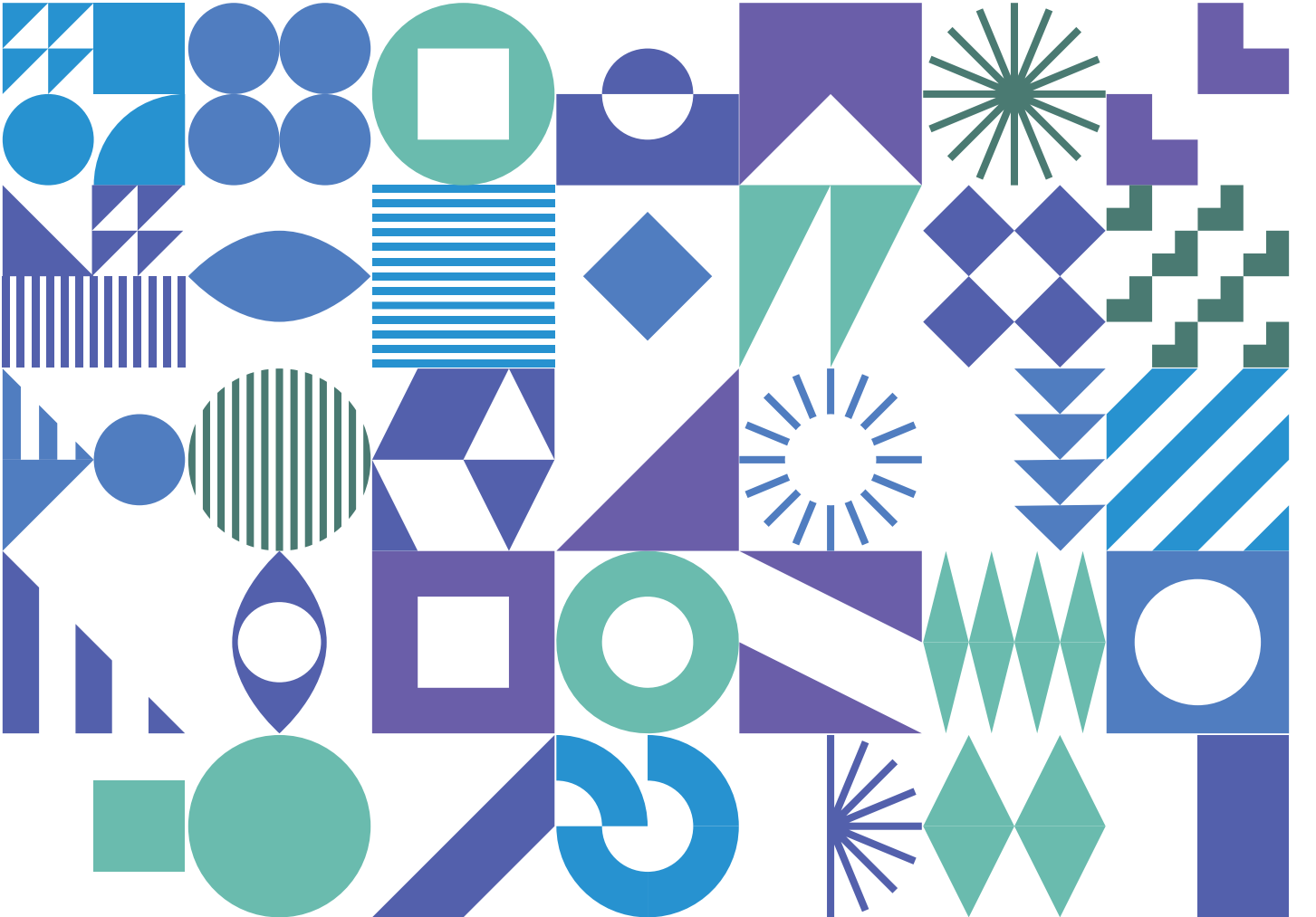


Medyada ve Reklamda Araştırma Sonuçları Kullanma Kılavuzu



1988 yılında kurulan **TÜAD -Türkiye Araştırmacılar Derneği**, ana faaliyet alanı pazarlama ve kamuoyu araştırmaları olan tüzel ve gerçek kişilerin üye olduğu bir meslek örgütüdür.

Bir çok sektöre iş kararlarında kılavuzluk eden, "Veri ve Bilgi" üreten araştırma sektörünün tek meslek örgütü olan Türkiye Araştırmacılar Derneği'nin kuruluş misyonu, en temel hak ve özgürlükler kapsamında kamuoyunun, kurum ve kuruluşların" doğru bilgi edinme hakkını" korumaktır. Türkiye Araştırmacılar Derneği, propaganda ve dezenformasyon amacıyla üretilen, araştırmanın profesyonel ve etik kurallarına uymayan, her türlü sosyal, siyasi, toplumsal ve ekonomik verinin eksik ya da yanlış bir şekilde kamuoyu ile paylaşılmasından son derece rahatsızlık duymaktadır. Araştırmalar üzerinden veriye dayalı dezenformasyon yapan, araştırmacı kimliği olmayan şahıs ve şirketlerin faaliyetleri, bütün dünyada bilimsel bir disiplin olarak kabul edilen araştırmaya karşı kamuoyunda yanlış algılar oluşmasına neden olmaktadır.

Yukarıda bahsedilen nedenle, TÜAD, araştırma sektörünün çatı örgütü olarak araştırmanın güvenilirliği, tarafsızlığı ve bilimselliği konusunda, kamuoyunun zihninde soru işareti kalmayacak şekilde, araştırmaların ilgili ilke ve yasalara göre yayınlanmasını sağlamak amacıyla, tüm paydaşlarını bilgilendirmeyi gerekli görmüştür.

