

**PASİF VERİ TOPLAMA, GÖZLEM VE KAYIT  
ESOMAR DÜNYA ARAŞTIRMA KODLARI VE KILAVUZU**

**İÇİNDEKİLER**

1. Giriş
  - 1.1. Aktif Veri Toplama
2. Pasif Veri Toplama Örnekleri
3. Temel Etik Prensipler
  - 3.1. Kişisel Veri
  - 3.2. Bilgilendirilmiş Onay
  - 3.3. Verinin Uygun Kullanımı
  - 3.4. Üçüncü Partilere Açıklama
  - 3.5. Halka Açık Alanlar
  - 3.6. Yayın ya da Duyuru
4. Görüşme ve Grup Tartışmalarının Ses ya da Video Kaydı
  - 4.1. Katılımcılarla Yapılan Kayıt Kullanımı Anlaşması
  - 4.2. Orijinal Verinin Kopyası İçin Müşteri Hakları
  - 4.3. Kayıtların Paylaşımına Yönelik Tedbirler
  - 4.4. Görüşmelerin Müşteri Tarafından Gözlemi
  - 4.5. Görüşme ve Grup Tartışmalarının İnternet Video Akışı
  - 4.6. Telefon Görüşmelerinde Ses Kaydı ve Dinleme
5. İnsan Davranışlarının Gözlemlenmesi
  - 5.1. Katılımcının Gözlemlenmesi
    - 5.1.1. İnternet Faaliyetlerine Katılım
  - 5.2. Gizli Gözlem
    - 5.2.1. Kamuya Açık Alanlar
    - 5.2.2. Kişiyeye Özel Alanlar
  - 5.3. Gizli Müşteri
6. Özdeş Veri
  - 6.1. Veri Tabanı Geliştirme
  - 6.2. Müşteri Sadakat Kartları
7. Perakende Takibi
8. Fiziksel Gözetim
9. Daha Fazla Bilgi

## 1. GİRİŞ

Kaset ve video kayıtları ile görüşme ve grup tartışmalarında müşteri gözlemi, ESOMAR kılavuzunda en son 1997’de güncellenmiştir. O zamandan beri pasif veri toplamanın diğer formlarında büyük bir artış yaşanmış ve teknoloji nu anlamda oldukça fazla olanak sağlamıştır.

Bu doküman, mevcut kılavuzu, güncellemeyi, en son uluslararası gelişmelerin başarılı uygulamaları ile aynı seviyeye getirmeyi, bu kılavuzun 4.0 - 4.4 kısımlarında yer alan orijinal kılavuz metnin ötesine geçen her türlü gözlem tipi ve pasif veri toplama yöntemini kapsayacak şekilde genişletmeyi hedeflemektedir.

### 1.1 AKTİF VERİ TOPLAMA

Pasif veri toplamanın pek çok yönünü tanımlamak yerine aktif veri toplama unsurlarını ortaya koymak bu kılavuzun zeminini oluşturur. Pazar araştırması için aktif veri toplamanın tipik formu, soruların sorulması ve cevaplanmasıdır. Gerek yüz yüze gerek telefonda olacak şekilde bir görüşmeci/anketör ile olabildiği gibi kâğıt üzerinde ya da çevirim içi kişinin kendi kendine tamamlayacağı bir soru formu da olabilir.

Aktif veri toplama, soruları gönüllü olarak cevaplayan katılımcının bilgilendirilmiş onayını gerektirmekte ve kişinin istemi ile veri, tüm cevaplar silinerek her an iptal edilebilir. Katılımcıya veri toplama nedeni açıklanmalı ve toplanan verilerin yalnızca araştırma amaçları doğrultusunda kullanılacağı garantisi verilmelidir.

## 2. PASİF VERİ TOPLAMA ÖRNEKLERİ

Video teknolojisindeki gelişmeler, pazar araştırma arenasına, farklı lokasyonlarda ve yurt dışında uzaktan gözlem yapabilme fırsatı ve aynı şekilde insanların uzun zaman dilimlerinde ve doğal ortamlarında gözlemlerini veya film edilmelerini gerektiren etnografik araştırmalara canlılık getirmiştir.

Halka açık yerlerde, kapalı devre televizyonlarının (CCTV) izlenmesinde büyük bir artış başlamış durumdadır. Bu, açıkça ( katılımcıların, gizlice olmaksızın, gözlemlendiğini ve müşterilerin, davranışlarının gözlemlenip kaydedildiğini bekledikleri ) ya da daha az açık bir biçimde (gözlemcilerin gizlendiği ve gözlemin paylaşımına açık olmadığı), bir alışveriş merkezindeki davranışların gözlemi olabilir.

Web siteleri, çerez (cookie) ve web tabanlı sistem açıkları olan böcek (web bug) ile tarama verisi ve diğer pasif ölçümler toplamaktadırlar. Ancak gizli müşteri ve çalışan davranışı çalışmalarında da kullanılmakta olan en son online araştırma teknikleri, kişilerin yüz yüze veya görsel ortamlarda birbirleri ile nasıl bir etkileşim içinde olduğuna dayanan ve “ağızdan ağza” gibi büyüyen pazarlama yöntemlerine bağlı olarak online grup ve blogcuları gözlemlemeyi içermektedir.

