



საზოგადოებრივი აზრის კვლევის გაშუქება

ტელევიზიებსა და სააგენტოებში

კვლევის ავტორი: ქეთევან მსხილაძე

პერიოდი: 21-27 მარტი და 3 მაისი, 2012

აღნიშნული კვლევის მიზანია, გაარკვიოს, თუ რამდენად თვისობრივად შეცვალა მედიაში მიდგომა საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გაშუქებისას წინა კვლევასთან შედარებით, რომელიც 2011 წლის 10-11 ოქტომბერსა და 7-8 დეკემბერს გამოქვეყნებულ ამერიკის ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI), ამერიკის რესპუბლიკური ინსტიტუტის (IRI) და საქართველოს განვითარების კვლევითი ინსტიტუტის დაკვეთით განხორციელდა. კვლევა მიზნად ისახავს აჩვენოს, რამდენად იცავენ მედია საშუალებები ადგილობრივ რეგულაციებსა და საერთაშორისო სტანდარტებს, რათა პროფესიონალური სტანდარტების უგულვებელყოფამ არ გამოიწვიოს საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირება.

რეგულაციები

ამერიკის საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ნაციონალური საბჭო¹ რეკომენდაციას აძლევს ჟურნალისტებს, კვლევის შედეგების გაშუქებამდე 20 შეკითხვა დასვან² და

¹ <http://www.ncpp.org/?q=node/4>

² 1. ვინ ჩაატარა კვლევა? 2. ვინ დააფინანსა ის და რა მიზნით? 3. რამდენი ადამიანი გამოიკითხა? 4. როგორ მოხდა მათი შერჩევა? 5. რა გეოგრაფიული არეალიდან და ადამიანთა ჯგუფიდან (პედაგოგები, იურისტები, დემოკრატი ამომრჩევლები და სხვა) მოხდა მათი შერჩევა? 6. ეფუძნება თუ არა შედეგები ყველა გამოკითხული რესპონდენტის პასუხებს? 7. ვინ უნდა გამოკითხულიყო და არ გამოიკითხა? 8. როდის ჩატარდა კვლევა? 9. როგორ ჩატარდა ინტერვიუები? 10. რა დამოკიდებულებაა ინტერნეტის კვლევის მიმართ? 11. რამდენია ცდომილება? 12. ვინ ლიდერობს? 13. სხვა რა ფაქტორებმა შეიძლება იმოქმედოს კვლევის შედეგებზე? 14. რა შეკითხვები დაისვა? 15. რა თანმიმდევრობით დაისვა შეკითხვები? 16. მანიპულირებულია თუ არა გამოკითხვა? 17. როგორია ანალოგიურ თემაზე სხვა კვლევები? არის თუ არა მსგავსება და განსხვავების შემთხვევაში, რა არის ამის მიზეზი? 18. რა შეიძლება ითქვას ეგზიტ პოლზე? 19. რა შეიძლება

მხოლოდ ამის შემდეგ მიიღონ გადაწყვეტილება კვლევის შედეგების გაშუქების შესახებ. ჟურნალისტთა საერთაშორისო ცენტრი³ 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 სტანდარტი⁴, 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)⁵ მხოლოდ სიზუსტის და მიუკერძოებლობის ნორმებს შეიცავს და არ იძლევა სპეციფიურ განმარტებებს საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გაშუქებასთან დაკავშირებით.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსი (2006)⁶ დეტალურ რეკომენდაციებს იძლევა როგორც ზოგადად კვლევების შედეგების გაშუქებისთვის (14.1), ასევე არჩევნების გაშუქების სპეციფიური გარემოებების გათვალისწინებით. მთავარი კრიტერიუმები, რომელთა მითითება საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის სავალდებულოა, შემდეგია:

- ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა გამოკითხვა;
- გამოკითხვის დამკვეთი ან დამფინანსებელი;
- შეკითხვების ზუსტი ფორმულირება;

დამატებით აისახოს კვლევის შესახებ მომზადებულ მასალაში? 20. მე დავსვი ყველა შეკითხვა. პასუხები დამაკმაყოფილებელია. შეიძლება თუ არა შედეგების გამოქვეყნება?

³ საზოგადოებრივი აზრის კვლევა. მანიპულაცია თუ რეალური ანალიზის ინსტრუმენტი? ჟურნალისტთა საერთაშორისო ცენტრი, ჟურნალი “თავისუფლება” №4 (16) აპრილი, 2003.

⁴ http://liberty.ge/geo/categories.php?genre_id=74§ion_id=2&from=categories

⁵ <http://gartia.org.ge/%E1%83%9F%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%98-%E1%83%94%E1%83%97%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%A2/>

⁶ <http://gpb.ge/uploads/documents/044b075e-3c2b-4859-9940-aa29a93fdd17GPB Code of Conduct.pdf>

- შერჩევის მეთოდი;
- გამოკითხულთა რაოდენობა;
- ცდომილების ზღვარი;
- გამოკითხვის ჩატარების თარიღი.

მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი (2009)⁷ ავალდებულებს მაუწყებლებს, უზრუნველყონ მათ ეთერში განთავსებული საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების საფუძვლიანობა და საიმედოობა და არ მოახდინონ საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირება⁸. 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 51-ე მუხლის (11) თანახმად კი, საზოგადოებრივი აზრის კვლევა უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:

- ა) უნდა ეფუძნებოდეს წარმომადგენლობითი შემთხვევითი შერჩევის აღიარებულ მეცნიერულ მეთოდოლოგიას, რომელიც უზრუნველყოფს შედეგების არანაკლებ 95-პროცენტთან საიმედოობას და რომლის ცდომილების ფარგლები 3 პროცენტს 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

⁷ http://www.gncc.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=110&info_id=6986

⁸ თავი VII, მუხლი 25. http://www.gncc.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=110&info_id=6986

შესაძლებელი უნდა იყოს ამ განსხვავებების ან ცვლილებების დამაჯერებელი მეცნიერული ახსნა;

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

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

ვ) შედეგების გამოქვეყნებისას უნდა მიეთითოს:

ვ.ა) ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა;

ვ.ბ) საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი ან დამფინანსებელი;

ვ.გ) კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება და თანამიმდევრობა;

ვ.დ) სავლე კვლევის 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

კვლევის მეთოდოლოგია წინა მონიტორინგის იდენტურია. ზემოთ მიმოხილული საერთაშორისო და ადგილობრივი რეგულაციების საფუძველზე შეირჩა რამდენიმე საკვანძო კრიტერიუმი, რომელთა მიხედვითაც განხორციელდა წინამდებარე კვლევა:

- ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა;
- საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დამკვეთი;
- დამფინანსებელი;
- კვლევაში გამოყენებული კითხვების ზუსტი ფორმულირება;
- სავლე 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

ამასთანავე ცალკე ინდიკატორად გამოვყოფთ გამოტოვებულ თემებს, სადაც შვეა 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.