Bu kılavuzda belirtilen yayınlama ilkelerine uymayan "araştırma sonuçlarına", hiçbir mecrada yer verilmesi için özellikle medyanın işbirliğine ihtiyaç duymaktayız. Hazırladığımız "**Medyada ve Reklamda Araştırma Sonuçları Kullanım Kılavuzu**" ile araştırmaların haber içeriklerinde ve reklamlarda, topluma doğru bilgi aktaracak şekilde kullanımını teşvik etmek ve araştırmanın toplumu yanıltıcı ticari veya siyasi propaganda aracı olarak kullanılmasını engellemek amacıyla desteğinizi rica ediyoruz.

TÜAD tüzel üyesi firmaların listesini www.tuad.org.tr web sitesinde görebilir ve her türlü görüş, öneri ve sorularınız için Türkiye Araştırmacılar Derneği **Danışma Kurulu**'na başvuruda bulunabilirsiniz.

Duyarlılığınız ve işbirliğiniz için teşekkür ederiz,

Türkiye Araştırmacılar Derneği



TÜAD-Türkiye Araştırmacılar Derneği olarak, yazılı ve görsel medyada yer alan araştırma sonuçlarının yayınlanmasında yaşanan eksiklikler nedeniyle, "Medyada ve Reklamda Araştırma Sonuçlarının Kullanılması" ilkelerini hatırlatmak istiyoruz.

RTÜK Yayın İlkeleri, 5429 No'lu Türkiye İstatistik Kanunu ve ESOMAR (Dünya Araştırmacılar Birliği) uluslararası kurallarında, araştırmaların medyada yayınlanma esasları açıkça belirtilmiştir.

RTÜK İlkeleri;

- 1) Kamuoyu araştırmalarını haber yaparken, araştırmayla ilgili yer, tarih, örneklem, teknik, araştırmacının kimin tarafından ve hangi amaçla yapıldığı şeklinde sıralanabilecek açıklayıcı bilgilere mutlaka yer verilmelidir.
- 2) İnternet siteleri ya da SMS yoluyla yapılan anketlerin sonuçları yayınlanırken, bunların hangi yöntemle elde edildiği ve sadece katılanların görüşlerini yansıttığı hususları mutlaka belirtilmelidir.
- 3) Anket ve kamuoyu yoklamalarının yayın kuruluşları tarafından yapılması veya yaptırılması halinde, hazırlık aşamasından sonuçların ilanına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi esastır.

İlgili İstatistik Kanunu;

- 1) Yazılı basın organlarında ve internette yayınlanan araştırmalarda aşağıdaki bilgiler mutlaka yer almalıdır.
 - a) Araştırmayı yapan kuruluşların adı
 - b) Araştırmacının evreni (Universe; araştırmacının temsil ettiği kitlenin tanımı)
 - c) Araştırmacının örneklem büyüklüğü ve coğrafi kapsama alanı
 - d) Veri toplama tarihleri
 - e) Örneklem yöntemi (tesadüfi örneklem, kotalı örneklem vb. tesadüfi örneklem ise cevap verme oranı)

- f) Araştırmada ağırlık kullanılıp kullanılmadığı
- g) İlgili soruların neler olduğu
- h) Sorularda eğer "cevap yok" seçeneği sonuçların yorumlanmasını etkiliyorsa "cevap yok" oranı
- 2) Televizyonda ve hangi mecrada yayınlanırsa yayınlansın bütün reklamlarda da yukarıdaki maddelerden minimum a - f arasındaki maddeler kullanılmalıdır. Detaylı bilgi, yayın kuruluşunun ya da araştırma şirketinin web sitesinde yer almalıdır.
- 3) Araştırma şirketleri, yayınlama ilkelerini müşterilerine ve ilgili yayın kuruluşlarına açıkça bildirmekle yükümlüdürler.
- 4) Eğer sonuçlar araştırma veren tarafından yayınlanıyorsa veya basına servis ediliyorsa, bu durumda araştırma şirketinin yazılı onayının önceden alınması gerekir. Araştırma şirketi kamuoyunun yanlış bilgilendirilmesine veya yönlendirilmesine neden olabilecek konularda düzeltme isteyebilir.
- 5) Reklamda görsel, ses veya yazı yoluyla belirtilen ürün iddiası ile araştırma konusunda verilen referans birbiri ile tutarlı olmak zorundadır.

Araştırma sonuçlarının kamuoyunca farklı algılara yol açmayacak şekilde yayınlanması için tüm ilgili kesimlerin yukarıdaki konularda hassasiyet göstermelerini önemle rica ederiz.



Referanslar

RTÜK Yayın İlkeleri Rehberi

www.rtuk.gov.tr 

5429 Numaralı Türkiye İstatistik Kanunu

www.mevzuat.gov.tr 

ESOMAR/ WAPOR Guide to Opinion Polls and Published Surveys

www.wapor.org 

ESOMAR Notes On How To Apply The ICC/ESOMAR International Code On Market And Social Research

www.esomar.org 

ICC Consolidated Code of Advertising and Marketing

www.iccwbo.org 



www.tuad.org.tr

Ergenekon Mh. Cumhuriyet Cd. No:147 D:7
Harbiye - Şişli / İstanbul

Tel: 0 212 249 23 19 - 0 212 251 00 53
tuad@tuad.org.tr