## 3. TEMEL ETİK PRENSİPLER

Pasif veri toplamanın mümkün olan her formu ile ilgili detaylı bir kılavuz sağlamak uygulanabilir değildir. Bu bölümde, dikkate alınması gereken temel etik ve yasal prensiplerin bir kısmı üzerinde durulacaktır. Sonraki bölümlerde pasif veri toplamanın yaygın formlarına dair değerlendirmelere yer verilecektir.

### **3.1. KİŞİSEL VERİ**

Verinin korunması ile ilgili yasal gereklilikler, özellikle kişisel bilgilerin belirlenebildiği verinin toplanması, işlenmesi ve saklanması ile ilgilidir. Bu, belirlenebilir ya da belirlenmiş kişi (özel bir kişi ya da aksine bir kurum veya karşılaştırılabilir girişim vb.) ile ilgili herhangi bir bilgiyi kapsar. Belirlenebilir kişi, veri kayıtlarının isim, adres, telefon numarası ya da e-posta adresi içermesi durumunda, doğrudan kişisel bilgileri belirlenebilen kişidir. Kişisel bilgilerin belirlenebildiği veri, özellikle, kişinin vatandaşlık numarasına, fiziksel, psikolojik, akli, ekonomik, sosyal durumuna veya konumuna dair bilgilerine referans ile dolaylı yoldan kişisel bilgilerin belirlenebilmelerini mümkün kılar.

Veri sahibini kişisel bilgilerini içermeyen pasif veri toplandığında, veri korunma ihlali riski halen mevcuttur.

### **3.2. BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAY**

Kişisel bilgilerin belirlenebildiği veri kullanılmadan önce, veri sahibinin bilgilendirilmiş olayı gerekmektedir. Katılımcı, toplanan verinin türünü, işleme sebeplerini ve bu veri ile ne yapılacağını bilmelidir. Veri sahibi kişiler, yanlış yönlendirilmemeli, kandırılmamalı ya da yanıltılmamalıdır. Katılım gönüllü olarak ve katılımcının isteği sonucunda iptal edilecek biçimde gerçekleşmelidir. Halkla açık yerlerde, bireylerden, bilgilendirilmiş onay almanın imkânsız olduğu örnekler olabilir. Bu durumlarda halka veri toplama uyarısı verilmelidir (kapalı devre televizyonu operasyonu vb.)s

### **3.3. VERİNİN UYGUN KULLANIMI**

Kişisel verinin kullanımı veri sahibinin kabul ettiği çerçeveye ile sınırlıdır. Araştırma amacı ile toplanan veri başka hiçbir amaç ile kullanılamaz.

### **3.4. ÜÇÜNCÜ PARTİLERİN BİLGİLENDİRİLMESİ**

Kişisel bilgilerin belirlenebildiği veri, veri sahibinin onayı ile ve verinin toplanma amacına ulaşmak için üçüncü partilerle paylaşılabilir. Araştırma amacı ile kullanılan veri araştırma dışı amaçlar için kullanılamaz. Anonimleştirilen ve böylece kişisel bilgilerin belirlenemediği veri üçüncü partilere ulaştırılabilir ve diğer amaçlar için kullanılabilir.

Bir veri kaydı kendi başına bireyin, kişisel bilgilerini içermeyebilir, fakat bağlı olduğu başka bir veri kaydı ile birlikte, kişiyi "belirlenebilir" yapabilir. Bu, veri yayımı ile ilgili, istatistikçilerin, önemli minimum kılavuzun ne olacağı konusunda anlaşmaya varamadığı bir alandır. Araştırmacılar, pazar araştırması verisini özel bir konumda tutmak doğrultusunda, veri yayımı veya transferine dair oldukça dikkatli yaklaşımlarda bulunmalıdır.

### **3.5 HALKA AÇIK ALANLAR**

İnsanların gözlemleyebildiği, halka açık alanlarda yapılan çalışmalar, araştırmacılar tarafından özel ya da erişilemez sayılamaz. Bunun beraberinde, halka açık alan tanımı kültürel çeşitliliğe göre değişebilir ve araştırmacı, yerel şartları ve kültürel gelenekleri göz önünde bulundurmalıdır.

### 3.6 YAYIN YA DA DUYURU YAPMA

Bir kişi görüş veya fikirlerini yayınladığı ya da duyurduğunda, bu bilgi kamu malı olarak değerlendirilir. Bu durum özellikle, kişilerin görüşlerini paylaştıkları, internette açık sohbet odaları ya da forumlarda geçerlidir (gerçek olmayan kimlikler olsa dahi). İnternette kişilerin giriş izni için, katılım, kayıt, üyelik başvurusu gerektiren pek çok site vardır. “Walled gardens” (internet içeriğine ve hizmetlerine erişimi denetleyen ortam) terimi bu yarı kamusal forumları oldukça iyi açıklar. Eğer internetteki bu açık sohbet odaları ve forumlar “walled garden” değillerse, örneğin herkes, girip istediği her şeyi ifade edebiliyorsa, o zaman bu durum yayın ya da duyuru yapmak ile eşit konumdadır. İfade edilen bilgi ve kimlik, kamu malıdır. “Walled garden” olan internet sitelerinde paylaşılan görüşlere, araştırmacı tarafından, gizli gibi muamele edilmeli, araştırmacı kendi varlığını ve amacını deklare etmeli ve işbirliği arayışında olmalıdır.

