

ICC/ESOMAR ULUSLARARASI PAZAR, FİKİR, GÖRÜŞ VE SOSYAL ARAŞTIRMA VERİ ANALİZİ KODU

EKİM 2016



İÇERİK

Önsöz	3
Giriş	4
Amaç ve Kapsam	4
Yorumlama	4
Tanımlama	5-6
Ana İlkeler	7
Maddeler	7
Veri Sağlayıcılarına İlişkin Sorumluluklar	7
Madde 1- Koruma Yükümlülükleri.....	7
Madde 2- Çocuklar, Gençler, ve Diğer Savunmasız Bireyler	8
Madde 3-Veri Küçültme.....	8
Madde 4- Birinci El Veri Toplama.....	8
Madde 5- İkincil El Verilerin Kullanımı.....	9
Madde 6- Veri güvenliği ve Gizlilik.....	9-10
Müşteriye Yönelik Sorumluluklar.....	10
Madde 7-Şeffaflık.....	10
Kamuya Yönelik Sorumluluklar.....	11
Madde 8- Bulguların Yayınlanması.....	11
Araştırma Mesleğine Yönelik Sorumluluklar.....	11
Madde 9- Mesleki Sorumluluklar.....	11
Madde 10- Yasal Sorumluluklar.....	12
Madde 11- Uyum.....	12
Madde 12- Yürürlüğe Koyma.....	12

Önsöz

Pazar, sosyal ve fikir araştırmalar kendi tarihi boyunca mal ve hizmet sağlayıcıları, hükümetler, bireyler ve büyük topluluklar gibi karar vericilere insanların davranışları, ihtiyaçları ve tutumları hakkında öngörüler sunmuşlardır.

Araştırmacılar bunu bireylerin gizliliğinin korunmasına gözetmek kaydıyla bireylerle direkt iletişime geçerek ya da katılımlarını gözlemleyerek elde edilen verilere dayanarak yapmışlardır. Bu gizliliğin korunmasını gözetmek profesyonellerin öz-düzenlemede basarılı olmalarının esas sebebidir.

Dünya değişiyor ve buna bağlı olarak mecburen biz de değişiyoruz.

Son 20 yıldır digital devrime tanık olmaktayız- veri toplama, saklama, işleme yeteneklerinde büyük artış, küresel internet, sosyal medya, mobil teknoloji- insanların yaşamları ve iş hayatlarında radikal değişimlere sebep olmaktadır. Dolayısıyla, araştırma digital platformlarda var olan verilerin kullanımındaki artışa bağlı olarak değişmektedir.

Araştırma ve öngörü işlevleri veri toplamanın ötesine geçerek, farklı kaynaklardan, sosyal medya focus ve örneklem gruplarından elde edilen ve büyük veri tabanlarında bulunan verilerin analizi ve sentezi olmaktadır.

ICC/ ESOMAR'ın bu revizyonu, teknolojinin araştırma varlılarındaki etkilerini göz önünde bulundurmaktadır. Data analizi başlığı kapsamında verilerin artmasının mesleki olarak araştırma içinde tamamıyla yeni bir bakış açısına neden olduğunun ve araştırmacıların büyük veri tabanlarını birleştirerek ve analiz ederek verilerdeki yeni modelleri açığa çıkararıp müşterilerine güçlü ve yeni öngörüler sunduklarının farkında olduğu belirtmektedir. Veri analizi diğer amaçlar için kullanılabilir, fakat araştırma için kullanıldığında bu KOD uygulanır.

Kamunun iş birliğine güven ve araştırmanın dürüstlük icinde ve gizlilik kurallarına mudahale olmadan ya da verilerin araştırma kapsamında kullanılmasından kaynaklı veri sağlayıcıları üzerinde herhangi bir olumsuzluk yaratmadan, objektif olarak yürütülmesi değişmeyen tek kuraldır.

Bireylerin kişisel verilerinin nasıl kullanılacağının halk arasındaki öneminin artması veri yönetiminde etik ve mesleki kılavuzu ihtiyaç haline getirmiştir.

Halkın araştırmaya olan güvenini kazanmak ve bireylerin kişisel verilerin kullanımına ilişkin sosyal, etik ve mesleki sorumlulukların tanınacağını kanıtlamak artık hiç olmadığı kadar önem taşımaktadır.

