

PAPER DETAILS

TITLE: AKADEMİK GÖRÜŞ: `YANITLAMA PSİKOLOJİSİ: ARASTIRMADA SORU SORMAK VE YANIT ALMAK ÜZERİNE`

AUTHORS: Atila YÜKSEL,Fisun YÜKSELYIL

PAGES: 0-0

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/117546>

YANITLAMA PSİKOLOJİSİ: ARAŞTIRMA SORU SORMAK VE YANIT ALMAK ÜZERİNE...

Atila YÜKSEL & Fisun YÜKSEL

Adnan Menderes Üniversitesi

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Anketlerden elde edilen bilginin geçerliği, tamamen kişilerin yanıtlarının doğruluğuna bağlıdır. Özellikle kişi tarafından doldurulması beklenen anket sorularında kişinin soruda önemli bir kelimeyi görmemiş olması, yanıtlara yönelik açıklamaları dikkatli okumamış olması, okumaya gerek görmemesi, okusa bile bunları uygulamaması yanıtları son derece etkileyecektir (Tourangeau vd. 2000). Çok sayıda araştırmacı soru sormak kısmını irdelemiş ancak çok azı cevap almak kısmı üzerinde durabilmiştir. Yaratılan izlenim, soru sormanın veya oluşturmanın zor olduğu ancak soru sorulduğunda yanıtlayıcının kolaylıkla bu sorulara yanıt verdiği, yanıtlayıcının cevabı oluştururken geçtiği süreçler dikkate alınmamakta, bu süreçlerin "cevabın gerçeği ne kadar yansıttığı" üzerindeki etkisi düşünülmemektedir. Yanıtlayıcının soruya verdiği cevap soru sözcüklerinden, sorma biçiminden, kişinin içinde bulunduğu mekansal ve duygusal koşullardan etkilenebilmektedir. Ölçmeye konu olan soru eğer kişinin davranış veya tutumunu ilgilendiriyorsa cevaplama sürecine birçok etken daha ilave olmakta ve süreç sanıldığından daha *gelişigüzel* hale gelmiş yanıtları oluşturmaktadır. Dikkat edilmese de soru sorma ve cevaplama psikolojik bir süreçtir ve kişilerin verdikleri bilgilerin ne ölçüde ve hangi şartlarda güvenilir olduğu tartışılmamaktadır (Tourangeau vd. 2000; Weisberg, 2005). Soru sormak ve yanıt vermek bir iletişimdir ve kullanılan her unsur; sorunun genel anlamı, kullanılan terimler, sıralaması, dili, anketin görünümü ve rengi, zamanlaması, çevresel etkenler, vb. bu iletişimde birer araçtır.

Sorulan soruyu anlamak cevap sürecinde ilk evredir, burada en önemli olan konu araştırmacının soruda ne kastettiğiyle, katılımcının soruyu yorumlamasının birbiriyle aynı olması, diğer katılımcılar arasında soruya yüklenen anlamın değişmemesidir. Örneğin bir araştırmada yer alan "tatilinizi nasıl değerlendirmektesiniz" sorusuna katılımcıların yapmış oldukları yorum "bulunulan destinasyondaki tatilden", "destinasyonun seçim aşamasında yaşananlara" kadar değişebilmektedir. Benzer bir şekilde bir çalışmada sorulan "bir dergi okumak" ifadesinin yorumu katılımcılar arasında dergiyi gazete bayisinde görmekten, satın alıp baştan sona okuması ya da dergiye abone olmasına kadar değişiklik gösterebilmektedir (Schwarz ve Oyserman, 2001). Burada sorun iki yönlüdür; yanıtlar araştırmacının sormak istediği soruya yönelik değildir ve de farklı yanıtlayıcılar tarafından sağlanan cevaplar aynı davranışa yönelik değildir. "Tatilinizde ne yaptınız?" sorusunda kelimeler açık olarak anlaşılacakla beraber

