal bir sıra içinde olmalıdır.
- Tutum ve düşüncelerin öğrenilmesinde kaba ölçekler değil daha inceltilmiş ölçekler kullanılmalıdır.
- Bütün soruların dizilişi mantıksal bir sıra izlemelidir.

Bu unsurlar ilk bakışta kolay gözükmele birlikte, uygulaması oldukça zordur. Bu nedenle bazı noktaların üzerinde durulması gerekir. Soruların yanlılık taşıması ne anlama gelir? Örneğin “Fenerbahçe taraftarı olarak futbol maçlarına gider misiniz?” gibi bir soru açıkca yanlı ve yanlış bir sorudur. Yanlıştır çünkü iki bilgi kümesi bir arada sorulmaktadır. Bir kişi Fenerbahçe taraftarı olmakla birlikte futbol maçlarına hiç gitmeyebilir. Ayrıca yanlı bir sorudur, çünkü sorunun içindeki “Fenerbahçe” sözcüğü yönlendirme taşımaktadır. Bütün bunlara ek olarak, taraftarlık gibi tutum konusunda bilgi alınmak isteniyorsa, taraftarlığın derecesi mutlaka ölçülmelidir. Yukarıdaki soruya “taraftarım yanıtını” veren bir kişi, Fenerbahçe’nin futbol takımının çalıştırıcısının adını veya takım renklerinin ne olduğunu bilmiyorsa taraftarlığı tartışmalıdır.

Sorularda geçen kimi sözcüklerin/kavramların yanlılık taşıdığı ve yanıtların oranını değiştirdiği araştırmalarda saptanmıştır.

6.2.1. Soru Türleri

Bir yoklamadaki sorular, amaçları açısından üçe ayrılabilir. Bunlar, (1)Sosyo-ekonomik değişken soruları, (2)Akış soruları, (3) İçerik sorularıdır. Bazı araştırmacılarca “arka plan” soruları olarak da adlandırılan 1. küme sorular cinsiyet, yaş, gelir, eğitim düzeyi, oturma yeri gibi bilgileri edinmeyi hedefler (Şekil 6.6). Sosyal araştırmalarda amaca uygun olarak bunlardan hangilerinin seçileceği ve nasıl doğru yanıtların alınacağı büyük önem taşır. Akış sorularından hem bilgi öğrenilir hem de yoklamanın gerçekleştirilmesi kolay hale getirilmiş olur.

Örneğin “Bilgisayarınız var mı? Yanıtınız hayırsa, 15. soruya geçiniz” sorusu akış sorusudur. Buradaki yanıtta bilgisayarın olmadığını öğreniriz ve bir başka konuya hızla geçilmesini sağlarız. İçerik sorularıyla, yoklamanın amacına uygun bilgi edinilen diğer tüm soruları kapsar.

Soru türlerinde en genel sınıflama açık uçlu sorularla, kapalı sorular arasındadır. Genellikle evet/hayır şıklarından birinin seçilmesi, kapalı uçlu sorulara örnektir. Kapalı tür sorulardan özellikle tutum ve düşüncelerin öğrenilmesinde kaçınılır. “Bilgisayarınız var mı?” sorusunun kapalı uçlu olması gerekir, çünkü yanıt tektir. Öğrencilerin okullarına yönelik tutumunu öğrenmek içinse “Okulunuzu seviyor musunuz?” sorusundan alınacak evet/hayır yanıtı yeterli değildir. Açık uçlu sorular, yanıtlayıcıya serbest olarak fikrini belirtmek fırsatı sunar. Herhangi bir konudaki düşüncenin, bırakılan bir boşluğa yazılmasını istemek açık uçlu sorulara örnektir. Kimi durumlarda, diğer soru türleriyle birleştirilebilir.