ICC and ESOMAR Kodun son versiyonunu size sunmaktan çok büyük bir mutluluk duymaktadır ve halkın araştırmaya ilişkin güvenini sağlayacağımıza ve etiksel davranışların en yüksek standardını sunmaya devam edeceğimize inanıyoruz. Bu Kodun dünya genelinde kullanılmasını tavsiye ediyoruz.

GİRİŞ

ESOMAR'ın ilk Pazar ve Sosyal Araştırma Pratikleri Kodu ilk 1948 yılında yayınlanmıştır. Devam eden yıllarda, ulusal kurumlar kendi kodlarını yayınlamışlardır.

1976 yılında, ESOMAR ve ICC- Global Pazarlama ve Reklam Kodundan alıntılanmış uluslararası Kod- bir tane uluslararası kodun daha tercih edilebilir olduğu kabul edilmiştir. Bu ortaklaşa ICC/ESOMAR kodu bir sonraki yıl yayınlanmıştır. 1977 yılındaki kod 1986, 1994 ve son olarak 2007 yılında güncellenmiştir. 50 ülkede 60' tan fazla dernek bu kodu adapte etmişler ya da desteklemişlerdir.

AMAÇ VE KAPSAM

Bu Kod, veri analizi, pazar, fikir ve sosyal araştırmalarla uğrasan profesyonellere öz-düzenleme için bütünleştirici çerçeve olması için dizayn edilmiştir. Araştırmanın kamu içerisinde güvenilirliğini sürdürmek için ana etiksel ve mesleki standartları düzenler, aynı zamanda bununla bağlantılı bölgesel, ulusal ve yerel kanun ve kurallara bağlılığı ve standardı yükseltecek sektörel, mesleki yürütme kodlarını dayatır. Geleneksel ve yeni veri kaynakları üzerinde çalışan araştırmacıların ve analistlerin araştırma kapsamında verileri kullanılan bireylere ve servis verdikleri organizasyonlara karşı etiksel, mesleki ve yasal sorumluluklarını teminat altına alır. Bununla beraber, araştırmacıların Madde 19' da belirtilen Birleşmiş Milletler Medeni ve Siyasi Haklar Uluslararası Sözleşmesi kapsamında arama, alma ve bildirme hakkını korumayı amaçlamaktadır.

Bu Kod dünya genelindeki tüm araştırmacılar için geçerlidir. Kodun kabulü ve gözetilmesi ESOMAR üyeleri ve buna uyan diğer araştırma dernekleri üyeleri için mecburidir.

YORUMLAMA

Bu kod mektup olarak yazıldığı şekilde ve ruhla uygulanacaktır. Bu kod, Koda uygulanması amaçlanan spesifik araştırma yöntemleri ve uygulamalarını içeren diğer ICC ve ESOMAR kodları, kılavuzu, ilkeleri ve çerçeve yorumları ile birlikte okunmalıdır. Diğer benzeri dökümanlar www.iccwbo.org and www.esomar.org sitelerinde mevcuttur.

Bu döküman boyunca biz 'Gerekmektedir ve Zorunludur' kelimesini araştırmacıların takip etmesi ve uyması zorunlu gereklilikleri belirtmek için kullanacağız. "Yapılmalıdır" kelimesi yapılması tavsiye edilen uygulama ve açıklamaları tanımlamak için kullanılacaktır.

TANIMLAMALAR

Bu Kod kapsamında yer alan terimlerin tanımı:

Çocuklar, araştırmaya katılımları için sorumlu yetişkinlerin ya da ebeveynlerin izni gereken bireylerdir. Yaş tanımı oldukça değişken ve ulusal yasalar ve öz düzenlemeler ile belirlenmektedir. Ulusal tanımlamaların olmadığı durumlarda çocuk 12 yaş ve altı, gençler ise 13 ile 17 yaş arası olarak tanımlanmaktadır.

Müşteri, araştırma projesinin tamamını ya da bir bölümünü talep eden, görevlendirme yapan ya da abone olan tüm bireyler ya da organizasyonlardır.

Rıza, pazar araştırmasına katılan ve kişisel verileri işlenen kişinin özgür iradesi ve bilgisi doğrultusunda yapılan anlaşma

Veri Analizi, gizli kalıpları, bilinmeyen korelasyonları, trendleri, tercihleri ve araştırma amacı doğrultusunda kullanılacak bilgileri saptamak için veri kümelerinin tespit edilme işlemidir.

