



## საზოგადოებრივი აზრის კვლევის გაშუქება

კვლევის ავტორი: ქეთევან მსხილაძე

პერიოდი: 10-11 ოქტომბერი, 7-8 დეკემბერი 2011

### ტელევიზიებსა და სააგენტოებში

აღნიშნული კვლევის მიზანია, გაარკვიოს, თუ რამდენად იცავს ქართული მედია საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გაშუქებისას ადგილობრივ რეგულაციებსა და საერთაშორისო სტანდარტებს. მსგავსი ნორმები მიზნად ისახავს, კვლევებმა რეალური ანალიზის შესაძლებლობა შექმნას და არ გახდეს საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების ინსტრუმენტი, რისი ალბათობაც პროფესიული სტანდარტების უგულვებელყოფის შემთხვევაში მაღალია.

### რეგულაციები

ამერიკის საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ნაციონალური საბჭო რეკომენდაციას აძლევს ჟურნალისტებს, კვლევის შედეგების გაშუქებამდე 20 შეკითხვა დასვან და მხოლოდ ამის შემდეგ მიიღონ გადაწყვეტილება კვლევის შედეგების გაშუქების შესახებ. ჟურნალისტთა საერთაშორისო ცენტრი კი ნაციონალური საბჭოს კრიტერიუმებიდან ხუთ საკვანძო საკითხს გამოყოფს, რომელთა იდენტიფიცირება კვლევის შედეგების გაშუქებისას, მნიშვნელოვანია. ესენია: 1) ვინ ჩაატარა და დააფინანსა კვლევა; 2) როგორ მოხდა რესპონდენტთა შერჩევა; 3) რამდენად წარმომადგენლობითია გამოკითხვა და როგორ მოხდა რესპონდენტებთან დაკავშირება; 4) როდის ჩატარდა გამოკითხვა და 5) რამდენია ცდომილება.

საზოგადოებრივი აზრის კვლევის გაშუქების საერთაშორისო სტანდარტებია ასახული როგორც ქართული მედიის თვითრეგულირების კოდექსებში, ასევე საკანონმდებლო ნორმებში.

მედიის პროფესიული სტანდარტი, რომელიც 2002 წელს არის მიღებული, განმარტავს, რომ “საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გაშუქებისას, საჭიროა მიეთითოს კვლევის მეთოდი, გამოკითხულთა რაოდენობა, დასმული შეკითხვის ზუსტი ტექსტი, სავარაუდო ცდომილება, კვლევის ჩატარების დრო, დამკვეთი და შემსრულებელი”.

ამჟამად მოქმედი ჟურნალისტთა ეთიკის ქარტია (2009) მხოლოდ სიზუსტის და მიუკერძოებლობის ნორმებს შეიცავს და არ იძლევა სპეციფიკურ განმარტებებს საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გაშუქებასთან დაკავშირებით.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსი (2006) დეტალურ რეკომენდაციებს იძლევა როგორც ზოგადად კვლევების შედეგების გაშუქებისთვის (14.1), ასევე არჩევნების გაშუქების სპეციფიკური გარემოებების გათვალისწინებით. მთავარი კრიტერიუმები, რომელთა მითითება საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის სავალდებულოა, შემდეგია:

- ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა გამოკითხვა;
- გამოკითხვის დამკვეთი ან დამფინანსებელი;
- შეკითხვების ზუსტი ფორმულირება;
- შერჩევის მეთოდი;
- გამოკითხულთა რაოდენობა;
- ცდომილების ზღვარი;
- გამოკითხვის ჩატარების თარიღი.

მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი (2009) ავალდებულებს მაუწყებლებს, უზრუნველყონ მათ ეთერში განთავსებული საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების საფუძვლიანობა და საიმედოობა და არ მოახდინონ საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირება. კოდექსის 27-ე მუხლი შემდეგ სახელმძღვანელო პრინციპებს მოიცავს:

1. საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების სანდოობაში ეჭვის შეტანის თავიდან აცილების მიზნით მაუწყებელი უნდა დარწმუნდეს კვლევის

მეთოდოლოგიის სისწორეში, შედეგების საიმედოობაში და იმ ხალხის ობიექტურობაში, რომელთაც აღნიშნული კვლევა ჩაატარეს ან დაუკვეთეს.

2. საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგები განხილული უნდა იქნას ფართო კონტექსტში ზოგადი ტენდენციების განსასაზღვრად. მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს სხვადასხვა საზოგადოებრივი აზრის კვლევით გამოვლენილ ზოგად ტენდენციებს შორის მკვეთრი სხვაობის ან ერთი კვლევის ფარგლებში დაფიქსირებული წინააღმდეგობრივი მონაცემების საფუძვლიანი ახსნა.

3. ინტერაქტიული გამოკითხვის შედეგის გაშუქებისას მკაფიოდ უნდა იყოს მითითებული, რომ ის არ არის წარმომადგენლობითი, სანდო და ზუსტი, ვინაიდან ასახავს მხოლოდ თვითშერჩეულ ადამიანთა მოსაზრებებს.

4. დაუშვებელია ინტერაქტიული გამოკითხვის გამოყენება საარჩევნო სუბიექტის მხარდაჭერის თაობაზე ინფორმაციის მოსაპოვებლად ან მისი შედეგების გაშუქება იმ პროგრამის ფარგლებს მიღმა, რომლის დროსაც ჩატარდა ინტერაქტიული გამოკითხვა.

მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის 26-ე მუხლი კი ავალდებულებს მაუწყებელს, მის მიერ ან მისი დაკვეთით ჩატარებული, ასევე სხვა ორგანიზაციების მიერ ჩატარებული საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გაშუქებისას, იხელმძღვანელოს საარჩევნო კოდექსით განსაზღვრული რეგულაციებით. საარჩევნო კოდექსის 73-ე მუხლის თანახმად კი, საზოგადოებრივი აზრის კვლევა უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:

ა) უნდა ეფუძნებოდეს წარმომადგენლობითი შემთხვევითი შერჩევის აღიარებულ მეცნიერულ მეთოდოლოგიას, რომელიც უზრუნველყოფს შედეგების არანაკლებ 95%-იან საიმედოობას და რომლის ცდომილების ფარგლები 3%-ს არ აღემატება;

ბ) უნდა გამოქვეყნდეს საზოგადოებრივი აზრის კვლევის მეთოდოლოგიის საიმედოობისა და შედეგების ობიექტურობის გადამოწმების შემდეგ;

გ) იმავე ან სხვა შესაძარებელი საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგებში მნიშვნელოვანი განსხვავებების ან ცვლილებების არსებობისას შესაძლებელი უნდა იყოს ამ განსხვავებების ან ცვლილებების დამაჯერებელი მეცნიერული ახსნა;

დ) არ უნდა იყოს საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირება ან თანხის მოზიდვის საშუალება, არ უნდა იქნეს ჩატარებული ტელეფონის, ფოსტის ან/და ინტერნეტის მეშვეობით;

ე) უნდა ეფუძნებოდეს გამჭვირვალე მეთოდოლოგიას, რომელიც იძლევა შედეგების დამოუკიდებელი გადამოწმების შესაძლებლობას;

- ვ) შედეგების გამოქვეყნებისას სავალდებულოა მიეთითოს:
- ვ.ა) ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა;
- ვ.ბ) საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი ან დამფინანსებელი;
- ვ.გ) კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება და მიმდევრობა;
- ვ.დ) სავალდებულოა ჩატარების დრო;
- ვ.ე) გამოკითხულთა რაოდენობა და შერჩევის მეთოდი;
- ვ.ვ) რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა;
- ვ.ზ) ეფუძნება თუ არა კვლევა ყველა გამოკითხულის აზრს;
- ვ.თ) იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა;
- ვ.ი) შერჩევის ზომა;
- ვ.კ) ცდომილების ფარგლები;
- ვ.ლ) ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე.

### კვლევის მეთოდოლოგია

ზემოთ მიმოხილული საერთაშორისო და ადგილობრივი რეგულაციების საფუძველზე შეირჩა რამდენიმე საკვანძო კრიტერიუმი, რომელთა მიხედვითაც განხორციელდა წინამდებარე კვლევა:

- ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა;
- საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი;
- დამფინანსებელი;
- კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება;
- სავალდებულოა ჩატარების დრო;
- გამოკითხულთა რაოდენობა ;
- კვლევის მეთოდოლოგია;
- რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა;
- იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა;
- ცდომილების ფარგლები;

- ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე.
- მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან

ამასთანავე ცალკე ინდიკატორად გამოვყოფთ გამოტოვებულ თემებს, სადაც შევა კვლევის ის მიგნებები, რომელთა მიმართ საზოგადოებრივი ინტერესი შეიძლება ყოფილიყო და რომელთა გაშუქებას ცალკეულმა მედია საშუალებებმა გვერდი აუარეს. ასევე გავანალიზებთ, თუ რა თემებს მიანიჭეს პრიორიტეტი საინფორმაციო საშუალებებმა. სააგენტოების შემთხვევაში, თემატიკის გარდა, ყურადღება გამახვილდება, თუ რა საკითხია გამოტანილი სათაურში.

## მედია საშუალებები

ტელევიზია: იმედი, რუსთავი 2, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, მაესტრო, კავკასია.

საინფორმაციო სააგენტო: ინტერპრესნიუსის (IPN), ჯი ეიჩ ენი (GHN), ექსპრესნიუსი (EPN).

## პერიოდი

მონიტორინგის პერიოდი სამი კვლევის შედეგების გამოქვეყნების თარიღების მიხედვით განისაზღვრა.

10-11 ოქტომბერი, 7-8 დეკემბერი 2011

## კვლევები

1. ამერიკის ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI) მიერ 9–21 სექტემბერს ჩატარებული საზოგადოებრივი აზრის კვლევა, რომელიც 10 ოქტომბერს გამოქვეყნდა.
2. ამერიკის რესპუბლიკური ინსტიტუტის (IRI) დაკვეთით, კვლევებისა და მარკეტინგის ინსტიტუტის (IPM) მიერ 27 ოქტომბრიდან 11 ნოემბრამდე

ჩატარებული კვლევა, რომელიც 7 ოქტომბერს ტელეკომპანია რუსთავი 2-მა გახადა ხელმისაწვდომი;

3. საქართველოს განვითარების კვლევითი ინსტიტუტის (სგკი) დაკვეთით, სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის (სკაი) მიერ 11–12 ნოემბერს ჩატარებული კვლევა, რომლის პრეზენტაცია 8 დეკემბერს გაიმართა.

## NDI-ის კვლევა

პირველ რიგში განვიხილავთ NDI-ის მიერ ჩატარებული კვლევის გაშუქებისას ჩვენს მიერ შერჩეული კრიტერიუმების დაცვის საკითხს.

