

ΔΕΝ ΝΟΕΙΤΑΙ ΑΣΥΜΒΙΒΑΣΤΟ ΜΕΤΑΞΥ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ & ΕΡΕΥΝΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ

Θεωρούμε πως είναι εύκολο να απαντηθεί αν η ΕΡΤ διεξήγαγε έρευνες αποκλειστικά με την ΜΑΡC ή αν διεξήγαγε έρευνες μόνο την παρούσα περίοδο, με ποιες εταιρείες και με ποιο τίμημα. Τα πάντα είναι αναρτημένα στη ΔΙΑΥΓΕΙΑ. Θεωρούμε επίσης πως αρμοδίως θα απαντηθεί εάν σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία είναι δικαίωμα κάθε δημόσιου οργανισμού να προβαίνει σε αιτιολογημένες απευθείας αναθέσεις μέχρι ενός ποσού.

Αξιοπρόσεκτο είναι ότι η ΜΑΡC έχει αναλάβει πολύ λιγότερα έργα από ό,τι άλλες εταιρείες και με μικρότερα ποσά ανάθεσης, τόσο από την ΕΡΤ όσο και από το Δημόσιο Τομέα γενικότερα, ανεξαρτήτως χρονικής περιόδου και ανεξαρτήτως κυβερνητικού κόμματος. Το γιατί επέλεξε η Αυγή να επικεντρωθεί αυτή τη χρονική στιγμή στην ΜΑΡC μας προκαλεί έκπληξη.

Στην ερώτηση Βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ που ακολούθησε το δημοσίευμα της Αυγής αναφέρονται τα εξής:

«Το εθνικό και διεθνές θεσμικό πλαίσιο, λαμβάνει υπόψη του ως εχέγγυο αξιοπιστίας και αμεροληψίας την τήρηση ορισμένων κανόνων που καταγράφονται συστηματικά στο Διεθνή Κώδικα Δεοντολογίας για την Πρακτική της Έρευνας Αγοράς και της Κοινωνικής Έρευνας (International Code of Marketing and Social Research Practice) και στους κώδικες δεοντολογίας της European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR) και του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκοπήσεων και Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ). Επιπλέον, το ΕΣΡ είναι υπεύθυνο για την τήρηση μητρώου των φορέων/επιχειρήσεων δημοσκοπήσεων καθώς και μητρώου για τη μετοχική σύνθεση των φορέων/επιχειρήσεων αυτών.»

Η ΜΑΡC δραστηριοποιείται στον χώρο της έρευνας αγοράς και των κοινωνικο-πολιτικών ερευνών κοινής γνώμης από το 2006. Είναι η πρώτη εταιρεία που κατεγράφη στο ΕΣΡ - Μητρώο Εταιρειών Δημοσκοπήσεων του Εθνικού Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου με αύξοντα αριθμό ένα (1).

Είναι ενεργό μέλος του ΣΕΔΕΑ (Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκοπήσεων & Έρευνας Αγοράς) και της ESOMAR (Ευρωπαϊκή Κοινότητα Εταιριών Marketing και έρευνάς αγοράς).

Είναι πιστοποιημένο μέλος ΠΕΣΣ (Ποιοτικός Έλεγχος Συλλογής Στοιχείων) και ελέγχεται με τακτικούς και έκτακτους ελέγχους για την ποιότητα των ερευνών της. Σε όλους ανεξαιρέτως τους ελέγχους από την ίδρυσή της μέχρι σήμερα πιστοποιήθηκε η απόλυτη εφαρμογή των εγχώριων και διεθνών κανόνων δεοντολογίας για την διεξαγωγή και δημοσιοποίηση ερευνών και η υψηλή ποιότητα των διαδικασιών που ακολουθεί.

Οι ανωτέρω διευκρινίσεις κρίνονται απαραίτητες, λόγω της πληθώρας «εταιρειών δημοσκοπήσεων» που διενεργούν και δημοσιεύουν απρόσκοπτα αμφιβόλου ποιότητας έρευνες - σε συγκεκριμένα κυρίως ΜΜΕ αλλά και για φορείς- χωρίς την παραμικρή πιστοποίηση, χωρίς κανέναν έλεγχο, χωρίς την υποχρεωτική εκ του νόμου τουλάχιστον εγγραφή τους στο Μητρώο του ΕΣΡ και μάλιστα, στο πρόσφατο παρελθόν, χωρίς τηλέφωνο, διεύθυνση έδρας και όνομα υπευθύνου.