yanıtlayıcı araştırmacının ne ile ilgilendiğini belirmek zorundadır. Neden-sonuç alışkanlığı " *neden bu soruldu o halde şöyle yanıtlayayım*" sonucunu getirmektedir. Soru bir davranışa ve sıklığına yönelik olması durumunda yanıtlayıcı soruyu anladıktan sonra ilgili bilgileri hafızasında yoklayacak ve davranışın ve sıklığının hatırlanmasına çalışacaktır. Burada dikkat edilmesi gereken bir unsur olaylar, davranışlar, deneyimler ne kadar önemli ve özel olursa olsun bunları hatırlama yeteneği zaman içinde azalacaktır (Schwarz ve Oyserman, 2001). Davranışın sergilenme sıklığı cevaba hangi zamandaki davranışın referans olarak alındığı açısından önemlidir. Ayrıca bazıları yakın zamandaki davranış diğerleri ise daha geçmiş zamandaki davranışları yanıtlarında referans olarak kullanabilir. Hafızanın zorlanması bilginin kalitesini etkileyebilecektir (yakın zaman daha net hatırlanabilir). Hafızada bilginin aranması süresinde soruya konu olan davranışın veya tutum yargısının belirginliği, soruda kullanılan terimin kişinin hafızasındaki davranış ya da tutumla olan uyumu, soruda konunun hatırlanmasına yardımcı olacak ipuçlarının kalitesi, sayısı ve eylemin ne kadar süre önce gerçekleştiği davranışa yönelik hafızadan doğru bilgi getirmeyi etkileyecektir. Davranışa yönelik bilgiyi hafızadan bulup getirme cevabı tam olarak oluşturmamaktadır. Kişi hesaplama yaparak eylem sayısını oluşturmak zorunda kalacaktır (son altı ay içinde kaç defa dışarıda yemek yediniz?) (Schwarz ve Oyserman, 2001).

Bunu takip eden evre bilginin hafızadaki halinin ne kadar yeterli olduğu ile ilgilidir. Seçenekleri verilmiş dahi olsa her kişinin tutumla veya davranışla ilgili düşüncesi tam olarak aynı olmayacaktır. Kişi konuyla ilgili bilgi yetersizliğini tamamlama veya eksiltme yolunu seçmesi durumunda konuyla tam ilgisi olmayan bilgilerin değerlendirmeye alınması söz konusudur. Bilgim ne kadar var evresinden sonra yanıtların formüle edilmesi evresine girecek olan kişi hangi yanıtın algılamış olduğu araştırmacının beklentisine göre daha uygun olacağı tahminini yaparak yanıtlarının içeriğini ya da yönünü değiştirebilecektir. Seçeneklerin verilmesi durumunda ve kişide oluşan yanıtın seçenekler arasında yer almaması durumunda kişi yanıtını var olan en yakın seçeneğe uyduracak; böylelikle, kendine en yakın seçeneği tercih edecektir. Bu evre ile sınır paylaşan diğer evre yanıtın beğenilme endişesidir. Açık uçlu ya da kapalı uçlu sorulara verilen yanıt araştırmacı tarafından beğenilecek midir ya da bu yanıtı gören/okuyan kişi yanıtı veren kişiye dönük olumsuz bir değerlendirme yapılacak mıdır? Bu endişeler, yanıtların tam olarak gerçeği yansıtmasını engeller görünmektedir. Konsantrasyonun bozulmaması ve katılımcıyı sıkıkmamak için soruyu mümkün olduğunca açık ve kısa sormak önerilmektedir. Bununla birlikte katılımcı için "bugün ne yaptınız?" sorusu görüldüğü kadar basit değil aksine oldukça belirsiz bir sorudur (bugünden kastedilen nedir?). Hatırlanması gereken zaman aralığı, örneğin; bir başka soruda olduğu gibi "son altı ay içinde gitmiş olduğunuz bir restorantı düşündüğünüzde" kişinin hafızasını zorlayacak nitelikte olmamakla birlikte, yanıtlayıcının bu basit soruya cevabını belirleyen, katılımcı tarafından algılanan şekliyle araştırmacının

beklentileri olacaktır (Schwarz ve Oyserman, 2001).