Yoklamalarda kullanılan soruların büyük bölümü kapalı uçlu soruların çeşitlemeleridir. Bu tür sorulara çoktan seçmeli sorular denir. Çoktan seçmeli soruların türleri şunlardır:

- Tekini seçme soruları
- Belli sayıdaki seçme soruları
- Sıraya koyma soruları
- Soru ölçeği

Tekini seçme sorusuna örnek olarak “Akşamları ortalama kaç saat televizyon izlediğinizi aşağıdaki şıklardan birine “x” işareti koyarak belirtiniz” sorusu verilebilir (Şekil 6.3). Bu sorunun yanıtları şöyle olabilir: 1 saatten az; 1-2 saat arası; 3-4 saat arası; 4-5 saat arası; 5 saatten fazla. Yanıtlayıcıdan beklenen bunlardan birini işaretlemesidir.

Belli sayıdaki seçme sorularında yanıtlayıcı eş değerde bulunduğu farklı sayıdaki seçeneğin her birine bir oy vermiş olur. Örneğin “Televizyonda en sevdiğiniz program türlerini, aşağıdaki şıklardan üçünün yanına “x” işareti koyarak belirtiniz” Seçenekler şunlar olabilir: Haber; tartışma; belgesel; yerli dizi; yabancı dizi; sinema filmleri; futbol yayınları. Yanıtlayıcıdan beklenen sadece üçünü işaretlemesidir. Böyle bir sorunun yanıtları çözümlenirken, araştırılan kesimin en sevdiği üç televizyon türü şunlardır sonucuna varılabilir. Eğer dördüncü ve beşinci tür ilk üçüne çok yakın oy almışsa, beşini saymak daha doğru olacaktır.

Sıraya koyma soruları, yanıtlayıcı açısından daha zor sorulardır ve dikkatle, az sayıda seçenek için kullanılmalıdır (Şekil 6.3). Bu tür bir yanıtlamada, verilen birinci oy, ikincisine ve üçüncüsüne kıyasla daha değerlidir. “Aşağıda belirtilen gazetelerden üçünün, en beğendiğinizin yanına “1” koyarak sıralayınız, sorusu örnek olarak verilebilir. Bu sorudan elde edilecek yanıtlarda 1 işaretlenen yanıtlar ayrı; 2 işaretlenenler ayrı; 3 işaretlenenler ayrı değerlendirilir. Yani, araştırılan kümenin en sevdiği gazete şudur; ikinci en sevdiği gazete şudur; üçüncü en sevdiği gazeteyse şudur sonucu ortaya çıkar. Bir başka deyişle bu soru üç ayrı

soruymuş gibi değerlendirilir. Bu soru açık uçlu soru tekniğiyle birleştirilebilir. Soruyu şöyle düzenleyebiliriz: “Aşağıda belirtilen gazetelerden üçünü, en beğendiğinizin yanına “1” koyarak sıralayınız. En beğendiğiniz gazete listede yoksa, Diğer bölümündeki boşluğu onun da adını yazınız ve sıralamaya dahil ediniz.”

Soru ölçeği: Kimi araştırmacılar ölçekli sorulara “Likert” soruları derler, çünkü yöntemi ilk kez bir istatistikçi olan Likert uygulamıştır. Bununla birlikte Likert’in yöntemi daha çok test ölçeği amaçlı olarak kullanmıştır. Bildiğiniz gibi test ölçeklerinde, her birinin farklı ağırlığı olan bir dizi soru takımına verilen yanıtlardan, örneğin kişinin “otoriterlik” derecesi saptanır. Likert bu test ölçeğinin bazı sorularında yanıt ölçeği de kullanmıştır. Yanıt ölçeği her biri birbirinden bağımsız ve ağırlıklandırılmamış tutum ve düşüncelerin öğrenilmesinde kullanılır.

