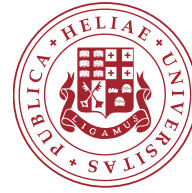




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



# პროფესიული ეთიკისა და ქცევის კოდექსი

# THE CODE OF PROFESSIONAL ETHICS AND PRACTICES

9 ოქტომბერი, 2020  
თბილისი, საქართველო  
October 9, 2020  
Tbilisi, Georgia

- პროფესიული ეთიკისა და ქცევის კოდექსი -  
- THE CODE OF PROFESSIONAL ETHICS AND PRACTICES -

# პროფესიული ეთიკისა და ქცევის კოდექსი

## წინათქმა

საქართველოს საზოგადოებრივი აზრისა და ბაზრის კვლევის ასოციაცია (შემდგომში „ასოციაცია“) და მისი წევრები თანხმდებიან, რომ დაიცავენ პროფესიული ეთიკისა და პრაქტიკის კოდექსით გათვალისწინებულ ნორმებს და ხელს შეუწყობენ როგორც საზოგადოებრივი აზრის, ასევე სხვა სახის კვლევების მეთოდოლოგიური და ეთიკური თვალსაზრისით გამართული კვლევის განხორციელებასა და გამოყენებას.

წინამდებარე კოდექსი ეფუძნება კვლევის ეთიკის ფუნდამენტურ პრინციპებს, რომლებიც განსაზღვრულია საზოგადოებრივი აზრის კვლევის მსოფლიო ორგანიზაციის (WAPOR), ევროპის საზოგადოებრივი აზრისა და ბაზრის კვლევის საზოგადოების (ESOMAR) და ამერიკის საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ასოციაციის (AAPOR) ეთიკის კოდექსებით.

ასოციაციის წევრები თანხმდებიან, რომ კვლევის დიზაინის ჩამოყალიბების, მონაცემების შეგროვების, ანალიზის, ინტერპრეტაციის, გამოყენებისა და გამოქვეყნების პროცესში, აგრეთვე კვლევის მონაწილეებსა და კლიენტებთან ურთიერთობისას გამოიყენებენ მეცნიერული კომპეტენციის, კეთილსინდისიერებისა და გამჭვირვალობის უმაღლეს სტანდარტებს.

## ▶ თავი I

### მუხლი 1. ტერმინთა განმარტება

1. „არასრულწლოვანი მონაწილე“ — კვლევის მონაწილე, რომელიც არის თვრამეტ წლამდე ასაკის, ე.ი. არ მიუღწევია სრულწლოვანებისთვის, და კვლევაში მისი მონაწილეობისათვის საჭიროა მშობლის, მეურვე/მზრუნველის ან სხვა კანონიერი წარმომადგენლის ბეპირი ან წერილობითი თანხმობა.
2. „ზიანი“ — შეიძლება იყოს როგორც მატერიალური, ასევე არამატერიალური სახის, რომელმაც გამოიწვია მკვლევრის, კლიენტის ან კვლევის მონაწილის ფინანსური, რეპუტაციული თუ მორალური ზარალი, ასევე მისი პირადი ან/და პროფესიული ინფორმაციის უნებართვო გამჟღავნება.
3. „თანხმობა“ — კვლევის მონაწილის მიერ მკვლევრისთვის წერილობით ან ბეპირად მიცემული თანხმობა, რომლის საფუძველზეც მკვლევარს შეუძლია, შეაგროვოს და გამოიყენოს ამ პირის მიერ მიწოდებული მონაცემები, კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, კონფიდენციალურობის ან ანონიმურობის დაცვით. მონაწილე და მკვლევარი თანხმდებიან, რომ კვლევაში მონაწილეობა არის ნებაყოფლობითი.
4. „კვლევა“ — ნიშნავს ინდივიდის, ცალკეული ჯგუფების, ორგანიზაციებისა და, ზოგადად, მოსახლეობის გამოკითხვის შედეგად მათი აზრის, დამოკიდებულებების, ქცევისა და სხვა მახასიათებლების შესახებ ინფორმაციის სისტემურ შეგროვებას და ანალიზს — როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი, ტრადიციული ან ახალი მეთოდების გამოყენებით.
5. „კვლევის მონაწილე/რესპონდენტი“ — ინდივიდი, რომლის აზრი, ქცევა, აღქმა და დამოკიდებულება შეისწავლება სამეცნიერო ანალიზის მიზნით. მონაწილის სტატუსი შეიძლება ჰქონდეს ნებისმიერ სრულწლოვან პირს, ჯგუფს, ორგანიზაციას, ასევე არასრულწლოვანს ან მოწყვლად კატეგორიას მიკუთვნებულ პირს, რომელიც თავად ვერ გასცემს კვლევაში მონაწილეობის თანხმობას და საჭიროა, მის ნაცვლად ეს თანხმობა გასცეს მშობელმა, მზრუნველმა ან სხვა კანონიერმა წარმომადგენელმა. კვლევაში მონაწილეობის მიღება ნებაყოფლობითია კვლევის აქტიური მონაწილისათვის. კვლევის მონაწილე შეიძლება იყოს აქტიური ან პასიური:

