International Chamber of Commerce

esomar

Pazar, Görüş ve Sosyal Araştırmalar ve Veri Analitiği

Bu belgenin orijinal dili İngilizcedir. Herhangi bir uyuşmazlık, belirsizlik veya tutarsızlık durumunda İngilizce metin esas alınacak ve geçerli olacaktır.

ICC (Uluslararası Ticaret Odası), 170'ten fazla ülkede 45 milyondan fazla şirketin kurumsal temsilcisidir. ICC'nin temel misyonu, iş dünyasının her yerde, her gün, herkes için işlemesini sağlamaktır.

Savunuculuk, çözümler ve standart oluşturmayı benzersiz biçimde bir araya getirerek; uluslararası ticareti, sorumlu iş uygulamalarını ve düzenlemelere küresel yaklaşımı teşvik ediyoruz. Ayrıca, piyasa lideri konumunda uyuşmazlık çözüm hizmetleri sunuyoruz. Üyelerimiz arasında dünyanın önde gelen şirketleri, KOBİ'ler, iş dünyası dernekleri ve yerel ticaret odaları bulunmaktadır.

ESOMAR, araştırma, içgörüler ve analitik topluluğunu güçlendirmeye ve bir araya getirmeye adanmış, dünya çapında kâr amacı gütmeyen bir üyelik organizasyonudur.

1947'den beri ESOMAR, profesyonellerin ve işletmelerin hem küresel hem de yerel sahnede potansiyellerini açığa çıkarmalarına olanak tanıyarak bağlantılar, iş birliği, büyüme ve bilgiye katkıda bulunmuştur; bugün, ESOMAR 130'dan fazla ülkede 50.000'den fazla birey ve 750'den fazla şirket arasında bağlantılar sağlar ve temsil eder.

ESOMAR'ın programları, girişimleri, raporları ve etkinlikleri eğitim, en iyi uygulamalar, etik standartlar, ağ oluşturma ve sektör savunuculuğunu teşvik eder.

ICC/Esomar International Code on Market, Opinion and Social Research and Data Analytics

Telif Hakkı © ICC/ESOMAR 2025. Tüm hakları saklıdır.

© International Chamber of Commerce (ICC)/Esomar, 2025

Bu ortak çalışmadaki tüm telif hakları ve diğer fikri mülkiyet hakları ICC/Esomar'a aittir. ICC/Esomar, aşağıdaki koşullara bağlı olarak bu çalışmanın çoğaltılmasını ve yayılmasını teşvik eder: Kaynak ve telif hakkı sahibi olarak ICC/Esomar gösterilmeli ve belgenin başlığı belirtilmelidir.

Herhangi bir değişiklik, uyarlama veya çeviri; ticari amaçlı kullanım; ya da başka bir kuruluş veya kişinin bu çalışmanın kaynağı olduğu ya da çalışma ile ilişkili olduğu izlenimini verecek herhangi bir kullanım için açık yazılı izin alınması zorunludur.

İzin, ICC'den ipmanagement@iccwbo.org adresi üzerinden veya ESOMAR'dan professional.standards@esomar.org adresi aracılığıyla talep edilebilir.

Tüm ICC kodları ve yönergeleri www.iccwbo.org adresinde mevcuttur.

Tüm ESOMAR Kodları ve kılavuzları www.esomar.org adresinde mevcuttur.

İçindekiler

Giriş **4**

Kod ve bu revizyon 4

Pazar, Görüş ve Sosyal Araştırmalar ve Veri Analitiği 4

Kod Sorumluluğu ve Yorum 5

1. Tanımlar **6**

2. Temel İlkeler **9**

3. Maddeler **11**

Veri Sahiplerine Karşı Sorumluluklar 12

Madde 1 Özen Yükümlülüğü 12

Madde 2 Çocuklar, Genç Kişiler ve Diğer Hassas Bireyler 12

Madde 3 Veri Minimizasyonu 13

Madde 4 Birincil Veri Toplama 13

Madde 5 İkincil Verilerin Kullanımı 14

Madde 6 Veri Koruma ve Gizlilik 14

Müşterilere Karşı Sorumluluklar 15

Madde 7 Amaca Uygunluk 15

Madde 8 Şeffaflık, Gizlilik ve Sorumluluk 15

Genel Kamuoyuna Karşı Sorumluluklar 16

Madde 9 Bulguların Yayınlanması 16

Araştırma Mesleğine Karşı Sorumluluklar 16

Madde 10 Profesyonel Sorumluluk 16

Madde 11 Yasal Sorumluluk 17

Madde 12 Uyum 17

Madde 13 Uygulama 17

Giriş

Pazar, Kamuoyu ve Sosyal Araştırmalar ve Veri Analitiği Konusunda ICC/ESOMAR Uluslararası Kodu (bundan sonra "Kod" olarak anılacaktır), araştırmanın nasıl toplandığı ve çıkarılan sonuçlar konusunda araştırma kullanıcıları, yetkilendirenler ve genel kamuoyunun güven duymasını sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Yanlış bilgi ve dezenformasyonun yaygınlaştığı ve dijital ortamın hızla geliştiği bir ortamda, tüm paydaşların araştırmalara duyduğu güven her zamankinden daha önemlidir.