როგორც ქვემოთ მოყვანილი მონაცემები ცხადყოფს, ყველაზე კარგად სტანდარტების დაცვის თვალსაზრისით აღნიშნული კვლევის შედეგები ტელევიზიების საინფორმაციო საშუალებებიდან საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა, სააგენტოებიდან კი ინტერპრესნიუსმა გააშუქეს.

### *სტანდარტები, ტელევიზიები*

სტანდარტი, რომელიც მოითხოვს კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირების გადმოცემას მხოლოდ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა დაიცვა ზუსტად და რამდენიმე სააგენტომ ნაწილობრივ. კვლევის კითხვის არსის შეცვლამ შესაძლოა, შეცდომაში შეიყვანოს მკითხველი ან მაყურებელი. ამის ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითია NDI-ის კვლევის ის შეკითხვა, რომელიც „მომხმეში“ იყო გადმოცემული ზუსტად, „კურიერსა“ და „ქრონიკაში“ კი განსხვავებულ კონტექსტში.

„მომხმე“, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, 10 ოქტომბერი, 2011:

*„რომელი რეფორმა იქნებოდა საქართველოსთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი?“  
ამ კითხვაზე გამოკითხულთა ყველაზე დიდი პროცენტი სოფლის მეურნეობის რეფორმაზე საუბრობს. პრიორიტეტულია განათლებისა და საგადასახადო რეფორმები.“*

„კურიერსა“ და „ქრონიკაში“ კი ნათქვამი იყო, რომ ყველაზე მნიშვნელოვან რეფორმებს შორის პირველ სამ ადგილზე სოფლის მეურნეობის, განათლებისა და საგადასახადო რეფორმები სახელდება. ბუნებრივია, აშკარაა ის შეუსაბამობა, რომელიც მკვლევართა მიერ ფორმულირებულ კითხვასა და ამ საკითხის რუსთავი 2-ისა და იმედისეულ ფორმულირებას შორის არის. კითხვა მომავალ დროში სასურველ რეფორმებს გულისხმობს, „კურიერისა“ და „ქრონიკის“ ფორმულირება კი უკვე შემდგარი რეფორმების შეფასებას.

ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი სტანდარტია კვლევის მეთოდოლოგიის მითითება, რის ნიველირებასაც ხშირად ახდენდნენ კვლევის ობიექტი მედია საშუალებები. აღნიშნული სტანდარტის მითითების აუცილებლობა თვალნათლივ ცხადყო ტელეკომპანია „მაესტროს“ მიერ NDI-ის კვლევის შედეგების გაშუქებამ. ამ თემაზე მომზადებულ სიუჟეტში ერთ–ერთმა რესპონდენტმა, ჟურნალისტმა ზვიად ქორიძემ ექვეყვემ დააყენა კვლევის ის მიგნება, რომელიც მედია საშუალებების ყურებადობას და მათ სანდოობას ეხება. რესპონდენტის ამ ექვს ჟურნალისტის კომენტარი უძღვის წინ:

**ჟურნალისტი თამარ ბუბაშვილი:** „*დღევანდელ კვლევას აფასებდა და რამდენიმე საექვო შედეგზე საუბრობდა ჟურნალისტი ზვიად ქორიძე. სოციალური გამოკითხვის დროს მთავარი მეთოდოლოგიის შერჩევას, რაც კვლევის ცდომილების პროცენტს განსაზღვრავს. ჟურნალისტი ფიქრობს, რომ ყველა კვლევა ჭეშმარიტებისგან შორს არის. თუმცა ის დისკუსიის საგანი უნდა გახდეს.*“

ჟურნალისტი ისე საუბრობს კვლევის საექვობაზე და მეთოდოლოგიური შერჩევის მნიშვნელობაზე, რომ თავად არ უთითებს, თუ რა მეთოდოლოგია გამოიყენა NDI-იმ ამ დროს, როგორი იყო ცდომილების ფარგლები, რაც საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის გაშუქებისას, ერთ–ერთი საკვანძო კრიტერიუმია.

ამასთანავე ჟურნალისტი არც კომენტარის მეშვეობით ცდილობს რესპონდენტის მოსაზრების დაბალსებას. სიუჟეტში მხოლოდ ზვიად ქორიძის კრიტიკული მოსაზრებებია გადმოცემული.

**ზვიად ქორიძე:** „*ინფორმაცია, რომ გამოკითხულთა 88% უყურებს ახალ ამბებს რუსთავი 2-სა და იმედზე, ძალიან ეთანადება ინფორმაციას, რომელიც სოციოლოგიური კვლევის საფუძველზე დადო კავკასიის კვლევის რესურს ცენტრმა.*“

*უცნაურია, რომ 23% ადევნებს თვალყურს პოლიტიკისა და მიმდინარე მოვლენების შესახებ საპატრიარქოს არხს და ამ დროს სხვა შედეგით ვხედავთ, რომ 61% სრულიად ენდობა საპატრიარქოს არხის ინფორმაციას.*“

სიუჟეტში NDI-ის ხელმძღვანელის ლუის ნავაროს კომენტარი ორჯერ არის გამოყენებული, მაგრამ არ არის გადმოცემული მხარის პოზიცია ან განმარტება ზემოთ მოყვანილ კრიტიკულ შეფასებასთან მიმართებით. ამასთანავე სატელევიზიო არხის ყურებადობის და სანდოობის კრიტერიუმი ერთმანეთისგან განსხვავდება.

თავისთავად არხისათვის თვალყურის დევნება არ ნიშნავს, რომ მაყურებელი ენდობა ამ ინფორმაციის წყაროს. მეორე დღეს, 11 ოქტომბერს მაესტროს მიერ მომზადებულ სიუჟეტში, რომელიც NDI-ის კვლევის მეთოდოლოგიურ ცდომილებებს ეძღვნებოდა, ერთ-ერთმა ექსპერტმა რამაზ საყვარელიძემ სწორედ ამ გარემოებაზე გაამახვილა ყურადღება.

პირველი სიუჟეტისგან განსხვავებით, აღნიშნულ მასალაში მაესტრომ კომენტარისათვის NDI-ის მიმართ, თუმცა ოფისში თანამშრომელთა არყოფნის გამო, უარი მიიღო. სტანდარტი მოითხოვს, რომ ჟურნალისტმა აუცილებლად მიუთითოს მიზეზი, რის გამოც სიუჟეტი არ არის დაბალანსებული, რაც ამ შემთხვევაში კომენტარზე მეორე მხარის უარმა განაპირობა და ჟურნალისტმა ეს სტანდარტი დაიცვა, როცა მაყურებელს მიაწოდა ინფორმაცია, თუ რა მიზეზით არ იყო წარმოდგენილი მეორე მხარის კომენტარი. თუმცა, ბალანსი და მოსაზრებათა მრავალფეროვნება არ ყოფილა დაცული ექსპერტების შერჩევისას. ექსპერტებმა კი საექვოდ კვლევის ის შედეგები მიიჩნიეს, რომლის თანახმად, საქართველოს მოსახლეობის 45% საქართველოს დემოკრატიულ ქვეყნად მიიჩნევს და ასევე სატელევიზიო არხების ყურებადობის მაჩვენებლები, რომლებშიც რუსთავი 2 და იმედი ლიდერობენ და ფოთის მე-9 არხი უსწრებს საზოგადოებრივ მაუწყებელს, მაესტროსა და კავკასიას. კვლევაში მითითებული იყო, რომ მე-9 ტალდა ფარავს ფოთის 74%-ს; მაესტრო თბილისისა და რუსთავის 78%-ს; ხოლო კავკასია თბილისისა და რუსთავის 84%-ს.

მაესტროს ეჭვქვეშ არ დაუყენებია კვლევის ის მიგნებები, რომლებიც ხელისუფლებისათვის პრობლემური საკითხების იდენტიფიცირებას ახდენდა ან ვთქვამთ, ინსტიტუციურ პრეფერენციებში საპატრიარქოს განსაკუთრებულ როლს გამოყოფდა. ამავე სიუჟეტის ერთ-ერთი ექსპერტის, რამაზ საყვარელიძისათვის კითხვის ნიშნებს ბადებს ის მონაცემები, რომელთა თანახმად, საზოგადოება თვლის, რომ რუსთავი 2 და იმედი ხელისუფლების მიმართ არიან ტენდენციურები, ხოლო მაესტრო და კავკასია ოპოზიციის მიმართ. საყვარელიძის შეფასებით, მსგავსი მონაცემი ამკვიდრებს სტერეოტიპს, რომ ყველა ტენდენციურია

*რუსთავი 2*



ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-მა 10 ოქტომბრის 18 საათიან „კურიერის“ გამოშვებაში მინიმალურად დააკმაყოფილა სტანდარტები და 12-დან მხოლოდ 3 კრიტერიუმი დაიცვა:

*იმედი*

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	-
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	-
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	-
6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+
7	კვლევის მეთოდოლოგია	-
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
10	ცდომილების ფარგლები	-
11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

10 ოქტომბრის იმედის 17 საათიან „ქრონიკის“ გამოშვებაში კი 12-დან მხოლოდ 4 ნორმა იყო დაცული:

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	-
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	-
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+
7	კვლევის მეთოდოლოგია	-
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
10	ცდომილების ფარგლები	-

11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

იმავე დღის 20 საათიან გამოშვებაში „იმედის“ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში ზუსტად განმეორდა ამ თემაზე 17 საათიან გამოშვებაში გასული ინფორმაცია ისე, რომ კვლევის დამატებითი მოთხოვნები არც ამ დროს ყოფილა გათვალისწინებული.

*საზოგადოებრივი მაუწყებელი*

10 ოქტომბრის საზოგადოებრივი მაუწყებლის მთავარმა საინფორმაციო გამოშვება „მომხემ“ (20:00სთ) გაცილებით ვრცელი სიუჟეტი, 5წთ 24წმ დაუთმო NDI-ის კვლევას და რუსთავი 2-ისა და იმედისგან განსხვავებით, კვლევის გაშუქებისთვის დადგენილი სტანდარტები მაქსიმალურად დააკმაყოფილა (12-დან 9 კრიტერიუმში). ამასთანავე მნიშვნელოვანია, რომ „მომხემ“ გადმოსცა კვლევაში გამოყენებული შეკითხვების ზუსტი ფორმულირება, კვლევის დამფინანსებელი, დამკვეთი, მეთოდოლოგია, ასევე დემოკრატიის აღქმასთან დაკავშირებით აღნიშნული იყო განსხვავება ადრე ჩატარებულ ანალოგიურ კვლევასთან:

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	-
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	+
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	+
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+
7	კვლევის მეთოდოლოგია	+
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომელმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
10	ცდომილების ფარგლები	+
11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-

მაესტრო

ტელეკომპანია მაესტროს 10 ოქტომბრის 21.00 საათიან ახალ ამბებში NDI-ის გამოკითხვას 5წთ და 40 წმ დაეთმო და ამ თემაზე მომზადებულმა სიუჟეტმა 11-დან მხოლოდ 5კრიტერიუმი დააკმაყოფილა. სტანდარტების გაუმჯობესების მხრივ გამორჩეული არც მეორე დღეს, 11 ოქტომბერს ამავე თემაზე გასული სიუჟეტი ყოფილა.