### 4. GÖRÜŞME VE GRUP TARTIŞMALARININ SES YA DA VİDEO KAYDI

Ses ya da video kaydı, araştırmalarda oldukça kullanılan ve katılımcılar tarafından büyük oranda kabul edilen bir yöntemdir. Bu yöntem, **Market ve Sosyal Araştırmalarda ICC/ESOMAR Uluslararası Kod'u** altında iki soru doğurmaktadır.

- 1) Bu yöntem kullanıldığında, katılımcılardan ne tür bir izin alınmalıdır?
- 2) Bu ses ve video kayıtları, araştırmayı yürüten araştırma şirketinin dışında kalan kişilere hangi boyutta ve tedbirler altında gösterilebilir ya da temin edilebilir?

Video kayıtları en açık problemleri gösterir. Öncelikle video kaydı ile, katılımcının kimliği, ses kaydına göre çok daha kolay bir şekilde belirlenebilir. İkinci olarak, müşteri ya da reklam ajansları, ses kaydına nazaran video kayıtlarını görmek ya da bir kopyasını edinme talepleri içinde olacaklardır. Video kaydının kopyasının, araştırma şirketinin dışına çıkmasıyla, kaydın uygun biçimde kullanımından emin olmak ve katılımcının gizliliğini korumak çok daha önemli ve zor olacaktır. Bu problem, işletmeler arası, medikal ve popülasyonun özel alt grupları arasında yapılan ve videoyu daha sonra izleyecek olan kişiler tarafından, katılımcıların kimliklerinin belirlenebilme olasılığının daha yüksek olduğu araştırmalarda daha akut ve fakat tüm araştırma tiplerinde geçerlidir.

Veri korunmasının ve gizlilikteki gereksiz ihlallerin önlenmesinin kamu yararına olması, araştırmacının, bu ses ve video kayıtlarını büyük bir dikkatle kullanılması ve katılımcıların hakları doğrultusunda uygun tedbirlerin alınmasını sağlaması anlamına gelir. İlgili bilgi, Uluslararası ICC/ESOMAR Kodu'nun 7. Maddesinde yer almaktadır. Bu kılavuz, bu 7.maddenin pratik uygulamalarının detaylı yollarını aşağıda belirtilen tavsiyelerle sunmaktadır.

#### 4.1 KATILIMCILARLA YAPILAN KAYIT KULLANIMI ANLAŞMASI

Bilgilendirme, katılımcıların fikirlerini etkilemeyeceği sürece, katılımcılar, görüşmenin başlangıcında, ses ya da video kayıtlarının kullanılacağı tarafından bilgilendirilmelidirler. Önceden bilgilendirmenin gerekli olmadığı istisna, kayıtların, yalnızca denetleme, kontrol ve analiz amaçlarıyla ve sadece görüşmeyi yapan kişi, moderatör, üst denetçi veya araştırmayı gerçekleştiren araştırmacı tarafından görülecek ya da duyulacak olması durumudur. Her iki durumda da, katılımcılar, görüşmenin sonunda kayda dair bilgilendirilmeli ve istekleri doğrultusunda, kaydın ilgili bölümlerini görebilmeleri, duyabilmeleri, kaydın yok edilmesi ya da kimliklerini tespit edilmemesi adına görüntülerinin sayısallaştırma talepleri karşılanmalıdır.

Bazı ülkeler, kayıt araçlarının kullanımı ile ilgili yasal kısıtlamalara sahiptir ve bu ülkelerde, katılımcıların kayda dair önceden bilgilendirilmeleri zorunludur. Bu özellikle telefon görüşmelerinde geçerlidir ancak diğer kayıt cihazları içinde geçerli olabilir.

Kapalı devre televizyonu, ya da video akışı katılımcıların önceden alınmış izinleri olmadan gerçekleştirilmemelidir.

#### **4.2 ORJİNAL VERİNİN KOPYASI İÇİN MÜŞTERİ HAKLARI**

Genellikle, katılımcılardan elde edilen bilgilerin, katılımcılar anonimleştirilerek, müşteriye temin edilmesi, kabul edilen bir uygulamadır. Bu bilgilerin ses ya da video formatında bulunduğu durumlarda, soru formlarından farklı olarak, anonimleştirilmiş deşifre metni veya video halinde müşteriye sunmak çoğu zaman bir problem yaratmamaktadır (buna rağmen, her iki formda da kimliği belli edecek yorum ve ipuçları ortadan kaldıracak gerekli özen gösterilmelidir). Video kayıtlarında katılımcı kimliğinin ortaya çıkma tehlikesi çok daha fazladır. Bu ve diğer gizlilik kurallarının risk altında olduğu durumlarda, aşağıda delirtilen tavsiyeler takip edilmelidir.

#### **4.3 KAYITLARIN PAYLAŞIMINA YÖNELİK TEDBİRLER**

Kayıtlarda, tüm katılımcılardan açıkça alınmış bir izin bulunmadığı sürece, kaydın araştırmacı ya da araştırmayı gerçekleştiren şirket dışında kalan kişilerin eline geçmesine izin verilmemelidir. Bu izin alınırken, araştırmacı, katılımcıların, videonun gelecekteki kullanım amaçları ile ilgili mümkün olduğu kadar bilgilendirildiğinden emin olmalıdır. Bu bilgi şunları kapsar;

- Kaydın kime verileceği,
- Kaydın kim tarafından izleneceği,
- Kaydın, hangi araştırma amaçları doğrultusunda kullanılacağı.

