


## Türkiye’de Sosyal Bilimler Alanında Anket Yönteminin Kullanımına Yönelik Bir İnceleme

Doğancan ÜLKER\*

\*Marmara Üniversitesi,  
İşletme Fakültesi, Yönetim  
Bilişim Sistemleri Bölümü,  
dogancan.ulker@marmara.  
edu.tr

 [https://orcid.org/  
0000-0002-0889-370X](https://orcid.org/0000-0002-0889-370X)

### Anahtar Sözcükler

Anket Metodu, Anket  
Metodu Eleştirisi, Bilimsel  
Araştırma Yöntemleri.

### Key Words

Survey Method, Survey  
Method Criticism, Scientific  
Research Methods.

### Atıf/Citation

Ülker, D. (2022). Türkiye’de  
Sosyal Bilimler Alanında  
Anket Yönteminin Kulla-  
nımına Yönelik Bir İncele-  
me. ISophos: Uluslararası  
Bilişim, Teknoloji ve Felsefe  
Dergisi, Cilt 4, Sayı 8, ss:  
11-176

### Özet

Sosyal bilimler alanında çokça tercih edilen anket metodunun, çevrimiçi ve ücretsiz anket uygulamalarının yaygınlaşmasıyla sosyal bilimler alanında çokça tercih edildiği; bazı araştırmalarda daha güvenilir sonuçlar ortaya koyabilecek metotlar kullanmak mümkünken bu sebeplerden dolayı anket metodunun kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada, başlığında sosyal medya ibaresi geçen Dergipark makaleleri listelenmiş, yöntemleri tek tek tespit edilmiş ve anket yöntemini kullanan çalışmalar incelenerek, başka bir yöntem kullanılıp kullanılmayacağı ekseninde kritize edilmiştir. Yapılan tespit sonucunda 30 bilimsel makaleden 10 tanesinin anket yöntemini kullandığı ancak bu çalışmaların 9’unda başka yöntemler izlenebileceği tespit edilmiş olup, anket yönteminin maliyet, kolaylık vb. sebeplerden çokça tercih edildiği ortaya konmuştur.

### A Study on the Use of Survey Method in the Field of Social Sciences in Turkey

#### Abstract

The survey method, which is widely preferred in the field of social sciences, has been widely preferred in the field of social sciences with the spread of online and free survey applications; while it is possible to use methods that can produce more reliable results in some studies, it is seen that the survey method is used for these reasons. In this study, Dergipark articles with the phrase “social media” in the title are listed, their methods are determined one by one, and studies using the survey method are examined and critiqued on the axis of whether another method can be used. As a result of the determination made, it was determined that 10 out of 30 scientific articles used the survey method, but other methods could be followed in 9 of these studies. It has been shown to be preferred for many reasons such as low cost, easiness, etc.

#### 1.Giriş

Anket, insanların yaşam koşullarını, davranışlarını, tutumlarını, inançlarını verileştirmeye yarayan bir veri toplama yöntemidir (Thomas, 1998). Türkiye’de anket çalışmalarının bilimsel araştırmalarda kullanımındaki popülerliğinin özellikle dijital anketlerin yaygınlaşmasıyla kolay uygulanabilirlik, düşük maliyet, kolaylık vb. etmenlerden ötürü artış gösterdiği ve bilimsel çalışmaların kalitesinin sorgulanır hale geldiği düşünülmektedir (İlter, 2021). Bu çalışmada anket çalışmalarının kullanımı bu

doğrultuda irdelenmiştir.

Günümüzde sıkça elektronik posta, kısa mesaj veya mobil uygulama mesajları yoluyla anket katılımına çağrı alınmaktadır. Bu fenomen, bilimsel araştırmalarda anket metodu tercihinin sorgulanmasından ziyade anketlerin ne kadar hedef kitleye uygun olarak dağıtıldığını da sorgular hale getirmekte ve bilimsel çalışmaların güvenilirliğine zarar vermektedir. Bu çalışmada sosyal bilimler alanında yayınlanan makalelerin yöntemleri incelenerek, anket yönteminin diğer yöntemleri kullanmak mümkün olduğu halde tercih edildiği çalışmaların oranını bulmak hedeflenmiştir.