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	-
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	-
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+
7	კვლევის მეთოდოლოგია	-
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
10	ცდომილების ფარგლები	-
11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	+

კავკასია

ტელეკომპანია „კავკასიის“ საინფორმაციო გამოშვებაში 12-დან 6 სტანდარტი იყო დაცული. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ მართალია, ჟურნალისტს კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება არ გადმოუცია, მაგრამ მათი ხილვა კვლევის პრეზენტაციის ვიზუალური კადრებით იყო შესაძლებელი და ამდენად ეს სტანდარტი დაცულად ჩავთვალეთ. ამასთანავე, აღსანიშნავია ისიც, რომ

ჟურნალისტმა იმ განსხვავებაზეც გაამახვილა ყურადღება, რომელიც დემოკრატიის აღქმებთან დაკავშირებით 2010 წლის აპრილში ჩატარებულ ანალოგიურ კვლევასთან მიმართებაში არსებობდა.

ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	-	
საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+	
დამფინანსებელი	-	
კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	+	
საველე კვლევის ჩატარების დრო	+	სტანდარტები, სააგენტოები
გამოკითხულთა რაოდენობა	+	
კვლევის მეთოდოლოგია	-	
რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+	
იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-	IPN
ცდომილების ფარგლები	-	
ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-	
მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	+	სააგენტო ინტერპ

რესნიუსმა (IPN) NDI-ის კვლევას სულ 13 ინფორმაცია დაუთმო, აქედან ერთი კვლევის პრეზენტაციის ანონსს. აღნიშნულმა სააგენტომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მსგავსად, ყველაზე მეტად დააკმაყოფილა კვლევის გაშუქების საბაზისო სტანდარტები (12 დან 9) და სრულყოფილად გადმოსცა ისეთი მნიშვნელოვანი ინფორმაცია, როგორცაა კვლევის დამკვეთი, დამფინანსებელი და განმხორციელებელი ორგანიზაცია, ასევე სავარაუდო ცდომილება.

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	+
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	+

6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+
7	კვლევის მეთოდოლოგია	+
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
10	ცდომილების ფარგლები	+
11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	+

*GHN*

სააგენტო „ჯი-ეიჩ-ენმა“ NDI-ის კვლევას 3 ინფორმაცია მიუძღვნა, აქედან მხოლოდ ერთში დააკმაყოფილა ნაწილობრივ (12-დან 6) კვლევის გაშუქების სტანდარტები, სადაც მიუთითა დამკვეთი, დამფინანსებელი, განმხორციელებელი, დრო, მეთოდოლოგია და კითხვების ზუსტი ფორმულირებები. დანარჩენ ორში კი მხოლოდ კვლევის დამკვეთი მიუთითა, ნაწილობრივ კი კითხვის ზუსტი ფორმულირება. ამდენად, „ჯი-ეიჩ-ენის“ შემთხვევაში, მიუხედავად იმისა, რომ ერთ ინფორმაციაში სტანდარტები ნაწილობრივ დაკმაყოფილებული იყო, არ შეიძლება ითქვას, რომ სააგენტო სტაბილურად იცავს მსგავსს პრაქტიკას, განსხვავებით „ინტერპრესნიუსისგან“, სადაც NDI-ის კვლევის შემთხვევაში, პროფესიული ნორმების უმრავლესობა ყველა ინფორმაციაში იყო დაცული.

*EPN*

სააგენტო „ექსპრესნიუსმა“ (EPN) იმავე კვლევას 5 ინფორმაცია დაუთმო, აქედან ერთი ანონსი იყო, ხოლო 4 უშუალოდ კვლევის შინაარსს გადმოსცემდა. ამასთანავე აქაც ყველა ინფორმაციაში სტაბილურად იყო დაცული მინიმალური სტანდარტები (12-დან 5):

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	-
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	-
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+
7	კვლევის მეთოდოლოგია	+
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
10	ცდომილების ფარგლები	-
11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

## გამოტოვებული თემები, პრიორიტეტული საკითხები (NDI)

### ტელევიზიები

ტელევიზიების უმეტესობამ NDI-ის კვლევის გაშუქებისას პრიორიტეტი სამუშაო ადგილებისა და დასაქმების პრობლემას, ასევე საქართველოს, როგორც დემოკრატიული ქვეყნის აღქმას მიანიჭა. მაესტრომ და კავკასიამ დასაქმების გარდა, სხვა ყველაზე მნიშვნელოვან მოსაგვარებელ საკითხებზე გაამახვილეს ყურადღება. აღსანიშნავია, თანხვედრა რუსთავი 2–სა და იმედის მიერ შერჩეულ თემებში. ნაწილობრივ განსხვავებულად გააშუქა კვლევა საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა.

რაც შეეხება გამოტოვებულ თემებს, რუსთავი 2–მა, იმედმა და საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა არ გააშუქეს ისეთი საკითხები, როგორცაა ვის პოზიციას ემხრობიან ტელევიზიები; ყველაზე პრობლემატური საკითხები; რელიგიური ორგანიზაციებისთვის სტატუსის მინიჭებასთან დაკავშირებით სამოქალაქო კოდექსში შეტანილი ცვლილებები; 26 მაისის აქციის დაშლა; პარლამენტართა რაოდენობის გაზრდა. აღსანიშნავია, რომ საზოგადოებრივი აზრი ამ საკითხებთან მიმართებით, კვლევის თანახმად, ხელისუფლებისადმი კრიტიკულად იყო განწყობილი.

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა და კავკასიამ არ გააშუქეს საკითხი, რომელიც ხელისუფლების მიერ მნიშვნელოვანი ცვლილებების გატარებას შეეხებოდა; მაესტრომ და კავკასიამ კი შეკითხვა, რომელიც ყველაზე მნიშვნელოვანი სასურველი რეფორმების იდენტიფიცირებას შეეხებოდა. მაესტრომ ასევე არ გააშუქა კვლევის ის მიგნება, რომლის თანახმადაც რესპონდენტთა უმრავლესობა გამართლებულად მიიჩნევს პარლამენტის ქუთაისში გადატანას და პასუხი შეკითხვაზე – რა უქმნის პრობლემებს ქვეყნის სუვერენიტეტს? რესპონდენტებმა ასეთად რუსეთის აგრესიული პოლიტიკა დაასახელეს.

მხოლოდ კავკასიამ აღნიშნა, რომ კვლევის ის ნაწილი, რომელიც პოლიტიკური პარტიების რეიტინგს მოიცავდა, კონფიდენციალური იყო და მისი გასაჯაროება მხოლოდ პარტიების ნებაზე იყო დამოკიდებული. მაესტრომ კი კვლევის ის ნაწილი გააშუქა, რომელიც 2008 წლის შემდეგ რესპონდენტთა და მათი ოჯახის წევრთა მდგომარეობის გარკვევას ისახავდა მიზნად.

თემები (თანმიმდევრობის მიხედვით)	რუსთა ვი 2	იმედი	საზ. მაუწყ.	მაესტრო	კავკასია
სამუშაო ადგილები და დასაქმება	1	1	2	1	1
საქართველო დემოკრატიული ქვეყანაა	2	2	1	4	3
ხელისუფლება მნიშვნელოვან ცვლილებებს ატარებს	3	3	–	5	–
რომელი რეფორმა იქნებოდა ყველაზე მნიშვნელოვანი	4	4	3	–	–
პარლამენტის ქუთაისში გადატანა	5	5	4	–	5
საგარეო პოლიტიკა	6	6	5	–	8
რა უქმნის პრობლემებს ქვეყნის სუვერენიტეტს?					
რუსეთის აგრესიული პოლიტიკა					

საფრთხეს უქმნის ქვეყნის სუვერენიტეტს					
მედია საშუალებების რეიტინგები	-	-	6	8	-
ვის პოზიციას ემხრობიან ტელევიზიები ?	-	-	-	9	-
ყველაზე პრობლემატური საკითხები	-	-	-	2	2
რელიგიური ორგანიზაციებისთვის სტატუსის მინიჭება	-	-	-	6	6
26 მაისის აქციის დაშლა	-	-	-	7	7
პარლამენტართა რაოდენობის გაზრდა	-	-	-	-	4
პარტიების რეიტინგი (კონფიდენციალურია)	-	-	-	-	9
2008 წლის შემდეგ როგორ მდგომარეობაში იმყოფებით თქვენ და თქვენი ოჯახი წინა თვეებთან შედარებით?	-	-	-	3	-



როგორც ქვემოთ მოყვანილი მონაცემებიდან ჩანს, ყველაზე ამომწურავად NDI-ის კვლევის შედეგები ინტერპრესნიუსმა გააშუქა. სააგენტოებმა სატელევიზიო მედიისგან განსხვავებით, პრიორიტეტულად გამოყვეს თემა, რომელიც რელიგიური გაერთიანებების სტატუსის მინიჭებასთან დაკავშირებით სამოქალაქო კოდექსში შეტანილ ცვლილებებს შეეხება.

საკითხები	IPN	GHN	EPN
სამუშაო ადგილები და დასაქმება	5 <sup>1</sup>	1 <sup>2</sup>	–
საქართველო დემოკრატიული ქვეყანაა	7 <sup>3</sup>	–	–
ხელისუფლება მნიშვნელოვან ცვლილებებს ატარებს	8 <sup>4</sup>	–	4 <sup>5</sup>
რომელი რეფორმა იქნებოდა ყველაზე მნიშვნელოვანი	–	–	5

<sup>1</sup> NDI-ის კვლევაში "მნიშვნელოვან ეროვნულ საკითხებს" შორის ისევ დასაქმება ლიდერობს.

<sup>2</sup> საქართველოში თავს დასაქმებულად 33% თვლის

<sup>3</sup> NDI-ის კვლევის თანახმად, გამოკითხულთა 45% მიიჩნევს, რომ საქართველოში დემოკრატიაა.