Özellikle hassas durumlarda, video kaydı araştırma şirketi dışına çıkacaksa, kimliği belirleyecek nitelikleri bulanıklaştırma ya da karartma (teknik olarak mümkün olan durumlarda) ihtimali üzerinde durulmalıdır. Belirli durumlarda, video kaydını sadece ses kaydı olarak paylaşmak da yeterlidir.

Bir video kaydı belirtilen önerilerle uyumlu biçimde paylaşıldığında, kullanım amaçlarındaki uygun kısıtlamaları içerecek şekilde imlenmelidir. Araştırmacı, kaydı alan kimsenin, Uluslararası ICC/ESOMAR Kodu'nun 12. Maddesinde belirtilen Kod'un gerekliliklerin farkında olduğundan ve bu kurallara sadık kalındığından emin olmalıdır (kayıtların kullanımına dair kısıtlamalar projenin en başında mutlaka belirtilmelidir). Kaydın paylaşıldığı kimse, daha önceden üzerinde anlaşılmamış her türlü kullanımı için, araştırmacının (ve gerekirse katılımcıların) iznini almak zorunda olduğuna dair ve hiçbir şart altında kaydın promosyon veya doğrudan satış gibi araştırma dışı amaçlarla kullanılamayacağı konusunda bilgilendirilmelidir. Kaydın herhangi bir kısmının, araştırmacı tarafından, araştırma şirketi dışından, yetkili olmayan herhangi bir kişiye gösterilmesi (ancak verilmemesi) durumunda, araştırmacı, Uluslararası ICC/ESOMAR Kodu'nun 7. Maddesinde belirtilen gerekliliklerin tümü ile karşılandığından emin olmalıdır. Bu gibi durumlarda da katılımcının, önceden alınmış izni olmaksızın, kimliğini belli edecek hiçbir referans yapılamamaktadır.

#### 4.4 GÖRÜŞMELERİN MÜŞTERİ TARAFINDAN GÖZLEMİ

Bir görüşme ya da grup tartışmasının, müşteri ya da temsilcileri (reklam ajansı çalışanları vb.) tarafından izlenmesi, gerek kalite kontrol gerekse araştırma bulgularının daha iyi anlaşılmasını amaçlıyor olsa bile yine benzer şekilde göz önünde tutulacak benzer noktaları içerir. Bu özellikle, katılımcıların kolaylıkla ve açıkça gözlemlendiklerinin farkına varamadıkları durumlardır. Bu duruma gözlemin, ayrıca bir gözlem odasında kapalı devre televizyon ile yapılması örnek olarak verilebilir. Aşağıdaki öneriler, görüşmelerin müşteri tarafından gözlemlenmesi ile ilgilidir.

Belirli durumlarda, müşteriler ve temsilcileri, Uluslararası ICC/ESOMAR Kodu altında, görüşme veya grup tartışmalarını, gerçekleştirdiği sırada izleyebilirler (kayıt ekipmanlarının anında kullanımı dâhilinde ya da haricinde). Nerede olursa olsun, araştırmacı, tüm gözlemcilerin Uluslararası ICC/ESOMAR Kodu'nun gerekliliklerinin farkında olduğundan ve bu gerekliliklere sadık kaldığından, emin olmalıdır.

Araştırmacı ayrıca, gözlemciler arasında, görüşme yapılan katılımcıları tanıma ihtimali olan ya da katılımcılardan herhangi biri ile doğrudan ilişkileri olan kimselerin dâhil olmadığından da emin olmalıdır (işletme yöneticileri veya doktorlar arasında yapılacak bir araştırmanın, müşteri satış personelinin bulunması durumu). Gözlemcilere, katılımcılardan herhangi birini tanımaları durumunda araştırmacıya bunun bilgisini verip, gözlem yapmayı bırakmaları gerektiği söylenmelidir.

Katılımcılara, görüşme ya da tartışmanın, diğer kişiler tarafından izlendiği açıklanmalıdır.

Katılımcılar tarafından sorulmadığı müddetçe, müşteri bilgileri verilmemelidir.

#### 4.5 GÖRÜŞME VE GRUP TARTIŞMALARININ İNTERNET VİDEO AKIŞI

Gözlemcilerin, görüşme veya grup tartışmalarını uzak lokasyonlardan video akışı ile izledikleri şartlarda, araştırmacı, tıpkı araştırma noktasında yapılan gözlemlerde olduğu gibi katılımcıların tüm haklarının, korunduğunda emin olmalıdır.

Video akışı, pek çok internet içeriği gibi işlememektedir.