## 2. Anket Yöntemi

Anket; kişilerden çeşitli konularda, planlı ve standart biçimde bilgi almak için geliştirilmiş olan ve özellikle epidemiyolojik ve sosyolojik araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Oğur & Tekbaş, 2003). İnternetin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan ücretsiz çevrimiçi anket servisleri ve diğer bilimsel araştırma yöntemlerinin maliyetlerinin artmasıyla sosyal bilimlerde sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Literatürde anket tasarımının bir bilim olmaktan ziyade bir sanat olduğu yönünde yaklaşımlar mevcuttur (Churchill & Iacobucci, 2006) (Kinneer & Taylor, 1996). Buradan hareketle anket tasarımında bazı farklı bakış açıları ya da göreceli durumlar yaşanması mümkündür. Ölçek geliştirme standartlarıyla bu olumsuz durumlar minimize edilmeye çalışılsa da böyle bir fenomen olduğu açıktır.

### 2.1 Anket Yönteminin Avantajları

Anket yönteminin avantajları Arıkan'a göre (Arıkan, 2018) aşağıdaki gibidir:

- Güncel ve yeni veriler anket yoluyla elde edilebilir.
- Verileri kısa zamanda elde etme imkânı vardır.
- Çok farklı kişilerden çok değişik ve çeşitte veri elde etmek mümkündür.
- Anket yoluyla veri toplamanın maliyeti, diğerlerine göre çoğu zaman daha düşüktür.
- Bazen, ihtiyaç duyulan verileri anket dışında başka yöntemle elde etme olanağı yoktur.
- Anketi, istenilen kapsamda ve ayrıntıda düzenlemek mümkündür.
- Kapalı uçlu soruları yanıtlamak kolaydır.
- Hemen her alanda anket yapmak mümkündür.
- Anketlerde kimlik sorulmadığı ve imza istenmediği için, herkes çekinmeden yanıtlayabilir.
- Yanıtlayanın anonim kalması nedeniyle veya sorularda üçüncü şahıs tekniği ile normalde konuşulmak ya da cevaplanmak istenmeyen hususlar anketlerde ele alınabilir.
- Veri toplamak dışında; promosyon, tanıtım, iletişim vb. amaçlarla da anket yapılabilir.
- Anket, her kesimin anladığı ve genellikle de itibar ettiği bir yöntemdir.
- Kurum içi, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde anketler yapılmaktadır.
- Profesyonel anket uygulamaları günümüzde artık, bilimsel kimlik kazanmış ve kurumsallaşmıştır.

Ücretsiz çevrimiçi anket servislerinin yaygınlaşmasıyla anket kullanımının çokça avantaj sunduğu görülmektedir.

## 2.2 Anket Yönteminin Dezavantajları

Anket yönteminin “katılımcı anketi ve soruları doğru anlar ve yorumlar” ve “katılımcı anketteki soruları dürüstçe cevaplamaya hazırdır” şeklinde iki tehlikeli varsayıma dayandığı açıktır (Özbüyüktürk, 2005). Öte yandan bilgi toplamanın zor olduğu problemleri kültürel içeriklerde (doğum kontrolü, din, cinsellik vb.) anket doldurtmanın zorluğu unutulmamalıdır. Anketlerin yapılış yöntemi de bilgi toplama anlamında dezavantaj yaratabilmektedir; örneğin politik sorular içeren bir anket, demokrasisi problemleri ülkelerde telefon yoluyla yapıldığında katılımcı istediği cevapları vermektense imtina edebilir. Bir başka dezavantaj olarak ise anketlerin zaman olarak uzunluğu ve katılımcıların motivasyonel problemleri yaşaması gösterilebilir. Çok fazla kritik dezavantajı bulunan anket yönteminin, tek başına bir bilimsel yöntem olarak ne kadar güvenilir dizayn edilebileceği, ürettiği çıktılardan yola çıkılarak varılan tespitlere ne kadar güvenilebileceği tartışmaya açık bir husus olmakla birlikte, literatürde bu türden sorgulayıcı çalışmalara çok az rastlanmaktadır.