- ა) „კვლევის აქტიური მონაწილე“ — პირი, რომელიც საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვაში, ექსპერიმენტულ კვლევაში, ფოკუს-ჯგუფებსა ან/და სხვა ჯგუფურ დისკუსიებში უშუალოდ მონაწილეობს, ან/და რომელიც თანხმდება ინტერვიუს მიცემას. ასევე ის პირი, რომელიც კვლევის მონაწილის წარმომადგენელია და სთხოვენ ინფორმაციის მიწოდებას პირზე, რომელსაც წარმოადგენს.
- ბ) „კვლევის პასიური მონაწილე“ — პირი, რომელიც არ თანხმდება კვლევაში აქტიურად მონაწილეობას, მაგრამ არის კვლევის დაკვირვების ობიექტი. მაგალითად, ის პირი, რომლის საჯარო ქცევაზე დაკვირვება ხდება სოციალური მედიიდან ან სხვა ღია წყაროებიდან მონაცემების მოპოვებისა და შესწავლის მეშვეობით. პასიური მონაწილეებისგან მონაცემები გროვდება და გამოიყენება პასიური მონაწილის თანხმობის გარეშე, ისევე, როგორც ჩართული გაუმჟღავნებელი დაკვირვების შემთხვევაში ხდება. მიუხედავად ამისა, მკვლევარი კვლევის პასიური მონაწილის მიმართ იცავს ეთიკის ნორმებს, კონფიდენციალურობის წესსა და პირადი ინფორმაციის ან მაიდენტიფიცირებელი ინფორმაციის გაუმჟღავნებლობის პრინციპებს.
6. „კლიენტი“ — ნებისმიერი პირი ან ორგანიზაცია, რომელიც უკვეთავს კვლევის ჩატარებას.
  7. „კონტრაქტორი/ქვეკონტრაქტორი“ — ნებისმიერი პირი, რომელიც იღებს ანაზღაურებას კვლევითი პროექტის ფარგლებში კვლევის დიზაინის ჩამოყალიბების, მონაცემების შეგროვების ან ანალიზისათვის.
  8. „კონფიდენციალურობის წესი“ — მკვლევარის ან კვლევითი ორგანიზაციის მიერ კვლევის მონაწილეების ვინაობის დაცვის მიზნით პროფესიული ეთიკის ნორმების შესაბამისად შემუშავებული წესი, რომელზე დაყრდნობითაც ეს მკვლევარი ან კვლევითი ორგანიზაცია განსაზღვრავს მონაცემთა შეგროვების, გამოყენების, განკარგვის, გამოქვეყნებისა და შენახვის მეთოდებს.
  9. „მკვლევარი“ — პირი ან ორგანიზაცია, რომელიც ახორციელებს სამეცნიერო, გამოყენებით ან სხვა სახის კვლევას ან ამ კვლევის შედეგებზე დაფუძნებულ საკონსულტაციო მომსახურებას.
  10. „მონაცემების შეგროვება“ — კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე ცალკეული ცნებებისა და ინდიკატორების შესახებ ინფორმაციის შეგროვება, როგორც პირველადი (მაგალითად, კვლევის მონაწილის გამოკითხვა ან მასთან ინტერვიუს ჩაწერა და სხვ.), ისე მეორადი წყაროების (მაგალითად, მონაცემთა ბაზები, ჟურნალები, გაზეთები, საარქივო მასალა და სხვ.) გამოყენებით.
  11. „მონაცემთა ანალიზი“ — მონაცემთა ერთობლიობის შესწავლა ცალკეულ საზომებში ვარიაციისა და ცვლადებს შორის არსებული კავშირების გამოსავლენად.
  12. „მოწყვლადი პირი“ — ის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირი, რომელსაც კანონიერი წარმომადგენლის ან მზრუნველის გადაწყვეტილების გარეშე არ შეუძლია კვლევაში მონაწილეობა. არასრულწლოვანი ან მოწყვლადი პირის აქტიურ ან პასიურ კვლევაში მონაწილეობისათვის საჭიროა მშობლის ან სხვა კანონიერი წარმომადგენლის წერილობითი თანხმობა.
  13. „პირადი მონაცემი/მაიდენტიფიცირებელი ინფორმაცია“ — ნიშნავს მაჩვენებელს, ჩანაწერს ან/და სხვა მონაცემს (სახელი, გვარი, ასაკი, მისამართი, ტელეფონის ნომერი, ფოტო, ოჯახური, ეკონომიკური ან/და სხვა მდგომარეობა), რომელიც შესაძლებელია ცალკე ან სხვა მასალებთან ერთად გამოყენებული იქნეს პირის ვინაობის დადგენის მიზნით.

## ▶ **თავი II**

### **მკვლევრისა და კვლევითი ორგანიზაციის პროფესიული პასუხისმგებლობები და მოვალეობები**

მკვლევარს ან/და კვლევით ორგანიზაციას აქვს პროფესიული პასუხისმგებლობები და მოვალეობები კვლევის მონაწილის, კლიენტის, ასევე საჯარო თუ პროფესიული საზოგადოების წინაშე. ამ პასუხისმგებლობებისა და მოვალეობების რეალიზების მიზანია გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა, კვლევის თავისუფლების დაცვა და კვლევების მიმართ საზოგადოებრივი ნდობის გაზრდა.

#### **მუხლი 2. ურთიერთობა კვლევის მონაწილესთან**

**2.1.** პირმა ან ორგანიზაციამ, რომელიც კვლევას ახორციელებს:

- ა) უნდა გამოიყენოს კვლევის მონაწილის მიერ მიწოდებული ინფორმაცია ან მონაცემები კვლევაში იმგვარად, რომ არ დაზიანდეს კვლევის მონაწილის კანონიერი ინტერესი;
- ბ) უნდა დაიცვას კონფიდენციალურობის პრინციპი და კვლევის მონაწილის თანხმობის გარეშე არ გაამჟღავნოს მისი პირადი ინფორმაცია ან მონაცემი;
- გ) კვლევის მონაწილეს უნდა მიაწოდოს ზუსტი და სანდო ინფორმაცია კვლევის მიზნებისა და დამკვეთის შესახებ;
- დ) არ უნდა გამოიყენოს კვლევა ფულადი სახსრების მოზიდვის ან პოლიტიკური კამპანიის განხორციელების მიზნით;
- ე) არ უნდა აიძულოს მონაწილეს კვლევაში მონაწილეობა;
- ვ) არ უნდა დასვას კითხვები იმგვარად, რომ გავლენა მოახდინოს კვლევის მონაწილის პასუხებზე;
- ზ) არასრულწლოვანი და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირი მხოლოდ მისი მშობლის, მეურვის/მზრუნველის ან სხვა კანონიერი წარმომადგენლის თანხმობის საფუძველზე ჩართოს კვლევაში;

**2.2.** კვლევის მონაწილეს აქვს უფლება ნებისმიერ დროს შეწყვიტოს კვლევაში მონაწილეობა და მიიღოს დაპირებული სარგებელი.

#### **მუხლი 3. მაიდენტიფიცირებელი ინფორმაციის გამოყენების წესი**

პირმა ან ორგანიზაციამ, რომელიც კვლევას ახორციელებს:

- ა) კვლევის აქტიურ მონაწილეს უნდა განუმარტოს, როგორ მოხდება მისი პირადი ინფორმაციის გამოყენება და დაცვა;
- ბ) უნდა დაიცვას კვლევის მონაწილის მაიდენტიფიცირებელი ინფორმაცია და მხოლოდ კვლევის საჭიროებისათვის გამოიყენოს;
- გ) უნდა დაიცვას კვლევის მონაწილის მაიდენტიფიცირებელი ინფორმაცია და მხოლოდ მონაწილის თანხმობით გამოიყენოს ის სხვა მიზნებისთვის, რომლებიც კვლევას არ ემსახურება.