Yanıtlar çok sayıda etkenden etkilenebilmektedir. Bu alanda yapılan araştırmalar soruların, sorularla birlikte verilen yanıt sıralamasının dahi anket sonuçlarında farklılıklar yarattığını göstermektedir. Yanıt-sıra etkisi (*response-order effect*) soruyu anlamak, ilgili bilgiyi hafızada bulmak, cevap üretmek ve diğer zihinsel aşamaların yanıt üzerindeki sonuçları olarak görülebilir. Soru sıra etkisi bir soruya verilen cevabın etkisiyle önceki ya da sonraki soruya verilen cevabın belirlenmesini ifade etmektedir (*item-order effect*). Bir önceki soru ve verilen yanıtın genel olarak sonraki sorunun yorumlanması ve verilen yanıt üzerinde etkisi bulunmaktadır. Sorunun zor olması ve elde edilen yanıtın doğruluğu arasında genelde ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Anlamayı güçleştiren soruyla karşılaşıldığında çoğunlukla yanlış yanıtlar, tahmine dayalı yanıtlar verilmekte veya yanıt vermekten kaçınılmaktadır (Faaß ve Kaczmirek, ?). Tekste yer alan özelliklerin soruyu kavramayı kolaylaştırıcı ya da zorlaştırıcı yönleri bulunmaktadır. Yapılan bir çalışmada sorunun zorluğunun yanıtların dağılımına belirgin derecede etki ettiği saptanmıştır. Dilbilim alanından elde edilen verilere göre sık kullanımda olmayan kelimeler, belirsiz isim tamlaması veya sol içeyerleşik sözdizimi kavrama zorluğuna neden olmakta dolayısıyla elde anket sorusuna verilen yanıtın kalitesine etki etmektedir. Bazı kişilerin yanıt verme eğilimleri uç değerleri seçmek veya merkezde yer alan değerleri genel olarak tercih etmek olabilir. Kişilerin konuyla ilgilenim dereceleri de verilen yanıtların niteliği üzerinde son derece etkili olmaktadır. Bazı kişiler zor zihinsel çabadan kaçınarak sadece tatmin edici, kolay yanıtı (satisficing) vermek eğiliminde olabilir. *Satisficing teorisine* göre yanıtlayıcılar doğru yanıtları üretecek olan zihinsel süreci kısaltabilir ve çok az bir çaba göstererek aynı zamanda mantıklı görünmek için soru listesinde yer alan tüm sorulara aynı ya da benzer bir şekilde yanıt verebilir (Anand vd., 2009). Bu sorun (kolaya kaçma) genel olarak kişinin zihinsel kabiliyetinin yetersiz olması, yanıt verme isteğinin düşük olması durumunda araştırmacının karşısına çıkmaktadır.

Kişilerin ankete katılma tutumları verilen yanıtları etkileyebilmektedir. Goyder (1986) ankete katılmaya yönelik olumlu tutum gösteren kişilerin geçmişte diğerlerine göre daha çok sayıda ankete katıldığını göstermektedir. Anket çalışmalarına katılmaya olumlu bakan kişilerin ankette yer alan açıklamaları daha dikkatli okudukları ve uyguladıkları, ankette yer alan soruların tamamına cevap verdikleri ve anketi posta yoluyla daha hızlı geri döndürdükleri görülmektedir (Rogelberg vd., 2001). Anketin uzunluğu konusu da soruya verilen yanıtın niteliğini etkilemektedir. Belirtilmesi gereken bir nokta anket uzunluğu denildiğinde genel olarak fiziksel unsurlar düşünülmektedir (kaç soru veya kaç sayfa olduğu). Anket uzunluğuna yönelik algı fiziksel özellikler kadar kişinin sübjektif algısına da bağlıdır. Anketin uygulanma zamanı ve yeri, soruların