<sup>4</sup> გამოკითხულთა 62%-ის აზრით, ხელისუფლება მათთვის მნიშვნელოვან ცვლილებებს ახორციელებს

<sup>5</sup> გამოკითხულთა 62%-ის აზრით ხელისუფლება მნიშვნელოვან ცვლილებებს ახორციელებს

პარლამენტის ქუთაისში გადატანა	9 <sup>6</sup>	–	–
საგარეო პოლიტიკა/ რა უქმნის პრობლემებს ქვეყნის სუვერინენტს?	6 <sup>7</sup>	–	2 <sup>8</sup>
მედია საშუალებები	–	–	–
ვის პოზიციას ემხრობიან ტელევიზიები ?	–	–	–
ყველაზე პრობლემატური საკითხები	–	–	–
რელიგიური ორგანიზაციებისთვის სტატუსის მინიჭება	1 <sup>9</sup>	3 <sup>10</sup>	1 <sup>11</sup>
26 მაისის აქციის დაშლა	3 <sup>12</sup>	–	–

<sup>6</sup> გამოკითხულთა 51% პარლამენტის ქუთაისში გადატანას ემხრობა

<sup>7</sup> NDI-ის კვლევის თანახმად, გამოკითხულთა 46%-სთვის რუსეთთან მიმართებაში საქართველოს ამჟამინდელი პოლიტიკა მიუღებელია.

<sup>8</sup> NDI: საქართველოს ამჟამინდელი პოლიტიკა რუსეთთან მიმართებაში 46%-თვის მიუღებელი, ხოლო 32 %-თვის მისაღებია

<sup>9</sup> NDI-ის კვლევის თანახმად, გამოკითხულთა 69% არ ეთანხმება რელიგიური გაერთიანებებისთვის საჯარო სამართლის პირის სტატუსის მინიჭებას.

<sup>10</sup> გამოკითხულთა 69% სამოქალაქო კოდექსში რელიგიური გაერთიანებების შესახებ შესულ ცვლილებებს მხარს არ უჭერს

<sup>11</sup> NDI: რელიგიურ გაერთიანებას საჯარო სამართლის იურიდიული პირის სტატუსის მინიჭებამ საზოგადოებაში აზრთა სხვადასხვაობა გამოიწვია

<sup>12</sup> NDI-ის კვლევის თანახმად, გამოკითხულთა 39%-ის აზრით, 26 მაისის აქციის დაშლისას ხელისუფლებამ გადაჭარბებული ძალა გამოიყენა.

დეპუტატების რაოდენობის გაზრდა	2 <sup>13</sup>	2 <sup>14</sup>	–
რობერტ სტურუას გათავისუფლება	4 <sup>15</sup>	–	–
პოლიტიკური პარტიების რეიტინგი	10 <sup>16</sup>	–	–

## IRI-ის კვლევა

აღსანიშნავია, რომ IRI-ის კვლევა საზოგადოებისათვის რუსთავი 2-ის და საპარლამენტო უმრავლესობის ლიდერების მეშვეობით გახდა ხელმისაწვდომი. როგორც IRI, ასევე NDI კვლევებს პარტიების მხარდაჭერის მიზნით ატარებენ და როგორც ამ ორგანიზაციების წარმომადგენლები აცხადებენ, აღნიშნული ინფორმაციის გასაჯაროება თავად პარტიების დისკრეციაა, რადგან მათი მიზანი მხოლოდ პარტიების განვითარების ხელშეწყობაა, რაც დემოკრატიული პროცესის მნიშვნელოვანი ნაწილია.

### რუსთავი 2

„კურიერმა“ IRI-ის კვლევა როგორც 18:00სთ–იან, ასევე საღამოს მთავარ (21:00) საინფორმაციო გამოშვებაში გააშუქა და NDI-ის კვლევისგან განსხვავებით, მეტად დაიცვა დადგენილი სტანდარტები (12–დან 8):

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	–
---	---	---

<sup>13</sup> NDI-ის კვლევის მიხედვით, გამოკითხულთა 60% დეპუტატთა რაოდენობის გაზრდას ეწინააღმდეგება.

<sup>14</sup> გამოკითხულთა 60 % პარლამენტის წევრების რაოდენობის გაზრდას მხარს არ უჭერს

<sup>15</sup> გამოკითხულთა 41%-მა რობერტ სტურუას გათავისუფლების მიზეზი არ იცის.

<sup>16</sup> NDI-ის პოლიტიკური პარტიების რეიტინგები ჯერ არ მოუზიარებია.

2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	+
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	+
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+
7	კვლევის მეთოდოლოგია	+
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
10	ცდომილების ფარგლები	-
11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	+
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

*იმედი*

რუსთავი 2-ის ანალოგიურად, სტანდარტების დაცვის მხრივ გაუმჯობესება შეიმჩნევა IRI-ის კვლევის „ქრონიკისულ“ გაშუქებაში (17 და 20სთ). ამ შემთხვევაშიც 12-დან 8 სტანდარტი იყო დაცული:

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	+
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+

7	კვლევის მეთოდოლოგია	-
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	+
10	ცდომილების ფარგლები	-
11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	+
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

საზოგადოებრივი მაუწყებელი

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა 7 დეკემბერს IRI-ის კვლევა დღის (16სთ) და საღამოს მთავარ გამოშვებაში (20სთ) გააშუქა. “მომბემ“ ამ შემთხვევაშიც სტაბილურად 12–დან 9 სტანდარტი დაიცვა:

1	ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
3	დამფინანსებელი	+
4	კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	+
5	საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
6	გამოკითხულთა რაოდენობა	+
7	კვლევის მეთოდოლოგია	-
8	რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
9	იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
10	ცდომილების ფარგლები	+
11	ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	+
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

ტელეკომპანია „მაესტრომ“ IRI-ის კვლევას 7 და 8 ოქტომბერს საინფორმაციო გამოშვება „ახალი ამბებში“ რამდენიმე სიუჟეტი მიუძღვნა. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ მაესტრო საკუთარი ინფორმაციის გარდა, ნაწილობრივ დაეყრდნო რუსთავი 2-ისა და იმედის ცნობებს, ხოლო სააგენტო „ინტერპრესნიუსის“ ინფორმაციას – სრულად. ამდენად, ჩვენ საკუთრივ მაესტროს მიერ მომზადებულ მასალას განვიხილავთ სტანდარტების დაცვის კუთხით. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ მაესტროს სიუჟეტებში ექვეყნებოდა იყო დაყენებული IRI-ის კვლევის სანდოობა და პრიორიტეტი სკაის მიერ ჩატარებულ კვლევას ჰქონდა მინიჭებული, რომელსაც ჩვენ მოგვიანებით განვიხილავთ.

მაესტრომ 12–დან 6 სტანდარტი დაიცვა და წინა კვლევისგან განსხვავებით, კვლევის დამკვეთის გარდა, დამფინანსებელი და განმხორციელებელი ორგანიზაცია მიუთითა.

ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
დამფინანსებელი	+
კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
გამოკითხულთა რაოდენობა	+
კვლევის მეთოდოლოგია	-
რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
ცდომილების ფარგლები	-
ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

ტელეკომპანია კავკასიამ მოახდინა როგორც კვლევის დამკვეთის, ასევე დამფინანსებლისა და განმხორციელებლის იდენტიფიცირება და 12-დან 6 კრიტერიუმი დაიცვა. კავკასიის საინფორმაციოს არ დაუცავს სტანდარტი, რომლის თანახმადაც, ჟურნალისტმა უნდა გაამახვილოს ყურადღება იდენტურ თემაზე ჩატარებულ მსგავს კვლევებთან. სიუჟეტში ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური გუნდის წევრი ირაკლი სესიაშვილი აცხადებს, რომ „ამ კვლევის შედეგების მიხედვით, მმართველი გუნდის მხარდამჭერთა რაოდენობა კლებულობს. ჟურნალისტის მიერ დამატებითი ინფორმაციის მოძიება და ადრე ჩატარებულ ანალოგიურ კვლევებთან მსგავსებების ან განსხვავებების პოვნა, დაეხმარებოდა მაყურებელს ციფრობრივ მონაცემებზე დაყრდნობით შეეფასებინა სიტუაცია.

ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
დამფინანსებელი	+
კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	+
საველე კვლევის ჩატარების დრო	-
გამოკითხულთა რაოდენობა	+
კვლევის მეთოდოლოგია	-
რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
ცდომილების ფარგლები	-
ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

ინტერპრესნიუსმა IRI-ის კვლევაზე 12 ინფორმაცია მოამზადა, თუმცა NDI-ის კვლევისგან განსხვავებით, როგორც ქვემოთ ჩანს, ნაწილობრივ და არასტაბილურად იცავდა შესაბამის სტანდარტებს (12–დან 5).

ისეთი სტანდარტის დაცვის აუცილებლობა, როგორცაა მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ სხვა კვლევებთან, ნათლად გამოიკვეთა IPN-ის მიერ მომზადებულ ორ ინფორმაციაში, სადაც ერთი რესპონდენტი, ირაკლი სესიაშვილი, რომელიც ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკურ გუნდს წარმოადგენს, ამტკიცებს, რომ IRI-ის კვლევის თანახმად, "ნაციონალური მოძრაობის" რეიტინგი, ფაქტობრივად, 2-ჯერ არის შემცირებული"; ხოლო მეორე რესპონდენტი საპარლამენტო უმრავლესობიდან, გოკა გაბაშვილი ამტკიცებს, რომ „IRI-ს კვლევების დღევანდელი შედეგები დიდად არ განსხვავდება წინა შედეგებისაგან და "ნაციონალური მოძრაობა" კვლავ ლიდერობს“.

პროფესიული სტანდარტი მოითხოვს, რომ ჟურნალისტი ბრმად არცერთ რესპონდენტს არ ენდოს, მით უფრო, რომ ისინი ორთავე დაინტერესებულ მხარეს წარმოადგენენ. როგორც ტელეკომპანია „კავკასიის“ შემთხვევაში აღინიშნა, მიზანშეწონილი იქნებოდა, ჟურნალისტს თავად მოეძიებია წინა ანალოგიური კვლევის შედეგები და მოეხდინა მონაცემთა შედარება, რაც მკითხველს დაეხმარებოდა, თავად შეეფასებინა კლების, მატების ან ამომრჩვევლთა მხარდაჭერის შენარჩუნების ტენდენცია.

ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ ირაკლი სესიაშვილის მტკიცება „ნაციონალთა“ რეიტინგის ვარდნის შესახებ სააგენტოს სათაურში, მტკიცებით ფორმაში აქვს გამოტანილი (ირაკლი სესიაშვილი - IRI-ის ბოლო პოლიტიკური კვლევა ცხადყოფს, რომ "ნაციონალურ მოძრაობას" მხარდაჭერები ეცლება), ხოლო გაბაშვილის განცხადება მხოლოდ ინფორმაციის ნაწილია.

ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	-
საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
დამფინანსებელი	-
კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	+
საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
გამოკითხულთა რაოდენობა	+
კვლევის მეთოდოლოგია	-



რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
ცდომილების ფარგლები	-
ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

*GHN, EPN*

ჯი-ეიჩ-ენმა აღნიშნულ კვლევას ორი ინფორმაცია დაუთმო და მხოლოდ ერთში დაიცვა მინიმალური სტანდარტები: მიუთითა კვლევის დამკვეთი, ჩატარების დრო და გამოკითხულთა რაოდენობა. ანალოგიურად სააგენტო EPN-ის მიერ გაშუქებული 3 ინფორმაციიდან მხოლოდ ერთშია დაცული მინიმალური სტანდარტები: მითითებულია კვლევის ჩატარების დრო, დამკვეთი, გამოკითხულთა რაოდენობა.

**პრიორიტეტული საკითხები და გამოტოვებული თემები**

*ტელევიზიები*

IRI-ის კვლევის გაშუქებისას ყველა ტელევიზიის საინფორმაციო საშუალებამ მთავარ თემად 3 პოლიტიკური სუბიექტის მიერ საარჩევნო ბარიერის გადალახვის შესაძლებლობა გამოჰყო. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ ტელეკომპანია „მაესტრომ“ 7

ოქტომბრის ახალ ამბებში, სააგენტო IPN-ზე დაყრდნობით მოახდინა საპარლამენტო და საპრეზიდენტო არჩევნების მონაცემების აღრევა. სახელდობრ:

*„შედეგების მიხედვით, საპარლამენტო არჩევნებში 5 პროცენტის ბარიერის გადალახვას მხოლოდ სამი პოლიტიკური სუბიექტი ახერხებს - "ნაციონალური მოძრაობა", ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური ბლოკი და "ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა". კითხვაზე, ხვალ რომ **საპრეზიდენტო** არჩევნები იყოს, ვის მისცემდით ხმას (საქართველოს მასშტაბით), პასუხები ასე გადანაწილდა: 32 პროცენტი "ნაციონალური მოძრაობის" კანდიდატი; 27 პროცენტი - ბიძინა ივანიშვილი; 10 პროცენტი - გიორგი თარგამაძე, 2 პროცენტი - შალვა ნათელაშვილი და 2 პროცენტი - ირაკლი ალასანია.“*

როცა საუბარია საპარლამენტო არჩევნების შედეგებზე და 5 პროცენტის ბარიერის გადალახვაზე, მედია საშუალებას უნდა გამოეყენებინა პასუხი შეკითხვაზე \_ *ხვალ რომ საპარლამენტო არჩევნები იყოს, რომელ პარტიას დაუჭერდით მხარს?* კვლევის თანახმად, ამ შემთხვევაში განსხვავებულ შედეგებთან გვაქვს საქმე: "ნაციონალური მოძრაობა" - 42%; ბიძინა ივანიშვილის პარტია - 18%; "ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა" - 8%.

როგორც ზემოთ მოყვანილი მაგალითებიდან ჩანს, ნაციონალურ მოძრაობას უპირატესობა ენიჭება საპარლამენტო არჩევნებზე (42%), მაშინ როცა საპრეზიდენტო არჩევნებზე ნაციონალური მოძრაობის კანდიდატს 10 პროცენტით ნაკლები ანუ 32% უჭერს მხარს. საპირისპირო შედეგები გვაქვს ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური გუნდის შემთხვევაში: საპარლამენტო არჩევნების დროს ამ ჯგუფს მხარს უჭერს 18%, როცა საპრეზიდენტოს შემთხვევაში, მათი კანდიდატის მხარდაჭერა 9%-ით მეტია (27%). სააგენტო IPN-მა საპარლამენტო არჩევნების კონტექსტში საპრეზიდენტო არჩევნების შედეგები გამოიყენა და სწორედ ეს ინფორმაცია გაავრცელა ტელეკომპანია „მაესტრომ“ ინტერპრესნიუსზე დაყრდნობით.

თუმცა 8 დეკემბრის 21 საათიან მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში მაესტრომ საპრეზიდენტო და საპარლამენტო არჩევნებთან დაკავშირებით დასმული შეკითხვები უკვე შესაბამისი შედეგების შესატყვისად გააშუქა. ამავე დროს აღსანიშნავია, რომ მხოლოდ მაესტრო იყო ის ტელეკომპანია, რომელმაც საპრეზიდენტო კანდიდატთან დაკავშირებით საზოგადოების პრეფერენციები ასახა, სხვა ტელეკომპანიებმა ამ თემის ნიველირება მოახდინეს. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა და კავკასიამ კი იმ კითხვას აუარეს გვერდი, რომელიც მოსახლეობის ოპტიმისტური განწყობას შეეხებოდა, ხოლო ტელეკომპანია რუსთავი 2-ის გარდა, ოთხივე ტელეარხმა არ ჩათვალა მიზანშეწონილად იმ თემის გაშუქება,

რომელიც საზოგადოებისათვის პროტესტის ყველაზე მისაღებ და მიუღებელ ფორმებს შეეხებოდა.

რუსთავი 2-ის სიუჟეტი ივანიშვილის რეიტინგებთან დაკავშირებით ჟურნალისტურ კომენტარს შეიცავდა.

**წინო სამყურაშვილი:** „IRI-ს კვლევები 27 ოქტომბრიდან 11 ნოემბრამდე პერიოდში ჩატარდა. მაშინ რესპოდენტებს ივანიშვილის სხვა გამოსვლები და ფსიქოანალიზი ჯერ არ ჰქონდათ მოსმენილი (სავარაუდოდ იგულისხმება ივანიშვილის გამოსვლა მაესტროზე)“.

აღნიშნული კომენტარი შეიცავს ქვეტექსტს, რომ კვლევა მაესტროზე ივანიშვილის ინტერვიუს შემდეგ რომ ჩატარებულიყო, შედეგები განსხვავებული იქნებოდა.

რუსთავი 2-ის სიუჟეტში გატარებულია აზრი, რომ ივანიშვილი ნაცმოდრობას კი არ ართმევს ხმებს, არამედ პატარა-პატარა ოპოზიციური პარტიების კონსოლიდაციას ახდენს:

**ზურაბ ჯაფარიძე:** „თითო, ორ-ორი და სამ-სამ პროცენტის პატარა დაჯგუფებები რომ არსებობს, მათ წართმევს ხმებს ივანიშვილის პარტია და მოახდენს ამ ხმების კონსოლიდაციას. როგორც ჩანს, ივანიშვილი სწორედ ამ მიმართულებით მიდის და არ ხდება ხმების წართმევა მმართველი პარტიასათვის.“

საპირისპირო მოსაზრებას ატარებს მაესტრო სკაის კვლევის გაშუქებისას, რასაც ჩვენ მოგვიანებით ვნახავთ.

„მაესტრომ“ კი 7 და 8 დეკემბრის დღის საინფორმაციო გამოშვებებისგან განსხვავებით, 21 საათიან მთავარ გამოშვებაში IRI-ის კვლევა სკაის მიერ ჩატარებული კვლევის შემდეგ არადამაჯერებლობის კონტექსტში გააშუქა. სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული კვლევა მესამე ინფორმაციად გავიდა, რასაც მოჰყვა სიუჟეტი IRI-ის კვლევის შესახებ, რომელსაც „ახალი ამბების“ წამყვანის ცნობით, პოლიტოლოგთა ნაწილი უნდობლობას უცხადებს, ექსპერტები კი მასში ცდომილებებს ხედავენ. აღსანიშნავია, რომ პირველი ექსპერტი, ვინც IRI-ის კვლევას უნდობლობა გამოუცხადა, სკაის კვლევის დამკვეთი ორგანიზაციის, საქართველოს განვითარების კვლევითი ინსტიტუტის ერთ-ერთი დამფუძნებელი, ბიძინა ივანიშვილის მრჩეველთა საბჭოს წევრი გია ხუხაშვილი გახლავთ. სხვა ექსპერტები კი (რამაზ საყვარელიძე, სოსო ცისკარიშვილი) თავიანთი საჯარო გამოსვლებით ივანიშვილისადმი ლოიალურ განწყობებს გამოხატავენ.

**გია ხუხაშვილი:** „IRI-ს მივმართავთ, გააკეთონ განმარტება 7 დეკემბერს სხვადასხვა საინფორმაციო საშუალებებით გავრცელებულ პოლიტიკურ რეიტინგებთან დაკავშირებით.“

**გია ხუბაშვილი:** „ჩვენ არაერთხელ გვინახავს და გუშინაც გავხდით მოწმენი ვითარებისა, რომ ინფორმაციის გაჟონვის შედეგად მიღებული მონაცემები სხვადასხვა ინტერპრეტაციების მეშვეობით ხდება პოლიტიკური პროპაგანდის და საზოგადოების შეცდომის შეყვანის მცდელობის საფუძველი.“

**რამაზ საყვარელიძე:** „თარგამაძეს ყოველთვის მაღალი აქვს რეიტინგი მაგრამ თუ ყველა ოპოზიციურ ლიდერს შორის ყველაზე მაღალი აქვს ნდობის რეიტინგი რატომ არ ფიგურირებს თარგამაძე მერე სააკაშვილის შემდეგ? და რატომ ფიგურირებს იგივე ივანიშვილი?“

**სოსო ცისკარიშვილი:** „საერთოდ რატომაც ნახსენები ბიძინა ივანიშვილი რომელიც არ გახლავთ ოპოზიციის ლიდერი? მას არა აქვს არანაირი სტატუსი. მოქალაქეობისაც კი. თუ ჩამონათვალში შეტანილია მაინც და უფრო პოპულარული თარგამაძეა, მაშინ შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ქდმ აქტივისტების კრებაზეა ეს ინფორმაცია აღებული.“

რესპონდენტებზე დაყრდნობით, ჟურნალისტი კვლევის ალოგიკურობაზე ამახვილებს ყურადღებას და აცხადებს, რომ ანალიტიკოსებს IRI-ის კომპეტენციაში კი არ ეპარებათ ექვი, არამედ კითხვის ნიშნები იმ მედია საშუალებების მიმართ უჩნდებათ, ვინც რეიტინგები ფრაგმენტულად გაავრცელა. სიუჟეტის ამ პასაჟს მოსდევს ძვიად ძიძიგურის პოზიტიური შეფასება იმ გარემოებასთან დაკავშირებით, რომ ამომრჩეველთა 75% აპირებს არჩევნებზე წასვლას და მოგვიანებით ირაკლი მელაშვილის (კოალიცია „არჩევანი თავისუფლებისთვის“) კომენტარი, რომელიც უნდობლობას უცხადებს კვლევას:

**ირაკლი მელაშვილი:** „ადამიანები ძალიან უარყოფითად აფასებენ შექმნილ სიტუაციას და ძალიან დადებითად აფასებენ ხელისუფლებას და ესე არ ხდება ხოლმე საერთოდ. არც ისეთი არანორმალურები ვართ ქართველები როგორც ამ კვლევაში გამოვიყურებით“.