#### **მუხლი 4. კლიენტთან ურთიერთობა**

**4.1.** პირმა ან ორგანიზაციამ, რომელიც კვლევას ახორციელებს:

- ა) კლიენტს უნდა მიაწოდოს ზუსტი ინფორმაცია თავისი პროფესიული გამოცდილების, შესაძლებლობებისა და რესურსების შესახებ;
- ბ) უნდა იმოქმედოს გამჭვირვალედ და, კლიენტის კვლევითი საჭიროებებიდან გამომდინარე, თუ კვლევის დიზაინის შეცვლა გახდება აუცილებელი, ასეთი ცვლილებების განსახორციელებლად მოიპოვოს კლიენტის წინასწარი თანხმობა;
- გ) არ უნდა გამოიყენოს მონაცემთა შეგროვების ის მეთოდები ან მოპოვებული

მონაცემების გასაანალიზებელი ისეთი მიზანმიმართული მეთოდოლოგია, რომელიც მკვლევარისთვის ან კლიენტისთვის სასურველ დასკვნას დადებს კვლევის ანალიზის გონივრული ინტერპრეტაციის საპირისპიროდ;

- დ) ერთმანეთისგან ნათლად უნდა გამოიჯიოს შეგროვებული მონაცემები, მონაცემთა ინტერპრეტაცია, კვლევის მიგნებები და რეკომენდაციები;
- ე) კლიენტს ნება უნდა დართოს დამოუკიდებლად შეამოწმოს მონაცემთა შეგროვებისა და ანალიზის ხარისხი;
- ვ) დაიცვას კლიენტის მიერ მიწოდებული და კლიენტისათვის გადაცემული ინფორმაცია, ვიდრე არ განთავისუფლდება დაცვის ამ ვალდებულებისგან;
- ზ) გადასცეს კვლევის მონაცემები, შედეგები და სხვა მასთან დაკავშირებული ინფორმაცია მესამე პირს მხოლოდ მაშინ, როდესაც კვლევის დამკვეთი და მკვლევარი შეთანხმდებიან აღნიშნულზე, ან როდესაც ეს მასალები მოთხოვნილი იქნება ამავე კოდექსით გათვალისწინებული სტანდარტების დაცვის შესახებ წარმოებული მოკვლევის ფარგლებში;
- თ) კვლევის შედეგების გავრცელება და გასაჯაროება მოახდინოს კლიენტთან შეთანხმებით.

**4.2.** პირს ან ორგანიზაციას, რომელიც კვლევას ახორციელებს, უფლება აქვს:

- ა) კვლევაში გამოყენებული კითხვები, შერჩევა, მეთოდი, მეთოდოლოგია და კვლევის სხვა ინსტრუმენტები მის საკუთრებაში იყოს, თუ ისინი მკვლევარმა შექმნა, შეარჩია ან/და განავითარა;
- ბ) შეასწოროს საჯაროდ კლიენტის დაუმუსტრებელი საჯარო განცხადება კვლევის შედეგების შესახებ;

**4.3.** პირი ან ორგანიზაცია, რომელიც კვლევას ახორციელებს, უნდა იყენებდეს და იცავდეს მის ხელთ არსებულ მონაცემებს და კვლევის სხვა დოკუმენტებს კანონმდებლობით დადგენილი წესის შესაბამისად.

## **მუხლი 5. საზოგადოებასთან ურთიერთობა**

პირმა ან ორგანიზაციამ, რომელიც კვლევას ახორციელებს:

- ა) საზოგადოებას უნდა მიაწოდოს საკმარისი ინფორმაცია კვლევის მეთოდებისა და პროცედურების შესახებ, რათა შესაძლებელი გახდეს მონაცემთა ხარისხისა და კვლევის შედეგების სანდოობის დასაბუთებული შეფასება;
- ბ) გამოსაქვეყნებელი მასალის შინაარსი უნდა შეაჯეროს კლიენტთან;
- გ) კვლევის შედეგების საჯარო გამოქვეყნების დროს თუ მკვლევარმა აღმოაჩინა გარკვეული უზუსტობები ან კლიენტმა დაამახინჯა კვლევის შედეგები, უნდა აღმოფხვრას საჯაროდ ეს უზუსტობები და კლიენტს მოსთხოვოს კვლევის სწორი შედეგების გავრცელება. ორივე მხარეს — მკვლევარსაც და მის კლიენტსაც — ეკისრება პასუხისმგებლობა, დარწმუნდეს, რომ გამოქვეყნებული შედეგები არ არის შეცდომაში შემყვანი;
- დ) მკვლევარისა და კლიენტის ინტერპრეტაციებს შორის სხვაობის არსებობის შემთხვევაში საჯაროდ უნდა განმარტოს კვლევის შედეგების განსხვავებული ინტერპრეტაციების მიზეზები;
- ე) საჯაროდ უნდა შეასწოროს კვლევის შედეგების არასწორი ინტერპრეტაცია მაშინაც, როდესაც ამას აკეთებს გარეშე (მესამე) მხარე და არა კლიენტი.

