

# ETIČKI KODEKS

---

Centar za istraživanja

# I UVOD

1. Centar za istraživanja u ispunjenju svog osnovnog cilja unapređenja upotrebe nauke u oblasti istraživanja kako javnog mišljenja i priznavanja svojih obaveza prema javnosti, tako i istraživanja bilo koje vrste, ovim propisuje principe etičke prakse svojih konsultanata, saradnika, zaposlenih, edukatora i okvir profesionalnih standarda koji bi trebalo da bude prihvatljiv za korisnike istraživanja i širu javnost. Istraživač će se u daljem tekstu oslovljavati kao Centar.
2. U sve složenijem svetu, socijalno i ekonomsko planiranje, sve više zavisi od pozdano proučenog javnog mišljenja. Javnost je najznačajniji izvor za ove informacije. Sa druge strane istraživanje tržišta, medija, poljoprivredna, pravna, medicinska, psihološka i ostala istraživanja zavise od prikupljanja valjanih i pouzdanih informacija. Takođe, članovi Centra za istraživanje, imaju obavezu da štite javnost od pogrešnog predstavljanja i zloupotrebe informacija u ime istraživanja. Istovremeno, Centar za istraživanja se zalaže za slobodu istraživanja mišljenja i slobodu istraživača da sprovode istraživanje.
3. Članovi Centra za istraživanje znaju da je njihova obaveza, kako prema njihovoj profesiji, tako i prema onima koji podržavaju njihovu praksu, da se pridržavaju osnovnih standarda naučnog istraživanja.
4. Ovaj kodeks definiše etičku i profesionalnu praksu u oblasti istraživanja. Poštovanje ovog kodeksa smatra se neophodnim da bi se održalo poverenje da su istraživači u ovoj oblasti vezani nizom zdravih i osnovnih principa zasnovanih na iskustvu stečenom tokom dugogodišnjeg rada i razvoja.

## II PRAVILA PRAKSE IZMEĐU ISTRAŽIVAČA I KLIJENTA

### A. Odgovornosti istraživača

5. Objektivno proučavanje činjenica i podataka, sprovedeno što preciznije, uzimajući u obzir raspoložive resurse i tehnike je pravilo kojeg treba da se pridržavaju svi istraživači. Objektivnost podrazumeva nepristrasnost, odnosno, odsustvo ličnih, grupnih, klasnih i drugih interesa, ličnih emocija i drugih predrasuda u svim fazama istraživanja.
6. Istraživač je u obavezi, da svom potencijalnom klijentu, iznese tačne informacije o svom iskustvu, sposobnostima i organizaciji.

- 7.** Istraživač treba da uloži sve napore, da bi ispunio sve predložene zahteve i predloge koje je prihvatio od strane klijenta. Ako istraživač smatra da mora doći do odstupanja od ovih zahteva, dužan je da traži prethodnu saglasnost klijenta.
- 8.** Istraživač neće izabrati određene alate za prikupljanje podataka ili analizu, zbog mogućnosti da podrže željeni zaključak, ukoliko taj zaključak nije naučno podržan.
- 9.** Istraživač će u svakom izveštaju ili prezentaciji svojih otkrića razlikovati stvarne podatke od opservacija ili zaključaka koji mogu biti doneti na osnovu drugih istraživanja.
- 10.** Kada se podaci iz ankete sakupljaju za više od jednog klijenta ili se podaci dele sa više klijenata, istraživač je dužan da obavesti svakog klijenta i svaki klijent je zaštićen ugovorom o poverljivosti.
- 11.** Ispitanici treba da budu obavješteni o tome za koga se sprovodi anketa, ukoliko to ispitanik zahteva, osim ako, istraživač i klijent smatraju da to može uticati na odgovore. Na zahtev ispitanika, u takvoj situaciji, identitet klijenta mora da bude otkriven, ali tek nakon izvršene ankete.
- 12.** Informacije koje klijent dostavlja u istraživačke svrhe, mora da budu strogo poverljive i mogu se koristiti samo u predviđenom kontekstu i ne sme da ih koristi treće lice, osim ako to ne odobri klijent.
- 13.** Nijedan rezultat istraživanja neće biti otkriven, bez odobrenja klijenta, osim u slučaju 19c.
- 14.** Podatke ne sme da prenese ili proda, ni klijent ni istraživač odnosno Centar, licima koja nisu obuhvaćena u ugovoru, osim ako sponzor i istraživač ne donesu zajedničku odluku o prenošenju ili prodaji. Ako se podaci prenose zajedničkim pristankom, identitet ispitanika ne sme da se otkrije.
- 15.** Ako se istraživač i klijent ne dogovore drugačije i definišu ugovorom, istraživačke metode i tehnike, korišćenje za istraživanja, kao što su plan uzorkovanja, uputstva za intervju, razvoj testa, sastavljanje upitnika i podaci za analizu, ostaju u vlasništvu istraživača, odnosno Centra ukoliko ih je on razvio.
- 16.** Pored toga, ako ne postoji drugačiji dogovor, istraživačka dokumentacija (poput protokola i upitnika) i bilo koji drugi materijal korišćen u istraživačke svrhe ostaje u vlasništvu istraživača odnosno Centra. Međutim, istraživač je dužan da materijal čuva u propisanom roku, različitom za sve zemlje, ukoliko se od njega to zahteva. Ova obaveza smatraće se ispunjena, jedino ako se podaci čuvaju u priznatom arhivu podataka i sa ograničenim pristupom, ukoliko to situacija zahteva.