Pazar, kamuoyu ve sosyal araştırmalar ile veri analitiği, sosyal medya, yapay zekâ (AI), sentetik veriler ve diğer yeni teknolojilerin etkisiyle sürekli dinamik bir değişim sürecinden geçmektedir. Araştırma sürecinin çeşitlenmesi, verileri toplama, düzenleme, analiz etme ve yorumlama yöntemlerimizi dönüştürmektedir. Tipik bir araştırma projesinde birçok aktör yer alabilir. Müşteri, araştırmanın tamamını veya bir kısmını sipariş eden ve yürüten kişi veya kuruluş olabilir. Bu gelişmeler ve denetimin önemi, araştırma programını kimin sipariş ettiğini, çalışmaya kimin katkıda bulunduğunu ve bu Kod'a uymakla ilgili her birinin açık sorumluluk ve hesap verebilirliklerini belirlemenin her zamankinden daha önemli olduğu anlamına gelmektedir.

Kod ve bu revizyon

Kod, 50'den fazla ülkede 60'tan fazla dernek tarafından tanınmaktadır; 70 yılı aşkın bir süre önce oluşturulmuş ve 1977'den beri Uluslararası Ticaret Odası (ICC) ile iş birliği içinde geliştirilmiştir. Kod, 170'ten fazla ülkede 45 milyondan fazla üyeyi temsil eden ICC tarafından benimsenmesiyle önemli bir ağırlık kazanmıştır. Kod, güncelliğini korumak için birkaç kez revize edilmiştir ve en son güncelleme 2016 yılında yapılmıştır. 2025 Kod revizyonunun amacı, araştırmanın yüksek etik standartların teşviki ve dünya çapında kamu güvenini güçlendirme yoluyla sorumlu bir küresel aktör olarak konumunu sürdürmesini sağlayarak, güncel ve amaca uygun kalmasını temin etmektir. Bu revizyon, etik davranış, hesap verebilirlik, şeffaflık ve insan denetiminin gerekliliğini vurgulayan önemli bir revizyondur.

Pazar, Görüş ve Sosyal Araştırmalar ve Veri Analitiği

Pazar, kamuoyu ve sosyal araştırmalar ve veri analitiği, işletmelere, politika yapıcılara ve karar vericilere en uygun eylem yolunu seçmelerine yardımcı olacak şekilde, insanların tutumları, ihtiyaçları ve davranışları hakkında objektif, gerçeklere dayalı bilgi ve içgörüler sağlamayı amaçlamaktadır; Araştırma sektörünün etkin özdenetim taahhüdü çerçevesinde, bu Kod; mahremiyetin korunmasına, özen yükümlülüğümüzün yerine getirilmesine, mesleki sorumluluğun teşvikine ve yasalara uyuma öncelik verir.

Kod Sorumluluğu ve Yorum

Bu Kod, pazar, kamuoyu ve sosyal araştırma ile veri analizi alanlarında özdenetim için kapsamlı bir temel ilkeler ve maddeler dizisi olarak tasarlanmıştır; kamu güvenini sürdürmek, yerel ve uluslararası yasalara uyumu sağlamak ve sektörün en iyi uygulamalarını korumak için standartlar belirler. Araştırmacılar ve analistler -ister geleneksel yöntemleri ister yeni teknolojileri kullansınlar - araştırma katılımcılarına, müşterilere ve genel kamuoyuna karşı etik, profesyonel ve yasal sorumluluklarını yerine getirmeleri beklenir. Kod ayrıca araştırmacıların, Birleşmiş Milletler Medeni ve Siyasi Haklar Uluslararası Sözleşmesi'nin 19. Maddesi'nde belirtilen bilgi talep etme ve paylaşma haklarını da onaylar.

Kod, kendi hizmet platformlarını kullananlar dahil olmak üzere, piyasa, görüş ve sosyal araştırma, veri analizi hem nitel hem de nicel alanlarda yer alan herkese uygulanır. Araştırmacılar, rolleri ve etki düzeylerine göre Kod'a uymalıdır. Bu bağlamda, revize edilmiş Kod, araştırmanın müşterisine/araştırmayı yaptıran tarafa, çalıştırdıkları yüklenicilerin Kod'u bildiklerinden ve ona tam olarak uyduklarından emin olma yönünde ek bir sorumluluk yüklemektedir

Bu Kod, tüm ESOMAR üyeleri ve onu benimseyip uygulayan diğer araştırma dernekleri ve özdenetim kuruluşlarındaki kişilerle, araştırma sürecinin herhangi bir bölümüne dahil olan veya ona katılan herkes için zorunludur.

Kod, hem özüne hem de metinsel hükümlerine uygun şekilde uygulanmalıdır. Uygulaması, belirli araştırma yöntemleri ve uygulamalarında bağlam sağlayan diğer ilgili ICC ve ESOMAR kodları, kılavuzlar, ilkeler ve çerçeve yorumlarıyla birlikte gerçekleştirilmelidir. Bu ve benzeri diğer belgeler www.iccwbo.org and www.esomar.org adreslerinden temin edilebilir.

Temel İlkeler, Kuralların ana temalarını kapsar.

Makalelerde yer alan başlıklar, Kod'un bir parçasıdır ve bu şekilde yorumlanmalıdır.

Tanımlar

Bu Kod'un amacı doğrultusunda aşağıdaki terimler şu özel anlamlara sahiptir:

Yapay Zeka (AI), insan zekasını ve problem çözme yeteneklerini taklit etmek için tasarlanmış bir dizi teknolojidir.

Çocuk, 12 yaş ve altındaki bir kişiyi ifade eder[2]. Ayrıca "Genç kişi" bölümüne bakınız.

