MDF-ის მედიის საარჩევნო გზამკვლევი

როგორ გავაშუქოთ საზოგადოებრივი აზრის კვლევა?

MDF
მედიის განვითარების ფონდი
MEDIA DEVELOPMENT FOUNDATION

Kingdom of the Netherlands

წინასაარჩევნო პერიოდში „საარჩევნო კოდექსი“ , „მაუწყებლობის შესახებ კანონი“ და „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“ მედიას, საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გაშუქებისას, 3 წინაპირობას უყენებს. ესენია:

1. **კვლევის სანდოობის ტესტი**
2. **სავალდებულო რეკვიზიტების მითითება**
3. **გამოქვეყნების შეზღუდვა დროის გარკვეულ ინტერვალში.**

რატომ არის აუცილებელი კვლევის შედეგების საარჩევნო პერიოდში კანონმდებლობით დარეგულირება?

იმისათვის, რომ გამოირიცხოს საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირება და ამომრჩეველს მიეწოდოს სრულფასოვანი ინფორმაცია სანდო მეთოდით ჩატარებული გამოკითხვის შესახებ.

1. სანდოობის ტესტი

რა მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეს საზოგადოებრივი აზრის კვლევა?

- ✓ უნდა ეფუძნებოდეს წარმომადგენლობითი შემთხვევითი შერჩევის აღიარებულ მეცნიერულ მეთოდოლოგიას, რომელიც უზრუნველყოფს შედეგების არანაკლებ **95-პროცენტიან საიმედოობას** და რომლის **ცდომილების ფარგლები 3 პროცენტს არ აღემატება;**
- ✓ უნდა გამოქვეყნდეს საზოგადოებრივი აზრის კვლევის მეთოდოლოგიის საიმედოობისა და შედეგების ობიექტურობის გადამოწმების შემდეგ;
- ✓ იმავე ან სხვა შესადარებელი საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგებში მნიშვნელოვანი განსხვავებების ან ცვლილებების არსებობისას, შესაძლებელი უნდა იყოს ამ განსხვავებების ან ცვლილებების დამაჯერებელი მეცნიერული ახსნა;
- ✓ არ უნდა იყოს საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირება ან თანხის მოზიდვის საშუალება, **არ უნდა ჩატარდეს ტელეფონის, ფოსტის ან/და ინტერნეტის მეშვეობით;**

✓ უნდა ეფუძნებოდეს გამჭვირვალე მეთოდოლოგიას, რომელიც იძ-ლევა შედეგების დამოუკიდებელი გადამოწმების შესაძლებლობას.

2. სავალდებულო რეკვიზიტების მითითება

კანონი ითვალისწინებს 11 სავალდებულო რეკვიზიტს, რომელიც მედიამ არჩევნების დანიშვნის დღიდან ცესკოს მიერ არჩევნების საბოლოო შედეგების გამოქვეყნებამდე საზოგადოებრივი აზრის კვლევის გაშუქების დროს უნდა მიუთითოს:

1. ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა;
2. კვლევის დამკვეთი ან დამფინანსებელი;
3. კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება და თანმიმდევრობა;
4. საველე კვლევის ჩატარების დრო;
5. გამოკითხულთა რაოდენობა და შერჩევის მეთოდი;
6. რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა;
7. ეფუძნება თუ არა კვლევა ყველა გამოკითხულის აზრს;
8. იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელ-თა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა;
9. შერჩევის ზომა;
10. ცდომილების ფარგლები;
11. ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შე-საძლოა, მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე.

3. გამოქვეყნების შეზღუდვა დროის გარკვეულ ინტერვალში

როდის არის აკრძალული არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნება?

კენჭისყრამდე 48 საათის განმავლობაში და კენჭისყრის დღის 20 სა-ათამდე აკრძალულია არჩევნებთან დაკავშირებული საზოგადოებრი-

ვი აზრის გამოკითხვის შედეგების გამოქვეყნება, გარდა არჩევნების შესაძლო მონაწილეთა და კენჭისყრის დღეს არჩევნების მონაწილეთა რაოდენობისა.

რა სანქციას ითვალისწინებს ამ ვალდებულების დარღვევა?

საარჩევნო კოდექსის 82-ე მუხლი ითვალისწინებს ჯარიმას 1 500 ლარის ოდენობით შედეგების გაშუქების წესის დარღვევის გამო.

NCPP
National Council on Public Polls

PUSH POLL

ამერიკის საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ნაციონალურმა საბჭომ (NCCP) შეიმუშავა სახელმძღვანელო პრინციპები, რომლებიც საზოგადოებრივი აზრის კვლევის გაშუქებისას გამოკითხვის სანდოობის დასადგენად არსებითია. NCCP-ის 20 კითხვა იგივე საკითხებზე ამახვილებს ყურადღებას, რაც საქართველოს კანონმდებლობით არის გათვალისწინებული. დამატებით აღნიშნულ გზამკვლევში ყურადღებაა გამახვილებული ე.წ. push poll-ის ტექნიკაზე, რომელსაც მიმართავენ არა იმდენად საზოგადოებრივი აზრის შესასწავლად, არამედ ოპონენტების შესახებ ჭორების და ბრალდებების გასავრცელებლად, რომელთაც ინტერვიუს დროს შეკითხვების ფორმით დაინტერესებული მხარე ავრცელებს.

push poll-ის ტექნიკა პროფესიულ წრეებში არაეთიკურად მიიჩნევა.

MDF
მედიის განვითარების ფონდი
MEDIA DEVELOPMENT FOUNDATION

ქოჯულეთის ქუჩა 34/36, სადარბაზო 1, სართული 4, ბინა 5, 0179, თბილისი, საქართველო.
ტელეფონი: 995 32/ 2 11 20 26; ელ-ფოსტა: mdfgeo@gmail.com; WWW.MDFGEORGIA.GE; WWW. MEDIAMETER.GE

გზამკვლევი მომზადდა მედიის განვითარების ფონდის (MDF) მიერ პროექტის „გამჭვირვალე და ანგარიშვალდებული მედია არჩევნებზე დემოკრატიული პრაქტიკის განმტკიცებისთვის“ ფარგლებში, რომელიც მხარდაჭერილია ნიდერლანდების სამეფოს საელჩოს მიერ. მასალაში წარმოდგენილი შეფასებები და პოზიცია შესაძლოა არ წარმოადგენდეს ნიდერლანდების სამეფოს პოზიციას.