Web siteleri ve e-posta gibi çoğu internet içeriği, düz metin olarak IP adresi üzerinden geçebilirken, videoların öncelikle şifrelenmeleri gerekir. Şifreleme matematiksel bir algoritmanın video verilerini sıkıştırıp gönderdiği bir süreçtir. Bu süreç videodan sessiz kısımları çıkartır ve hareketin olmadığı noktalarda görüntüyü dondurur; bu işlem video içindeki insanlar ya da objelerin sadece hareket verilerine konsantre olarak video akışlarını daha küçük ve etkin hale getirir. Video bir defa şifrelendiğinde (gerek canlı gerek sonrada izlenmek üzere), müşterinin medya oynatıcısında oynatıldıktan sonra silinen küçük paketler halinde internet üzerinden transfer edilir, bu paketler müşteri tarafında hiç bir yere kaydedilmez

Kullanılan video transfer sistemi alıcı olan bilgisayara kaydın bir kopyasını gönderiyorsa, araştırmacı gözlemcinin bilgisayarındaki önbelleğe kaydedilen bu video akışının silindiği ya da bu kılavuzu ihlal eden bir şekilde kullanılamayacağından emin olmak için gereken önlemleri almalıdır.

ESOMAR bu önlemlerin alınmasını video akışları ve dijital video dosyalarının stenografi (gönderici veya hedef alıcının dışında kimsenin var olduğunu fark edemeyeceği gizli mesajlar yazma sanatı ve bilimi) veya dijital su izi gibi diğer yollarla imzalanmış olduğundan emin olunmasını tavsiye eder, böylece katılımcının izini olmaksızın yayımlanması durumunda videoların orijini kesin bir şekilde izi sürülebilir.

#### 4.6 TELEFON GÖRÜŞMELERİNDE SES KAYDI VE DİNLEME

Pek çok ülkede telefon görüşmelerinin dinlenmesi ya da kayıt altına alınması ile ilgili yasal kısıtlamalar mevcuttur. Dinlemenin amacının kalite kontrol stratejilerinin bir parçası olduğu durumlarda bu konuda bazı istisnalar olabilir. ESOMAR her bir ülke için ayrıca bir kılavuz sağlamamaktadır. Bununla birlikte görüşmelerin, “Bu görüşme, personel eğitimi amaçları ile kaydedilebilir” gibi cümlelerle ile başlatılması tavsiye edilmektedir. Müşteri bir telefon görüşmesini ya da bir görüşmenin ses kaydını dinlemek istediğinde, bu kılavuzda, müşteri gözlemleri konusunun geçtiği bölümler geçerlidir.

#### 5. İNSAN DAVRANIŞLARININ GÖZLEMLENMESİ

Araştırmacının, insan davranışlarını, görüşme yolu yerine izleyerek gözlemlemesi gerektiği durumlarda, iki yol izlenebilir. Açıkça gözlemde buldukları aktiviteye dâhil olabildikleri gibi, aktiviteden uzakta kalarak ve gizlenerek de gözlem yapabilirler. Etik konular yaklaşım biçimine göre değişiklik gösterir.

##### 5.1 KATILIMCININ GÖZLEMLENMESİ

Katılımcının gözlenmesi, iyi biçimde oturmuş bir sosyal bilimler tekniğidir ve insan ilişkilerini keşfine dair sorgulamalarda kullanılmaktadır. Amerikan Psikoloji Derneği Etik Standartları (The Ethical Standards of the American Psychological Association), ESOMAR’ın da desteklediği, “bilgilendirilmiş onay” kapsamında mükemmel bir kılavuz sağlamaktadır.

Standartlarda belirtilen bilgilendirilmiş onayın özelliklerinden bazıları şöyledir:

- Araştırmanın başlangıcından önce, araştırmacılar, katılımcılarla, araştırmanın doğası ve tarafların sorumluluklarını açıklayan bir yazılı anlaşma düzenlerler.
- Bilgilendirilmiş onay alınırken, araştırmacı, katılımcıların makul biçimde anlayabilecekleri bir dil kullanır.
- Bilgilendirilmiş onay, deneklerin kaydı gerçekleşmeden önce alınır.
- Araştırmacı, katılımcının çalışmaya katılım isteğini etkileyebilecek önemli faktörleri (risk, rahatsızlık, olumsuz etkiler ya da gizlilik kısıtlamaları vb.) ve katılımcının bilgi almak isteyebileceği, araştırmanın diğer yanlarını, katılımcıya aktarmalıdır.
- Araştırmacı, katılımcının araştırmanın herhangi bir aşamasında, geri çekilebileceğini ve aynı şekilde araştırmaya katılım ya da geri çekilme sonucunda doğacak tahmin edilebilir sonuçlarını anlatmalıdır.
- Yasal olarak bildirilmiş onay veremeyecek kişiler için, yasalar çerçevesinde, araştırmacı her halükarda gerekli açıklamaları yapar, kişinin onayını alır ve yasal olarak yetkili kişiden uygun izni temin eder.

- Araştırmacı, katılımcıları, kimliği belirlenebilen araştırma verisinin, öngörülen paylaşımı, ileriki kullanımı ve gelecekteki öngörülemez kullanımı ihtimallerine dair bilgilendirir.
- Araştırmacı, katılımcılara araştırmanın doğası, sonuçları ve çıkarımları hakkında bilgi almalarını sağlayacak fırsatı sunar ve katılımcılarda oluşmuş olabilecek yanlış kanıları düzeltmeye yönelik girişimde bulunur.