## **მუხლი 6. პროფესიული პასუხისმგებლობა**

პირმა ან ორგანიზაციამ, რომელიც კვლევას ახორციელებს:

- ა) უნდა გამოიჩინოს კეთილსინდისიერება და ობიექტურობა კვლევის ჩატარების დროს;
- ბ) კვლევა უნდა განახორციელოს სათანადო სამეცნიერო პრინციპების, მეთოდებისა და ანალიზის ტექნიკების გამოყენებით;

- გ) ყოველთვის უნდა იმოქმედოს ეთიკის ნორმების დაცვით და არ ჩაიდინოს ქმედება, რომელმაც შესაძლოა დააზიანოს პროფესიის რეპუტაცია ან შელახოს მის მიმართ საზოგადოების ნდობა;
- დ) დაუსაბუთებლად არ უნდა გააკრიტიკოს სხვა მკვლევრები;
- ე) სიმართლე უნდა თქვას საკუთარი და თავისი ორგანიზაციის პროფესიული გამოცდილებისა და უნარების შესახებ;
- ვ) უნდა დაიცვას პროფესიული ქცევისა და ეთიკის ზოგადი პრინციპები;
- ზ) უნდა დაიცვას კეთილსინდისიერი კონკურენციის საყოველთაოდ აღიარებული პრინციპები.

### ▶ **თავი III**

#### **პროფესიული ქცევის ზოგადი პრინციპები**

##### **მუხლი 7. პროფესიული ქცევა კვლევის დროს**

პირმა ან ორგანიზაციამ, რომელიც კვლევას ახორციელებს:

- ა) გულდასმით უნდა შეადგინოს კვლევის დიზაინი, შეარჩიოს მონაწილეები, შეაგროვოს და გააანალიზოს მონაცემები ისე, რომ კვლევის სანდოობა და ვალიდურობა მყარი იყოს;
- ბ) არ უნდა გამოიყენოს ის მეთოდები და ანალიზის ტექნიკები, რომლებიც შედეგებს დაამახინჯებს;
- გ) შედეგები და მათი ინტერპრეტაცია უნდა მოახდინოს შეგროვებულ მონაცემებზე დაყრდნობით;
- დ) შედეგები უნდა განაზოგადოს სამიზნე პოპულაციის შერჩევიდან გამომდინარე;
- ე) არ უნდა გააყალბოს მონაცემები;
- ვ) დაზუსტებით უნდა მიუთითოს ყველა ის წყარო, რომელთაც იყენებს კვლევის მეთოდოლოგიურ, თეორიულ და შინაარსობრივ ნაწილებში;
- ზ) ზუსტად უნდა აღწეროს კვლევაში გამოყენებული მეთოდები და მეთოდოლოგიური პროცედურები;
- თ) უნდა დაიცვას კვლევების განხორციელებისა და მათი შედეგების გავრცელების ინდივიდუალური ან კოლექტიური პროფესიული თავისუფლება და მიიღოს კანონით გათვალისწინებული ყველა ზომა, რომელთა მიღება შესაძლოა საჭირო გახდეს ამ პროფესიული თავისუფლების დასაცავად;
- ი) უნდა იმოქმედოს პროფესიული ეთიკის ნორმების შესაბამისად, როდესაც საქმე კვლევის მონაწილის მაიდენტიფიცირებელი ინფორმაციის გაცემას ეხება.

### ▶ **თავი IV**

#### **გამჟღავნების წესი**

ნებისმიერი მეთოდის ან ტექნიკის გამოყენებისას პირი ან ორგანიზაცია, რომელიც კვლევას ახორციელებს, ხელმძღვანელობს ამ დოკუმენტის ფუნდამენტური პრინციპებით. კეთილსინდისიერი პროფესიული ქცევა გულისხმობს მკვლევრის ან კვლევითი ორგანიზაციის მხრიდან საკმარისი ინფორმაციის გამჟღავნებას, რათა დამოუკიდებელ შემფასებელს შეეძლოს კვლევის პროცედურებისა და შედეგების შემოწმება და, შესაბამისად, ენდობოდეს წარმოდგენილ შედეგებსა და მათ ინტერპრეტაციებს. თუ კვლევის ხარისხის შეფასების მიზნით საჭირო გახდება დამატებითი ინფორმაციის გამჟღავნება, ეს ინფორმაცია უნდა გამოქვეყნდეს დაუყოვნებლივ, მისი მოთხოვნისთანავე, კონფიდენციალურობის წესების დაცვით.

## **მუხლი 8. გამჟღავნების წესი საზოგადოებრივი აზრის კვლევისათვის**

საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ანგარიშის გამოქვეყნების დროს მკვლევარი ან კვლევითი ორგანიზაცია აქვეყნებს შემდეგ ინფორმაციას:

1. კვლევის დამკვეთისა და შემსრულებლის (მკვლევრის ან კვლევითი ორგანიზაციის) სახელი;
2. კვლევის დაფინანსების წყარო;
3. კვლევაში გამოყენებული კითხვარი, შეკითხვების ზუსტი ფორმულირებითა და თანმიმდევრობით;
4. ინტერვიუების მიერ კითხვარის გამოყენების ინსტრუქციები;
5. კვლევაში მონაწილე პოპულაცია და კვლევის გეოგრაფიული არეალი (ცალკეული ტერიტორიების გამოთიშვის შემთხვევაში ახსნილი უნდა იყოს მათი გამოთიშვის მიზეზი);
6. შერჩევის ზომა;
7. შერჩევის დიზაინის აღწერა, მათ შორის მოხდა თუ არა ალბათური ან არაალბათური შერჩევის გამოყენება; გამოიყენეს თუ არა კვოტირების მეთოდი და რა კრიტერიუმების საფუძველზე; რესპონდენტის შერჩევის მეთოდი; არის თუ არა შერჩევა კლასტერული ან/და სტრატეგიული;
8. სავსე კვლევის ჩატარების თარიღები;
9. იმ პირის ან ორგანიზაციის ვინაობა, რომელმაც შერჩევის სტრატეგია შეიმუშავა, თუ შერჩევა მესამე პირის მიერ არის განხორციელებული;
10. კვლევაში მონაწილე რესპონდენტების რაოდენობა და იმ რესპონდენტების რაოდენობა, რომლებმაც უარი განაცხადეს კვლევაში მონაწილეობაზე;
11. კვლევის მონაცემების შეგროვებისთვის გამოყენებული მეთოდები (მაგ., CATI, CAPI, ACASI, IVR და სხვ.);
12. ინტერვიუების დროს გამოყენებული ენა ან ენები (მაგალითად, ქართული ან ინგლისური);
13. შეფასებათა ცდომილებების მნიშვნელობები ან ნდობის ინტერვალები ალბათური შერჩევის შემთხვევაში;
14. ინტერვიუებთან სწავლების, ზედამხედველობისა და მონიტორინგის აღწერა;
15. მონაცემთა შეგროვების პროცესის ხარისხის შესამოწმებლად მიღებული ზომების აღწერა;
16. შეწონვის აღწერა ან შეწონვის არგამოყენების მიზეზების განმარტება;
17. მონაცემთა ანალიზისთვის გამოყენებული პროგრამული უზრუნველყოფის დასახელება.