Zarar, Bireylere yönelik istenmeyen pazarlama mesajları da dahil olmak üzere, somut ve maddi zarar (fiziksel hasar ya da finansal kayıp), soyut ve manevi zarar (itibar ya da saygınlık kaybı, özel hayata saldırıları)

Araştırma-dışı Etkinler, bireylerin görüşlerini ve tutumlarını değiştirmek ya da analiz etmek için bireylerin kişisel verilerini toplamaya yönelik etkinlikleridir.

Pasif Veri Toplama, kişisel verilerin bireylerin davranışlarını ve hareketlerini gözlem, ölçüm ve kayıt altına alma yöntemi ile toplanmasıdır.

Kişisel Veri (bazen kişisel tanımlanabilir veri ya da PII olarak da adlandırılır), Örneğin isim, spesifik coğrafik lokasyon, telefon numarası, resim, müzik yada video kaydı gibi direkt olarak bireyleri tanımlayıcı ve bireylerin tanımlanması için kullanılacak bilgi yada dolaylı yoldan bireylerin fiziksel, psikolojik, akılsal, ekonomik, kültürel ve sosyal karakteri ile ilişkili bilgilerdir.

Birincil El Veri, araştırma kapsamında araştırmacı tarafından bireylere ait toplanan verilerdir.

Gizlilik Notu (bazen gizlilik politikaları olarak da anlatılır) organizasyonların veri sağlayıcılarının kişisel verilerinin yönetim, ifşa, kullanım ve toplama yöntemlerini tanımlayan organizasyonların gizlilik pratiklerinin yayınlanmış özetleridir.

Araştırma sistematik olarak organizasyon ve bireylere ilişkin bilgileri toplayan ve yorumlayan tüm pazar, fikir ve sosyal araştırmalarını ve veri analizlerini kapsamaktadır ve kamu, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, hükümetler, servis ve mal sağlayıcıları gibi karar vericileri desteklemek ve öngörü oluşturmak için sosyal, davranışsal ve veri bilimleri teknikleri ile istatistiksel ve analitik metodları kullanır.

Araştırmacı, Pazar araştırma projesinde danışman ya da proje yürütücüsü olarak görev alan tüm organizasyonlar ya da bireyleri tanımlamaktadır. Müşterilerin araştırma bölümlerinde bulunan bireyleri ve alt yüklenicileri de kapsar.

İkincil El Veri, hali hazırda bir amaç doğrultusunda toplanmış verinin farklı bir amaç için analiz edilmesidir.

Savunmasız İnsanlar, gönüllü ya da bilgilendirilmiş karar verme konusunda sorunlu olan karar vericileri tanımlamaktadır. Bu tanım bilişsel bozukluk ya da iletişim engelli bireyleri de kapsamaktadır.

ANA İLKELER

Bu Kod pazar, sosyal ve fikir araştırmaları tarihi boyunca simgelenmiş üç temel ilke üzerine kurulmuştur. Kodda yer alan maddelerin uygulanması için açıklayıcı bir arka plan sunulmaktadır.

- 1- Araştırma kapsamında veri sağlayıcılardan bilgi toplarken araştırmacılar toplamayı planladıkları bilgiler, toplama amaçları, kiminle paylaşacakları ve biçimi konusunda şeffaf olmaları gerekmektedir.
- 2- Araştırmacılar araştırma kapsamında kullanılacak kişisel verilerin yetkilendirilmemiş erişime karşı korunacağını ve veri sağlayıcıların rızası olmadan ifşa edilmeyeğini teminat altına almak zorundadırlar.
- 3- Araştırmacılar her zaman etik davranmalı ve veri sağlayıcısına zarar verecek yada pazar, sosyal ve fikir araştırmalarının itibarına zarar getirecek herhangi bir sey yapmamalıdır.

MADDELER

Veri Sağlayıcılarına Yönelik Sorumluluklar

MADDE 1- KORUMA YÜKÜMLÜLÜKLERİ

(a) Araştırmacılar deneklerin, kişisel verilerin araştırma kapsamında direk kullanımına bağlı olarak, herhangi bir sorun yaşamamalarını garanti altına almalıdırlar.

(b) Araştırmacılar hassas içerikli araştırmalarda ya da araştırma kapsamında toplanan verilerin deneklere zarar verme riski bulunan durumlarda ekstra koruma yöntemleri uygulamalıdırlar.