APA Standartları, raporlar kapsamında şunu önermektedir:

“Araştırmalarının rapor ya da sunumlarında, araştırmacılar, kişilerin yazılı izni olmadığı sürece (veya etik veya yasal müsaade gerektirmediği sürece), konuya ile ilgili, kişisel olarak kimliği belirlenebilen veya gizliliğinin korunması gereken bilgileri açığa çıkarmazlar. “Genellikle”, standartlar, bu gibi bilimsel ya da profesyonel sunumlarda, psikologların, kişilerle veya kurumlarla ilgili özel bilgileri, kimlikleri belirlenmemesi adına değiştirmesi ya da gizlenmesini ve böylece kendi kişisel bilgilerini açıklamaları olası tarafların, tartışmadan bir zarar görmemelerinin sağlanmasını da içerir.”

### 5.1.1 İNTERNET FAALİYETLERİNE KATILIM

Konu ile ilgili herkesin görüp, okuyup, iletebileceği kamuya açık internet alanlarında, ifade edilen fikirler, kamu alanı içinde yer almaktadır.

“İnternet içeriğine ve hizmetlere erişimi denetleyen ortam” daha dikkatli bir biçimde idare edilmelidir. Araştırma amacı ile kısıtlanmalı bir gruba iştirak eden araştırmacı, varlığını ve amacını deklare etmeli ve grup üyeleri ya da alan moderatörün onayını almalıdır.

Katılımcıların, araştırmaya dahil olmak için ziyaret ettikleri, araştırmacı için ve sadece araştırma amacıyla, bilimsel olarak tasarlanmış internet alanlarında, gerekli diğer doğrudan araştırma yaklaşımları dahilinde bilgilendirilmiş onay ve gizlilik ile ilgili tüm gereklilikler sağlanmak zorundadır.

## 5.2 GİZLİ GÖZLEM

Saklanılarak ya da gizli biçimde yapılan gözlemlerin kabul edilebilecek dereceleri ülkeden ülkeye kültürel çeşitlilik göstermektedir. Örneğin İngiltere’de hız kameraları oldukça yaygınken, Amerika Birleşik Devletleri’nde, bu kameraların kurulumu, kişiye özel gizliliğin çığnemesi olarak algılanarak kamuoyu itirazına neden olmuştur. Kişiyeye özel gizlilik ve mahremiyet kültürleri arasında değişiklik sergilemektedir. Kamuya açık alanlarda, açık veya gizli gözlem yapmak yasalara uygundur. Mümkün olduğunca ve kanunlar gerektirdiğince her zaman, kamuya açık alanlarda (mağaza, restoranlar vb.) açık gözlem tekniğini kullanan araştırmacılar, kamuoyuna bildirim yapmalıdırlar.

### 5.2.1 KAMUYA AÇIK ALANLAR

Kamuya açık alanlarda insanların kaydedildiği çalışmalarda, araştırmacı, net uyarı işaretleri kullanmalıdır. Eğer gözlem bir ortam içinde yapılıyorsa, mağaza ya da restoran girişine araştırma amacıyla gözlem yapılmakta olduğunu belirten bildiriler yerleştirilerek araştırma etiğine hitap edilebilir. Katılmamayı seçen kişiler, bu ortama girmeme hakkına sahiptir. Bir kişinin giriş yapmaması beklentisinin uygun olmadığı (bir hastane ortamı gibi) durumlarda, kişiye kendine ait verinin , kimliği belli edecek kısımları karartılarak anonimleştirilmesi ya da araştırma sonuçlarını etkilemeyecek biçimde silinmesi hakkı sunulur. İletişim bilgileri, dikkat çekici, yeterli büyüklükte ve okunabilir yazı karakteri ile sergilenmelidir. Genel olarak kullanılabilir ifadeler aşağıdaki gibidir:



### **BİLDİRİM ÖRNEĞİ:**

Bugün mağaza içerisinde, pazar araştırması amacı ile gözlem ve video kaydı yapılmaktadır.

**Şirket adı:** İletişim bilgileri:

Benzer bir bildiri bir hizmet sunucusunun girişinde kullanılabilir.

### **BİLDİRİM ÖRNEĞİ:**

Sunduğumuz hizmeti geliştirebilmek adına, Şubat ayı süresince, müşteri ve satış personeli arasındaki ilişkilerin tesadüfi olarak gözlemi gerçekleştirilecektir.

**Şirket adı:** İletişim bilgileri:

## **5.2.2 KİŞİYE ÖZEL ALANLAR**

Kişiyeye özel alanlarda gözlem, deneklerin açık izinleri olmadığı sürece gerçekleştirilemez.

## **5.3 GİZLİ MÜŞTERİ**

Gizli müşteri çalışmaları, deneklerin veri topladığının farkında olmadıkları, bir pasif veri toplama çeşididir. ESOMAR, bu konuda ayrıca öneriler bulunduran, **Gizli Müşteri Kılavuzu**'na sahiptir.

## **6. ÖZDEŞ VERİ**

İçinde bulunduğumuz dijital çağda, günlük işlemlerimiz ve faaliyetlerimizin rastlantısal sonuçları olarak, kişisel veri kayıtları oluşturma imkânına sahibiz. Bir cep telefonu, arayan ve aranılan bilgilerinin yanı sıra, yaklaşım olarak nerede olduğuna ve hangi cep telefonu şebekesine bağlı olduğuna dair kayıtlar oluşturur. Bu verilerin tümü, doğru faturalama, aramaların nasıl bağlanacağı gibi belirli amaçlar ile yasal olarak toplanır.