## **მუხლი 9. გამჟღავნების წესი თვისებრივი კვლევისათვის**

თვისებრივი კვლევის მეთოდებია ფოკუს-ჯგუფი, სტრუქტურირებული, ნაწილობრივ სტრუქტურირებული და ჩაღრმავებული ინტერვიუები, ასევე ეთნოგრაფიული კვლევები, ცალკეული შემთხვევების შესწავლა და ცალკეული შემთხვევების შედარებითი ანალიზი, ასევე პროცესების რეკონსტრუქცია. თვისებრივი კვლევის ანგარიშის გამოქვეყნების დროს მკვლევარი ან/და კვლევითი ორგანიზაცია აქვეყნებს შემდეგ ინფორმაციას:

1. კვლევის დამკვეთისა და შემსრულებლის (მკვლევრის ან კვლევითი ორგანიზაციის) სახელი;
2. კვლევის დაფინანსების წყარო;
3. კვლევაში გამოყენებული კითხვების ფორმულირება და თანმიმდევრობა;
4. პოპულაციის განმარტება და მისი გეოგრაფიული არეალი;
5. მონაწილეთა შერჩევის სტრატეგიის აღწერა და შერჩეული მონაწილეების რაოდენობა;
6. სავსე კვლევის ჩატარების თარიღები;
7. ადგილი, სადაც თვისებრივი მონაცემები შეგროვდა (მაგალითად, რესპონდენტთან ჩაწერილი ინტერვიუს ან ფოკუს-ჯგუფის ჩატარების ადგილი);
8. თვისებრივი მონაცემების შეგროვების დრო და ხანგრძლივობა (მაგალითად, ინტერვიუს ჩაწერის დრო და მისი მიმდინარეობის ხანგრძლივობა);
9. ინტერვიუების დროს გამოყენებული ენა ან ენები (მაგალითად, ქართული ან ინგლისური);



10. ინტერვიუერების სწავლებისა და ზედამხედველობის აღწერა, კოდირების განმახორციელებელთა გამოყენების შემთხვევაში, აღნიშნულის მითითება;
11. გადახდილი იქნა თუ არა კვლევის მონაწილისათვის ფულადი კომპენსაცია კვლევაში მონაწილეობისათვის;
12. ინფორმაცია აუდიო ან/და ვიდეოჩანაწერისა და მისი ტრანსკრიპტის არსებობის შესახებ;
13. თვისებრივ მონაცემთა ანალიზის მეთოდის აღწერა, მათ შორის მოხდა თუ არა თვისებრივი ანალიზის კომპიუტერული პროგრამის გამოყენება.

### **მუხლი 10. გამჟღავნების წესი კონტენტ-ანალიზისთვის**

კონტენტ-ანალიზი არის ტექსტობრივი, ვიზუალური და სხვა მონაცემთა წყაროების რეგულარული შეგროვება და ანალიზი თვისებრივი ან რაოდენობრივი მეთოდების გამოყენებით. შეგროვებული მასალის წყარო შეიძლება იყოს გაზეთი, ჟურნალი, სტატია, სატელევიზიო ან რადიოგადაცემა, საინფორმაციო გამოშვება, საპარლამენტო მოსმენა, პოლიტიკოსის სიტყვა/გამოსვლა ან პოსტი სოციალურ ქსელებში და სხვ. კონტენტ-ანალიზი ხორციელდება ადამიანური ან მანქანური კოდირების გზით. კონტენტ-ანალიზის კვლევის ანგარიშის გამოქვეყნების დროს მკვლევარი ან/და კვლევითი ორგანიზაცია აქვეყნებს შემდეგ ინფორმაციას:

1. კვლევის დამკვეთისა და შემსრულებლის (მკვლევრის ან კვლევითი ორგანიზაციის) სახელი;
2. კვლევის დაფინანსების წყარო;
3. კონტენტ-ანალიზისათვის საჭირო მასალის შეგროვების პროცედურის აღწერა და შეგროვებული კონტენტის რაოდენობა;
4. გამოყენებული შერჩევის მეთოდი;
5. კონტენტის ვალიდურობის შეფასება;
6. ანალიზის მეთოდების აღწერა, კერძოდ, მოხდა თუ არა კოდირების ადამიანური ან მანქანური მეთოდის გამოყენება, და კოდირების წესების აღწერა;
7. კოდირების განმახორციელებლებს შორის სანდოობის მაჩვენებლები/საზომები და კოდირების განმახორციელებელთა რაოდენობა;
8. კვლევის ერთეული (მაგალითად, საგაზეთო სტატია/საინფორმაციო გამოშვება, სოციალური მედიის პოსტი თუ სხვა, აგრეთვე, კვლევისთვის აღებულია თუ არა კონტენტი/შინაარსი სრულად, თუ აღებულია მისი ნაწილი, პარაგრაფი, წინადადება ან ფრაზა);
9. შეწონვის წესებისა და პროცედურების აღწერა.