Müşteri, araştırmanın tamamını veya bir kısmını talep eden, sipariş eden veya abone olan- dahili veya harici- herhangi bir birey veya organizasyon, departman veya bölüm anlamına gelir.

Rıza, bir bireyin kişisel verilerinin toplanması, işlenmesi ve kullanımı ile ilgili net bilgileri aldıktan sonra bilgilendirilmiş bir şekilde özgür iradesiyle verdiği açık onayı ifade eder.

Veri analitiği, araştırma amaçları için gizli kalıpları, bilinmeyen ilişkileri, eğilimleri, tercihleri ve diğer faydalı bilgileri ortaya çıkarmak üzere veri kümelerinin entegre edilmesi ve/veya sorgulanması sürecini ifade eder.

Veri konusu, verileri araştırmalarda kullanılan her birey/kişiyi ifade eder (bazı durumlarda, veri konusu bir şirket veya kuruluş olabilir).

Zarar, somut veya maddi hasar (örneğin, fiziksel yaralanma veya mali kayıp), zihinsel veya ahlaki zarar, manevi zarar (örneğin, itibar veya iyi niyetin zedelenmesi) veya özel hayata aşırı müdahale anlamına gelir.

Birey/kişi, sanal/dijital olarak oluşturulmuş bir karakter veya varlıktan ayırt etmek için bir insanı ifade eder.

Araştırma dışı faaliyet, kişisel verileri toplanan veya analiz edilen bir bireyin tutumlarını, görüşlerini veya eylemlerini değiştirme niyetiyle doğrudan eylemde bulunmak anlamına gelir.

Pasif veri toplama, bir bireyin/kişinin eylemlerini veya davranışlarını gözlemleyerek, ölçerek veya kaydederek kişisel verilerin toplanması anlamına gelir.

Kişisel veri, doğrudan veya dolaylı[4] olarak kimliği belirlenebilen bir birey/kişiye (veri konusu) ilişkin herhangi bir bilgi anlamına gelir.

Birincil veri, bir araştırmacı tarafından araştırma amacıyla doğrudan bir bireyden/kişiden toplanan verilerdir.

Gizlilik bildirimi (bazen gizlilik politikası olarak da adlandırılır), bir organizasyonun veya bireysel operatörün, bir veri sahibinin kişisel verilerini neden ve nasıl topladığını, kullandığını, ifşa ettiğini ve yönettiğini açıklayan yayınlanmış bir özet anlamına gelir.

Araştırma, veri analitiği dahil olmak üzere araştırma amaçlı uygulanan her türlü piyasa, görüş ve sosyal araştırmayı kapsar ve bireyler ve organizasyonlar hakkında sistematik bilgi toplama, analiz etme ve yorumlama anlamına gelir; mal ve hizmet sağlayıcıları, hükümetler, kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve genel kamu tarafından karar verme süreçlerini desteklemek ve içgörüler oluşturmak için uygulamalı sosyal, davranışsal, veri ve diğer bilimlerin istatistiksel ve/veya analitik yöntemlerini ve tekniklerini kullanır.

---

1 Bu tanım, araştırmanın belirli bağlamında gerekli görüldüğü için dahil edilmiştir; tanımın kasıtlı olarak geniş ve teknik olmayan bir şekilde yapılması, Kod'un mevcut ve gelecekteki tüm yapay zekâ uygulamalarını kapsaması içindir ve bu Kod'a dayanmayan herhangi bir özdenetim belgesine zarar vermemektedir.

2 Uyulması gereken ilgili yasa, "çocuk" tanımını farklı şekilde belirleyebilir.

3 Doğrudan tanımlayıcılara örnek olarak isim, belirli bir coğrafi konum, telefon numarası, fotoğraf, ses veya video kaydı verilebilir.

4 Dolaylı tanımlayıcılar, birleştirildiklerinde veri sahibini tanımlamak için kullanılabilecek tanımlayıcılardır; dolaylı tanımlayıcılara bir bireyin fiziksel, fizyolojik, zihinsel, ekonomik, kültürel veya sosyal özelliklerine yapılan referanslar örnek olarak verilebilir; uyulması gereken yürürlükteki yasalar, dolaylı tanınabilirliği farklı tanımlayabilir; bazı yargı bölgelerinde, veri sahibini tanımasa bile veri yine de kişisel veri olarak kabul edilebilir; diğerlerinde ise yalnızca birey yasal yollarla yeniden kimliklendirilebiliyorsa kişisel veri olarak kabul edilir; uyulması gereken yürürlükteki yasa "genç kişi"yi farklı tanımlayabilir..

Araştırmacı, bir araştırma programının tamamını veya bir kısmını yürüten herhangi bir kişi veya kuruluş anlamına gelir.

İkincil veri, başka bir amaç için toplanmış ve sonradan araştırmada kullanılan veriler anlamına gelir.

Sentetik veri, gerçek dünya verilerinin özelliklerini kopyalamak için üretilmiş bilgileri ifade eder.

Sentetik persona, gerçek kişilerin veya grupların davranışlarını, tercihlerini ve özelliklerini taklit etmek amacıyla oluşturulan dijital bir tem sil anlamına gelir.

Savunmasız kişi, geçici veya kalıcı bilişsel bozukluklar veya iletişim engelleri dahil, gönüllü ve bilinçli karar verme kapasitesi sınırlı olabilecek bir birey/kişi anlamına gelir.