თემები	რუსთავი	იმედი	საზ.	მაესტ	კავკას
(თანმიმდევრობის მიხედვით)	2		მაუწყ.	რო	ია

საარჩევნო ბარიერს მხოლოდ სამი პოლიტიკური სუბიექტი გადალახავს <i>მომავალ კვირას რომ საპარლამენტო არჩევნები იყოს, რომელ პარტიას მისცემდით ხმას?</i>	1	1	1	1	1
<i>ხვალ რომ საპრეზიდენტო არჩევნები იყოს, ვის მისცემდით ხმას?</i>	–	–	–	2	–
პოლიტიკოსთა რეიტინგები	2	2	2	3	2
მოსახლეობის ოპტიმისტური განწყობა	3	3	–	9	–
პროტესტის ყველაზე მისაღები და მიუღებელი ფორმები	4	–	–	–	–
ყველაზე მნიშვნელოვანი მოსაგვარებელი საკითხები	5	4	3	5	4
ქრთამის მიცემა არ დასჭირვებია სასურველი მომსახურების მისაღებად	6	6	5	6	–
ხელისუფლების ქმედების შეფასება ფინანსური კრიზისის დროს	7	5	6	7	–
საგარეო პრიორიტეტები	8	7	4	4	3
ინსტიტუტების სანდოობა	9	–	–	8	–
მედია საშუალებების ყურებადობა და სანდოობა	10	–	–	–	–

რაც შეეხება სააგენტოებს, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ტელეკომპანია მაესტრომ 7 ოქტომბრის საინფორმაციო გამოშვებაში სწორედ IPN-ზე დაყრდნობით მოახდინა საპრეზიდენტო და საპარლამენტო არჩევნებზე არსებული მონაცემების აღრევა. თუ მაესტრომ მეორე დღეს ეს შეცდომა გამოასწორა, IPN-ის ინფორმაციების უმეტესობაში ეს შეცდომა შენარჩუნებულია და მხოლოდ ერთ ახალ ამბავში, რომელიც ტელეკომპანია „იმედის“ ცნობას ეყრდნობა, გადმოცემულია საპარლამენტო არჩევნებთან მიმართებით დასმული შეკითხვა და შესაბამისი პასუხები.

თემატური მრავალფეროვნების თვალსაზრისით IPN იყო გამორჩეული, ხოლო EPN მხოლოდ პარტიათა და პოლიტიკოსთა რეიტინგების საკითხით დაინტერესდა.

სარედაქციო პოლიტიკა კარგად იკვეთება სათაურების შეჩვენაშიც. მაგალითად, IPN-ს სათაურში არ აქვს გამოტანილი ისეთი მიგნება, როგორცაა „78%-ს ქვეყნის მთავარ საფრთხედ რუსეთი მიაჩნია“, ხოლო რუსეთთან ურთიერთობის თემაზე მიღებული სხვა შედეგი, რომლის თანახმადაც „რუსეთთან დიალოგის განახლებას გამოკითხულთა 73% მხარს უჭერს“ მეორე ინფორმაციაში სათაურშია გამოტანილი. პირველ ინფორმაციაში რუსეთის ქვეყნის მთავარ საფრთხედ დასახელების გარდა, ჩანს რესპონდენტთა დამოკიდებულება ამერიკისა და ევროკავშირისადმი, როგორც ქვეყნის მთავარი პარტნიორებისადმი, თუმცა ამ ინფორმაციის სათაურში ("რუსთავი 2"-მა IRI-ს კვლევებზე ინფორმაცია გაავრცელა) გამოტანილია ახალი ამბის წყაროს ვინაობა და არა კვლევის მიგნებები.

თემები	IPN	GHN	EPN
5 პროცენტობის ბარიერის გადალახვას მხოლოდ სამი პოლიტიკური სუბიექტი ახერხებს	1 <sup>17</sup>	–	–

<sup>17</sup> "ინტერპრესნიუსისთვის" ცნობილი გახდა IRI-ის ბოლო პოლიტიკური კვლევების ზოგიერთი შედეგი

ხვალ რომ საპრეზიდენტო არჩევნები იყოს, ვის მისცემდით ხმას	1	6 <sup>18</sup>	–
ვინ არის ყველაზე სანდო ოპოზიციონერი ლიდერი	2 <sup>19</sup>	–	–
პოლიტიკოსების ნდობის რეიტინგი	3 <sup>20</sup>	2	2
ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემები	4	4	–
ყველაზე სანდო ოპოზიციონერი ლიდერი	5	–	–
ხვალ რომ საპარლამენტო არჩევნები იყოს, რომელ პარტიას დაუჭერდით მხარს?	6 <sup>21</sup>	1 <sup>22</sup>	1 <sup>23</sup>
საგარეო პრიორიტეტები	7 <sup>24</sup>	–	–
სასურველი გადაწყვეტილების მისაღებად ქრთამის გადახდა არ დასჭირვებია	8	5	–
ხელისუფლების საქმიანობას ფინანსური კრიზისის დროს	9	–	–
მოსახლეობის ოპტიმისტური განწყობა	10	3	–
რუსეთთან დიალოგის განახლება	11 <sup>25</sup>	–	–

<sup>18</sup> გოკა გაბაშვილი IRI - ის კვლევის შედეგებით კმაყოფილია

<sup>19</sup> საპარლამენტო უმრავლესობაში IRI-ის კვლევის შედეგებზე საუბარი არ სურთ

<sup>20</sup> გოკა გაბაშვილი - IRI-ს კვლევების თანახმად, მიხეილ სააკაშვილის ნდობის რეიტინგი 70%-ის ფარგლებშია

<sup>21</sup> "ლეიბორისტების" შეფასებით, IRI-ს კვლევები ძალაუფლების გადანაწილების მცდელობაზე მეტყველებს

<sup>22</sup> "რუსთავი 2"-მა IRI-ს კვლევის შედეგები გამოაქვეყნა

<sup>23</sup> IRI-მ ბოლო პოლიტიკური კვლევა დაასრულა

<sup>24</sup> "რუსთავი 2"-მა IRI-ს კვლევებზე ინფორმაცია გაავრცელა

რომელი პოლიტიკური ლიდერი ჩამოსულა თქვენს რეგიონში ბოლო 6 თვის განმავლობაში?	12 <sup>26</sup>	–	–
რეგულარულად კითხვადი ქართული გაზეთები	13 <sup>27</sup>	–	–
ყველაზე მეტად რომელი ქართული გაზეთის ახალ ამბებსა და პოლიტიკურ ინფორმაციას ენდობით	14 <sup>28</sup>	–	–

## სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტი (სკაი)

### ტელევიზიები

აღსანიშნავია, რომ ტელეკომპანიებს რუსთავი 2–სა და იმედს სოციალური კვლევებისა და ანალიზის ინსტიტუტის (სკაი) მიერ 11–12 ნოემბერს ჩატარებული კვლევა საერთოდ არ გაუშუქებიათ. კვლევა ახლადდაფუძნებული ორგანიზაციის (2011), საქართველოს განვითარების კვლევითი ინსტიტუტის დაკვეთით და პოლიტიკური პროცესის მონაწილე სუბიექტის ბიძინა ივანიშვილის დაფინანსებით იყო ჩატარებული. აღნიშნულ გარემოებაზე ყურადღება მხოლოდ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა გაამახვილა, ხოლო კავკასიისა და მაესტროს სიუჟეტებში, რესპონდენტების ინტერვიუდან ჩანდა, რომ კვლევის დამკვეთი დაინტერესებული მხარე იყო. ამავე სიუჟეტებიდან ბუნდოვანი დარჩა საკითხი კვლევის დამფინანსებლის შესახებ.

<sup>25</sup> IRI-ის კვლევის მიხედვით, რუსეთთან დიალოგის განახლებას გამოკითხულთა 73% მხარს უჭერს

<sup>26</sup> IRI-ის კვლევის მიხედვით, რეგიონებს ყველაზე ხშირად მიხეილ სააკაშვილი სტუმრობს

<sup>27</sup> IRI - ის კვლევების მიხედვით, რეგულარულად კითხვად ქართულ გაზეთებში 68 პროცენტით გაზეთი "კვირის პალიტრა" ლიდერობს

<sup>28</sup> IRI - ის კვლევების მიხედვით, სანდოობის რეიტინგში გაზეთი "კვირის პალიტრა" ლიდერობს



საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა კი მხოლოდ მცირე სიუჟეტი მიუძღვნა აღნიშნულ კვლევას 8 დეკემბრის „მოამბის“ დღის გამოშვებაში (16:00). „მოამბის“ მასალაში ყურადღება იყო გამახვილებული კვლევის დამკვეთსა და დამფინანსებელზე:

*„საქართველოს განვითარების კვლევითი ინსტიტუტის დაკვეთით, რომელსაც ბიძინა ივანიშვილის მრჩეველი გია ხუბაშვილი ხელმძღვანელობს, კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა გამოკითხვა ჩაატარა...“*

*ჟურნალისტებთან საუბარში გია ხუბაშვილი არ მალავს, რომ მის ინსტიტუტს, რომელმაც იაგო კაჭკაჭიშვილს კვლევა დაუკვეთა, ბიძინა ივანიშვილი აფინანსებს, თუმცა ამტკიცებს, რომ კვლევა ობიექტურია.*

**გია ხუბაშვილი:** *მისი შემოწირულობა ჩვენს ინსტიტუტში არის, კი. მან გააკეთა შეწირულობა ჩვენს ინსტიტუტში, მაგრამ ერთადერთი პირობით, უფრო სწორად უპირობოდ, რომ ეს არის წმინდა წყლის შეწირულობა და ინსტიტუტის საქმიანობასთან მას არანაირი კავშირი არ გააჩნია.“*

ჟურნალისტმა ასევე ყურადღება გაამახვილა იმ მსგავსებასა და განსხვავებაზე, რომელიც გელაპისა და IRI-ს კვლევასა და სკაის კვლევას შორის არსებობს:

#### **მსგავსება:**

*„გამოკითხვის შედეგებითაც, გელაპისა და აიარაი-ს რეიტინგების მსგავსად, საარჩევნო ბარიერი იგივე სამმა სუბიექტმა გადალახა – ნაციონალურმა მოძრაობამ, ბიძინა ივანიშვილის პარტიამ და ქრისტიან-დემოკრატიულმა მოძრაობამ. ივანიშვილის მრჩეველის მიერ ჩატარებულ კვლევებშიც ნაციონალური მოძრაობა ლიდერობს ....“*