## **▶ თავი V**

### **დასკვნითი დებულებები**

#### **მუხლი 11. დაცვა**

- 11.1. ასოციაცია პასუხისმგებელია, გამოაქვეყნოს ამ კოდექსით გათვალისწინებული პრინციპები, ხოლო მათი დაცვა ყველა მკვლევარს მოეთხოვება.
- 11.2. ნებისმიერი პირის ან ორგანიზაციის მხრიდან, რომელიც კვლევას ახორციელებს, დისციპლინური წარმოების დროს ასოციაციასთან თანამშრომლობაზე უარის თქმა აღქმული იქნება, როგორც ამ კოდექსის ფუნდამენტური პრინციპების დარღვევა.

#### **მუხლი 12. აღსრულება**

- 12.1. ყველა პირი ან ორგანიზაცია, რომლებიც საქართველოში კვლევას ახორციელებენ, თანხმდება წინამდებარე კოდექსით გათვალისწინებული პროფესიული თვითრეგულირების ნორმებისა და მისი ფუნდამენტური პრინციპების შესრულებას.

**12.2.** ამ კოდექსში ცვლილებების შეტანა ხდება ასოციაციის წევრების მიერ კენჭისყრის გზით. კოდექსის პერიოდული გადახედვა და, საჭიროებისამებრ, ასოციაციის წევრებისათვის მასში ცვლილებების შეტანის შეთავაზება ასოციაციის სტანდარტების კომიტეტის პასუხისმგებლობაა.

**12.3.** წინამდებარე კოდექსით გათვალისწინებული პროფესიული თვითრეგულირების ნორმებისა და მისი ფუნდამენტური პრინციპების დარღვევის შემთხვევაში ასოციაცია იმსჯელებს იმ ფაქტზე ან ფაქტებზე, რომლებიც გამოვლინდა ან რომელთა შესახებ განაცხადი დარეგისტრირდა ასოციაციაში. თუ საჩივარი იმსახურებს შემდგომ გამოკვლევას, შემდგომი შესწავლის საწარმოებლად ჩამოყალიბდება კომიტეტი ასოციაციის ოფიციალური პროცედურების შესაბამისად. სავარაუდო დარღვევის ფაქტის ან ფაქტების განხილვისა და შესწავლის შემდეგ ასოციაცია საჯაროდ გამოაქვეყნებს მისი კვლევის დასკვნასა და რეკომენდაციებს.

\* პროფესიული ეთიკისა და ქცევის კოდექსის შექმნა ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოსა (USAID) და ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის (ISU) ერთობლივი ძალისხმევით განხორციელდა. კოდექსის შემუშავებაში მონაწილეობდნენ: მიჩიგანის უნივერსიტეტის პროფესორი მაიკლ ტრაუგოტი, ჩრდილო-დასავლეთის უნივერსიტეტის პროფესორი პიტერ მილერი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის მკვლევარი, დოქტორი ზარინა ბურკაძე, ადამიანური და ინსტიტუციური შესაძლებლობების განვითარების პროგრამის ხელმძღვანელის მოადგილე (USAID/Georgia HICD 2020) ეკატერინე ლეონიძე, ნინო ვოგოლაძე („თივი ემარ საქართველოს“ დირექტორი, ESOMAR-ის წარმომადგენელი), პროფესორი ივანე კეჭაყმაძე (SONARI & ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი), პროფესორი იავო კაჭკაჭიშვილი (ISSA & ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი), მარიამ საყვევარიშვილი (ACT – Analysis and Consulting Team), ქრისტინე ლორთქიფანიძე, მაკო მჭედლიშვილი (ANOVA) და კობა თურმანიძე (CRRIC). აგრეთვე მადლობას ვუხდით 2020 წლის 30 სექტემბრის პროფესიული ეთიკისა და ქცევის კოდექსის საჯარო განხილვის ყველა მონაწილეს მათი სასარგებლო უკუკავშირისთვის.

# THE CODE OF PROFESSIONAL ETHICS AND PRACTICES

## Preface

*The Georgian Association for Public Opinion and Market Research (Hereafter “the Association”) and its members agree to adhere to the principles enshrined in the Code of Professional Ethics and Practices, and thereby support the conduct and use of opinion polls and other survey research in a methodologically and ethically sound manner.*

*This Code is based on fundamental principles of research ethics, which stems from the Codes of the World Association for Public Opinion Research (WAPOR), European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR) and the American Association for Public Opinion Research (AAPOR).*

*The members of the Association pledge to use the highest standards of scientific competence, integrity, and transparency in designing research; collecting, interpreting, and using data; publishing research findings; and relating to research participants and clients.*

## ► CHAPTER I

### Article 1. Definitions of Terms

1. **“Client”**—Any person or organization who warrants and requests conduct of the research.
2. **“Confidentiality Rule”**—A rule protecting research participants’ identity, developed by a researcher or research organization in compliance with ethical standards, based on which this researcher or research organization shall construct methods of data collection, usage, management, publication, and retention.
3. **“Consent”**—Written or oral permission given by a research participant to a researcher under which a researcher can collect and use data provided by a research participant for the purposes of the research under appropriate guarantees of confidentiality or anonymity. The participant and researcher agree that participation is voluntary.
4. **“Contractor/subcontractor”**—Any person who is compensated for designing research, data collection, or analysis as a part of the research project.
5. **“Data Analysis”**—A process of studying data sets to identify the variation in individual measures or the relationships among variables.
6. **“Data Collection”**—A process of collecting information on the concepts and indicators of the research, and for its purpose, by using primary (e.g., surveying or interviewing a research participant and others) and secondary (e.g., databases, journals, magazines, archival materials, and others) sources.
7. **“Harm”**—Any tangible or intangible impairment which causes financial, reputational, or emotional damage to a researcher, client or research participant, or unauthorized disclosure of his or her personal or/and professional information.
8. **“Personal Data/Personally Identifiable Information”**—A measurement, record, or/and other information (name, surname, age, address, telephone number, image, marital status, economic status or/and other condition), which can be used separately or concomitantly with other materials to identify a person.
9. **“Research”**—A process of systematic data collection and analysis of information from individuals, groups, organizations, and a general population to study their opinion, attitudes, behaviors, and other characteristics through quantitative, qualitative, traditional, or new methods.
10. **“Researcher”**—A person or an organization that does scientific, applied, or any other research or provides a consulting service based on such research.