## 3. Türkiye’de Sosyal Bilimlerde Anket Kullanımı

1994-2012 dönemine ait pazarlama alanındaki 184 doktora tezinin yüzde 59’unda anket yöntemi tercih edilmiştir, bir başka örnek olarak eğitim alanında 2003-2007 dönemine ilişkin 211 tezde de yüzde 58 oranında anket yöntemine başvurulmuştur (Karadağ, 2010). Hem pazarlama hem de eğitim çok farklı güvenilir veri toplama yöntemlerine müsait, uygulama sahası bolca bulunan alanlar olmasına rağmen akademik çalışmaların yarısından fazlasında anket metodunun kullanımı düşündürücü bir realitedir.

Türkiye’de bilimsel araştırmalara ayrılan kaynak ve bu kaynaklardan faydalanma oranlarının düşük olması sebebiyle bazı çalışma türlerinde araştırmacılar anket yöntemini ucuzluğu sebebiyle tercih ediyor olabilirler, ancak literatürde bu durumu irdeleyen bir çalışma veya veri bulunamamıştır. Türkiye’de akademik terfi sistemi, niceliği ön planda tutan ve çalışmaları çeşitli endekslerden yola çıkarak bir puanlama sistemiyle puanlamak suretiyle işletildiği için araştırmacıların niteliği yüksek yayın yerine adetçe yüksek yayına ihtiyacı olmakta ve bu da kolaylığı ve ucuzluğu sebebiyle, başka veri toplama olanakları mümkün olsa dahi anket yöntemini tercih etmeye yönlendirebilmektedir. Ancak literatürde bu durumu irdeleyen bir çalışma veya veri bulunamamıştır.

## 4.Yöntem

### 4.1 Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, sosyal bilimler alanında üretilen bilimsel çalışmalarda kullanılan metodlar arasında, yaygınlaşan ve kolaylaşan anket metodunun kullanımının başka metodların kullanımı mümkün olduğu halde tercih edilip edilmediğini ortaya koymaktır.

### 4.2 Araştırmanın Metodu

Bu çalışmada Dergipark web sitesinde (dergipark.org.tr) yayınlanmış olan, başlığında “sosyal medya” ifadesi geçen ve yayın türü “Araştırma Makalesi” olan çalışmalar aranmış, bulunan sonuçlar yeniden eskiye doğru (Dergipark veritabanına alınma tarihine göre) sıralanarak ilk 30 sonuç ele alınmıştır. Bu çalışmalar tek tek incelenerek kullandıkları yöntemler tespit edilmiş ve elektronik tabloya işlenmiştir. Bu sorgulama 15 Şubat 2022 tarihinde yapılmıştır.

## 5. Bulgular

Yapılan sorgu sonucunda tespit edilen 30 makalenin 10 tanesinin anket yoluyla yapılmış olduğu tespit edilmektedir. Diğer çalışmalarda ise derleme, odak grup çalışması, içerik analizi ve göstergebilim yöntemleri tercih edilmiştir. Oyman’ın Sosyal Medya Dindarlığı isimli çalışması (Oyman, 2016) yüz kişilik bir anket çalışmasına dayanmakta ve sosyal medya kullanımı ile dindarlık arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Çalışmada yüz yüze görüşme yoluyla anket tercih edildiği, Van iliyle sınırlı tutulduğu ve “Kendinizi dini açıdan hangi

seviyede görüyorsunuz?” gibi yüz yüze cevaplanması kültürel nedenlerle kolay olmayan sorular barındırması gibi faktörler göz önüne alındığında bu anket çalışmasının sağlıklı sonuçlar verebilmesi mümkün gözükmemektedir. Bu çalışmada, yüz kişinin kendilerinden izin alınmak suretiyle sosyal medya paylaşımları ve hareket dökümlerinin analiziyle gerçekleştirilerek daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilirdi.

Özdemir’in Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı isimli çalışması (Özdemir, 2019) 242 öğrencinin katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya bağımlılık durumunu incelemektedir. Çalışmada da belirtildiği gibi, bağımlılık tıbbi bir durum olmakla birlikte anket yoluyla değerlendirilmesinin sağlıklı olmayacağı, herhangi bir bağımlılığa sahip olan kişinin bu bağımlılıkla ilgili sorulara doğru cevaplar verememe durumu göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca, çalışmada da belirtildiği üzere araştırmacı çalıştığı kurumun öğrencilerini ankete davet etmiş olup, öğrencilerin ankete katılma motivasyonu tartışılabilir. Bu çalışmada belli miktarda öğrencinin, akıllı telefonların kolaylıkla sunduğu kullanım analizi verilerini inceleyerek daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilirdi.