#### **განსხვავება:**

*„...და მას გამოკითხულთა 36% უჭერს მხარს. 32% აქვს ბიძინა ივანიშვილის პარტიას, ხოლო 4,3% – ქრისტიან-დემოკრატებს. გელაპის კვლევის შედეგებით კი საარჩევნო ბარიერი ნაციონალურმა მოძრაობამ 42%-ით გადალახა, ბიძინა ივანიშვილის პარტიამ 18%-ით, ქრისტიან-დემოკრატიულმა მოძრაობამ კი – 8%-ით.“*

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ამ შემთხვევაში 12-დან 5 სტანდარტი დაიცვა:

ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
დამფინანსებელი	+
კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
საველე კვლევის ჩატარების დრო	-
გამოკითხულთა რაოდენობა	-
კვლევის მეთოდოლოგია	-
რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	-
იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
ცდომილების ფარგლები	-
ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	+
მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	+

მაესტრო

მაესტრომ რამდენიმე სიუჟეტი მიუძღვნა სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის (სკაი) მიერ ჩატარებულ კვლევას და მთავარ თემად კვლევიდან შემდეგი მიგნება გამოიტანა:

*„ქართულ პოლიტიკურ სცენაზე თითქმის თანაბარი წონის ორი პოლიტიკური გუნდი ლიდერობს: ნაციონალური მოძრაობა და ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური გუნდი.“*

არც მაესტრომ, არც კავკასიამ არ მიუთითეს დამფინანსებლის ვინაობა და მისი კავშირი დამკვეთთან და კვლევის შესაძლო შედეგებთან. ეს კავშირი მხოლოდ კვლევისადმი კრიტიკულად განწყობილი რესპონდენტების კომენტარებში ჩანდა, თუმცა მსმენელისთვის მეტი სიცხადის შეტანის მიზნით, სტანდარტი მოითხოვს თავად ჟურნალისტმა მიაწოდოს

მაყურებელს ამომწურავი ინფორმაცია იმ საკითხის შესახებ, რამაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინოს შედეგების აღქმაზე.

სხვა კვლევების გაშუქებისგან განსხვავებით, ამ შემთხვევაში მაესტრომ მეტი სტანდარტები დაიცვა და 12–დან 8 მოთხოვნა დააკმაყოფილა:

ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
დამფინანსებელი	-
კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	+
საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
გამოკითხულთა რაოდენობა	+
კვლევის მეთოდოლოგია	-
რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
ცდომილების ფარგლები	+
ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	+

### კავკასია

ტელეკომპანია კავკასიამ 12–დან 5 სტანდარტი დაიცვა. სიუჟეტში ივანიშვილის პოლიტიკური ოპონენტების შეფასებებიდან ჩანდა, რომ ისინი კვლევას არ ენდობოდნენ იმის გამო, რომ კვლევის დამკვეთი ორგანიზაცია თავად წარმოადგენს დაინტერესებულ მხარეს:

ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
---	---

საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
დამფინანსებელი	-
კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	-
საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
გამოკითხულთა რაოდენობა	+
კვლევის მეთოდოლოგია	-
რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
ცდომილების ფარგლები	-
ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

## სააგენტოები

სკაის კვლევებს ინტერპრესნიუსმა 14 ინფორმაცია მიუძღვნა, აქედან ერთი თავად კვლევის პრეზენტაციის ანონსირებას. მხოლოდ პირველ ინფორმაციაში იყო დაცული 12–დან 6 სტანდარტი: ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა, დამკვეთი, კვლევის ჩატარების დრო, გამოკითხულთა რაოდენობა, კვლევის ჩატარების არეალი და მეთოდოლოგია. დანარჩენ ინფორმაციებში კი კვლევის ჩამატარებელი ორგანიზაცია და კითხვების ფორმულირება იყო მხოლოდ სტაბილურად გადმოცემული (2).

ანალოგიური ვითარება გვაქვს სააგენტო „ჯი–ეიჩ–ენის“ შემთხვევაში. პირველ ინფორმაციაში, რომელიც კვლევის პრეზენტაციის ანონსს წარმოადგენს და სავარაუდოდ, თავად ორგანიზატორთა მიერ მომზადებულ პრეს–რელიზს ეყრდნობა, 12–დან 7 სტანდარტია დაცული: ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა, დამკვეთი, კვლევის ჩატარების დრო, გამოკითხულთა რაოდენობა, კვლევის ჩატარების არეალი, მეთოდოლოგია და სავარაუდოდ ცდომილება. ხოლო დანარჩენ 6

ინფორმაციაში სტაბილურად მითითებულია ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა, კითხვის ფორმულირება და ნაწილობრივ დამკვეთი (3).

სხვა კვლევების გაშუქებისგან განსხვავებით EPN სკაის კვლევის შედეგების გაშუქებისას მეტად და სტაბილურად იცავდა დადგენილ სტანდარტებს (12–დან 7):

ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	+
საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი	+
დამფინანსებელი	-
კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება	+
საველე კვლევის ჩატარების დრო	+
გამოკითხულთა რაოდენობა	+
კვლევის მეთოდოლოგია	+
რა არეალში ან რა კატეგორიის ადამიანებში ჩატარდა შერჩევა	+
იმ რესპონდენტთა რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე, არ გასცეს კითხვას პასუხი ან რომელთა გამოკითხვაც ვერ მოხერხდა	-
ცდომილების ფარგლები	+
ინფორმაცია სხვა ნებისმიერი ფაქტორის შესახებ, რომელმაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შედეგებზე	-
მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

### თემატური პრიორიტეტები, გამოტოვებული თემები

#### ტელევიზიები

როგორც ქვემოთ მოყვანილი ცხრილიდანაც ჩანს, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა მხოლოდ საპარლამენტო არჩევნების შესაძლო შედეგები გააშუქა აღნიშნული კვლევიდან. მაესტრომ და კავკასიამ კი გაცილებით ვრცლად გადმოსცეს სკაის კვლევის მიგნებები.

თუ IRI-ის კვლევის გაშუქებისას, რუსთავი 2-ს გატარებული აქვს აზრი, რომ ივანიშვილი მცირე პარტიების საპროტესტო ელექტორატის კონსოლიდირებას ახდენს; მაესტროს ვერსიით ივანიშვილის პარტია ოპოზიციის გარდა, ნაციონალური მოძრაობის ელექტორატის გადმოზირებას იწყებს:

*იაგო კაჭკაჭიშვილი : „ივანიშვილის პარტიამ დაიწყო ნაციონალების მხარდამჭერების გადმოზირება. ეს არ გახლავთ ჯერჯერობით აშკარად გამოკვეთილი ტენდენცია, ძლერი პროცესი, მაგრამ ამის პირველი ნიშნები არის.“*

თემები (თანმიმდევრობის მიხედვით)	რუსთავი 2	იმედი	საზ. მაუწყ.	მაესტ რო	კავკას ია
კითხვაზე ხვალ რომ საპარლამენტო არჩევნები გაიმართოს რომელ პოლიტიკურ ძალას დაუჭერით მხარს პირველ რიგში?	–	–	1	1	1
კითხვაზე რომელ პოლიტიკურ პარტიას არ დაუჭერ მხარს არცერთ შემთხვევაში?	–	–	–	2	–
ვის ისურვებდით საქართველოს პრემიერ მინისტრის პოსტზე 2013 წელს?	–	–	–	3	9
პარლამენტის თავმჯდომარის რეიტინგი	–	–	–	4	–
ივანიშვილის პირველი პოლიტიკური ნაბიჯების შეფასება	–	–	–	5	6
კითხვაზე რომელ საინფორმაციო გასდაცემებს ენდობით ყველაზე მეტად?	–	–	–	6	–
ხელისუფლების შეცვლის გზები	–	–	–	7	–
ბრალდება ოპოზიციონერი პოლიტიკოსების რუსეთის აგენტობასთან დაკავშირებით	–	–	–	8	–
რისი ემინიათ ყველაზე მეტად	–	–	–	9	–
ყველაზე სანდო ინსტიტუტები	–	–	–	10	4

ვის ისურვებდით საქ. პრეზიდენტად ამ პოსტიდან მიხეილ სააკაშვილის წასვლის შემდეგ?	–	–	–	–	2
პრობლემები, რომელთა გადაწყვეტა პრიორიტეტულია	–	–	–	–	3
პარლამენტის წევრთა რაოდენობის გაზრდა	–	–	–	–	5
რამდენად სამართლიანად ჩატარდება 2012 წლის არჩევნები	–	–	–	–	7
საპრეზიდენტო არჩევნების შემდეგ მიხეილ სააკაშვილის ხელისუფლებაში დარჩენის შეფასება	–	–	–	–	8

### სააგენტოები

სააგენტოებმა ტელევიზიებისგან განსხვავებით, პარტიული რეიტინგების რეგიონალური მონაცემები გამოაქვეყნეს, სადაც გამოჩნდა, თუ რომელ რეგიონებში აქვთ უპირატესი მხარდაჭერა ნაციონალურ მოძრაობასა და ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკურ გუნდს. თითოეული პოლიტიკური ჯგუფის შემთხვევაში წარმოდგენილი იყო მხოლოდ 3–3 რეგიონი და სამივე სააგენტოს ინფორმაციაში გატარებული იყო აზრი, რომ სამცხე–ჯავახეთსა და ქვემო ქართლში ნაციონალური მოძრაობა ეთნიკურად არაქართველი მოსახლეობის ხარჯზე ლიდერობს.

სააგენტოებს არ გადმოუციათ ინფორმაცია სხვა რეგიონების პრეფერენციების შესახებ.