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ

Στην ερώτηση των βουλευτών αναφέρεται ότι δήθεν η χρέωση της ΕΡΤ για την έρευνα στο τηλεοπτικό κοινό ήταν τρεις φορές πάνω από τις συνηθισμένες τιμές που κυκλοφορούν στην αγορά.

Πλήρως ανακριβές, παντελώς άστοχο. Στην καλύτερη εκδοχή συγκρίνονται ανόμοια πράγματα. Δεν έχουν όλες οι έρευνες τα ίδια χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν τη διάρκεια και το κόστος τους.

Το κόστος μιας έρευνας εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Από τις απαιτήσεις του σχεδιασμού, τα χαρακτηριστικά του εξεταζόμενου πληθυσμού, το μέγεθος του δείγματος, την μέθοδο συλλογής στοιχείων, το μέγεθος του ερωτηματολογίου, τον τύπο των ερωτήσεων, την μέθοδο δειγματοληψίας, το βάθος της ανάλυσης. Εξαρτάται από το αν απαιτούνται αμοιβές εξειδικευμένου ερευνητικού προσωπικού ή όχι. Εξαρτάται επίσης από το αν η εταιρία που την διεξάγει ελέγχεται για τις διαδικασίες που ακολουθεί ή όχι. Διότι ο έλεγχος στις εταιρίες του ΣΕΔΕΑ σημαίνει επιπλέον κόστος. Και κοστίζει ακριβά.

Πράγματι υπάρχουν και έρευνες που διενεργούνται με χαμηλό κόστος. Ίσως και με λιγότερα από 3.000 ευρώ, όπως ισχυρίζεται η Αυγή. Πρόκειται για έρευνες που γίνονται διαδικτυακά ή ακόμη και με αυτόματα τηλεφωνήματα (robocalls) χωρίς κανένα μισθολογικό κόστος. Ίσως να πρόκειται για έρευνες μονοθεματικές, με λίγες ερωτήσεις. Ίσως να αφορά και συνδρομητικές έρευνες που έχουν πολλούς αποδέκτες οι οποίοι μοιράζονται το κόστος.

Η έρευνα που σχεδιάστηκε από το ερευνητικό επιτελείο της MARC είχε άλλες προδιαγραφές. Διενεργήθηκε με την μέθοδο των τηλεφωνικών συνεντεύξεων από πιστοποιημένους έμπειρους ερευνητές και επόπτες σε πανελλαδικό δείγμα 1.200 αντιπροσωπευτικών νοικοκυριών με ευρύ πολυθεματικό ερωτηματολόγιο και προφανώς δεν μπορεί να συγκριθεί με τις παραπάνω έρευνες. Συγκρίνεται ωστόσο με έρευνες αντίστοιχων προδιαγραφών που διενεργούν οι πιστοποιημένες εταιρίες-μέλη του ΣΕΔΕΑ.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ

Στην ερώτηση των βουλευτών αναφέρεται ότι δεν είναι σαφής η σκοπιμότητα τέτοιων ερευνών σε ένα κανάλι, όταν διενεργούνται τακτικά μετρήσεις τηλεθέασης. Όλα τα τηλεοπτικά κανάλια διενεργούν ανάλογες έρευνες κοινής γνώμης. Οι μετρήσεις τηλεθέασης αφορούν μερίδια τηλεθέασης, ενώ οι έρευνες του τηλεοπτικού κοινού καλύπτουν άλλες ιδιαίτερα σημαντικές πληροφοριακές ανάγκες των τηλεοπτικών σταθμών. Καταγράφουν σε βάθος τις απόψεις των τηλεθεατών σε πληθώρα θεμάτων όπως τα χαρακτηριστικά εικόνες και την αντιλαμβανόμενη θέση του κάθε σταθμού στο τηλεοπτικό τοπίο, την αξιολόγηση ενημερωτικών και ψυχαγωγικών προγραμμάτων, την εικόνα τηλεπαρουσιαστών, τις προσδοκίες του κοινού κλπ. Αν δεν ήταν απαραίτητες τέτοιου τύπου έρευνες γιατί τότε τα ιδιωτικά κανάλια επενδύουν σε αυτές σε τακτά χρονικά διαστήματα;