(c) Araştırmacılar araştırmanın kamu güvenliğine dayanması durumunda araştırmanın doğruluğuna ve verilerin gizliliğın korunmasına dikkat etmelidirler, bu sebeble araştırma ve araştırma olmayan aktiviteler arasındaki ayrımın korunmasına özen göstermelidirler.¹

(d) Araştırmacıların doğrudan bireylere yönelik promosyon ya da reklam gibi araştırma olmayan etkinlikler ile uğraşması durumunda, araştırma olmayan etkinliklerle araştırma arasındaki ayrım net bir şekilde ortaya konulmalıdır.

¹Arařtırmacıların araştırma olmayan ticari aktivitelerle araştırma arasındaki farkı net bir şekilde ortaya koymaları çok önemlidir. Madde 9' da Pazarlama İletişimi ve ICC Pazarlama Kodu Danışmanlığında buna dikkat çekilmiştir. Pazarlama iletişimi kendi ticari amacını yanlış sunmamalıdır; bu sebeble, ürünün satışı için yapılan iletişim müşteri araştırması, içerik üretimi, özel blog yada bağımsız görüşlerden ayrılmalıdır.

MADDE 2- ÇOCUKLAR, GENÇLER VE DİĞER SAVUNMASIZ BİREYLER

- (a) Araştırmacılar çocuklardan ve yasal koruma atanmış tüm bireylerden bilgi alırken ebeveynlerden ya da sorumlu yetişkinlerden rıza almaları gerekmektedir.
- (b) Araştırmacılar, araştırmaya çocuklar ve gençler dahil olduğunda ekstra özen göstermelidirler. Sorulacak sorularda yaşları ve yetişkinlik durumları dikkate alınmalıdır.
- (c) Araştırmacılar savunmasız bireylerle çalıştığında, araştırmaya katılma talebinden dolayı istenmeyen bir baskıya maruz kalmadıklarına ve karar verme yetkinliğine sahip olduklarını teminat altına almaları gerekmektedir.

MADDE 3- VERİ KÜÇÜLTME

Araştırmacılar araştırma kapsamında kişisel veri toplarken ve işlerken bir limit koymaları gerekmektedir.

MADDE 4- BİRİNCİL EL VERİ TOPLAMA

- a) Araştırma kapsamında veri sağlayıcısından direkt kişisel veri alındığında
 - i. Araştırmacılar çalışmaya başlamadan önce kendilerini tanıtmalı, veri sağlayıcıların kimliğini ve iyi niyetini kolaylıkla tahkik etmeleri gerekmektedir.
 - ii. Araştırmacılar araştırmanın genel amacını metodolojik olarak mümkün olduğu şekilde açıklamaları gerekmektedir.
 - iii. Araştırmacıların katılımın gönüllü ve araştırmacın genel amacı ve yapısına ilişkin bilgilerin yeterli ve yanıltıcı olmadığını garanti etmeleri gerekmektedir.
 - iv. Araştırmacılar eğer veri sağlayıcıyla yeniden irtibata geçilmesi durumu varsa, veri sağlayıcın araştırma öncesi bu konuda bilgilendirilmesi ve veri sağlayıcının kendisi ile yeniden irtibata geçilmesini kabul etmesi gerekmektedir. Tek istisna kalite kontrol için tekrar irtibata geçilmesidir.
 - v. Araştırmacıların veri sağlayıcıların araştırmaya katılımı red etme hakkına saygı duyması gerekmektedir.
- (b) Araştırmacıların veri sağlayıcıların araştırmanın herhangi bir aşamasında araştırmadan ayrılmasına olanak sunmaları gerekmektedir. Bu durum veri sağlayıcıların onlara ait tutulan kişisel verilere erişim ve tasfiyesine ilişkin kararları için de geçerlidir.
- (c) Pasif veri toplama veri sağlayıcının iznine tabi olmalıdır ve Madde A'daki tüm şartlara uyulmalıdır.

(d) Pasif veri toplama yöntemi sırasında rıza alma imkanı yoksa, araştırmacılar yasal olarak izin verilebilir alanlarda veri toplamalıdır ve operasyonel olarak mümkün olduğu ölçüde tanımlanabilecek bilgileri çıkartmaları ya da gölgelemeleri gerekmektedir.

MADDE 5 – İKİNCİL EL VERİLERİN KULLANIMI

Araştırmacılar kişisel verilerin dahil olduğu ikincil el verileri kullanırken aşağıdakileri temin etmeleri gerekmektedir.