მედია საშუალებები

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

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

პერიოდი

მონიტორინგის პერიოდი ორი კვლევის შედეგების გამოქვეყნების თარიღების მიხედვით განისაზღვრა: 21-27 მარტი და 3 მაისი.

კვლევები

1. ამერიკის ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI) მიერ 22 თებერვლიდან 5 მარტამდე ჩატარებული საზოგადოებრივი აზრის კვლევა. აღსანიშნავია, რომ კვლევის შედეგები 2 ნაწილად გამოქვეყნდა: პირველი 21 მარტს თავად ეროვნულ-დემოკრატიულმა ინსტიტუტმა გახადა საჯარო და მეორე, პოლიტიკური ნაწილი 27 მარტს პოლიტიკური პარტიების ნაწილმა გაასაჯაროვა და პოლიტიკურ რეიტინგებს ასახავდა.
2. ამერიკის რესპუბლიკური ინსტიტუტის (IRI) დაკვეთით, კვლევებისა და მარკეტინგის ინსტიტუტის (IPM) მიერ მარტსა და აპრილში ჩატარებული კვლევა, რომელიც 3 მაისს გამოქვეყნდა.

NDI

როგორც აღინიშნა, ამერიკის ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI) მიერ ჩატარებული კვლევა მედია საშუალებებში ორ ნაწილად გაშუქდა. დაკვირვების საგანი იყო ორივე კვლევის დროს სტანდარტების დაცვის საკითხი.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი

21 მარტი- 27 მარტი

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა NNDI-ის კვლევის ორივე ნაწილი (21 მარტი და 27 მარტი) “მოამბის” მთავარ 8 საათიან გამომშვებაში გააშუქა და 12-დან 6 სტანდარტი დაიცვა. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ კითხვების ზუსტი ფორმულირება მხოლოდ ნაწილობრივ იყო დაცული. ჟურნალისტს არ გადმოუცია, სავარაუდო ცდომილება, რაც არსებითაა შედეგების აღქმის თვალსაზრისით იმ შემთხვევაში, როცა რომელიმე პოლიტიკური სუბიექტის რეიტინგი შესაძლოა სავარაუდო ცდომილების იდენტური იყოს.

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	-

21 მარტს NNDI-ის მიერ გამოქვეყნებული კვლევის შედეგები, რუსთავი 2-მა მხოლოდ 6 საათიან გამოშვებაში გააშუქა, ხოლო 27 მარტს პოლიტიკური პარტიის რეიტინგები – “კურიერის” მთავარ, 9 საათიან გამოშვებაში ასახა. რაც შეეხება სტანდარტებს, 27 მარტს „კურიერმა“ 12-დან მხოლოდ 2 სტანდარტი დაიცვა – კვლევის დამკვეთი და კითხვების ზუსტი ფორმულირება, ხოლო 21 მარტის ვერსიაში 12-დან 6 სტანდარტი 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	-

აღსანიშნავია, რომ 21 მარტის კვლევის ერთ-ერთი მთავარი თემა ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობის ჩამორთმევის საკითხისადმი საზოგადოების უარყოფითი დამოკიდებულება იყო. ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობის საკითხი „კურიერში“ მხოლოდ NNDI-ის წარმომადგენლის ლუის ნავაროს სინქრონში ფიგურირებს:

“ბიძინა ივანიშვილისთვის მოქალაქეობის აღდგენას გამოკითხულთა უმრავლესობა უჭერს მხარს” (21 მარტი, 2012 „კურიერი“).

მოქალაქეობასთან დაკავშირებით ჟურნალისტის საავტორო ტექსტშიც აპელირება უმრავლესობის პოზიციაზე კეთდება, ოღონდ ჟურნალისტი არ აზუსტებს, პროცენტულად რამდენია ეს უმრავლესობა:

“NDI კვლევების მიხედვით გამოკითხულთა უმეტესობა მიიჩნევს, რომ ბიძინა ივანიშვილს საქართველოს მოქალაქეობა უნდა აღუდგეს” (21 მარტი, 2012 „კურიერი“).

იმედი

ტელეკომპანია “იმედმა” 21 მარტს NNDI-ის კვლევის გაშუქებისას მხოლოდ 5 სტანდარტი დაიცვა: კვლევის დამკვეთი, კვლევის ჩატარების დრო, გეოგრაფიული არეალი, გამოკითხულთა რაოდენობა, კითხვების ზუსტი ფორმულირება. რუსთავი 2-ის საინფორმაციოს მსგავსად, ქრონიკამაც კვლევის პირველი ნაწილი 5 საათიან გამოშვებაში გააშუქა და არა დღის მთავარ საინფორმაციო 8 საათიან გამოშვებაში და ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობასთან დაკავშირებული თემის გაშუქებისას არც კითხვის ზუსტი ფორმულირება იყო მითითებული და არც იმ ადამიანთა პროცენტული რაოდენობა, ვინც ამ შემთხვევაში მოქალაქეობის აღდგენას ემხრობა.

რაც შეეხება 27 მარტს გასაჯაროებული კვლევის შედეგების გაშუქებას, ამ შემთხვევაში კვლევა 8 საათიან გამოშვებაში გავიდა და ძირითადად 4 სტანდარტი იყო დაცული: კვლევის დამკვეთი, გამოკითხულთა რაოდენობა, კითხვების ფორმულირება და კვლევის მეთოდოლოგია.

მაესტრო

ტელეკომპანია “მაესტრომ” NDI-ის კვლევის როგორც სოციალური, ასევე პოლიტიკური ნაწილი 9 საათიან საინფორმაციო გამოშვებაში გააშუქა, თუმცა პირველ შემთხვევაში მხოლოდ 6 სტანდარტი დაიცვა (კვლევის დამკვეთი, კვლევის ჩატარების დრო და მასშტაბი, გამოკითხულთა რაოდენობა, ჩატარების თარიღი, მსგავსება და განსხვავება ანალოგიურ თემაზე ჩატარებულ სხვა კვლევასთან), ხოლო მეორე შემთხვევაში მხოლოდ ერთი – კვლევის დამკვეთი. ამასთანავე აღსანიშნავია ის, რომ 27 მარტის სიუჟეტი ძირითადად “ქართული ოცნების” მიერ კვლევის მიმართ გამოხატულ უნდობლობაზე იყო აგებული. “ქართული ოცნების” წარმომადგენელი ვიქტორ დოლიძე კვლევის მეთოდოლოგიურ გაუმართაობაზე საუბრობს, თუმცა ჟურნალისტი საერთოდ არ უთითებს NNDI-ის მიერ გამოყენებულ მეთოდოლოგიას და აღნიშნულ თემაზე კომენტარისათვის არც კვლევის განმხორციელებელ ორგანიზაციას მიმართავს, რომელიც ასევე არ ფიგურირებს სიუჟეტში. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ კვლევის მიმართ უნდობლობა ნაკლებად აისახა 21 მარტის სიუჟეტში, სადაც ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობის აღდგენის საკითხისადმი საზოგადოების უმრავლესობის მხარდაჭერა არც რეპონდენტებს, არც ჟურნალისტს საკამათოდ არ გაუხდია. უფრო მეტიც, ჟურნალისტი ამ თემასთან მიმართებით საკუთარ კომენტარს გვთავაზობს და სწორედ ამ მონაცემებზე დაყრდნობით აცხადებს, რომ:

„ინფორმაცია, საქართველოს პრეზიდენტის გადაწყვეტილებასთან დაკავშირებით, რაც ბიზნესმენს არჩევნებში მონაწილეობის უფლებას უკრძალავს, 87%-ს აქვს, ბიძინა ივანიშვილისათვის საქართველოს მოქალაქეობის ჩამორთმევას რესპოდენტთა 65% არ ეთანხმება და 70% აღდგენას მოითხოვს. თუმცა როგორც აღმოჩნდა მმართველი გუნდის წევრებისათვის მოქალაქეთა უმრავლესობის აზრი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას მაინც არ იძენს“ („ახალი ამბები“, 21 მარტი).

კავკასია

“მაესტროს” მსგავსად NNDI-ის კვლევის ორივე ნაწილი “კავკასიამ” 7 საათიან მთავარ საინფორმაციო პროგრამაში გააშუქა. 21 მარტს გამოქვეყნებული კვლევის გაშუქებისას, საინფორმაციო პროგრამა “დღეში” მხოლოდ 3 სტანდარტი იყო დაცული: კვლევის დამკვეთი, გამოკითხულთა რაოდენობა და კვლევის ჩატარების დრო.

რაც შეეხება 27 მარტს გავრცელებულ კვლევის პოლიტიკურ ნაწილს, აქ მხოლოდ 2 სტანდარტი იყო დაცული: კვლევის დამკვეთი და კითხვების ზუსტი ფორმულირება. სიუჟეტი შეიცავდა კობა დავითაშვილის ინტერვიუს, რომელიც კვლევის მიმართ უნდობლობას წინა არჩევნებზე NNDI-ის მიერ ჩატარებული კვლევისა და არჩევნების შედეგებს შორის ცდომილებით ხსნის, ასევე მისი მტკიცებით, ხელისუფლება წინასწარ არის ინფორმირებული გამოკითხულთა ვინაობის შესახებ და წინასწარ ახდენს გავლენას მათზე:

კობა დავითაშვილი - „დიდი ხანია ეს კვლევები არ გამოხატავს რეალობას და ამის კონკრეტული ფაქტები არსებობს. როდესაც 2010 წელს ჩატარდა არჩევნები ადგილობრივი, თვენახევრით ადრე ამ არჩევნებამდე იგივე NDI-მ ჩატარა კვლევა, სადაც ეროვნულ საბჭოს, სადაც ხალხის პარტიაც იყო გაერთიანებული, დაუწერა 1%, ჩატარდა არჩევნები და ჩვენ მივიღეთ 7%. შემდეგი რამ, ველის ვინაობა, ანუ ვინ გამოიკითხება წინასწარ არის ცნობილი ხელისუფლებისთვის, ხელისუფლება მუშაობს ამ ველზე და რა შედეგებიც სურს იმ შედეგებს დებს. აქედან გამომდინარე უკვე დიდი ხანია ეს კვლევები ჩვენს ქვეყანაში არანაირი ნდობით არ სარგებლობს „(„დღეს“, 27 მარტი).

აღსანიშნავია, რომ კვლევის მეთოდოლოგია არც ამ სიუჟეტში ყოფილა მითითებული.

სტანდარტები, სააგენტოები

IPN

სააგენტო ინტერპრესნიუსმა კვლევის ორივე ნაწილის გაშუქებისას 12-დან 8 სტანდარტი დაიცვა:

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	+

GHN

სააგენტო „გი-ეიჩ-ენმა“ 12-დან 4 მინიმალური 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	-

პირველი

21 მარტს NDI-ის მიერ გამოქვეყნებულ კვლევის პირველ ნაწილს სააგენტო „პირველმა“ 34 ინფორმაცია დაუთმო, აქედან მხოლოდ 30-ში იცავდა სტაბილურად ისეთ სტანდარტებს, როგორც კვლევის დამკვეთი, ჩატარების დროს, გამოკითხულთა რაოდენობა, არეალი, მეთოდოლოგია და ნაწილობრივ კითხვების ზუსტ ფორმულირებას.

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	-

NDI-ის კვლევის პარტიული რეიტინგებს, რომელიც 26 მარტს სხვადასხვა წყაროებით გახდა ცნობილი, სააგენტო პირველმა 20 ინფორმაცია მიუძღვნა. აქედან მხოლოდ ერთ ინფორმაციაში იყო დაცული მინიმალური სტანდარტები: კვლევის დამკვეთი ორგანიზაცია, კვლევის ჩატარების თარიღი, დამკვეთი, არეალი, გამოკითხულთა რაოდენობა. გარდა იმ ინფორმაციებისა, რომლებიც შეფასებითი ხასიათისა იყო ან NDI-ის მიერ პოლიტიკური პარტიებისათვის მონაცემების მიწოდებას ასახავდა, ყველგან იყო მითითებული შეკითხვების ზუსტი ფორმულირება. შეფასებითი ხასიათის ინფორმაციებიდან 6 მასალა კვლევის შედეგებისადმი უნდობლობას ასახავდა, ძირითადად „ქართული ოცნების“ წევრი რესპონდენტების; ხოლო 5 კვლევის შედეგებს სანდოდ მიიჩნევდა. აქედან 4 რესპონდენტი ნაციონალური მოძრაობის წევრი იყო, ხოლო 1 ქრისტიან-დემოკრატების.

აღსანიშნავია, რომ მიუხედავად იმისა, რომ NDI-ის კვლევის მიმართ სააგენტო პირველის რესპონდენტების უნდობლობა კვლევის მეთოდოლოგიურ გაუმართაობას ეფუძნებოდა, „პირველს“ NDI-ის მიერ გამოყენებული მეთოდოლოგია გაშუქებისას არ მიუთითებია.

EPN

EPN-მა 21 მარტს გამოქვეყნებული კვლევის ნაწილს 6 ინფორმაცია დაუთმო, აქედან 1 თავად კვლევის ანონსი იყო, 2 კი მედიაში გავრცელებული ინფორმაციების უარყოფა. ბოლო 2 ინფორმაციის გარდა, დანარჩენ ახალ ამბებში ძირითადად სტაბილურად იყო დაცული ერთი და იგივე სტანდარტები, ხოლო კითხვის ზუსტი ფორმულირება მეტწილად. დამფინანსებლის ვინაობა მხოლოდ კვლევის ანონსში იყო აღნიშნული და სავარაუდოდ, თავად NDI-ის მიერ მომზადებულ მედია ანონსს ეყრდნობოდა. ამასთანავე აღსანიშნავია ისიც, რომ ინფორმაცია, რომელიც ტელეკომპანია რეალ tv-ის მიერ გავრცელებული მონაცემების უარყოფას ეძღვნებოდა, ზუსტი მიგნებების საილუსტრაციოდ ძირითადად კითხვების ზუსტ ფორმულირებებს და მათზე მიღებულ პასუხებს ეყრდნობოდა.