hassaslık derecesi ve yanıtlar için gereken zihinsel çaba, görünüm olarak kısa olan bir anketin daha uzun olarak algılanmasına neden olabilecektir (Galešic, 2009). Bazı araştırmacılara göre anket sorusuna eşlik eden cevap seçeneklerinin azlığı veya çokluğu, cevap seçeneklerine eşlik eden sayılarda orta noktanın olup olmaması (5'li ölçekteki 3 sayısı gibi) ankete verilen yanıtın tutarlı olmasını etkilemektedir (Andrews, 1984). Özellikle orta noktanın olması ankete katılanların zihinsel çaba harcamaya gerek kalmadan tatmin edici yanıtlar üretmesini tetikler görünmektedir. Göz-takip çalışmaları yazılı sorularda yer alan çoklu yanıt seçeneklerinden sadece ilk birkaç seçeneğin okunduğunu, gerisinin okunmadığını göstermektedir. Bu durumda diğerlerinin içeriğine bakılmaksızın ilk seçenekler yanıt olarak verilecektir, dolayısıyla yanıt-sıra etkisi, yanıtların doğruluğu veya niteliğini belirlemektedir (Galešic vd. 2008). Anketin anketör tarafından yanıtlayıcıya okunması durumunda (yüz-yüze ya da telefon aracılığıyla) yanıtların sonralık (*recency effect*) etkisinden oluşabileceği, yani okunan son seçeneğin seçilme olasılığının diğer seçeneklere göre daha yüksek olduğu tartışılmaktadır (Macias ve Lawson, 2007). Bir grup sorunun aynı konuyla ilgili olması, bu gruptan sonra yer alacak soruların da ilgisi olmadığı halde önceki konuyla ilgisi olduğu düşüncesiyle yanıtlanma olasılığı oldukça yüksektir. Bu nedenle soruların dikkatli bir şekilde dağıtılması, yerleştirilmesi gerekmektedir. Özetle, yanıt verme psikolojisi araştırmacılar tarafından dikkate alınmalı, anket sorularına verilen yanıtların gerçeği yansıtma düzeyi yanıtlama psikolojisi konusunda yapılacak bilinçlenmeyle yeniden gözden geçirilmelidir.

Kaynakça

Anand, S., Krosnick, J., Mulligan, K., Smith, W., Green, M. ve Bizer, G. (2009). Effect of respondent motivation and task difficulty on nondifferentiation in ratings: A test of satisficing theory predictions. *Paper presented at the annual meeting of the American Association For Public Opinion Association, Fontainebleau Resort, Miami Beach, FL* , http://www.allacademic.com/meta/p16872_index.html >

Andrews, F. M. (1984). Construct validity and error components of survey measures: A structural modeling approach. *Public Opinion Quarterly* 48 , 409-442.

Faaß, T. ve Kaczmirek, L. (). Psycholinguistic Determinants of Question Difficulty: A Web Experiment. http://test.swantranslations.com/newcdrc33/pdf/galesic_stocke1.pdf

Galešic, M. (2009). Effects of questionnaire length on response rates: Review of findings and guidelines for future research. http://mrav.ffzg.hr/mirta/Galesic_handout_GOR2002.pdf

Galešic, M., Tourangeau, T., Couper, M. ve Conrad, F. (2008). New Insights on Response Order Effects and Other Cognitive Shortcuts in Survey Responding. *Public Opinion Quarterly* 2008 72(5):892-913.

Goyder, J., (1986). Surveys on Surveys: Limitations and Potentialities. *Public Opinion Quarterly* 50: 27-41.

Krosnick, J. (1991). Response strategies for coping with the cognitive demands of

attitude measures in Surveys. *Applied Cognitive Psychology* . 4, 1-24.

Macias, F. ve Lawson, C. (2007). Disentangling Response-Order Effects in Orally Administered Surveys: Results from a Field Experiment. <http://web.mit.edu/polisci/research/mexico06/Flores-Macias%20&%20Lawson%20-%20WAPOR%202007.pdf>

Rogelberg, S.G., Fisher, G.G., Maynard, D.C., Hakel, M.D. ve Horvath, M., (2001). Attitudes Toward Surveys: Development of a Measure and its Relationship to Respondent Behavior. *Organizational Research Methods* 4: 3-25.

Schuman, H., ve Presser, S. (1981). Questions and answers in attitude surveys. New York: Academic Press.

Schwarz, N. ve Oyserman, D. (2001). Asking questions about behavior. Cognition, Communication and Questionnaire Construction. *American Journal of Evaluation*. 22, 127-160.

Tourangeau, R. (1984). Cognitive sciences and survey methods. In T. Jabine, M. Straf, J. Tanur, and R. Tourangeau (Eds.), *Cognitive aspects of survey methodology: building a bridge between disciplines* (pp.73-100). Washington, DC: National Academy Press.

Tourangeau, R., Rips, J. ve. Rasinski, K. (2000). *The Psychology of Survey Response*. Cambridge University Press.

Weisberg, (2005). *The Total Survey Error Approach. A Guide to the New Science of Survey Research*. Blackwell Publishing.