Bu amaçlar doğrultusunda veya iş yönetimi amaçları ile işlenen veri değişkenleri genellikle kısıtlı ve genel araştırma içgörüsü sunmayacak biçimdedir. Bu tip veriler farklı amaçlarla analiz edilmemelidir. Örneğin; kişisel indirim teklifleri sunmak için sıkça aranan numaraların analizi veya uçan kişilere, sıkça uçtukları varış yeri için indirim teklifleri sunmak amaçlı, uçuş rotası analizi yapılmamalıdır. Bu verilerin gerçek pazarlama değeri, müşterinin alışkanlıkları, davranışları veya karakterlerini içeren başka bir veri kaynağı ile kombine edildiğinde, yani iki farklı veri dosyası birleştirildiğinde ortaya çıkar. Bu çalışma veritabanı geliştirme kapsamına girmektedir.

## **6.1 VERİ TABANI GELİŞTİRME**

Araştırma veri dosyasına coğrafi demografi kodlaması eklenmesi basit bir veri tabanı değiştirme örneğidir. Sıradaki kılavuz, iki kişisel veri dosyasının, daha kullanışlı bir araştırma veri tabanı oluşturulması örneklerine uygulanabilecek prosedürleri içermektedir. Veri tabanı geliştirme çalışmaları, dünyanın pek çok ülkesinde, saygın araştırma ajansları tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu tip bir çalışma doğru bir biçimde yürütüldüğünde, gerek kodlama gerek analiz süreçlerinde ya da anonimleştirilmiş son verinin kullanımı herhangi bir gizlilik ihlaline neden olmaz.

Mevcut veri (bu örnekte), kodlama uzmanı tarafından incelenir ve her bir katılımcı, daha önceden belirlenmiş 38 koddan birine ayrılır. 900 tane endüstriyel kategori sınıflamasında, araştırmada detaylı istihdam bilisinin yer alması ile bir kodlama uzmanı kullanarak katılımcı endüstrini kodlamak arasında bir fark yoktur.

Standart veri kodlamadan farklı olan tek unsur, veriyi inceleyip kodlama yapacak teknik uzmanın üçüncü bir taraftan( coğrafi kodlama sisteminin sahibi) temin edilecek olmasıdır. Konuya, **Pazar ve Sosyal Araştırmaların, Uluslararası ICC/ESOMAR Kodu Uygulamalarının ESOMAR Notları'nda (ESOMAR Notes on How to apply the ICC/ESOMAR International Code on Market and Social Research)** değinilmektedir.

## **Madde 12: Sorumluluk**

Kod'un gerekliliklerinin yerine gelmesi ve iyi bir iş uygulaması için araştırmacı, müşteri ve tüm üçüncü partiler arasında, (kendi hesabına çalışan alt yükleniciler veya anketörler vb.), her birinin kendi sorumluluklarını içeren kontrat veya yazılı anlaşmaların düzenlenmiş olması gerekmektedir. Araştırma unsurları taşeron firma ve ya kişilere yaptırılacaksa, araştırmacı taşeronlarla yapacağı anlaşmada taşeronların ve özellikle anketörlerin Kod'u anladıkları ve tamamen bağlı kaldıklarından emin olmalıdır.

Kişisel araştırma verisinde gizliliği sağlamanın yolu, uzman kodlama organizasyonu ile veriyi göndermeden önce, kişilerin isimlerini de içeren adres veriden kişisel veriyi silmektir.

Kodlama tamamlandı araştırma ajansına döndüğünde, kodlar tüm veri tabanına eklenir ve bu aşamadan sonra, anonimleştirilmiş veri olarak analizi gerçekleşir. Belirli bir kişiye dair hiçbir bilgi araştırma ajansının dışına çıkmaz.

Bir katılımcı, araştırma verisinin analizi sonucu olarak pazarlama yaklaşımının bir formunu anlarsa, bunun nedeni, araştırma analizinin belirlediği daha büyük bir hedef grubun bir parçaları olmalarıdır. Bu onların sağladığı kişisel verileri temel alan bir yaklaşım değildir. Bu durum, pazarlama desteği amacıyla gerçekleştirilen herhangi bir araştırma ile aynıdır. Belirli karakteristik özelliklere sahip bir grup kimseyi temsil eden katılımcı, o grup için tasarlanmış pazarlama mesajlarını anlayabilir.

Araştırma ajansının, ilişkili veri koruma konularını üçüncü parti kodlayıcısına aktarması ve aralarında ICC/ESOMAR Kodu ve veri koruma yasalarına uyulacağını belirten bir bildiri imzalamaları oldukça önemlidir.

## **6.2 MÜŞTERİ SADAKAT KARTLARI**

Şirketler, müşteri araştırmalarında, müşteri sadakat kartı üyelik bilgileri ile müşteri sadakat kartı karşılığında, fişlerdeki detaylı veri kayıtlarını bir arada tutmak isterler. Yasal araştırma analizleri için tanımlanmış, veri tabanı geliştirme süreci takip edilmelidir.