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, 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	-
12	მსგავსებები და განსხვავებები იდენტურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან	-

რაც შეეხება 26 მარტს მედიაშიგავრცელებულ კვლევის პოლიტიკური რეიტინგების ნაწილს, ამ მონაცემებს, რომელთა წყარო თავად პოლიტიკური პარტიები იყვნენ, EPN-მა სულ 7 ინფორმაცია დაუთმო, აქედან 1 NDI-ის მიერ სააგენტო “პირველში” ნაციონალური მოძრაობის თბილისის რეიტინგების შესახებ გავრცელებული მონაცემების უარყოფას, 3 კვლევის შედეგების წინააღმდეგ პოლიტიკურ პარტიათა შეხედულებებს (ქართული ოცნების განცხადება, ლეიბორისტების და თავისუფალი დემოკრატების პოზიციები), 1 ქრისტიან-დემოკრატების შეფასებებს, ხოლო დარჩენილი 2 ინფორმაციული ხასიათის იყო და ასახავდა პარტიულ და საპრეზიდენტო და რეიტინგებს. ამ უკანასკნელ კატეგორიაშიც 12-დან 6 სტანდარტი იყო დაცული, რაც 21 მარტს გამოქვეყნებული შედეგების გაშუქებისასაც სახეზე იყო.

IRI

საზოგადოებრივი მაუწყებელი

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა IRI-ის კვლევების შედეგები 3 მაისს გააშუქა და 12-დან 6 სტანდარტი დაიცვა. აღსანიშნავია, რომ გაშუქებისას არ ყოფილა მითითებული კვლევის მეთოდოლოგია, მიუდავად იმისა, რომ ერთ-ერთი რესპონდენტი, მაია ფანჯიკიძე, რომელიც „ქართულ ოცნებას“ წარმოადგენდა, სწორედ მეთოდოლოგიის გამო უცხადებდა პარტიის სახელით უნდობლობას კვლევას.

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	-

რუსთავი 2

საინფორმაციო პროგრამა „კურიერმა“ IRI-ს კვლევა 3 მაისის 9 საათიან კურიერში გააშუქა და 12-დან 7 სტანდარტი დაიცვა. მიუხედავად იმისა, რომ ქართული ოცნების პრეს-სპიკერმა ჟურნალისტთან ინტერვიუში კვლევის სანდოობაში ეჭვი მეთოდოლოგიური პრობლემების გამო შეიტანა, ჟურნალისტს კვლევაში გამოყენებული მეთოდოლოგია მაყურებლისთვის არ გაუცნია. თუმცა, ჟურნალისტმა კვლევის საერთაშორისო რეპუტაციის მქონე ორგანიზაცია გელაპის ვეგდით ჩატარებაზე გაამახვილა ყურადღება.

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	-

იმედი

საინფორმაციო გამოშვება „ქრონიკამ“ IRI-ს კვლევა 8 საათიან მთავარ გამოშვებაში გააშუქა და 12-დან 6 სტანდარტი დაიცვა: დამკვეთი, დამფინანსებელი, კვლევის ჩატარების დრო, გამოკითხულთა რაოდენობა, ორგანიზაცია, რომელმაც ჩატარა კვლევა და კითხვების ზუსტი ფორმულირება. სხვა არხების მსგავსად, ქართული ოცნების მხრიდან მეთოდოლოგიასთან დაკავშირებით გამოთქმული პრეტენზიების მიუხედავად, არც „ქრონიკას“ განუმარტავს მეთოდოლოგიური ასპექტი.

მაესტრო

მაესტრომ 12-დან 5 სტანდარტი დაიცვა. ამასთანავე საზოგადოებრივი მაუწყებლის მსგავსად აქაც ოპოზიციის წარმომადგენლები კვლევებს უნდობლობას მეთოდოლოგიის გამო უცხდებდნენ, თუმცა ჟურნალისტს კვლევის მეთოდოლოგია სიუჟეტში არ მიუთითებია.

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 რესონდენტთა 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“ მთავარმა საინფორმაციო გამოშვებამ (20:30) 3 მაისს მომზადებულ სიუჟეტში 12-დან მხოლოდ 4 სტანდარტი დაიცვა: კვლევის დამკვეთი, დამფინანსებელი, კვლევის ჩატარების დრო და განსხვავებები სხვა ანალოგიურ თემაზე ჩატარებულ კვლევებთან. თუმცა, ბოლო სტანდარტის მითითებისას, ჟურნალისტს არ განუმარტავს, რომელ კვლევას გულისხმობდა და მაყურებელს მხოლოდ ვარაუდით შეუძლია განსაზღვროს, თუ რაზეა საუბარი:

„პოლიტიკური პარტიების შესახებ „ამერიკის საერთაშორისო რესპუბლიკური ინსტიტუტის“ მიერ გამოქვეყნებული რეიტინგები განსხვავებულია კიდევ ერთი უცხოური ორგანიზაციის მიერ რამდენიმე კვირის წინ გამოქვეყნებული რეიტინგებისგან.“

სხვა ტელევიზიების მსგავსად, „კავკასიამაც“ ასახა „ქართული ოცნების“ ის მოსაზრება, რომლის თანახმად, IRI-ს კვლევა პოლიტიკური კოალიციისთვის მეთოდოლოგიური გაუმართაობის გამო იყო მიუღებელი, სახელდობრ, იმ გარემოების გამო, რომ აღნიშნული კვლევა ქართული ორგანიზაციის მიერ იყო ჩატარებული. ამასთანავე, აღსანიშნავია, რომ არც კავკასიას მიუთითებია კვლევაში გამოყენებული მეთოდოლოგია.

IPN

სააგენტო ინტერპრესსნიუსში IRI-ის კვლევებს 15 ინფორმაცია დაეთმო. აქედან მხოლოდ 8 ინფორმაციაში დაიცვა 5 მინიმალური სტანდარტი: დამკვეთი, დამფინანსებელი, ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა, კითხვების ზუსტი ფორმულირება და კვლევის ჩატარების დრო.

GHN

სააგენტო GHN-მა ამ თემაზე 2 ინფორმაცია მოამზადა, საიდანაც 1 კვლევის ანონსს წარმოადგენდა და მხოლოდ კვლევის დამკვეთსა და განმხორციელებელზე შეიცავდა ინფორმაციას, ხოლო მეორეში დაცული იყო 5 სტანდარტი: დამკვეთი, დამფინანსებელი, ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა, კითხვების ზუსტი ფორმულირება და კვლევის ჩატარების დრო.