- (a) Kullanım amacı verilerin asıl toplanma amacı ile uyumlu olmalıdır.
- (b) Veri yürürlükteki yasaları ihlal ederek, hile ile ya da veri sağlayıcı tarafından ayırt edilebilir ve öngörülen bir durumda toplanmamış olmalıdır.
- (c) Kullanım amacı fiili veri toplama sırasında verilen gizlilik notunun dışına çıkılmamış olunmalıdır.
- (d) Veri sağlayıcılardan veri tabanlarının kullanılmaması için yapılan tüm taleplere itibar etmiş olmak
- (e) Verilerin kullanımından kaynaklı veri sağlayıcı zarar görmemeli ve zarar vermemesi için gerekli önlemler alınmalı.

MADDE 6- VERİ KORUMA VE GİZLİLİĞİ

(a) Eğer araştırmacılar toplanan kişisel verileri araştırma olmayan amaçlar için kullanmayı planlıyorsa, bunu veri sağlayıcılara veri toplama işlemi başlamadan önce açıklamalı ve araştırma dışı kullanım için rızalarını almaları gerekmektedir.

(b) Araştırmacılar kişisel verilerin müşteri ile paylaşılmasını konusunda veri sağlayıcıların rızasını almadan bu verileri müşteri ile paylaşamaz, veri sağlayıcılarından alınan rıza kişisel verilerin hangi amaçla kullanılacağına kabulü üzerine olması gerekmektedir.

(c) Araştırmacılar gizlilik notuna sahip olmalı ve bu not veri sağlayıcının okuması için erişilebilir ve kolay anlaşılır olmalıdır.

(d) Araştırmacılar kişisel verilerin takip edilmeyeceğini ya da sonuca dayalı ifşa neticesinde ortaya çıkartılmayacağını garanti etmeleri gerekmektedir (örneğin çapraz analiz, küçük örnekler veya müşteri verileri ile birleştirme ya da kamusal alanlardaki ikincil el veriler gibi)

(e) Araştırmacılar verilerin güvenli saklandığına emin olmak için tüm gerekli önlemleri almaları gerekmektedir. Verilerin kayıp, yetkilendirilmemiş erişim, imha, kötüye kullanma ve ifşaya karşı korunması gerekmektedir.

(f) Kişisel veriler toplanma ve kullanma amacından daha uzun süre saklanmamalıdır.

(g) Kişisel verilerin alt yüklenici ya da diğer servis sağlayıcılara transfer edilmesi durumunda alıcının en azından aynı düzeyde güvenlik önlemlerine sahip olduğunun temin edilmesi gerekmektedir.

(h) Araştırmacılar veri sağlayıcıların kişisel verileri bir yetki alanından diğerine transfer edildiğinde veri sağlayıcıların koruma haklarını korumak için extra özen göstermeleri gerekmektedir. Bu tür transferler veri sağlayıcıların rızası olmadan ya da yasal olarak izin verilebilir alanlardan alınmadığı sürece transfer edilemez. Bununla birlikte araştırmacılar yeterli güvenlik önlemlerin gözlemlendiği ve bu kod kapsamında yer alan veri koruma ilkerine uyulduğuna emin olmak için tüm gerekli işlemleri yapmaları gerekmektedir.

(i) Kişisel verileri içeren veri ihlali durumunda, araştırmacıların bakım sorumluluğu vardır ve yürürlükteki veri ihlali bildirim yasalarına uymak zorundadırlar.

Müşteriye Karşı Sorumluluklar

MADDE 7- ŞEFFAFLIK

(a) Araştırmacılar araştırmayı müşteri ile anlaştıkları kalite ve standartlarda Madde 9'a bağlı olarak tasarmaları gerekmektedir.

(b) Araştırmacılar bulguların ve bulguların yorumların açık ve yeterli bir şekilde veriler ile desteklendiklerinden emin olmaları gerekmektedir.

(c) Araştırmacılar müşterilerin veri toplama ve hazırlama aşamaların kalite kontrolü için bağımsız denetim taleplerine izin vermeleri gerekmektedir.

(d) Araştırmacılar müşterilere araştırma sonuçlarının geçerliliğini değerlendirmek ve sonuçlara erişmek için yeterli teknik bilgiyi sunmaları gerekmektedir.