Temel düşünce, belli bir konuda güçlü bir fikre sahip olmayan veya tarafsız/fikirsiz olanların belli bir yanıtı doğru güdülmemesinin sağlanmasıdır. Bu nedenle, soru ölçeği türünün en basit tipi üçlü olmalıdır. “Başkanlık sistemine geçilmelidir. Bu düşünceye katılıp katılmadığınızı aşağıdaki seçeneklerden birine “x” işareti koyarak belirtiniz: Katılmıyorum, Fikrim Yok, Katılıyorum. Bu soruda bilgisi veya kesin bir fikri olmayan yanıtlayıcının, fikrim yok seçeneğini seçmesi beklenmektedir. Eğer katılıyorum/katılmıyorum seçenekleri konsaydı, bilgisizliğini veya ilgisizliğini gizlemek için birini gelişigüzel seçebilirdi. Soru ölçeklerinin bir adım daha geliştirilmiş türü kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, fikrim yok, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum benzeri olarak, beş seçenekle uygulanmaktadır (Şekil 6.4).

Yoklamalar yoktur, gazeteciler vardır

ABD’de yapılan kamuoyu araştırmalarında devlet bütçesinin denkleştirilmesi nasıl yapılmalıdır sorusuna büyük çoğunluk “devlet harcamalarını azaltmak” yanıtını vermektedir (Ellenberg:365-366). Örneğin 2011 CBS Haber Oylaması kanalı yanıt verenlerin yüzde 77’si devlet harcamalarının azaltılmasını, yüzde 9’u vergilerin yükseltilmesini istemişler. Ancak hangi devlet harcamaları azaltılmalıdır mı yükseltilmelidir mi sorusuna verilen yanıtlar oldukça ilginç sonuçları ortaya koyuyor. Deneklere sorulan 13 devlet harcaması kaleminden 11’ine ilişkin olarak arttırılması sonucu çıktı. Azaltılmaya gidilmesi istenen 2 kalem, devlet yardımları ve işsizlik sigortası oldu ki bu ABD devletinin yıllık harcamalarının sadece yüzde 5’ini oluşturuyordu 365. Hem devletin eğitimden sağlığa kadar harcamalarının yükseltilmesini istemek hem de devletin küçültülmesini isteyen “kamuoyu” nasıl tanımlanabilir. Bu kamuoyu ya basit matematik bilmiyor ya da herhangi bir akla bağlı olmadan oldukça akıldışı seçim yapıyor sonucu ortaya çıkar. Aslında, yanıt veren deneklerin akılcı olmadığını düşünmemek gerekir. Herkes genellikle devletin harcamalarının kısılmasını istemekte, ancak her bir denek neyin kesileceği konusunda kendisini ve yakınlarını etkileyecek olan harcamaların arttırılmasını istemektedir. Gariplik, bütün bu bireysel seçimleri, toplu olarak sunmaya çalıştığımızda ortaya çıkmaktadır.

ABD Başkanı Obama’nın Ödenebilir Sağlık Yasası ile ilgili olarak 2010 yılında yapılan yoklamalarda yanıt verenlerin yüzde 52’si yasaya karşı olduklarını, yüzde 41’i yasayı desteklediklerini söylemişler. Sonuç Obama için hayal kırıklığı mı? Öyle değil, çünkü sayıları iyi incelemeniz gerekir. Sağlık reformunun bütünüyle reddedilmesini isteyenlerin oranı yüzde 37’dir ve diğer bir yüzde 10’luk dilim yasanın daha

zayıflatılmasını istedi. Buna karşın yanıt verenlerin yüzde 15'i olduğu gibi kalmasını ama yüzde 36'sı yeni yasanın kapsadığı alanların daha da genişletilmesini istiyordu. Bu sayılar, yasaya muhalefet edenlerin çoğunun Obama'nın solunda reformlar istediğini söylüyorlardı, onun daha sağında değil. Burada en az üç seçim var: Yasanın eskisi gibi kalması, onaylanmaması veya daha güçlendirilmesi. Bu seçimlerden her biri yanıtlayıcıların çoğunluğu tarafından istenmemektedir. Çoğunluğun tutarsızlığı denebilecek bu durum, yanlış yönlendirmelere kapı açar. Örneğin Fox Televizyon'u şöyle der: Amerikalıların çoğunluğu Obama reformuna karşı! MSNBC kanalında durum şöyle olur: Amerikalıların çoğunluğu yasayı olduğu gibi korumayı veya güçlendirmeyi istiyor! Bu iki haber girişi kamuoyu hakkında iki farklı durum aktarıyor. Kızabilirsiniz ama bunların her ikisi de doğrudur. Ama her ikisi de bütünü yansıtmaz (Ellenberg:368).