პირველი

საინფორმაციო სააგენტო პირველმა IRI-ის კვლევებს 27 ინფორმაცია დაუთმო და აქედან 8 შემთხვევაში დაიცვა 3 მინიმალური სტანდარტი: კვლევის დამკვეთი, კითხვების ზუსტი ფორმულირება და კვლევის ჩატარების დრო.

EPN

საინფორმაციო სააგენტო EPN-მა IRI-ის კვლევებზე 6 ინფორმაცია მოამზადა და აქედან 2 შემთხვევაში დაიცვა 5 სტანდარტი: დამკვეთი, დამფინანსებელი, ორგანიზაცია, რომელმაც ჩაატარა კვლევა, კითხვების ზუსტი ფორმულირება და კვლევის ჩატარების დრო.

გამოტოვებული თემები, პრიორიტეტული საკითხები

ტელევიზიები (NDI)

ქვემოთ მოყვანილ ცხრილში თემები ძირითადად მედია საშუალებების ფორმულირების მიხედვითაა მოყვანილი და რიგ შემთხვევებში ზუსტად არ ასახავს თავად კვლევის შეკითხვების ფორმულირებას.

NDI-ის კვლევის პირველი ნაწილიდან რუსთავი 2-მა, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა და იმედმა აქცენტი უფრო საგარეო და ზოგად პოლიტიკურ საკითხებზე გაამახვილეს და გვერდი აუარეს ისეთ თემებს, როგორცაა ელექტროენერჯის ტარიფზე ნაგვის გადასახადის მიზმა, 112 მომსახურების საფასურის ანგარიშებიდან ჩამოჭრა, მედია საშუალებების სანდოობა. ნაგვის გადასახადის გარდა, ეს საკითხები არც კავკასიას გაუშუქებია. თავის მხრივ, მაესტრომ და კავკასიამ გვერდი აუარეს ისეთ საკითხებს, როგორცაა წარმოადგენს თუ არა რუსეთი საქართველოსთვის საფრთხეს, ლაზიკას მშენებლობა, ხოლო მაესტრო არ შეხებია ქვეყნის დემოკრატიულობის შესახებ მონაცემებს. ამასთანავე, როგორც უკვე აღინიშნა, ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობასთან დაკავშირებული საკითხი რუსთავი 2-მა და იმედმა მხოლოდ დღის საინფორმაციო გამოშვებებში გააშუქეს, მაშინ როცა „მაესტროსა“ და „კავკასიაზე“ ამ თემამ მე-2 და მე-3 ადგილი დაიკავა.

27 მარტს გამოქვეყნებული პოლიტიკური რეიტინგების გაშუქებისას ტელეკომპანია „მაესტროს“ გარდა, ოთხივე არხმა პირველ თემად საპარლამენტო არჩევნებთან დაკავშირებული შეკითხვა და შესაბამისი პარტიული რეიტინგები გამოიტანა,⁹ ხოლო მაესტრომ თავისი სიუჟეტი საპრეზიდენტო არჩევნებთან დაკავშირებით დასმული შეკითხვით დაიწყო.¹⁰ მაესტრომ და კავკასიამ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებში მხოლოდ სამი საკითხი გააშუქეს კვლევიდან და მოახდინეს ისეთი თემების ნიველირება, როგორცაა რომელი პოლტიკოსი დგას რესპონდენტებთან ყველაზე ახლოს, მხარს უჭერენ თუ არა მოქალაქეები ქუჩის აქციებს, როგორია ქვეყნის განვითარების მიმართულება, ეთანხმებიან თუ არა რესპონდენტები მოქმედი ხელისუფლების მიერ განხორციელებულ ცვლილებებს და აპირებენ თუ არა არჩევნებში მონაწილეობას. ყველაზე სრულყოფილად NDI-ის კვლევის ეს ნაწილი ტელეკომპანია „იმედმა“ გააშუქა.

⁹ გამოკითხულთა 47% ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას ასახელებს, მეორე არჩევანის შემთხვევაში მმართველ გუნდს 2% ასახელებს. რესპოდენტთა 10% მხარდაჭერით მეორე ადგილზეა კოალიცია „ქართული ოცნება“. მეორე არჩევანის შემთხვევაში მას 3% მხარდაჭერა აქვს. მესამე ადგილს გამოკითხულთა 3% მხარდაჭერით „ქრისტინაულ-დემოკრატიული“ მოძრაობა იკავებს. მეორე არჩევანის შემთხვევაში მას ხმას გამოკითხულთა 8% მისცემდა“.

¹⁰ 29%-მა ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის კანდიდატს დაუჭირა მხარი, 12% - ბიძინა ივანიშვილს, 5% - გიორგი თარგამაძეს, ხოლო ლეიბორისტული პარტიის ლიდერს შალვა ნათელაშვილს 1,1% ერგო.

21 მარტი

თემები (რიგითობის მიხედვით)	რუსთავი 2	იმედი	საზ. მაუწყ.	მაესტრო	კავკასია
რომელი საკითხებია თქვენთვის და თქვენი ოჯახისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი?	1	1	1	3	-
რა მიმართულებით ვითარდება საქართველო?	2	2	3	6	-
რომელი სამი რეფორმა იქნებოდა ყველაზე მნიშვნელოვანი საქართველოსთვის?	4	3	4	-	-
გსმენიათ თუ არა ლაზიკას მშენებლობაზე?	5	4	9	-	-
ხვალ რომ 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნები ტარდებოდეს, არჩევნებში მიიღებდით თუ არა მონაწილეობას?	6	5	2	1	-
ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობა	7 ¹¹	6 ¹²	10	2	3
საგარეო კურსი	9	7	7	-	-
რამდენად უჭერთ ან არ უჭერთ საქართველოს ნატოში გაწევრიანებას მხარს?	10	8	8	8	-
საქართველოს დემოკრატიულობის ხარისხი	3	-	6	-	2
რუსეთი საქართველოსთვის საფრთხეს წარმოადგენს	8	-	5	-	-
რამდენად მისაღებია 112 მომსახურების საფასურის ანგარიშებიდან ჩამოჭრა	-	-	-	4	-
ნაგვის გადასახადის ელექტროენერჯის ტარიფთან მიზმა	-	-	-	5	1
ტერიტორიული მთლიანობის საკითხი	-	-	-	7	-
რომელი მედია საშუალების სჯერათ	-	-	-	9	-
პოლიტიკაზე საუბარი	-	-	-	10	-

27 მარტი

თემები (რიგითობის მიხედვით)	რუსთავი 2	იმედი	საზ. მაუწყ.	მაესტრო	კავკასია
ვის მისცემდით ხმას ხვალ რომ საპარლამენტო არჩევნები იყოს?	1	1	1	2	1
რომელი პოლიტიკური პარტია დგას თქვენთან ყველაზე ახლოს?	3	2	2	-	-
რომელი ოპოზიციური პარტიის სუბიექტი სარგებლობს ყველაზე მეტი სიმპატიით?	4	3	4	-	3
ხვალ რომ საპრეზიდენტო არჩევნები იყოს, ვის მისცემდით ხმას?	2	4	3	1	2
მხარს უჭერთ თუ არა ქუჩის აქციებს?	-	5	6	-	-
კითხვაზე როგორია ქვეყნის განვითარების მიმართულება?	-	6	5	-	-
კითხვაზე ეთანხმებით თუ არა მოქმედი ხელისუფლების განხორციელებულ ცვლილებებს?	-	7	-	-	-

¹¹ 18 საათიანი "კურიერი".