Akyürek’in Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları isimli çalışması (Akyürek, 2020) 20 farklı liseden 404 katılımcının katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelemektedir. Bir grubun bir olguya karşı olan tutumlarını incelemek için anket çalışması uygun bir yol olmakla birlikte, bu çalışma da Özdemir’in çalışmasına önerildiği gibi öğrencilerin kullanım verileriyle desteklenerek daha sağlıklı sonuçlar üretebilirdi.

Güney ve Taştepe’nin Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı isimli çalışması (Güney & Taştepe, 2020) 500 öğrencinin katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve ergenlerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelemektedir. Özdemir’in çalışmasıyla ilgili yapılan değerlendirmeler bire bir bu çalışma için de geçerlidir. Gürkan ve Demirel’in Ergenlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Sosyal Medya İlişkilerine ve Sosyal Kaygı Düzeylerine Etkisi isimli çalışması (Gürkan & Demirel, 2021) 363 kişinin katıldığı bir ankete dayanmakta olup, Özdemir’in çalışmasıyla ilgili yapılan değerlendirmeler bire bir bu çalışma için de geçerlidir.

Faiz ve Avcı’nın Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyaya Yönelik Tutumlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi isimli çalışması (Faiz & Karasu-Avcı, 2019) 213 katılımcının katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımı ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelemektedir. Özdemir’in çalışmasıyla ilgili yapılan değerlendirmeler bire bir bu çalışma için de geçerlidir.

Soner ve Yılmaz’ın Ergenlerde Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu isimli çalışması (Soner & Yılmaz, 2021) 748 katılımcının katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve ergenlerin sosyal medyada beğenilmeme korkusunu incelemektedir. Bir grubun bir olgu karşısındaki tutumunu ölçmek istediği için anket metodu yerinde bir uygulamadır.

Çakmak ve Müezz’in Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkisinin İncelenmesi (Çakmak & Müezz, 2018) 174 katılımcının katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve üniversite öğrencilerinin kişilerarası iletişim düzeylerinin sosyal medya kullanımı düzeyleri ile istatistiksel olarak ilişkili olup olmadığını incelemektedir. Sosyal medya kullanım düzeyinin anketle ölçülmesi yerine akıllı telefonların kolaylıkla sunduğu kullanım analizi verileri toplanarak çalışmaya dahil edilebilse de anket yoluyla da tutarlı bilgi toplanabilmiştir.

Aslan ve Ballı’nın Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları (Aslan & Ballı, 2020) isimli çalışması 243 öğrencinin katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya bağımlılık durumunu incelemektedir. Özdemir’in çalışmasıyla ilgili yapılan değerlendirmeler bire bir bu çalışma için de geçerlidir.

Sağlam'ın Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Şiddeti Algısı (Sağlam, 2021) isimli çalışması 16 katılımcı ile e-posta yoluyla anket çalışmasına dayanmaktadır. Her ne kadar e-posta yoluyla görüşme şeklinde açıklansa da, aslında bir çeşit anket gibi uygulanmıştır. Dolayısıyla araştırmannın evreni yetersiz görünmektedir.

Bu 10 (on) çalışmanın analizi sonucunda, 9 (dokuz) çalışmanın daha güvenilir bir bilimsel yöntem kullanmaya elverişli olduğu düşünülmektedir. Bulguları aşağıdaki gibi tabloştırmak mümkündür:

**Tablo 1:** İncelenen Çalışmaların Anket Dışında Bir Bilimsel Yöntem Kullanmaya Elverişli Olup Olmadığının Değerlendirilmesi

Çalışmanın Yazarı	Anket Dışında Daha Etkili Bir Bilimsel Yöntem Kullanmaya Elverişli Mi?
Oyman	Evet
Özdemir	Evet
Akyürek	Evet
Güney ve Taştepe	Evet
Gürgen ve Demirel	Evet
Faiz ve Avcı	Evet
Soner ve Yılmaz	<b>Hayır</b>
Çakmak ve Müezzın	Evet
Aslan ve Ballı	Evet
Sağlam	Evet