11. **“Research Participant/Interviewee/Respondent”** — An adult whose opinion, behavior, perception, and attitude are measured for scientific purposes. The status of a research participant may also be granted to any person, group, organization, underaged individual, or a person with disability whose participation requires consent from a parent, trustee, or another legal representative. An individual’s participation in research must be voluntary if he or she is an active participant. Research participants are categorized as active or passive as follows:
  - a). **“Active Participant”** — An individual who personally consents to participate in the public opinion poll, experimental study, focus group, and/or other group discussions and/or to give an interview, or a person who represents a research participant and who is requested to provide any information about the person s/he represents.
  - b). **“Passive Participant”** — An individual who does not actively agree to participate in the research but is observed during it, e.g., a person whose public conduct is observed and studied through social media or by other open sources. Data gathered from passive participants should be used in compliance with professional practices and can be obtained without the permission of a passive participant, e.g., in case of covert participant observation. Nevertheless, the researcher will follow the principles of the Confidentiality Rule and nondisclosure of personal information or personally identifiable information for such participants.
12. **“Underage participant”** — A research participant who is under 18 years of age, that is, s/he has not yet reached legal adult status. His or her participation requires prior consent in writing or orally from a parent, trustee, or any other legal representative.
13. **“Vulnerable Person”** — A person whose participation in the research requires consent from his or her legal representative or guardian. The participation of an underage or vulnerable individual must receive the signed consent of a parent or other legal guardian in order to participate in either active or passive research.

## ► CHAPTER II

### **Professional Responsibilities and Obligations of a Researcher and Research Organization**

An individual or/and organization that conducts research has both responsibilities and obligations to research participants, clients, the professional society, and the public. The fulfillment of these responsibilities and obligations aims to ensure transparency and research freedom, and enhance public confidence in research.

#### *Article 2. Relations with a Research Participant*

- 2.1. An individual or organization that conducts research must:
  - a. Not use the information and data provided by a research participant in a way which harms a legal interest of a research participant;
  - b. Adhere to a confidentiality rule and must not disclose a participant’s personal information or data without the consent of the participant;
  - c. Provide a research participant with accurate and truthful information regarding the research purposes and its sponsor;
  - d. Not raise funds or do political campaigning under the guise of conducting research;
  - e. Not force a research participant to participate in the research;
  - f. Not ask questions that tend to induce bias in the responses of a research participant; and
  - g. Involve an underage or vulnerable individual in the research only under the consent of his or her parent, a trustee, or another legal representative.
- 2.2. A research participant shall have the right to cease participation at any time and receive any promised benefits.

### ***Article 3. The Rule for the Usage of Identity Information***

An individual or organization that conducts research must:

- a. Explain to an active participant in the research how his or her personal information will be used and protected;
- b. Protect the identity of a research participant and use it only for research purposes; and
- c. Protect the identity of a research participant and only use it for other reasons than the research with the consent of a research participant.

### ***Article 4. Relations with a Client***

**4.1.** An individual or organization that conducts research must:

- a. Provide a client with accurate information regarding his or her professional experience, capacities and resources;
- b. Act transparently and meet the research needs of a client and, if changes to the research design are needed, obtain the client's permission;
- c. Not use methods for data collection or any methodology for data analysis to produce a conclusion desirable to the researcher or client contrary to a reasonable interpretation of the analysis;
- d. Clearly distinguish between data collected and the interpretation of the data and the research findings, conclusions, and recommendations;
- e. Allow the client to verify the quality of data collection and analysis independently;
- f. Maintain the proprietary nature of information supplied by or reported to a client unless released from this obligation;
- g. Only transfer the research data, results and other related information to a third party when the client and researcher agree or when the materials are requested as part of an inquiry about meeting the standards set out in the Code of Ethics; and
- h. Disseminate and publicize the research findings as per the agreement with the client.

**4.2.** An individual or organization that conducts research shall exercise the right to:

- a. Retain ownership over the questionnaire, sampling method, methodology, and other instruments of the research, if they are designed and/or developed by the researcher; and
- b. Publicly correct inaccurate public statements made by the client about research findings.

**4.3.** An individual or organization that conducts research shall use and preserve the data and other related documents of the research under the rules defined by law.

### ***Article 5. Relations with the Public***

An individual or organization that conducts research must:

- a. Provide the public with sufficient information regarding the research methods and procedures to support an assessment of the quality of data and the validity of research findings;
- b. Reach a clear understanding with clients on the research results intended for public release;
- c. When the research results are made public and the researcher discovers discrepancies or that a client distorted the research results, s/he should publicly correct these inaccuracies and demand precision in the dissemination of results from the client. Both the researcher and the client shall be responsible for guaranteeing that published results are accurate;
- d. If the researcher and client differ in their interpretations of the research results, the researcher should publicly explain the reasons for the divergent interpretations; and
- e. The researcher should publicly correct misinterpretations of findings by parties other than the client.

## *Article 6. Professional Responsibility*

An individual or organization that conducts research must:

- a. Conduct research in good faith and impartially;
- b. Conduct research with the use of scientific principles, methods and techniques;
- c. Act ethically and avoid any conduct which may damage the reputation of the profession or risk diminishing the public trust toward it;
- d. Not criticize other researchers unreasonably;
- e. Be honest about his or her own and their organization's professional experience and skills;
- f. Adhere to general principles of professional ethics and practices; and
- g. Abide by generally acknowledged principles of fair competition.

## ▶ CHAPTER III

### **General Principles of Professional Practices**

#### *Article 7. Professional Practices during Research*

An individual or organization that conducts research must:

- a. Carefully design the research, do sampling, and collect and analyze data so that the reliability and validity of the research are solid;
- b. Not use methods and techniques for analysis which distort the research results;
- c. Interpret the research results based on the collected data;
- d. Generalize the research findings based on the sample of the target population;
- e. Not fabricate data;
- f. Make accurate reference to all sources used in the theoretical, methodological, and discussion elements of the research;
- g. Provide a detailed description of all methodological procedures;
- h. Protect their individual or collective professional freedom to conduct research and disseminate results, and take all legal measures that might be required to protect those freedoms; and
- i. Act in compliance with the principles of professional ethics, when research might involve the disclosure of the identity of a research participant.