¹² 17 საათიანი "ქრონიკა".

სააგენტოები (NDI)

რაც შეეხება სააგენტოების მიერ 21 მარტს NDI-ის კვლევის გაშუქებას, ყველაზე სრულყოფილად საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის შედეგები სააგენტოებმა IPN-მა და პირველმა გააშუქეს, შედარებით მწირად - EPN-მა და GHN-მა. აღსანიშნავია, რომ ერთადერთი საინფორმაციო საშუალება, რომელმაც გენდერთან დაკავშირებული საკითხი გააშუქა, სახელდობრ, საკანონმდებლო ცვლილებები, რომლებიც პარლამენტში ქალთა რაოდენობის გაზრდას ითვალისწინებს, სააგენტო „პირველი“ იყო. ამ თემისთვის არც ტელევიზიებს დაუთმიათ სათანადო ყურადღება.

კვლევის მეორე ნაწილი კი ყველაზე ვრცლად სააგენტო პირველმა გადმოსცა. ამასთანავე სააგენტო პირველმა ერთადერთ შეკითხვაზე - ახორციელებს თუ არა სასიკეთო ცვლილებებს ხელისუფლება - პასუხი არ გააშუქა და ეს შედეგები მხოლოდ GHN-მა ასახა.

„პირველის“ ინფორმაციები, რომლებიც NDI-ის კვლევის შედეგების მიმართ კოალიცია „ქართული ოცნების“ დამოკიდებულებას შეეხებოდა, სელექციური ხასიათის იყო, ჟურნალისტი კი ამ წინააღმდეგობრივი პოზიციის ტირაჟირებას კრიტიკული მიდგომის გარეშე ახდენდა. მაგალითად, ერთ-ერთი რესპონდენტი „ქართული ოცნებიდან“, ელისო ჩაფიძე კვლევაში მათი კოალიციის დაბალ შედეგებს მოსახლების დაშინებით ხსნიდა, თუმცა იმავე ინფორმაციაში ივანიშვილის მოქალაქეობასთან დაკავშირებით 70 %-იან მხარდაჭერაზე აპელირებდა და აქედან გამომდინარე კომიკურად მიიჩნევდა კოალიციის 10 % პარტიულ რეიტინგს:

ელისო ჩაფიძე: „როდესაც ქვეყანაში "ნაციონალური მოძრაობის" მხრიდან ადამიანების დაშინება და შანტაჟი მიმდინარეობს, ასეთ შემთხვევაში მათ ღია პასუხების გაცემა გაუჭირდებათ. როდესაც ივანიშვილისთვის მოქალაქეობის აღდგენის საკითხმა კვლევის შედეგად 70% მიიღო, მაშინ კოალიციისთვის 10% უკვე სასაცილოა. ჩვენ გვაქვს გარკვეული შეკითხვები და პასუხებს ველოდებით NDI-სგან. ამაში არანაირი ტრაგიზმი არაა“ („პირველი“, 28 მარტი).

21 მარტი

თემები (რიგითობის მიხედვით)	IPN	EPN	GHN	პირველი
ხვალ რომ საქართველოში საპარლამენტო არჩევნები ტარდებოდეს, მიიღებთ თუ არა არჩევნებში მონაწილეობას?	1	2	-	3
ივანიშვილის მოქალაქეობის საკითხი	2	1	-	5
ლაზიკას მშენებლობის შესახებ ინფორმირებულობის ხარისხი	3	4	-	4
უნდა გამართულიყო თუ არა საჯარო განხილვები და კონსულტაციები პარლამენტში მანამდე, სანამ პრეზიდენტი ამ ინიციატივას (ლაზიკას შესახებ) გაახმაურებდა?	4	-	-	-
საქართველოს გაწევრიანება ნატოში	5	-	-	2

საქართველოს ევროკავშირში გაწევრიანება	6	-	-	6
პრეზიდენტ სააკაშვილის ინიციატივა რუსეთთან დიალოგის შესახებ	7	-	-	-
რამდენად მისაღებია თქვენთვის ზოგიერთი ოპოზიციური ლიდერის შეთავაზება, რომ საქართველომ უარი თქვას ნატო-ში გაწევრიანებაზე რუსეთის მიერ ოკუპირებული ტერიტორიების დაბრუნების სანაცვლოდ?	8	-	-	7
რუსეთთან საქართველოს ამჟამინდელი ურთიერთობა	9	-	-	1
არის თუ არა საქართველოში დემოკრატია?	10	3	3	10
მიიჩნევთ თუ არა თავს დასაქმებულად?	11	-	-	16
ინფორმაციის მიღების წყაროები	12	-	4	12
ტელევიზიების პოლიტიკური სიმპათიები	13	-	5	13
რა მიმართულებით ვითარდება საქართველო?	14	-	-	14
ხელისუფლება მნიშვნელოვან ცვლილებებს ატარებს	15	-	-	15
სამი უმთავრესი პრიორიტეტული საკითხი	-	-	1	8
რას ნიშნავს დემოკრატია	-	-	2	11
ტელევიზიებისადმი ნდობა	-	-	6	18
სიღარიბის დონის შეფასება	-	-	-	9
ინფორმაცია ამომრჩეველთა სიების დაზუსტების კომისიის შესახებ	-	-	-	17
გსურთ თუ არა, რომ თქვენმა მაჟორიტარმა დეპუტატმა თქვენთვის მნიშვნელოვანი ადგილობრივი საკითხები ტელევიზიის საშუალებით განიხილოს?	-	-	-	19
ნაგვის გადასახადის ელექტროენერჯის ტარიფთან მიზმა	-	-	-	20
როდესაც გადაწყვეტილებას იღებთ იმის შესახებ, თუ ვინ გინდათ, თქვენი მაჟორიტარი დეპუტატი იყოს, რა არის თქვენთვის მნიშვნელოვანი?	-	-	-	21
საკანონმდებლო ცვლილებები, რომლებიც პარლამენტში ქალთა რაოდენობის ზრდას ითვალისწინებს	-	-	-	22

27 მარტი

თემები (რიგითობის მიხედვით)	IPN	EPN	GHN	პირველი
ხვალ რომ საპარლამენტო არჩევნები იყოს, ვის მისცემდით ხმას?	1	1	1	2
ხვალ რომ საპრეზიდენტი არჩევნები იყოს, ვის მისცემდით ხმას?	2	3	2	4
რომელი პოლიტიკური პარტია დგას თქვენთან ყველაზე	3		3	3