## 6. Tartışma ve Sonuç

Sosyal bilimlerde araştırmacıların en çok tercih ettiği yöntemlerin başında gelen ve sebeplerini önceki bölümlerde irdelediğimiz anket metodu, ucuzluğu ve kolaylığı sebebiyle tercih edilmektedir. Muhtemelen “rica etsem anketi doldurur musunuz” minvalinde bir mesaj almamış Türk vatandaşı kalmamıştır. Bir ülke, muasır medeniyetler seviyesinde yer alabilmek adına bilimde öne geçmeli, bilimde öne geçebilmek içinse bilimsel araştırmaları teşvik etmelidir. Anket dışında, daha güvenilir veriler toplamanın mümkün olduğu pazarlama, işletme, yönetim bilişim sistemleri, bilişim vb. alanlarda anketin son tercih edilen yöntem haline gelmesini sağlamak bilim camiasının görevlerinden biri olarak addedilmeli, ayrıca anket yöntemi başlı başına, en azından bu alanlardaki bilim camiasınca tartışmaya açılmalıdır.

R Studio vb. açık kaynak kodlu veri analizi yazılımlarının yaygınlaşması ve kullanımıyla ilgili Türkçe içeriğin de artmasıyla ve ayrıca açık veri kavramına verilen önemin artmasıyla, araştırmacılar anket yönteminden çok daha güvenilir veri setleriyle araştırmalar yapmaya başlamış olup, sayıca artmaları için teşvikler sağlanmalı, özellikle akademide terfi sistemi nicelikten vazgeçip niteliği ön plana alacak şekilde sil baştan kurgulanmalıdır.

## 7. Kaynakça

- Çakmak, S., & Müezzın, E. (2018). Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkisinin İncelenmesi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2(3), 196-203.
- Özbüyüktürk, Ş. (2005). Anket Geliştirme. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 3(2), 133-151.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. Beykoz Akademi Dergisi, 7(2), 91-105.
- Akyürek, M. İ. (2020). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(1), 58-92.
- Arıkan, R. (2018). Anket Yöntemi Üzerinde Bir Değerlendirme. Haliç Üniversitesi Sosyal

- Bilimler Dergisi, 97-159.
- Aslan, T., & Ballı, E. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 59-74.
- Churchill, G. A., & Iacobucci, D. (2006). Marketing research: methodological foundations. New York: Dryden Press.
- Faiz, M., & Karasu-Avcı, E. (2019). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları. Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi, 3(2), 146-166.
- Güney, M., & Taştepe, T. (2020). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı. Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi, 9(2), 183-190.
- Gürkan, U., & Demirel, N. (2021). Ergenlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Sosyal İlişkilerine Ve Sosyal Kaygı Düzeylerine Etkisi. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 8(3), 79-104.
- İlter, H. K. (2021). Anket Çalışmalarıyla Bilim Yapmak. Şubat 8, 2022 tarihinde H Kemal İlter: [https://hkilter.com/index.php?title=Anket\\_%C3%87al%C4%B1%C5%9Fmalar%C4%B1yla\\_Bilim\\_Yapmak](https://hkilter.com/index.php?title=Anket_%C3%87al%C4%B1%C5%9Fmalar%C4%B1yla_Bilim_Yapmak) adresinden alındı
- Karadağ, E. (2010). Eğitim bilimleri doktora tezlerinde kullanılan araştırma modelleri: Nitelik düzeyleri ve analitik hata tipleri. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 1(1), 49-71.
- Kinney, T., & Taylor, J. (1996). Marketing research: an applied approach. McGraw-Hill.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 125-167.
- Oğur, R., & Tekbaş, Ö. (2003). Anket nasıl hazırlanır. Sted, 12(9), 336-340.
- Sağlam, M. (2021). Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Şiddeti Algısı. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5(3), 255-268.
- Soner, O., & Yılmaz, O. (2021). Ergenlerde Sosyal Medya Beğenilmeme Korkusu. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(2), 533-554.
- Thomas, R. M. (1998). Conducting educational research: A comparative view. Greenwood Publishing Group.