17. Kada se istraživanje završi i istraživač odnosno Centar preda konačan izveštaj, prema postignutom sporazumu, klijent ima pravo da zatraži kopiju podataka iz upitnika, samo ako klijent snosi troškove pripreme tih kopija i ispitanici mora da ostanu neidentifikovani.

## **B. Odgovornosti klijenata**

18. Potencijalni klijenti koji traže ponudu za istraživanje, potvrđuju da, u nedostatku plaćanja, takvi predlozi ostaju u vlasništvu istraživača odnosno Centra. To znači da, potencijalni klijenti ne mogu da koriste istraživački predlog, da bi pregovarali ili postigli bolju cenu od drugih istraživača odnosno istraživačkih institucija.
19. Izveštaji istraživača, koriste isključivo klijentu ili njegovim zaposlenima. Istraživač odnosno Centar i klijent treba da se dogovore o objavljivanju potpunih ili delimičnih rezultata drugim entitetima ili javnosti.
- a) Klijent i istraživač mora da osiguraju da bilo koja objava rezultata istraživanja ne dovede do citiranja van konteksta ili da na takav način iskrivi činjenicu ili rezultat istraživanja.
- b) Da bi se objavili rezultati, treba da se konsultuje istraživač i on ima pravo da odbije objavu njegovog imena u vezi sa studijama, ako smatra da nije ispoštovana tačka (a).
- c) Ako istraživač primeti da se u javnosti pojavilo pogrešno tumačenje istraživanja, dužan je da javno otkrije šta je potrebno za ispravljanje, gde je to potrebno, uključujući izjavu medijima ili drugim grupama od strane kojih su izobličeni rezultati predstavljeni.

## **C. Pravila prakse za izveštaje i rezultate studija**

20. Svaki kompletan Izveštaj ili studija Centra mora da sadrži adekvatna objašnjenja sledećih relevantnih tačaka:
- a) U čije ime je sprovedena studija i ko je sproveo studiju.
- b) Svrha istraživanja.
- c) Populaciju koja se koristi u istraživanju.
- d) Metoda uzorkovanja, uključujući vrstu uzorka (verovatnoća, kvota...), specifične procedure za njegov odabir i stvarnu veličinu uzorka.
- e) Nivo uspeha, uključujući stopu neodgovorenih i kako je izračunata i poređenje veličine i karakteristika dobijenog i planiranog uzorka.
- f) Opis korišćenih procedura (ako ih ima) i/ili postupaka ponderisanja.
- g) Potpuni opis metodologije koja se koristi za studiju.
- h) Period sprovođenja ankete i trajanje prikupljanja podataka.
- i) Kopija upitnika, raspored intervjuja ili druge informacije o instrumentima prikupljanja, uključujući uputstva.
- j) Koji se rezultati zasnivaju na samo jednom delu, a ne na celom uzorku.
- k) Opis tačnosti rezultata, uključujući, ako je moguće, procenu greške.

21. U izveštaju bi trebalo da se koriste tehnički izrazi u skladu sa njihovom trenutnom naučnom upotrebom.

## III PRAVILA PRAKSE IZMEĐU ISTRAŽIVAČA I ISPITANIKA

### D. Odgovornost između ispitanika

22. Nijedan anketirani ili neki drugi učesnik ankete ne sme biti negativno pogođen zbog njihovih odgovora ili procesa ankete. Istraživač odnosno Centar mora da poštuje odluku ispitanika da li će da učestvuje u studiji ili ne i ne sme da koristi nikakvu metodu ili tehniku koja bi dovela ispitanika u položaj gde on ne bi mogao da iskoristi pravo na povlačenje ili odbijanje odgovora na pitanja.
23. Istraživač mora da poštuje pravo na poverljivost, poštovanje privatnosti i zaštitu podataka prikupljenih od ispitanika ili drugih učesnika u istraživanju.
24. Nijedan odgovor u anketi ili drugom istraživačkom nalazu neće biti ni na koji način povezan sa identitetom ispitanika. Ispitanici moraju ostati neidentifikovani, osim u retkim slučajevima, uz posebnu dozvolu ispitanika i pod uslovom da se ne krše nacionalni zakoni. Istraživač mora da preduzme mere zaštite.
25. Metoda intervjua ili bilo koja druga metoda koju istraživač koristi ne sme se nikada koristiti u druge skrivene svrhe kao što su marketing, prodaja, prikupljanje sredstava ili politička kampanja.