ახლოს?				
რომელი ოპოზიციური პარტიის სუბიექტი სარგებლობს ყველაზე მეტი სიმპატიით?	4	2	-	5
ახორციელებს თუ არა სასიკეთო ცვლილებებს სახელისუფლებო გუნდი?	-	-	4	-
თბილისში ნაციონალური მოძრაობის რეიტინგი (არაოფიციალური მონაცემებით)	-	-	-	1
პერსონალური ნდობის რეიტინგები	-	-	-	6
ნდობა მომავალი საპარლამენტო არჩევნების მიმართ	-	-	-	7

ტელევიზიები (IRI)

IRI-ის კვლევის შედეგების გაშუქებისას, რუსთავი 2-მა, იმედმა და საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა პირველ საკითხად მოსალოდნელი საპარლამენტო არჩევნების გათვალისწინებით, საპარლამენტო არჩევნებზე მოქალაქეთა პრეფერენციები გამოიტანა¹³, მაშინ როცა კავკასიამ ამ თემასთან დაკავშირებული შეკითხვა მეორე ჯერზე გააშუქა და მაესტროსთან ერთად პირველ თემად საპრეზიდენტო არჩევნებზე მოქალაქეთა არჩევანს¹⁴ მიანიჭა უპირატესობა. კორუფციასთან დაკავშირებით დასმული შეკითხვაზე - ბოლო 12 თვის განმავლობაში გადაგიხდიათ თუ არა ქრთამი - მიღებული პასუხები მხოლოდ რუსთავი 2-მა გააშუქა, ხოლო მთავრობის ყველაზე დიდი წარუმატებლობა და პოლიტიკისადმი ინტერესის კლება - მხოლოდ „კავკასიამ“. რუსეთის მხრიდან საქართველოს მიმართ აგრესიის თემა მაესტროსა და კავკასიაზე არ გაშუქებულა.

ცალკე მსჯელობის საკითხია, თუ როგორ გააშუქეს რუსთავი-2-მა, იმედმა და საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა შეკითხვა, რომელიც ინსტიტუტების მიმართ საზოგადოების ნდობას შეეხებოდა. მიუხადავად იმისა, რომ შეკითხვა ზოგადად ინსტიტუტებს შეეხებოდა, რომლის პასუხში საპატრიარქო ლიდერობდა, აღნიშნულმა ტელევიზიებმა მხოლოდ სახელმწიფო ინსტიტუტების მიმართ ნდობაზე გაამახვილეს ყურადღება¹⁵ და შესაბამისად, გაშუქებისას მხოლოდ სახელმწიფო ინსტიტუტების რეიტინგები ფიგურირებდა. თუ რუსთავი 2-მა და საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა კვლევის მიგნებებიდან მხოლოდ სახელმწიფო ინსტიტუტები შეარჩიეს სელექციურად, ტელეკომპანია იმედის შეკითხვა კვლევაში დასმული კითხვის ფორმულირების იდენტური იყო („რომელ ინსტიტუტს ენდობით ყველაზე მეტად?“), თუმცა შესაბამის პასუხში მხოლოდ სახელმწიფო ინსტიტუტები ფიგურირებდნენ:

¹³ ნაციონალურ მოძრაობას“ 45% მხარს უჭერს, 15%-იანი მხარდაჭერა აქვს „ქართულ ოცნებას“, „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ 9%-ით მე-3 ადგილზეა.

¹⁴ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ კანდიდატს 37% უჭერს მხარს, „ქართულ ოცნებას“ 19%, „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა“ გიორგი თარგამაძეს 10%.

¹⁵ “IRI-ს კვლევებში ასევე საუბარია ნდობაზე სხვადასხვა სახელმწიფო ინსტიტუტების მიმართ, გამოკითხვის თანახმად მოსახლეობის 90% ენდობა ჯარს და პოლიციას, მომდევნო ადგილზეა პრეზიდენტის ადმინისტრაცია 71%-ით, პარლამენტი 69%, განათლების სისტემას აქვს 67%” (რუსთავი 2, “კურიერი“, 3 მაისი). „აშშ-ს IRI ს მიერ ჩატარებული გამოკითხვების შედეგად სახელმწიფო ინსტიტუტებს შორის ყველაზე მაღალი ნდობა ჯარსა და პოლიცია საქვს.“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი, „მომბე“, 3 მაისი).

„კითხვაზე, „რომელ ინსტიტუტს ენდობით ყველაზე მეტად?“, პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: ქართული საზოგადოება ყველაზე მეტად ქართულ ჯარს და პოლიციას ენდობა. ამ უწყებების ნდობის მაჩვენებელი 90-90 პროცენტია. ჯარსა და პოლიციას პრეზიდენტის ადმინისტრაცია მოსდევს 71%-ით, პარლამენტი – 69%-ით და მთავრობა – 68%-ით.“ (იმედი, „ქრონიკა“, 3 მაისი).

აღნიშნული საკითხი სრულყოფილად გააშუქეს „მაესტრომ“ და „კავკასიამ“.

თემები (რიგითობის მიხედვით)	რუსთავი 2	იმედი	საზ.მაუწყ.	მაესტრო	კავკასია
მომდევნო კვირას რომ საპარლამენტო არჩევნები ტარდებოდეს, რომელ პარტიას მისცემდით ხმას?	1	1	1	-	2
მომდევნო კვირას რომ საპრეზიდენტო არჩევნები იმართებოდეს, რომელ კანდიდატს მისცემდით ხმას?	2	4	2	1	1
პოლიტიკური ლიდერების რეიტინგი	3	3	4	-	3
რომელ ოპოზიციურ ლიდერს ენდობით?	4	2	3	2	4
ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხები/პრობლემები	5	9	-	-	5
ნდობა ინსტიტუტების მიმართ	6	7	6	3	6
ყოფილხართ თუ არა ისეთ სიტუაციაში ბოლო 12 თვის განმავლობაში, როცა მოგიხდათ ქრთამის გადახდა?	7	-	-	-	-
რუსეთის აგრესია საქართველოს მისამართით დასრულებულია თუ ისევ გრძელდება?	8	8	8	-	-
ინტეგრაცია ევრო-ატლანტიკურ სტრუქტურებში	9	-	7	-	-
მიიჩნევთ თუ არა, რომ საქართველო სწორი მიმართულებით ვითარდება?	10	5	5	-	-
როგორია საზოგადოებრივი განწყობა?	-	6	-	-	-
მთავრობის ყველაზე დიდი წარუმატებლობა	-	-	-	-	7
პოლიტიკისადმი ინტერესი	-	-	-	-	8

სააგენტოები (IRI)

„მაესტროს“ და „კავკასიის“ მსგავსად სააგენტოებმა პირველ თემად საპრეზიდენტო არჩევნებთან დაკავშირებით საზოგადოებრივ განწყობებს მიანიჭეს უპირატესობა: EPN-მა საპარლამენტო არჩევნებთან დაკავშირებული შედეგები მე-6 ინფორმაციად, IPN-მა მე-9, პირველმა - მე-18-ედ, ხოლო GHN-მა საერთოდ არ გააშუქა. აღსანიშნავია, რომ საპრეზიდენტო არჩევნებთან დაკავშირებით „ქართულ ოცნების“ კანდიდატს შედარებით მაღალი რეიტინგი (19%) ჰქონდა, ვიდრე საპარლამენტოსთან (15%) მიმართებით.