Στην ερώτηση αναφέρεται επίσης πως: «*Η ανεξαρτησία των δημοσκοπήσεων τίθεται υπό αμφισβήτηση όταν τμήμα των εσόδων των εταιρειών δημοσκοπήσεων*

προέρχονται από φορείς του δημοσίου ή ευρύτερου δημοσίου τομέα, οι οποίοι δύνανται να αναθέτουν για λογαριασμό τους σε εταιρείες δημοσκοπήσεων, έρευνες ή μετρήσεις της κοινής γνώμης.»

Σε όλο τον πολιτισμένο κόσμο οι φορείς του δημοσίου ή του ευρύτερου δημόσιου τομέα αναθέτουν έρευνες σε εταιρείες δημοσκοπήσεων και ερευνών κοινής γνώμης. Και ορθώς. Οι σχεδιασμοί και αποφάσεις που αφορούν υπηρεσίες και έργα που προσφέρει η πολιτεία πρέπει να στηρίζονται σε επιστημονικά δεδομένα, να λαμβάνουν υπόψη την γνώμη και τις πραγματικές ανάγκες των πολιτών, να αξιολογούνται. Εχέγγυο για την επιλογή των προμηθευτών θα πρέπει να είναι η εγκυρότητα και η τήρηση των κανόνων και όχι αν μια εταιρεία δημοσιεύει ή όχι πολιτικές έρευνες.

Το ζήτημα επίσης είναι να μπορέσει να πλησιάσει η Ελλάδα την υπόλοιπο κόσμο, όπου η μέση δαπάνη του δημοσίου για έρευνα κοινής γνώμης είναι αναλογικά οκτώ φορές μεγαλύτερη από ό,τι στη χώρα μας. Μάλιστα, εάν οι έρευνες δεν ήταν προαπαιτούμενο για τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα από την Ε.Ε., η κατάσταση θα ήταν ακόμη δυσμενέστερη.

Με την εν λόγω ερώτηση επαναφέρεται και το θέμα του επηρεασμού της κοινής γνώμης από τις δημοσκοπήσεις. Συγκεκριμένα και στοχευμένα αυτή την φορά: «**η εταιρεία MARC** διενεργεί συστηματικά πολιτικές δημοσκοπήσεις για λογαριασμό μεγάλων ιδιωτικών μέσων ενημέρωσης, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν την κοινή γνώμη.»

Επί πολλές δεκαετίες το ερώτημα εάν η δημοσιοποίηση ευρημάτων δημοσκοπήσεων επηρεάζει την κοινή γνώμη και σε ποια κατεύθυνση, έχει απασχολήσει την επιστημονική κοινότητα, πολιτικούς, δημοσιογράφους κ.α. Πλήθος μελετών έχουν καταγράψει τις συμπεριφορές των ψηφοφόρων και τον πιθανό βαθμό επιρροής των δημοσκοπήσεων. Ο αναγνωρισμένος ως κορυφαίος διεθνής οργανισμός ερευνών κοινής γνώμης, η ESOMAR, δηλώνει με απόλυτο τρόπο ότι «δεν έχει αποδειχθεί με κανένα τρόπο επιστημονικά ότι οι δημοσκοπήσεις μπορούν να επηρεάσουν προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση».

Τέλος στην ερώτηση γίνεται επίσης για άλλη μια φορά λόγος για το νομοθετικό πλαίσιο που διέπει τις δημοσκοπήσεις.