თემატური მრავალფეროვნების მხრივ ამ შემთხვევაშიც გამორჩეული იყო ინტერპრესნიუსი:

თემები	IPN	GHN	EPN
<b>(თანმიმდევრობის მიხედვით)</b>			
კითხვაზე ხვალ რომ საპარლამენტო არჩევნები გაიმართოს რომელ პოლიტიკურ ძალას დაუჭერთ მხარს პირველ რიგში?	1 <sup>29</sup>	1 <sup>30</sup>	4
კითხვაზე, რომელი ელექტორატის მობილიზების ხარჯზე ახერხებს ბიძინა ივანიშვილის პარტია საკუთარი რეიტინგის ჩამოყალიბებას?	2	–	–
პარტიული რეიტინგების რეგიონალური მონაცემები	3 <sup>31</sup>	2 <sup>32</sup>	10 <sup>33</sup>
კითხვაზე რომელ პოლიტიკურ პარტიას არ დაუჭერ მხარს არცერთ შემთხვევაში?	9 <sup>34</sup>	–	–

<sup>29</sup> სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის კვლევით, პოლიტიკურ სცენაზე "ნაციონალური მოძრაობა" და ბიძინა ივანიშვილის გუნდი ლიდერობენ

<sup>30</sup> პოლიტიკურ ძალებს შორის "ნაციონალური მოძრაობა" და ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური გუნდი ლიდერობენ

<sup>31</sup> სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა რეგიონებში ჩატარებული კვლევის შედეგები გაავრცელა

<sup>32</sup> საქართველოს რეგიონებში ნაციონალური მოძრაობა და ბიძინა ივანიშვილის გუნდი ლიდერობენ

<sup>33</sup> ბიძინა ივანიშვილი „ნაც. მოძრაობას“ სამ რეგიონში დიდი უპირატესობით უსწრებს

<sup>34</sup> რესპოდენტთა 16,5% არც ერთ შემთხვევაში არ დაუჭერდა მხარს "დემოკრატიულ მოძრაობას", 13,6% კი "ნაციონალურ მოძრაობას"



ვის ისურვებდით საქართველოს პრემიერ მინისტრის პოსტზე 2013 წელს?	4 <sup>35</sup>	3 <sup>36</sup>	5 <sup>37</sup>
ბიძინა ივანიშვილის არჩევანი პოლიტიკური პარტნიორების შესახებ	8 <sup>38</sup>	–	–
ივანიშვილის პირველი პოლიტიკური ნაბიჯების შეფასება	–	–	7
პარლამენტის პოტენციური თავმჯდომარეობის კანდიდატები	17 <sup>39</sup>	–	–
პრობლემები, რომელთა მოგვარება პრიორიტეტულია	15 <sup>40</sup>	–	–
ბრალდება ოპოზიციონერი პოლიტიკოსების რუსეთის აგენტობასთან დაკავშირებით	14 <sup>41</sup>	–	9 <sup>42</sup>

<sup>35</sup> გამოკითხულთა 26,1% პრემიერად ბიძინა ივანიშვილს ისურვებდა, 24,2% კი - მიხეილ სააკაშვილს

<sup>36</sup> გამოკითხულთა 26,1% პრემიერ-მინისტრად ბიძინა ივანიშვილს, ხოლო 24,2% მიხეილ სააკაშვილს ისურვებდა

<sup>37</sup> კვლევის შედეგად, საზოგადოება 2013 წლიდან პრემიერ-მინისტრად ივანიშვილს ისურვებდა

<sup>38</sup> რესპოდენტთა 11,4% მიიჩნევს, რომ ბიძინა ივანიშვილის არჩევანი პოლიტიკური პარტნიორების შესახებ სრულიად გამართლებულია

<sup>39</sup> იაგო კაჭკაჭიშვილი - პარლამენტის პოტენციური თავმჯდომარეობის კანდიდატების რეიტინგში დავით ბაქრაძე ლიდერობს

<sup>40</sup> კვლევის თანახმად, მთავარი პრობლემა უმუშევრობაა

<sup>41</sup> სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა კვლევა რუსეთის აგენტობის ბრალდების შესახებაც ჩაატარა

<sup>42</sup> კვლევის მიხედვით, ბრალდება რუსეთის აგენტობაზე ზურაბ ნოღაიდელის და ნინო ბურჯანაძის მიმართ სამართლიანია

2012 წლის არჩევნები სამართლიანად ჩატარდება	11 <sup>43</sup>	–	1 <sup>44</sup>
კითხვას, იმ შემთხვევაში, თუ არჩევნები სამართლიანად ჩატარდა, ექნება თუ არა საკმარისი რესურსი ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკურ ძალას, გაუწიოს კონკურენცია არჩევნებში მმართველ პარტიას?	12	–	–
ვის უფრო დაუჭერს მხარს მოსახლეობის უმრავლესობა მომავალ საპარლამენტო არჩევნებში – უფრო ხელისუფლებას თუ უფრო ოპოზიციას?	13	–	–
ვის ისურვებდით საქ. პრეზიდენტად ამ პოსტიდან მიხეილ სააკაშვილის წასვლის შემდეგ?	5	4 <sup>45</sup>	6
ნდობა ინსტიტუტების მიმართ	16 <sup>46</sup>	–	8 <sup>47</sup>
პარლამენტის წევრთა რაოდენობის გაზრდა	6 <sup>48</sup>	–	2
2012 წლის არჩევნებში მონაწილეობას აპირებს	7	–	3
საპრეზიდენტო არჩევნების შემდეგ მიხეილ სააკაშვილის	10 <sup>49</sup>	–	–

<sup>43</sup> გამოკითხულთა 59,1%-ის აზრით, 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნები სამართლიანად ჩატარდება

<sup>44</sup> კვლევის თანახმად, მოსახლეობის 59,1 %-ს მიაჩნია, რომ არჩევნები სამართლიანად ჩატარდება

<sup>45</sup> გამოკითხულები მიხეილ სააკაშვილის შემდეგ პრეზიდენტად ბიძინა ივანიშვილის და გიგი უგულავას კანდიდატურებს ასახელებენ

<sup>46</sup> კვლევის თანახმად, სხვადასხვა ინსტიტუტებისა და სტრუქტურების საქმიანობის შეფასებისას, დადებით მაჩვენებლებში პირველ ადგილზე ეკლესიაა

<sup>47</sup> კვლევის მიხედვით, საზოგადოების ნდობა მართმადიდებლური ეკლესიისადმი ყველაზე მაღალი, ხოლო ჯანდაცვის სისტემისადმი ყველაზე დაბალია

<sup>48</sup> ხვალ რომ საპარლამენტო არჩევნები იყოს, რესპონდენტთა 36% "ნაციონალურ მოძრაობას", 32% კი ივანიშვილის პოლიტიკურ ძალას დაუჭერდა მხარს

<sup>49</sup> გამოკითხულთა 26,1% საპრეზიდენტო ვადის ამოწურვის შემდეგ მიხეილ სააკაშვილის ხელისუფლებაში შესაძლო დარჩენის ფაქტს უარყოფითად აფასებს

## რეკომენდაციები

წინამდებარე მონიტორინგმა აჩვენა, რომ მედია საშუალებები არასტაბილურად იცავენ საზოგადოებრივი აზრის კვლევის გაშუქებისათვის დადგენილ სტანდარტებს, რაც საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების შესაძლებლობას ქმნის. მიუხედავად იმისა, რომ გარკვეული საინფორმაციო საშუალებები (საზოგადოებრივი მაუწყებელი, IPN) ცალკეულ შემთხვევებში ბაზისური პროფესიული სტანდარტების უმეტესობას იცავენ, მსგავსი პრაქტიკა არასტაბილურია და სასურველია, ამ მიმართულებით ჟურნალისტთა წვრთნა გაგრძელდეს. ამის აუცილებლობას კანონმდებლობის მიერ საარჩევნოდ დადგენილი რეგულაციები და დამდეგი წინასაარჩევნო პერიოდი განსაზღვრავს.

მონიტორინგის პროცესში გამოვლენილმა დარღვევებმა ასევე ცხადყო, თუ რაოდენ დიდი მნიშვნელობა აქვს გარკვეული სტანდარტების დაცვას. ასეთებია:

- კვლევის დამკვეთის, დამფინანსებლის და განმხორციელებლის იდენტიფიცირება, რათა მაყურებელმა/მკითხველმა თავად განსაზღვროს, თუ რამდენად ენდოს კვლევის შედეგად გამოვლენილ მონაცემებს, ორგანიზაციის რეპუტაციას, ვინც ატარებს კვლევას. ეს შესაძლებელს გახდის, მაყურებელმა/მკითხველმა გააკეთოს ინფორმირებული არჩევანი და არ აღმოჩნდეს შცდომაში შეყვანილი.
- როგორც ჩვენს მიერ მოყვანილმა მაგალითმა აჩვენა, კვლევაში გამოყენებული კითხვის ზუსტი ფორმულირების გადმოცემა თავს აგვარიდებს კვლევის შედეგებით მანიპულირებას და მომხმარებლის დეზინფორმირებას.
- მნიშვნელოვანია მეთოდოლოგიის, სავარაუდო ცდომილებების მითითება, რათა ინფორმაციის მომხმარებელს წარმოდგენა ჰქონდეს, თუ რა გზით მოხდა ინფორმაციის მოპოვება და შედეგებს მეტი დამაჯერებლობა ჰქონდეს.

- ანალოგიურ თემებზე ჩატარებულ კვლევებთან პარალელების გავლება, განსაკუთრებით პოლიტიკური სუბიექტების რეიტინგების შემთხვევაში, მნიშვნელოვანია ტენდენციის დასანახად და ამა თუ იმ რესპონდენტის სუბიექტური შეფასებების თუ პროგნოზების კრიტიკულად შესაფასებლად.

მნიშვნელოვანია მედიის საკითხებზე და საარჩევნო პროცესის მხარდაჭერაზე მომუშავე საერთაშორისო და ადგილობრივმა ორგანიზაციებმა თავიანთი რესურსები მიმართონ როგორც წინასაარჩევნოდ მედიის მონიტორინგზე, მონიტორინგის შედეგების საჯარო განხილვებზე, ასევე ჟურნალისტთა და სარედაქციო პოლიტიკის განსაზღვრაში მონაწილე სხვა სუბიექტების ტრენინგებზე. ამ თვალსაზრისით, სასურველია ყურადღება გამახვილდეს ისეთ უნარებზე, როგორცაა წყაროებისა და რესპონდენტებისადმი კრიტიკული დამოკიდებულება; ინფორმაციის დამოუკიდებლად მოპოვება და გადამოწმება; მონაცემთა ანალიზი. მართალია, ჩვენს მონიტორინგში რამდენიმე მედია საშუალებამ დაიცვა ისეთი სტანდარტი, როგორცაა მსგავსებები და განსხვავებები ანალოგიურ თემაზე ჩატარებულ სხვა კვლევებთან, მაგრამ ეს პარალელები ძირითადად კვლევის განმხორციელებელთა მიერ იყო ჟურნალისტებისთვის მიწოდებული და არ წარმოადგენდა მათ მიერ დამოუკიდებლად მოპოვებულ ინფორმაციას. წინააღმდეგობრივი კვლევების დროს კი ჟურნალისტები არ ახდენდნენ ისეთი კრიტერიუმების შედარებას, როგორცაა სავარაუდო ცდომილება, გამოკითხულთა რაოდენობა, გეოგრაფიული არეალი და ა.შ. იმისათვის, რომ ჟურნალისტები დაინტერესებული მხარის პოზიციის უბრალო გამხმომავანებლად არ იქცნენ, საჭიროა, მათ თავად დაამუშავონ მონაცემები და მომხმარებლებს რეალურ მონაცემებზე დაყრდნობით, მოვლენების ობიექტურ აღქმაში დაეხმარონ და არა პირიქით.



მედიის განვითარების ფონდი