(e) Araştırma sonuçlarını raporlarken, araştırmacılar araştırma bulguları ile, araştırmacıların bu bulgulara ilişkin yorumları ve sonuç taslakları ya da tavsiyeleri arasındaki farkı net bir şekilde ortaya koymaları gerekmektedir.

Kamuya Karşı Sorumluluklar

MADDE 8- BULGULARIN YAYINLANMASI

- (a) Araştırma bulguları yayınlandığında, araştırmacılar kamunun kullanılan verilerin kalitesini ve sonuçların geçerliliğini değerlendirmesi için kullanacakları yeterli bilgiyi temin etmeleri gerekmektedir.
- (b) Araştırmacılar talep edilmesi durumunda kontratta engellenmediği sürece yayınlanan bulguların geçerliliğinin değerlendirilmesi için gerekli teknik bilgiyi mevcut bulundurmaları zorundadırlar.
- (c) Müşterilerin araştırma projesindeki bulguları yayınlamayı planladığı zaman, müşterilerin araştırma yayının içeriğine ve biçimine ilişkin danışmanlık aldıklarından emin olmaları gerekir.
- (d) Araştırmacılar bu sonuçlar yeterli verilerle desteklenmediği sürece araştırma projesinin sonuçlarının yaygınlaştırılmasına kendi adının ya da organizasyonunun ilişkilerindirilmesine izin vermemeleri gerekmektedir.

Mesleklerine Karşı Sorumlulukları

MADDE 9- MESLEKİ SORUMLULUKLAR

- (a) Araştırmacıların dürüst, doğru ve objektif olmaları gerekmektedir ve yürüttükleri araştırmanın bilimsel araştırma ilke, yöntem ve tekniklerine uygun olarak gerçekleştirmeleri gerekmektedir.
- (b) Araştırmacılar daima etik davranmak zorundadırlar, araştırmanın itibarına yersiz yere zarar verecek ya da araştırmaya karşı kamunun güvenini yıkacak herhangi bir davranışta bulunmamaları gerekmektedir.
- (c) Araştırmacıların tüm profesyonel yaşamlarında ve iş hayatlarında dürüst ve açık sözlü olmaları gerekmektedir.
- (d) Araştırmacılar diğer araştırmacıları yersiz bir biçimde eleştirmemelidirler.
- (e) Araştırmacılar kendi ya da organizasyonlarının etkinliklerine ilişkin yeteneklerine, deneyimlerine ve etkinliklerine ilişkin yalan yada yanıltıcı beyanda bulunamazlar.
- (f) Araştırmacıların genel olarak kabul görmüş adil rekabet ilkelerine uygun davranmaları gerekmektedir.

MADDE 10- YASAL SORUMLULUKLAR

Araştırmacılar, yürürlükteki tüm uluslararası ve ulusal kurallar ile yerel yönetmeliklere ve profesyonel standartlara uyumlu davranmak zorundadırlar.

MADDE 11- UYUM

(a) Araştırmacılar araştırmaların bu koda göre gerçekleştiğine emin olmak zorundadırlar, müşterinin ve araştırmaya dahil olan diğer tarafların bu şartları kabul etmeleri gerekmektedir. Bu Kod araştırmanın herhangi bir aşamasında geçerli olduğu durumda tüm organizasyon, firma ve bireyler için geçerlidir.

(b) Araştırmacılar tarafından bu kodun ihlaline yönelik düzeltme isteğinde ihlal bahane edilemez.

(c) ESOMAR tarafından yapılan disiplin sorgulaması sırasında ESOMAR üyesi hatalı bulunursa, bu kodunda olası ihmali olabileceğinden, KOD ihlali olarak sayılacaktır. Bu aynı zamanda bu kodu uygulayan öz-düzenleyici kurumlar için de geçerlidir.

MADDE 12- YÜRÜRLÜĞE KOYMA

(a) Bu Kod ve burda benimsenen ilkeler kabul edilmelidir ve kabul edilirse, ilgili yerel, ulusal ve uluslararası öz düzenleyici kurumlar tarafından ulusal ve uluslararası uygulanmalıdır. Araştırmacılar ve müşteriler öz-düzenleyici kurumlar tarafından alınan kararlar ve araştırma ile ilgili öz-düzenleyici belgeleri tanımları gerekir.

(b) Bu Kanunun içerdiği ilkelerin yorumlanması talepleri için ESOMAR Meslek Standartları Komitesi veya ICC Pazarlama ve Reklam Komisyonuna başvurulmalıdır.