აღსანიშნავია, რომ NDI-ის კვლევის მსგავსად, IRI-ის კვლევა ყველაზე სრულყოფილად სააგენტო პირველმა გააშუქა.

თემები (თანმიმდევრობის მიხედვით)	IPN	EPN	GHN	პირველი
ხვალ რომ საპრეზიდენტო არჩევნები იყოს, რომელი პოლიტიკური პარტიის კანდიდატს მისცემდით ხმას?	1	1	1	1
რომელი პოლიტიკური პარტია იყო თქვენს რეგიონში აქტიური?	2	4	-	10
ოპტიმიზმის განწყობა საზოგადოებაში	3	-	-	6
ნდობა ინსტიტუტების მიმართ	4	-	3	19
სოციალური პროტესტის რომელი ფორმაა თქვენთვის მისაღები?	5	-	-	4
პარტიის ლიდერის როლი პოლიტიკურ პროცესში	6	-	-	
მთავრობის ყველაზე დიდი წარუმატებლობა	7	-	-	8
მთავრობის ყველაზე მნიშვნელოვანი მიღწევა	8	-	-	7
მომავალ კვირას რომ საპარლამენტო არჩევნები იყოს, რომელ პოლიტიკურ პარტიას დაუჭერდით მხარს?	9	6	-	18
პოლიტიკისადმი ინტერესი	10	-	-	-
მთავრობის შეცვლა გააუმჯობესებს თუ არა ურთიერთობას რუსეთთან?	11	-	-	22
უჭერთ თუ არა მხარს რუსეთთან შემდგომ დიალოგს?	12	-	-	14
გამოხატავს თუ არა ქართული მასმედია (ტელე, რადიო, პრესა) თავისუფლად სხვადასხვა პოლიტიკურ მოსაზრებას თუ ის კონტროლირებადია მთავრობის მიერ?	13	-	-	21
როგორ ფიქრობთ, რატომ არ არის თავისუფალი ქართული მასმედია გამოხატოს სხვადასხვა პოლიტიკური პოზიციები?	14	-	-	-
რომელი ოპოზიციური პარტიის ლიდერს ენდობით ყველაზე მეტად?	-	2	2	-
ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოწვევა, რომლის წინაშეც საქართველო დგას?	-	3	4	2
მიიჩნევთ თუ არა, რომ საქართველო სწორი მიმართულებით ვითარდება?	-	5	-	3
რისი ეშინია მოსახლეობას?	-	-	-	5
დიალოგი ხელისუფლებასა და ოპოზიციას შორის	-	-	-	9
საქართველოს ყველაზე მნიშვნელოვანი პარტნიორი	-	-	-	11
წარმოადგენს თუ არა რუსეთი საფრთხეს?	-	-	-	12
ბოლო 12 თვის განმავლობაში ყოფილხართ თუ არა სიტუაციაში, როდესაც ქრთამის გადახდა მოგიწიათ?	-	-	-	13
ვლადიმერ პუტინის რუსეთის პრეზიდენტის პოსტზე დაბრუნების შემდეგ რუსეთ-საქართველოს ურთიერთობების პერსპექტივა	-	-	-	15
რუსეთთან უვიზო რეჟიმის შემოღება	-	-	-	16
საქართველოს ინტეგრაცია ევრო-ატლანტიკურ სტრუქტურებში	-	-	-	17
გმნობთ თუ არა მსოფლიო ფინანსური კრიზისის გავლენას?	-	-	-	20

რეკომენდაციები

ტელევიზიებსა და საინფორმაციო სააგენტოებში საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გაშუქების მორიგმა მონიტორინგმა ცხადყო, რომ წინა პერიოდთან შედარებით ვითარება თვისობრივად არ შეცვლილა. კვლავ სახეზეა პროფესული სტანდარტების არასრულყოფილად დაცვის შემთხვევები.

განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მეთოდოლოგიის მითითება, რაც დაკვირვების ქვეშ მყოფ საინფორმაციო საშუალებებში მეტწილად უგულვებელყოფილი იყო. კვლევის მეთოდოლოგიის მითითება არა მხოლოდ შედეგების დამაჯერებლობისთვის და მაცურებელთა და მკითხველთა ინფორმირებისთვის არის მნიშვნელოვანი, არამედ არსებითია მაშინ, როცა რესპონდენტები კვლევის სანდოობას სწორედ მისი მეთოდოლოგიური გაუმართაობის გამო აყენებენ ეჭვქვეშ და ასეთ შემთხვევაში ჟურნალისტთა პროფესიული ვალდებულებაა, მეტი სიცხადისთვის მაქსიმალური ინფორმაცია მიაწოდონ მათ აუდიტორიას.

წინამდებარე მონიტორინგმა ასევე ცხადყო, რომ მედია საშუალებების მხრიდან საერთოდ ნიველირებული იყო სავარაუდო ცდომილების კატეგორია, რაც არსებითია მაცურებლისა და მკითხველის მხრიდან ინფორმაციის ობიექტურად აღსაქმელად ისეთ შემთხვევებში, როდესაც ცდომლება და კვლევის შედეგად მიღებული პროცენტული მაჩვენებელი იდენტურია.

როგორც წინამდებარე მონიტორინგმა აჩვენა, კვლევის შედეგებით როგორც სახელისუფლებო მედია, ასევე ოპოზიციურიც სარედაქციო პოლიტიკის შესაბამისად მანიპულირებს.

სასურველია ჟურნალისტები კრიტიკულად მიუდგნენ თავიანთ რესპონდენტებს და მხოლოდ ფაქტებზე დაყრდნობით, ასევე წინა კვლევებთან და სხვა ანალოგიურ თემაზე ჩატარებული კვლევებთან შედარებისა და ტენდენციის გამოკვეთის საფუძველზე მოამზადონ მასალები.

ვინაიდან წინასაარჩევნო პერიოდში საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გაშუქება საკანონმდებლო რეგულაციის სფეროში ექცევა და საარჩევნო კოდექსის 51-ე მუხლით რეგულირდება, მნიშვნელოვანია მედია საშუალებებმა სრულფასოვნად გაიაზრონ კანონმდებლობით განსაზღვრული ვალდებულებები და აამაღლონ თავიანთი ჟურნალისტებისა და პროდიუსერების ცოდნა ამ საკითხებზე. სასურველია მედიის საკითხებზე მომუშავე პროფესიულმა ორგანიზაციებმა ხელი შეუწყონ ჟურნალისტთა წვრთნას როგორც კანონმდებლობის, ასევე პროფესიული სტანდარტების კუთხით.