Kamuoyu yoklamalarıyla ilgili en son tartışmaları Trump-H. Clinton arasındaki ABD Başkanlık yarışı oldu. Medyada yer alan bütün yoklamalar Clinton'un kazanacağını söylüyordu. Bu yoklamaların kesin sonuçlar gibi algılanmasına yol açan etkileşimli infografikler tüm medyada büyük sükse yapıyordu. Oysa sonuç tam tersi çıktı. Hataların bir bölümü yoklama yapan kuruluşlardan kaynaklanıyorsa da, gazetecilerin ve iletişimcilerin istatistik ve kamuoyu yoklamaları konusundaki bilgisizlikleri de bu süreçte önemli rol oynadı (Boyd, 2016).

Deneklerde görülen "onaylama yanlılığı" (yoklamacının hangi yönde olduğuna göre yanıt verme) her zaman görülen bir durum, ancak yeni dönemde başka nedenler daha ağırlıklı. Boyd'a göre yukarıdaki nedenler dışında, insanlar pazarlama, siyaset, sahtecilik, bağış gibi nedenlerle o kadar çok telefon çağrısı alıyorlar ki, bu "yoklama yorgunluğu"na direniş olarak yalan yanıt verme hatalı sonuçları tetikliyor (2016). Yasalara ve yönetmeliklere uygun olarak her yoklama için belirtilen güven aralıkları gazetecilerce gözardı edilince, yoklamalar sanki gerçeğin kendisi gibi algılanıyor. Boyd, medyanın seçim dönemlerinde kamuoyu yoklamaları yayınlarına yasak getirilmesini savunuyor.

Benzeri bir durum 2016'nın Haziran ayında İngiltere'deki Avrupa Birliğinden çıkılması referandumunda yaşandı. Herkes referandumda AB ile birlikte olma sonucu çıkacağını beklerken, AB'den ayrılma kararı çıktı. BBC bu tarihten bir ay sonra kendi çalışanlarına yönelik olarak istatistikleri nasıl kullanabileceklerine ilişkin bir rapor yayımladı. Bu konuyla ilgili olarak araştırma üstlenen iletişim fakültelerinden 2 akademisyenin raporu oldukça aydınlatıcı. Seçilen yaklaşık 7 bin haberin yüzde 20'sinde istatistik kullanılıyordu, bu istatistiklerden sadece yüzde 30'u istatistiki veriyi anlamlı bir bağlama oturtabiliyordu (Cushion, S. ve Lewis J., 2016). İstatistiklerin en çok kullanıldığı alanlar siyasetçiler (%20.6), ekonomi ve devlet kurumları (%12.3) olarak saptandı.

Cushion ve Lewis'in ortaya çıkardıkları en önemli sonuçlardan biri de, istatistiklerin sadece yüzde 4.2'sinin gazetecilerce doğruluğunun onaylandığı veya kontrol edildiği oldu. Geriye kalan istatistiklerin hiç biri gazetecilerce araştırılmamış ve olduğu gibi kullanılmıştı. Dolayısıyla, günümüzdeki acil sorunlardan biri gazetecilerin istatistik konusunda bilgilendirilmesi olduğu kadar yurttaşlar için de istatistik okuryazarlığının geliştirilmesidir. Belki de medya okuryazarlığının bir parçası da bu istatistiklerin kullanımı olabilir.

NSNBC Uluslararası bölümünde çalışan Christof Lehman, araştırmacıların makalesine yaptığı yorumda kamuoyu yoklamalarına ilişkin şu noktalarda isteklerde bulunuyor (2016):

- Hangi soruların sorulduğu ve bu soruların muhtemel yanlılıkları açıklanmalıdır

- Yoklamanın hangi kuruluş tarafından sipariş edildiği açıklanmalıdır.
- Parayı veren kuruluşun bu yoklamadan elde edeceği “işlev” açıklanmalıdır.