Genç kişi, 13 ila 17[5] yaşları arasındaki ergen anlamına gelir; gençler terimi ise aynı anlamda çoğul olarak kullanılır.

5 Uyulması gereken yürürlükteki yasa "Genç kişi"yi farklı tanımlayabilir.

Temel İlkeler

Bu Kod, piyasa, kamuoyu ve sosyal araştırma ile veri analizinin mevcut ortamda oynadığı rol ve önemi kapsayan beş temel ilkeye dayanmaktadır ve bu ilkeler, Kod Maddelerinin yorumlanması ve uygulanmasına temel teşkil etmektedir; yasallık temeli oluştururken, Kod yasal gerekliliklerin ötesine geçen etik standartları destekler.

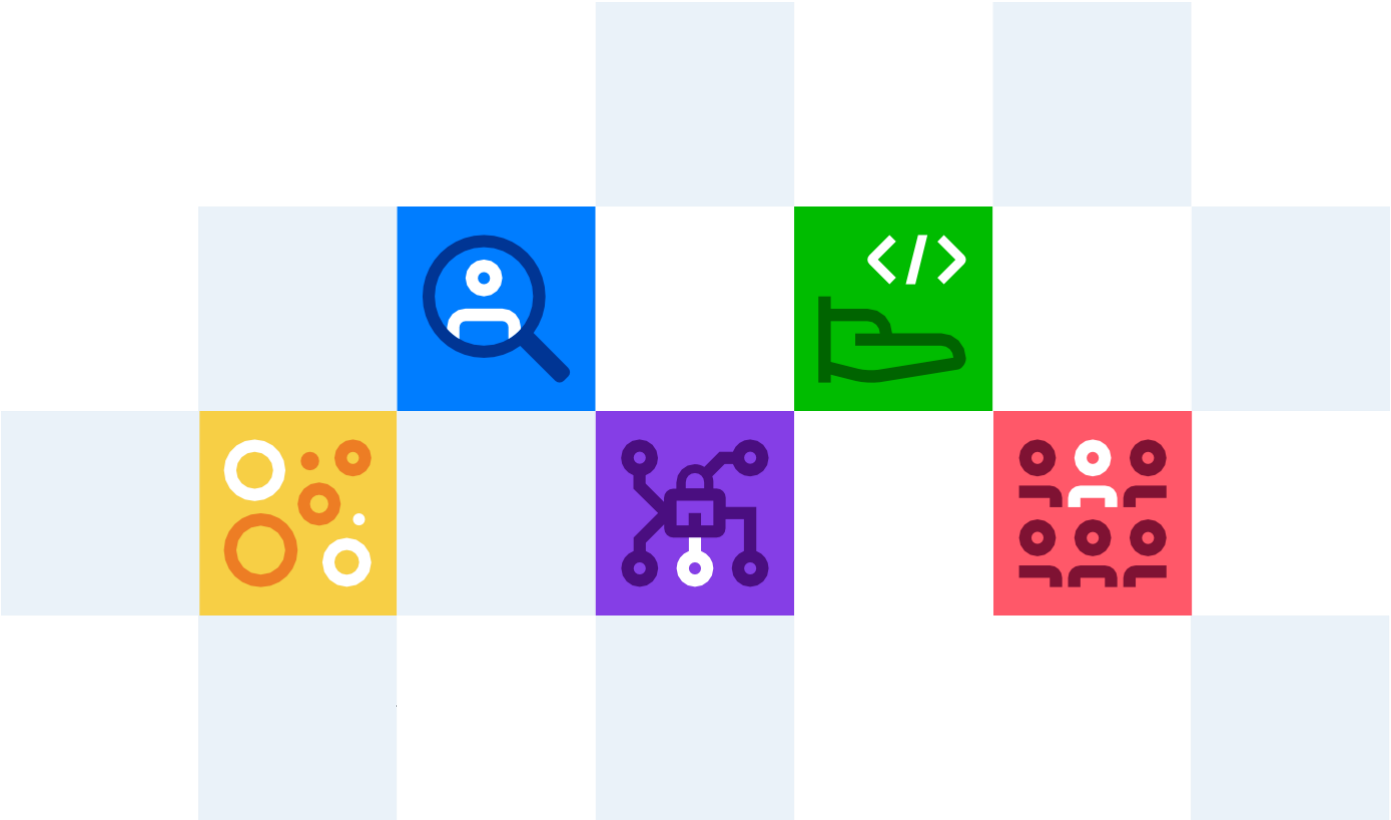
1 Tüm araştırmalar yasal, dürüst, şeffaf ve doğru olmalıdır.

2 Tüm araştırmalar gereken özenle yapılmalıdır. Etkileşimler adil, saygılı olmalı ve veri sahibine zarar vermekten kaçınılmalıdır.

3 Araştırmacılar, veri sahiplerine kişisel verilerinin nasıl toplanıp kullanılacağını açık bir şekilde iletmelidir; tüm kişisel veriler yetkisiz erişim veya kullanıma karşı tamamen korunmalıdır.

4 Araştırmacılar etik davranmalı ve kamuoyunun araştırmaya olan güvenini sarsacak veya itibarını zedeleyecek hiçbir şey yapmamalıdır.