## ▶ CHAPTER IV

### **Standards for Disclosure**

An individual or organization that conducts research must use research methods and techniques in conformity with fundamental principles of this Code. Professional practice in good faith involves the disclosure of sufficient information by a researcher and research organization to permit an independent reviewer to verify the research procedures and results and thereby have confidence in the results presented and their interpretation. If the disclosure of additional information is required to assess the quality of research, this information shall be immediately disclosed upon request and in compliance with the rules of privacy protection.

#### *Article 8. Disclosure Items for Public Opinion Polls*

When Public Opinion Polls are published, a publisher or a research organization must disclose the following information:

1. Name of the client, researcher, or research organization that conducted the research;

2. Source of the research funding;
3. The questionnaire used in the study with its exact wording and sequence of questions;
4. Interviewer instructions for administering the questionnaire;
5. Population and its geographic coverage, in which the researcher shall explain the reasons of for any exclusion of specific geographic areas;
6. Sample size;
7. Description of sample design, including whether probability or non-probability-based sampling methods were used; whether quotas were used and based on what criteria; respondent selection methods; whether the cluster or/and stratified sampling was used;
8. Dates of the field period when data were collected;
9. Identity of a person or organization who designed the sampling strategy, if this person is a third party;
10. Number of the research participants who provided data and number of respondents who refused to participate in the research;
11. The mode of data collection (such as CATI, CAPI, ACASI, IVR, etc.);
12. The language(s) in which the interviews were conducted (e.g., Georgian or English);
13. Margin of sampling error and confidence interval in the case of the probability-based sampling;
14. Description of interviewers' training, supervision and monitoring;
15. Description of measures taken to verify the quality of data collection process;
16. Description of post-survey adjustments (sample weighting) or an explanation of not using weighting; and
17. Designating the particular software system in which the data are available.

#### ***Article 9. Disclosure Items for Qualitative Research***

Qualitative research involves the methodologies of focus groups and structured, semi-structured, and in-depth interviews, as well as ethnographic methods, case studies, comparative case studies, and process tracing. When the report of the qualitative research is published, a researcher or a research organization must disclose the following information:

1. Name of the client, researcher, or research organization that conducted the research;
2. Source of the research funding;
3. The wording of questions and their sequence used in the research;
4. The definition of the population and its geographic area;
5. A description of the recruitment strategy for the participants and how many were recruited;
6. Dates of the field period when data were collected;
7. The address of all qualitative data collection facilities (e.g., the venue where a researcher recorded a qualitative interview with a respondent or whether the focus groups took place);
8. The time and duration of qualitative data collection (e.g., the time and duration of recorded interviews);
9. The language(s) in which the interviews were conducted (e.g., Georgian or English);
10. Description of interviewers' training and supervision, and, if coders were used, providing that information;
11. Information about any financial reimbursements given to research participants;
12. Whether audio or/and video recordings and their transcripts were made; and
13. Description of data analysis methods, including whether computer-assisted qualitative data analysis software was used.

#### ***Article 10. Disclosure Items for Content Analysis***

Content analysis encompasses the collection and analysis of textual, visual, and other data

sources that are studied on a regular basis by using qualitative or quantitative methodologies. The source of such data may be newspapers, journals, articles, television or radio, news, parliamentary hearings, public speeches of politicians, posts on social media, etc. Content analysis may be done by human or computer-based coding. When the report of the content analysis research is published, a researcher or a research organization must disclose the following information:

1. Name of the client, researcher, or research organization that conducted the content analysis research;
2. Source of the research funding;
3. Description of procedures for collecting content data and the amount of gathered content;
4. Sampling methods used;
5. Assessment of content validity;
6. Description of methods of analysis, namely, if human or machine-based methods were used and explanation of coding rules;
7. Inter-coder reliability measures and the number of coders used;
8. The units of analysis (e.g., news article, social media post, and the entire piece of content, a paragraph, a sentence, or a phrase); and
9. Description of weighting rules and procedures.

## ► CHAPTER V

### Concluding Provisions

#### *Article 11. Compliance*

- 11.1. While the Association is responsible for publishing the principles of this Code, adherence to them is expected from all researchers.
- 11.2. Refusal to cooperate with the Association by an individual or organization that conducts research during disciplinary proceedings will be deemed a breach of fundamental principles of this Code.

#### *Article 12. Implementation*

- 12.1. Any individual and organization that conducts research in Georgia pledges to adhere to the professional self-regulatory norms of this Code and its fundamental principles.
- 12.2. Changes to the Code are made by a vote of the Association membership. The Standards Committee is charged with reviewing the Code periodically and recommending changes if needed, for consideration by the membership.
- 12.3. If the professional self-regulatory norms of this Code and its fundamental principles are breached by observation or a complaint being registered, the Association will review the fact(s) of such complaints. If a complaint merits its further investigation, a committee will be appointed to investigate it. After studying and reviewing the fact(s) of alleged misconduct, the Association will publish a report on its investigation and recommendations.

\* *The United States Agency for International Development (USAID) and Ilia State University (ISU) jointly supported the development of the Code of Professional Ethics and Practices. Professor Michael Traugott (University of Michigan), Professor Peter Miller (Northwestern University), Dr. Zarina Burkadze (Ilia State University), Ekaterine Leonidze (Deputy Chief of Party USAID/Georgia Human and Institutional Capacity Development (HICD 2020) Activity), Nino Gogoladze (TV MR GE Managing Director/ESOMAR Representative), Professor Ivane Ketchakmadze (SONARI & ISU), Professor Iago Kachkachishvili (ISSA & Ivane Javakhishvili Tbilisi State University), Mariam Sakevarishvili (ACT – Analysis and Consulting Team), Kristine Lortkipanidze and Mako Mchedlishvili (ANOVA), Koba Turmanidze (CRRC) and the participants of the Public Discussion of the Code of Professional Ethics and Practices (September 30, 2020) contributed to the development of this Code.*











**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