Ποια είναι η αλήθεια;

Το νομικό καθεστώς που ισχύει σήμερα στην Ελλάδα είναι, αν όχι το αυστηρότερο, από τα αυστηρότερα διεθνώς. Η Ελλάδα είναι ίσως η μοναδική Χώρα που στον ισχύοντα νόμο έχουν ενσωματωθεί ως αναπόσπαστο μέρος του οι Κώδικες Μεθοδολογίας / Δεοντολογίας περί Δημοσκοπήσεων των ESOMAR και ΣΕΔΕΑ. Οι συγκεκριμένοι κώδικες προχωρούν πέρα από ιδιοκτησιακά θέματα ή θέματα δημοσίευσης αποτελεσμάτων και σε θέματα που αφορούν καθαρά τεχνικά και επιστημονικά ζητήματα επί δειγμάτων, ερωτηματολογίων, δειγματοληψιών κλπ.

Με το Ν.3603/2007 ρυθμίστηκε η διενέργεια και δημοσιοποίηση αποτελεσμάτων δημοσκοπήσεων. Ο νόμος, σε αντίθεση με τους ισχύοντες σε άλλα κράτη, δεν θέτει απλώς έναν χρονικό περιορισμό στην δημοσιοποίηση αποτελεσμάτων

δημοσκοπήσεων κατά την - σαφώς ορισμένη - προεκλογική περίοδο, αλλά ρυθμίζει όλες τις δημοσκοπήσεις που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με κοινοβουλευτικές εκλογές, δημοψηφίσματα, εκλογές για την ανάδειξη αντιπροσώπων στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, περιφερειακές εκλογές, ανεξαρτήτως του χρόνου διενέργειάς τους.

Ο νόμος ορίζει περαιτέρω τις υποχρεώσεις των φορέων δημοσκόπησης κατά την διενέργεια δημοσκοπήσεων (άρθρο 3), θέτει κανόνες δημοσιοποίησης αποτελεσμάτων (άρθρο 4), συστήνει Μητρώο Φορέων και Επιχειρήσεων Δημοσκοπήσεων στο οποίο εγγράφονται οι επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν την διενέργεια δημοσκοπήσεων και ερευνών κοινής γνώμης για λογαριασμό του Δημοσίου και του ευρύτερου δημοσίου τομέα καθώς και για λογαριασμό των πολιτικών κομμάτων και συνδυασμών (άρθρο 5 παρ. 1), ορίζει τις υποχρεώσεις των εγγεγραμμένων εταιρειών (άρθρο 5 παρ. 2) καθώς και το όργανο ελέγχου αυτών (άρθρο 5 παρ. 5), θέτει τους κανόνες διαφάνειας των επιχειρήσεων δημοσκοπήσεων που εγγράφονται στο Μητρώο (άρθρο 6 παρ. 1), ορίζει τις υποχρεώσεις των φορέων του Δημοσίου όταν αναθέτουν έρευνες (κάθε είδους) ή συναφείς υπηρεσίες σε εταιρείες δημοσκοπήσεων (άρθρο 6 παρ. 2).

Είναι προφανές πως η χώρα δεν πάσχει από νομοθετικό πλαίσιο, αλλά από την μη αυστηρή και χωρίς εξαιρέσεις εφαρμογή του.

Μας βρίσκει απόλυτα σύμφωνους το σημείο της ερώτησης που αναφέρει τα εξής: *«Τα ευρήματα των δημοσκοπικών ερευνών, εφόσον έχουν την αξιοπιστία της επαρκούς και αμερόληπτης επιστημονικής μεθοδολογίας, μπορούν να φανούν εξαιρετικά χρήσιμα, καθώς αποτυπώνουν σε μεγάλο βαθμό τη στάση της κοινής γνώμης για το θέμα, για το οποίο διεξάγεται η εκάστοτε έρευνα. Επιπλέον, μπορούν να αποτελούν ένα σύγχρονο, επιστημονικό εργαλείο δημόσιας έκφρασης των απόψεων των πολιτών πάνω σε ποικίλα ζητήματα, ενισχύοντας έτσι το εύρος και την ποιότητα του δημόσιου, δημοκρατικού διαλόγου.»*

Ας εντοπίσουμε ψύχραιμα τα πραγματικά προβλήματα και ας τα λύσουμε.

MARC A.E.

Αθήνα, 04/02/2021