5 Araştırmacılar, uygulanan yöntem, teknik ve teknolojiden bağımsız olarak üstlendikleri araştırmanın genel sorumluluğunu ve denetimini taşırlar. Araştırmaya katkı sağlayanlar, etkinlikleri, uzmanlıkları ve denetimleriyle orantılı bir sorumluluk düzeyine sahiptirler.



Maddeler

Veri Sahiplerine Karşı Sorumluluklar

Madde 1 Özen Yükümlülüğü

(a) Çocuklar, gençler ve diğer hassas bireyler dahil olmak üzere araştırmaya veri öznesi olarak katılmaları talep edilen tüm bireyler, katılmayı reddetme hakkına sahiptir ve ikincil veri toplama konuları da uygun olduğunda bu kapsama dahildir.

(b) Kişisel verilerin doğrudan ya da dolaylı olarak nicel veya nitel araştırmalar için toplanıp toplanmadığına bakılmaksızın, araştırmacılar katılımın zarara yol açmamasını sağlamalıdır.

(c) Temel kişisel veriler, yerel hukuk tarafından tanımlanan istisnai yaşam tehdit eden veya kötüye kullanım durumlarında acil durumlara açıklanabilir.

(d) Araştırmacılar, araştırmanın hem bütünlüğüne hem de sağlanan bilgilerin gizli tutulmasına olan kamu güvenine dayandığını bilmelidir; bu nedenle, araştırmacılar araştırma ile araştırma dışı faaliyetler[6] arasında net bir ayrımı titizlikle korumalıdır.

(e) Veri sahipleri, veri toplamaya başlamadan önce, araştırma dışı herhangi bir etkinlik—örneğin tanıtım, ticari veya müşteri deneyimi takibi—hakkında bilgilendirilmelidir. Araştırma dışı amaçlar için ayrı bir onay alınmalıdır. Bu tür uygulamalar, araştırma faaliyetlerinden açıkça ayırt edilmelidir.

Madde 2 Çocuklar, Genç Kişiler ve Diğer Savunmasız Bireyler

(a) Çocuklar veri konusu olarak yer aldığında ve ayrıca ilgili yasa gerektirdiğinde, ebeveyn, yasal veli veya sorumlu bir yetişkinden onay alınmalıdır.

Araştırmacılar, çocuklardan ek kişisel veri toplamadan önce veri sahibinin yaşını belirlemeli ve rızasını almalıdır. Toplanacak bilginin niteliği ve kapsamı da belirlenmelidir.

(b) Araştırmacılar, çocuklar ve gençlerin araştırmalara katılımını değerlendirirken özel bir özen göstermelidir; araştırmanın içeriği ve niteliği, onların yaşlarına, olgunluk seviyelerine ve değişen bilişsel yeteneklerine uygun olmalıdır ve araştırma süresince, bir çocuk ya da savunmasız bireyin sahip olabileceği veya gösterebileceği herhangi bir duyarlılığa dikkat etmelidirler.

(c) Kişisel veriler, yalnızca ebeveyn, yasal vasi veya sorumlu bir yetişkinden izin alındıktan sonra veya ifşa yasal olarak yetkilendirildiğinde araştırmacılar tarafından üçüncü taraflara açıklanmalıdır.

(d) Kırılgan bireylerle çalışırken, araştırmacılar, bu kişilerin bilinçli kararlar alabilecek kapasitede olduklarından ve bir araştırma talebine iş birliği yapmaya zorlanmadıklarından emin olmalıdırlar.

---

6 Araştırmacı olmayanların da araştırmayı ticari faaliyetlerden açıkça ayırt etmesinin önemli olması nedeniyle, ICC Reklam ve Pazarlama İletişimi Kodu'nun 7. Maddesi'ne dikkat çekilmektedir: 'Pazarlama iletişimleri gerçek ticari amacını şeffaf bir şekilde yansıtmalı ve bunu yanlış tanıtmamalıdır; bu nedenle, mal satışını veya hizmet sözleşmesini teşvik eden bir iletişim, örneğin haber, editoryal içerik, pazar araştırması, tüketici anketleri, tüketici yorumları, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik, özel bloglar, sosyal medyada özel paylaşımlar veya bağımsız incelemeler gibi kamufle edilmemelidir.'

Madde 3 Veri Minimizasyonu

(a) Araştırmacılar, herhangi bir araştırma projesinde kişisel verilerin toplanmasını ve/veya işlenmesini, makul ve araştırmanın amacına doğrudan ilgili bilgilere sınırlamalıdır (ayrıca bkz. Madde 6(e)).

(b) Verilerin alt yüklenicilere veya diğer üçüncü taraf tedarikçilere sağlandığı durumlarda, araştırmacılar bu hizmetleri yerine getirmeleri için gerekli olan minimum kişisel verinin aktarılmasını sağlamalıdır; bu veriler herhangi bir ek amaç için kullanılmamalıdır.

