

## SPOROČILO ZA JAVNOST

Svet pristopnikov Nacionalne raziskave branosti je ob zaključku prvega leta projekta in pripravi na naslednja leta obravnaval nekaj pomembnih točk in problemov.

1. Pristopniki so se s pogodbo o pristopu zelo omejili pri objavljanju podatkov, ker jih je bilo strah napačnih in površnih, včasih celo zlonamernih objav podatkov. Vsak medij seveda želi sebe prikazati v najlepši luči, ne dovolj statistično podkovanim pa se pridružijo še nenamerne napake, zato je bilo v preteklosti pogosto objavljanje delnih ali iz konteksta iztrganih podatkov iz raziskav na meji zavajanja javnosti ali povzročanja neposredne škode konkurence. Dodaten razlog za omejevanje objave je bil strah nepooblaščenega komercialne uporabe podatkov in s tem ogrožanje financiranja projekta.

Ob koncu prvega leta so pristopniki ugotovili, da je situacija na oglaševalsko-medijemskem trgu že bistveno drugačna od prejšnjih let, udeleženci odgovornejši, ob skupnem projektu pa se je povečalo tudi zaupanje med njimi. Hkrati so podatki NRB razširjeni in priznani kot valuta, zato je tudi strah pred nepooblaščenega komercialno uporabo manjši. Na tej podlagi so se odločili liberalizirati razpolaganje s podatki in sklenili anekse k pogodbam, ki določajo:

- Da so objave, ki vsebujejo splošne statistične podatke brez navedb posameznih medijev proste,
- Da je uporaba podatkov NRB o drugih medijih za pristopnike prosta pod pogojem, da uporabnik te podatke uporabi na način, ki ne zavaja uporabnikov teh podatkov, ob doslednem upoštevanju določb konkurenčnopravnih predpisov in drugih predpisov, ki urejajo oglaševanje in komuniciranje na trgu ter ob doslednem upoštevanju določb Pogodbe o pristopu in drugih pogodb, aktov NRB in sklepov organov NRB, zlasti pa:
  - Pristopnik lahko podatke NRB o drugih (ne lastnih) medijih objavi v lastnih medijih ali v drugih medijih. Pristopnik je dolžan posamezen podatek o lastnem mediju predstaviti na enak način kot primerljiv podatek o drugem mediju.
  - V nobenem primeru ne sme Pristopnik ob objavi ali javni prezentaciji podatkov NRB kakorkoli posegati v obliko ali vsebino podatkov NRB o lastnem oziroma o drugih medijih. Predelave, priredbe, povzetki in drugi posegi v celovitost predstavljenih informacij pomenijo hujšo kršitev te pogodbe in podlago za pravni postopek zoper kršitelja s strani imetnika avtorskih pravic.
  - Uporabnik mora pri komuniciranju podatkov NRB v kakršnikoli obliki in za kakršen koli namen vselej dosledno navajati vir Nacionalne raziskave branosti, Izvajalca NRB in obdobje, na katerega se nanašajo uporabljeni podatki NRB.

2. Pristopniki so se lotili tudi reševanja problematike, za katero so sicer že vnaprej vedeli, da se bo pojavila zaradi specifične ciljne javnosti poslovnih medijev. Poslovneži so številčno majhna in težko dosegljiva skupina, zato jih je težko ustrezno zajeti in analizirati v anketah. Zaradi svoje pomembnosti in kupne moči pa so seveda še kako zanimivi za oglaševalce. Zato se v okviru pristopnikov oblikuje skupina, ki bo pripravila projekt dodatne analize poslovne javnosti in zgornjega sloja prebivalstva. Projektno skupino vodi član Izvršnega odbora Robert Mulej.
3. Predsednik IO SP NRB Zoran Trojar, ki je v oktobru iz Mladine prešel na Delo, je že v septembru napovedal, da bo pristopnikom ponudil svoj odstop. V IO SP NRB sta namreč zato dva predstavnika Dela d.d.. NRB je v pripravi in prvem letu izvajanja vodil po načelu konsenza in uravnoteževanja interesov vseh skupin medijev in posameznih medijev, z novo situacijo v IO SP NRB pa bi se lahko potencialno omajalo zaupanje v kredibilnost NRB. Na seji Sveta pristopnikov je odstop tudi ponudil, vendar ga ta ni sprejel.
4. Lista raziskovanih medijev je omejena tako zaradi trajanja dolžine intervjuja in s tem povezanih strokovnih omejitev ter stroškov, na njo pa se mediji uvrščajo, če v telefonskem delu intervjuja pa načelu spontanega priklica dosežejo mejno vrednost dosega (osnovni kriterij oblikovanja spiska merjenih medijev ob začetku projekta NRB je bil seznam medijev, razvrščen po velikosti deleža običajnih bralcev v letu 2001, Medijski Monitor, Cati d.o.o..