## 7. PERAKENDE TAKİBİ

Radyo frekansı ile tanımlama (RFID) teknolojileri, perakendeciler ve üreticiler için, ürünlerin bulunduğu yerler temel alınarak, ürünlerin doğru zamanda doğru yerde temin edilmelerine yardımcı olmak için geliştirilmiştir. Şimdilik müşteri takibi için kullanılan ya da ürünün bulunduğu yer ile kişiler arasında bağlantı kuran bir veri kullanımı örneği bulunmamaktadır. Bu teknoloji ESOMAR tarafında gözlemlenmeye devam edecek ve gerekli olması durumunda bu kılavuzda yapılacak revizeler yayınlanacaktır.

## 8. FİZİKSEL GÖZETİM

Katılımcıların, EEG (Elektro Ansefalogram) ve fMRI (Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme) gibi sensör ve araçlarla fiziksel gözlemini sağlayan nöro ölçüm, tüketici araştırmalarında gelişmekte olan bir alandır. Buradaki asıl sorun bilgilendirilmiş onaydır. EEG ve fMRI olmak üzere her iki yöntemde de, eleme ve uygulama öncesi aşamalarda, tüm rolün açıklanması ve teknolojinin kullanım sorumluluğu araştırma şirketi ve nöro pazarlama şirketindedir.

[Bu kalitatif araştırmada paralellik modeli kullanılmalıdır. Özellikle video kaydının yapılacağı gözlem alanlarının rolü ve kullanımı açıklanmalı, ayna arkasındaki müşteri katılımcılar aynı şekilde projenin rolü kullanımı ve amaçları doğrultusunda bilgilendirilmelidir.](#)

Nöro deneylerde, araştırmacı ve nöro bilimci, deneğe mesleki terimleri ve kullanılan prosedürleri tamamı ile açıklamalıdır. fMRI'da bu daha fazla ilerleme gösteren bir yapıya sahiptir. Denek bir laboratuvar ortamındadır. Sedyede bulunmaktadır. Klostrofobik bir alana girmeden ve bir uyarıcıya maruz kalmadan önce, baş sabitlenmiştir. Kısacası deneyim oldukça invazivdir, uygulanan prosedür uygun ve gerektiği gibi açıklanmadığı sürece belli bir derecede endişeye neden olabilir.

EEG kullanımı ise daha farklıdır. Ortam daha kullanıcı dostu iken kullanılan donanım taşınabilir, hafif, ilerleme göstermeyecek yapıda (invaziv olmayan) olduğundan, anlaşılması çok daha kolaydır. EEG ile işlem, fMRI'da olduğu gibi beynin çalışma biçimini açıklamaktır ve bunu için içinde yaşadığımız çevreye ve gördüğümüz duyduğumuz, tadına baktığımız, kokladığımız ve dokunduğumuz her şeye bir tepki olarak beyin içinde gelişen elektriksel aktivite değişikliklerini ölçümlemeye dayanır.

Eye-tracking ekipmanı giderek artan bir oranda EEG ile kullanılmaktadır. Bu uygulamada, tüketiciler EEG ölçümü için kullanılan bere giymenin yanı sıra, frontal ve retinal hareketleri de takip eden bir gözlük takarlar. Yapılan işlemin açıklanması oldukça önemlidir ve açıklama basit bir formda tutulmalıdır. Ruhsal fizyolojik (psi-phi) (fMRI, EEG, elektrokardiyogram, deri geçirgenliği/direnci vb.) veri toplayan araştırmacılar, net bir saklama (kendi elinde tutma) politikasına sahip olmalıdır. Bu tip bir veri, tıbbi amaçlarla kullanılabilirliğinden, davranışsal verinin çok daha ötesinde bir öneme sahiptir. EEG ve fMRI gizli rahatsızlıkları veya durumları ortaya çıkarabilir. Manyetik rezonans araştırmalarının teşhis yapmaya yönelik bir role sahip olmadığı ve araştırmacıların, verinin klinik uygulamalarını yorumlayacak tıbbi niteliğe sahip olmadıkları deneğe mutlaka aktarılmalıdır. Tıbbi bir personel tarafından incelenmesi durumunda, verinin tutulacağı süre, deneğe açıklanmalıdır.

## 9. DAHA FAZLA BİLGİ

Kılavuzun uygulamalarına dair talepler, ESOMAR Profesyonel Standartlar Komite'sine (ESOMAR Professional Standards Committee), [professional.standards@esomar.org](mailto:professional.standards@esomar.org) gönderilmelidir.

Faydalı linkler:

Amerikan Psikoloji Derneği Etik Standartları (The Ethical Standards of the American Psychological Association)

[www.apa.org/ethics](http://www.apa.org/ethics)

### Proje Ekibi:

- Proje Ekibi Başkanı: John O'Brien, Profesyonel Standartlar Komitesi Danışmanı (Consultant to the Professional Standards Committee)
- Laurent Battais, Marketingscan Fransa, Genel Müdür (Managing Director, Marketingscan, France)
- Hy Mariampolski, Qualiveri Research, ABD, Genel Müdür (Managing Director, Qualiveri Research, USA)
- Max Kalehoff, (ex Buzzmetrics, USA)
- Peter Laybourne, Neuroco, UK, Kürsü Başkanı (Chairman Neuroco, UK)
- Ana Claudia Medeiros, Tüketici ve Pazar Fikir Yöneticisi, Unilever, UK (Consumer and Market Insight Manager Unilever, UK)
- Dan Foreman, Opinium Research, UK, Müdür (Director, Opinium Research, UK)