Madde 4 Birincil Veri Toplama

(a) Kişisel veriler araştırma amacıyla doğrudan veri öznesinden toplanırken:

i. Araştırmacılar — temsil ediyor olsalar da olmasalar da Kuruluş, şirket veya bağımsız bir uygulayıcı olarak araştırmacı kendisini derhal tanıtmalı ve veri sahipleri araştırmacının kimliğini zorlanmadan doğrulayabilmelidir; ayrıca veri sahibi, araştırmayla ilgili herhangi bir endişe veya soruları olduğunda araştırmacı veya onların kuruluşuna hızlı ve kolay bir şekilde ulaşabilmelidir.

ii. Bir araştırmanın başında verilerin toplanması için yapay bir persona kullanımı, veri sahibine açık bir şekilde bildirilmelidir.

iii. Araştırmacılar, katılımın gönüllü olmasını ve araştırmanın genel amacı ile niteliğine ilişkin açık ve doğru bilgiler üzerine dayanmasını sağlamak zorundadır. Bu bilgiler araştırmanın başında verilmelidir. Metodoloji gereği bunun mümkün olmaması hâlinde, veri sahipleri en erken fırsatta bilgilendirilmelidir.

iv. Araştırmacılar, herhangi bir etkinliğin yeniden iletişim kurmayı içereceği durumlarda veri sahiplerini bilgilendirmeli ve bu yeniden iletişim için veri sahiplerinin onayını almalıdır; tek istisnalar ise kalite kontrol amaçlı yeniden iletişim, tıbbi araştırmalar gibi karşılaşılan olumsuz olayların raporlanması veya yasanın gerektirmesidir.

v. Araştırmacılar, kişisel verilerin ne kadar süreyle ve hangi amaçla saklanacağını açık bir şekilde belirtmelidir.

(b) Veri sahibinden dolaylı/pasif olarak veri toplarken:

i. Veri toplama, veri sahibinin rızasına dayanmalı ve yukarıdaki (a) i-v tüm şartları karşılamalıdır.

ii. Rızanın alınmasının mümkün olmadığı durumlarda, araştırmacıların verileri toplamak için yasal olarak izin verilen gerekçelere sahip olmaları ve operatif olarak mümkün olan en kısa sürede tanımlayıcı özellikleri kaldırmaları veya gizlemeleri gerekmektedir.

(c) Araştırmacılar, veri sahiplerinin herhangi bir zamanda araştırmadan çekilmelerine izin vermelidirler; çekilme üzerine, toplanan tüm kişisel veriler, eğer bu teknik ve operasyonel olarak mümkünse ve önceden toplanan veya analiz edilen araştırma sonuçlarının bütünlüğünü tehlikeye atmıyorsa, silinmelidir.

(d) Teknik ve operasyonel olarak mümkün olan yerlerde ve araştırma sonuçlarının bütünlüğünü tehlikeye atmadığı durumlarda, veri sahiplerinin kişisel verilerini değiştirme erişimine sahip olmaları gerekir.

Madde 5 İkincil Verilerin Kullanımı

Kişisel verileri içeren ikincil verileri kullanırken, araştırmacılar şunları sağlamalıdır:

(a) Planlanan kullanım, verilerin ilk toplandığı amaç ve kaliteyle uyumlu olmalı ve ek veri toplama veya işleme için yeniden kullanımına ilişkin açık gerekçeler bulunmalıdır

(b) Planlanan kullanım, ilk toplama sırasında özellikle hariç tutulmamış olmalı ve herhangi bir sözleşme kısıtlamasını, telif hakkını veya fikri mülkiyet hakkını ihlal etmemelidir.

(c) Verilerin kullanımı, veri sahiplerine doğrudan bir zarara yol açmamalı ve böyle bir zararı önlemek için gerekli önlemler alınmış olmalıdır.

(d) Bireysel veri sahiplerinden gelen verilerinin başka amaçlar için kullanılmaması yönündeki talepler her zaman yerine getirilmelidir.

Madde 6 Veri Koruma ve Gizlilik

(a) Araştırmacılar ve alt yükleniciler, veri sahibinin kişisel verilerini, veri sahibinin verilerin kullanılacağı belirli amaca izin vermediği ve böyle bir aktarımı kabul etmediği sürece, bir müşteriyle paylaşmamalı veya aktarmamalıdır.

(b) Araştırmacılar, veri sahiplerine açık, yanıltıcı olmayan ve kolayca erişilebilir bir gizlilik bildirimi sağlamalıdır. Eğer izleme araçları kullanılıyorsa, bu konu hakkında da veri sahibinden herhangi bir veri toplanmadan önce bildirim yapılmalıdır.

(c) Araştırmacılar, gelişmiş analiz teknikleri veya yapay zekâ kullanıldığında bile kişisel verilerin, bir kişinin çıkarılan kimliği de dâhil olmak üzere, tümevarımsal açıklama yoluyla izlenebilir olmamasını sağlamak için önlemler almalıdır; bu teknikler çapraz analiz, küçük örnekler, başka çıkarım biçimleri veya bir müşterinin kayıtları, ikincil veya halka açık veri setleri gibi ek verilerle birleştirmeyi içerebilir.

(d) Araştırmacılar, kişisel verilerin güvenli bir şekilde saklanmasını sağlamak için tüm makul önlemleri almalıdır. Veriler, kayıp, izinsiz erişim gibi siber saldırılar veya hacking, yıkım, kötüye kullanım, manipülasyon, değişiklik, ifşa veya verileri tehlikeye atabilecek herhangi bir eyleme karşı korunmalıdır.

(e) Kişisel veriler, toplandığı veya kullanıldığı ilk amaç için gerekli olandan daha uzun süre tutulmamalıdır; ardından veriler anonimleştirilmeli veya silinmelidir.

(f) Araştırmacılar, kişisel verileri müşterilere, taşeronlara veya diğer üçüncü taraf hizmet sağlayıcılarına aktarmadan önce, bu alıcıların en az eşdeğer güvenlik önlemleri almasını sağlamalı ve tüm ilgili veri koruma ve veri ihlali yasalarına uymalarını temin etmelidir.