Zaradi preveritve delovanja tega sistema in pritožb nekaterih manjših medijev, da se njihova naklada ne ujema z izmerjenim dosegom ter da bi morali biti na medijski listi, sta se IO SP NRB in izvajalec NRB, Cati d.o.o., odločila testirati skupino 14 medijev, ki niso bili na medijski listi in jih na to listo začasno uvrstiti. Test je potekal v novembru in decembru 2002 po metodi zadnjega branja, torej metodi, ki je osnova za valuto. Glede na sprejeti kriterij, ki ga je potrdil IO NRB, to je, da imajo prednost na listi mediji, ki so dosegli najvišji rezultat pri navajanju običajnega branja, kjer se merijo vsi naslovi brez izjem in/ali pri navedbah pod "drugo" v terenskem delu NRB, kjer seznam tudi ni omejen ter glede na razpoložljiva prosta tri mesta v omejenem seznamu, so se na listo uvrstili trije novi naslovi. V drugem četrtletju 2003 bo metoda uvrščanja novih medijev na listo spremenjena.

5. V luči napredka in razvoja raziskave, bo tudi izračunavanje dosega dnevnikov korektnije. V prvem letu izvajanja NRB je bila potrebna primerljivost podatkov s preteklo raziskavo Mediana BGP, zato je bil izračun dosega pri dnevnikih enak kot v pretekli raziskavi. Podcenjevanje dosega dnevnikov v tem primeru izhaja iz dejstva, da je povprečje bralcev računano na sedem dni in ne šest oziroma pet dni, kot so dejanski dnevi izida dnevnikov. Metoda zadnjega branja, ki velja za valuto, ostaja ista, spremenjen je le izračun podatkov, ki npr. v ponedeljek upošteva, da v nedeljo ni izšel nov izvod časopisa, temveč je možno branje sobotnega ali starejšega izvoda

časopisa.

Naročniki NRB bodo v informativnem četrtletnem poročilu že dobili izračunan doseg po novem načinu, skupaj s podatkom, izračunanim po prejšnjem načinu. Z osvežitvijo programskega orodja NRB OmniView, pa bodo poleg podatkov prvega četrtletja leta 2003, preračunani tudi dosegi dnevnikov za leto 2002. Na ta način bo zagotovljena primerljivost podatkov za nazaj ob hkratni uvedbi novega načina izračuna dosega enega izida.

6. Dnevniki pa ne bodo edini, ki bodo deležni korektnjšega preračunavanja dosega enega izida. Le-to bo omogočeno vsem založnikom, ki bodo pravočasno (t.j. 30 dni pred iztekom četrtletnega obdobja) obvestili izvajalca o morebitnem izpuščenem izidu v času merjenja,

7. Nacionalna raziskava branosti je v preteklem letu dokazala, da si zasluži naziv valute na slovenskem tržišču tiskanih medijev. Obstoj valute, podkrepijo tudi uporabniki podatkov in novi naročniki. V letu 2002 so poleg pristopnikov zaupanje NRB-ju izkazali založniki, agencije in oglaševalci z nakupom dveh paketov A, šestih paketov B, osmih paketov C in s tremi dodatnimi paketi ter dvema dodatnima instalacijama programskega orodja NRB OmniView.

Ljubljana, 14. 04. 2003

Predsednik IO SP NRB  
**Zoran Trojar l.r.**

Cati d.o.o., Direktor medijskih raziskav  
**Andraž Zorko, l.r.**