### E. Za ispitivače/istraživače

26. Za sve istraživačke zadatke i primljene materijale, kao i sve informacije dobijene od ispitanika, ispitivač mora da obezbedi poverljivost i da ih nikome ne otkriva, osim istraživačkoj organizaciji za koju vrši studiju ukoliko ugovorom nije drugačije definisano.
27. Nijedna informacija dobijena istraživačkom aktivnošću neće se koristiti, direktno ili indirektno, radi lične koristi ili prednosti anketara u njegovim odnosima sa ispitanicima.
28. Istraživanje se sprovodi u strogom skladu sa specifikacijama. Nijedan ispitivač ne sme izvršiti više zadataka u kontaktu s istim ispitanicima, osim ako to ne odobre istraživačka organizacija i njeni klijenti.

# IV PRAVILA PRAKSE IZMEĐU ISTRAŽIVAČA

29. Načelo poštene konkurencije, kako je opšte shvaćeno i prihvaćeno, trebalo bi da bude primenjeno od strane svih istraživača, čak i u slučajevima kada su oni jedini operateri u svojoj zemlji.
30. U svom ličnom i poslovnom odnosu, istraživači će biti vođeni tradicijom zajeničkog poštovanja među kolegama iz iste profesije.
31. Istraživači Centra će predstavljati rezultate istraživanja u medijima i za medije ukoliko to istraživanje i ugovor o istraživanju zahteva, poštujući pravila struke i na način koji je razumljiv i koji doprinosi jačanju integriteta profesije i poverenja u istraživanja.
32. U slučaju da mediji ili neko drugi prenese ili predstavi rezultate istraživanja na način koji je suprotan pravilima istraživačke struke od njega ću tražiti demanti, odnosno način da javnost pravilno informiše o temama o kojima se izveštavao.
33. Istraživači će odluke donositi u skladu sa verifikovanim znanjima i iskustvama na osnovu sopstvenog znanja ili u konsultaciji sa poznavacima tih znanja i onima na koje se odluke odnose.
34. Istraživačka organizacija ne može da koristi nikakav spoljni pritisak, politički ili komercijalni, da opravda kršenje ovog kodeksa jer u svom radu primenjuje nepristrasnost i objektivnost. Bilo kakvo narušavanje časti i ugleda, lažno iznošenje ili prenošenje kako je definisano zakonom sa ciljem iskrivljenja slike o ugledu i radu ove organizacije sa sobom nosi pokretanje krivičnog postupka.
35. Istraživači se neće truditi da iskoriste rad u Centru za istraživanje kao znak profesionalne kompetencije. Rad istraživača ne jamči kvalifikaciju, ali podrazumeva prihvatanje ovog kodeksa.

Direktor programa

*Nada Čukalović*

---

Etički kodeks predstavlja referentni dokument Centra za istraživanja čiji je cilj da zaštiti osnovne postulate profesije istraživača i istraživački integritet u oblasti online i offline istraživanja tržišta, medija, javnog mnjenja i online komunikacije. Pored toga, etički kodeks služi Centru za istraživanja kao okvir za samoregulaciju u naučnim istraživanjima, kao i za regulisanje ponašanja istraživača koji se suočavaju sa izazovima koji su uzrokovani tehnološkim razvojem, otvorenim podacima, razvojem informacionih i komunikacionih tehnologija.

Društvena odgovornost i etičko ponašanje u istraživanju snažno je povezano sa organizacionom kulturom i društveno specifičnim kontekstom. Koncept društveno odgovornog istraživanja doprinosi uvažavanju interesa pojedinca, društva i okruženja.

Etički kodeks uvodi etičke principe, pravila i standarde struke istraživača sa ciljem da se ojača profesionalni integritet istraživača kroz razvoj etičkih standarda, čuvanje i unapređivanje istraživačke ekspertize, odnosno metodologije istraživanja oličene u objektivnim postupcima i procedurama.

Etički principi, kao osnova kodeksa, razvijeni su u skladu sa domaćim, društveno specifičnim kontekstom sa ciljem da ojačaju integritet istraživača i njihove struke.