(g) Araştırmacılar, kişisel verileri bir yargı alanından diğerine aktarılan veri sahiplerinin veri koruma haklarının korunmasını sağlamak için özel özen göstermelidir. Bu tür aktarımlar, veri sahibinin rızası olmadan yapılmamalı ve Madde 4 (a) i-v'de belirtilen tüm koşulları karşılamalıdır. Ayrıca, araştırmacılar, bu Kod'un güvenlik önlemleri ve veri koruma ilkelerine tüm taraflarca uyulmasını sağlamak için her türlü makul adımı atmalıdır.

(h) Kişisel verileri içeren bir veri ihlali durumunda, araştırmacıların, ilgili veri sahiplerine karşı bir özen yükümlülüğü vardır. İlgili yasalar gereğince, bu kişisel veri sahipleri ve ilgili makamlar ihlal hakkında bilgilendirilmelidir.

Müşterilere Karşı Sorumluluklar

Madde 7 Amaca Uygunluk

(a) Araştırmacılar, amaca uygun ve müşteri ile üzerinde anlaşılan gereksinimleri ve kaliteyi karşılayan bir araştırma tasarlamalıdır; aksi takdirde, müşteri bilgilendirilmeli ve sorunlar çözülmelidir.

(b) Araştırmacılar, araştırmayı dikkatle tasarlamalıdır. İlgili popülasyona uygun olmalı ve hedef grubu mümkün olduğunca doğru yansıtmalıdırlar; ayrıca araştırmanın belirlenen hedef grubu ne kadar iyi yansıttığını etkileyebilecek veri kaynaklarındaki potansiyel eksiklikler veya nüfus temsiliyetindeki sınırlamalar gibi konular hakkında şeffaf olmalıdırlar.

(c) Araştırmacılar, müşterilerin sonuçların geçerliliğini ve elde edilen anlayış ve sonuçları değerlendirebilmeleri için yöntem, veri kaynakları, kalite kontrolleri, kullanılan analiz ve araştırmanın olası sınırlamaları dahil olmak üzere yeterli teknik bilgi sağlamalıdır.

(d) Araştırmacılar, bulguların, sonuçların ve bunların herhangi bir yorumunun verilerle açık ve yeterli bir şekilde desteklendiğinden emin olmalıdırlar. Ayrıca, bulgular, araştırmacıların bu bulgulara ilişkin yorumları ve elde edilen herhangi bir içgörü ile yapılan sonuçlar veya öneriler arasında net bir ayrım yapmalıdırlar.

(e) Veri setlerinin derlenmesi, analizi, raporlanması veya bulguların yorumlanmasında yapay zeka veya diğer gelişen teknolojiler kullanılacaksa, müşteri bilgilendirilmelidir. Bu, sentetik veri ve sentetik kişiliklerin kullanımını da içerir. Bu tür durumlarda, insan denetiminin kapsamı belirtilmelidir.

(f) Araştırmacılar, yapay zeka veya yeni teknolojiler tarafından kullanıldığında, anketlerden veya müşteri ile ilgili kaynaklardan gelen herhangi bir araştırma verisinin veya ilgili materyallerin gizli kalmasını sağlamalıdır; bu tür materyallere erişim, güvenli ve kontrol altında bir ortamla kesinlikle sınırlı olmalıdır.

(g) Talep üzerine, araştırmacılar uygun gizlilik anlaşmalarına tabi olarak müşterilerin veri toplama ve veri hazırlama kalitesini bağımsız olarak kontrol ettirmelerine izin vermelidir.

Madde 8 Şeffaflık, Gizlilik ve Sorumluluk

(a) Araştırmacılar, verilerin toplanması, düzenlenmesi, işlenmesi, analizi veya yorumlanması ile bulgular üzerinde etkisi olabilecek bilinen, potansiyel veya şüphelenilen her türlü önyargıyı belirlemeli ve bu konuda şeffaf olmalıdır.

(b) Araştırmacılar, verilerin yeniden kullanılması veya uygulanmasıyla ilgili telif hakkı gibi fikri mülkiyet kısıtlamalarına veya gizlilik gereksinimlerine uymalıdır.

(c) Talep edilmesi hâlinde, araştırmacılar taşeron kullanımını beyan etmelidir.

(d) Tüm taraflar, araştırmacılar, müşteriler, taşeronlar veya veri sahipleriyle ilgili olsun, anlaşmazlıkları çözmek için iyi niyetle çalışmalıdır.

(e) Araştırmacılar, müşteriyle yapılan tüm iletişimleri ve tüm araştırma sonuçlarını, müşteriyle farklı bir anlaşmaya varılmadıkça gizli tutmalıdır.

Genel Kamuoyuna Yönelik Sorumluluklar

Madde 9 Bulguları Yayınlama

Bulgular yayımlanırken:

(a) Araştırmacılar ve müşteriler, kamuoyunun sonuçların geçerliliğini değerlendirmek için veri kaynakları, örnekleme ve metodoloji dahil yeterli bilgiye erişimini sağlamalıdır; bu bilgiler genel kamu tarafından kolayca anlaşılabilir bir biçimde sunulmalıdır.

(b) Makul bir talep üzerine, araştırmacılar yayımlanan bulguları doğrulamak için yeterli teknik bilgiyi ve açık belgeleri zamanında sunmalıdır; araştırmacılar ve müşteriler, örnekleme, dağıtım, analiz veya veri yorumlamasında AI, sentetik veri veya diğer yeni tekniklerin ve/veya teknolojilerin önemli bir rol oynayıp oynamadığını ve ne ölçüde insan denetiminin dahil olduğunu açıklamalıdır.

(c) Araştırmacılar, araştırmayı veya sonuçlarını yeterli veri desteği olmadan yaymamalı; adlarının ya da kurumlarının adıyla böyle bir yayına ilişkilendirilmesine izin vermemelidir.

(d) Araştırmacılar, müşterinin araştırma bulgularına ilişkin herhangi bir yayının biçim ve içeriği konusunda kendilerine danışılmasını sağlamalıdır. Hem müşteri hem de araştırmacı, yayımlanan sonuçların yanıltıcı olmamasını ve bulguların gereksiz biçimde seçmeci bir şekilde sunulmamasını temin etmekle sorumludur.

(e) Bir araştırma, bir veri sahibinin kimliğinin veya kişisel verilerinin yayımlanmasını içeriyorsa, araştırmacılar hangi verilerin yayımlanacağını veri sahibine önceden açıkça bildirmeli ve önceden on aylarını almalıdır.

Araştırma Mesleğine Karşı Sorumluluklar

Madde 10 Mesleki Sorumluluk

(a) Araştırmacılar dürüst, şeffaf, doğru ve objektif olmalıdır. Verilerin veya bilgilerin toplanmasının, işlenmesinin ve analizinin uygun bilimsel araştırma ilkeleri, yöntemleri ve teknikleri doğrultusunda yapılmasını sağlamalıdırlar.

(b) Araştırmacılar etik davranmalı ve kamuoyunun araştırmaya olan güven ve güvenini zedeleyebilecek veya itibarını zedeleyebilecek hiçbir şey yapmamalıdır.

(c) Araştırmacılar tüm mesleki ve ticari ilişkilerinde dürüst ve açık olmalıdır.

(d) Araştırmacılar, kendi becerileri, deneyimleri veya faaliyetleri ya da organizasyonlarının bunları hakkında yanlış veya yanıltıcı beyanlarda bulunmamalıdır.

(e) Araştırmacılar, diğer araştırmacıları haksız yere eleştirmemelidir.

(f) Araştırmacılar, genel kabul görmüş adil rekabet ilkelerine riayet etmelidir.

(g) Araştırmacılar, bir araştırma çalışmasına ilişkin olası çıkar çatışmalarını müşteriye bildirmelidir.

Madde 11 Yasal Sorumluluk

(a) Araştırmacılar, geçerli olan tüm uluslararası ve ulusal yasal ara, yerel davranış kurallarına, mesleki standartlara veya kurallara uymalıdır; eğer ICC/ESOMAR Uluslararası Pazar, Görüş ve Sosyal Araştırma ve Veri Analitiği Kodu daha yüksek bir standart dayatıyorsa, araştırmacılar bu daha yüksek standarda uymalıdır.

(b) Araştırmacılar ve müşteriler, yayınlanan araştırma sonuçlarında ve bulgularında AI uygulaması ve eğitim verileri ile ilgili olanlar da dahil olmak üzere telif hakkı ihlalleri gibi gizlilik veya fikri mülkiyet (IP) ihlali olmadığını kontrol etmelidir.

Madde 12 Uyum

(a) Araştırmacılar, araştırmanın bu Koda uygun olarak yürütülmesini, müşterilerin ve araştırmanın diğer taraflarının, tüm alt yükleniciler dahil, gerekliliklerine uymayı kabul etmesini ve gerektiği yerlerde, bu Kodun, tüm organizasyonlar, şirketler ve bireyler tarafından araştırmanın faaliyetlerine, uzmanlıklarına ve kontrolüne uygun olarak tüm aşamalarında uygulanmasını sağlamalıdır.

Uygun olduğu durumlarda, tüm taraflar sözleşmelerine Kod'a uyma ve bağlı kalma sorumluluklarını doğrulayan bir madde eklemeye teşvik edilir.

(b) Bir araştırmacı tarafından bu Kuralların ihlalinin düzeltilmesi arzu edilen bir durumdur, ancak ihlali mazur göstermez.

(c) Araştırmacılar, bu Kod'un olası bir ihlaline ilişkin ESOMAR tarafından yürütülen herhangi bir disiplin soruşturmasıyla iş birliği yapmak zorundadır. Bunu yapmamak, bu Kod'un ihlali olarak kabul edilecektir. Bu hüküm, aynı zamanda bu Kod'u uygulayan diğer özdenetim kuruluşlarının üyeleri ile onların yetkili organlarınca yürütülen disiplin soruşturmaları için de geçerlidir.

Madde 13 Uygulama

(a) Kod ve onun temel ilkeleri benimsendikten sonra, uygun özdenetim organları tarafından yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde uygulanmalıdır; araştırmacılar ve müşteriler de araştırma ile ilgili yerel özdenetim belgelerini ve uygun özdenetim organı tarafından alınmış herhangi bir kararı öğrenmelidir.

(b) Bu Kurallarda yer alan ilkelerin yorumlanmasına yönelik talepler, ESOMAR Profesyonel Standartlar Komitesine veya belirli durumlarda ICC Kodu yorumlama paneli tarafından değerlendirilmek üzere Küresel ICC Pazarlama ve Reklamcılık Komisyonuna sunulmalıdır.

ICC

esomar