

Тюмень, 1999 г. № 10000000000000000000000000000000

Примено:	05-12-2014		
Орг. единица	Број	Прилог	Вредност
01	6026	1	

183
05.12.14
100V

Забелешки за Нацрт – упатството за начинот на мерење на гледаност или слушаност на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија

- I. По евалуацијата на нацрт-упатството првата суштествена забелешка се однесува на рамките во кои Агенцијата за аудио- и аудиовизуелни медиумски услуги е вклучена во целиот процес, особено преку активното учество во Комитетот на начинот што го пропишува нацрт-правилникот, во процесот на избор на истражувачката агенција, склучувањето договор со неа итн. (член 5, 6, 12, 13, 15).

Имено, ако се земе во предвид искуството во други европски земји, како и во САД, повеќето од задачите кои во нацрт-упатството ги исполнува Агенцијата или Директорот на агенцијата како нејзино овластено лице, се предмет на работа на посебно правно лице, т.н. Joint Industrial Committee (JIC), во кое членуваат заинтересираните страни од индустријата, односно телевизии и маркетинг агенции. Државата по правило не е вклучена во овие процеси, освен како супервизор – функција која Агенцијата за аудио - и аудиовизуелни медиумски услуги ја исполнува.

На истиот принцип се инсистира и заради комплетна независност од секаква форма на злоупотреба и за запазување на проверливоста и доверливоста на податоците од мерењата кои се одлучувачки за распределба на рекламијот колач на огласувачите, кој актуелно изнесува околу 20 милиони евра за телевизиите.

- II. Втората съществена забелешка се однесува на утврдување на примерокот, а согласно досегашното искуство.

Целта на мерењето на публиката е да може да се носат заклучоци за целокупната претпоставена публика во Република Македонија. Оттука, соодветен примерок за истражување на публика се оние типови на примерок со кои може да се носат генерализации за претпоставената публика во Република Македонија.

За Република Македонија таков соодветен примерок е повеќетапен стратификуван примерок според географска дистрибуција на населението.

Овој тип на примерок пропорционално се распределува според тоа колку луѓе живеат во различните региони на Македонија. Тој број за секој од регионите дополнително се распределува пропорционално и според бројот на население кое живее во урбани и рурални населби. Дополнителен чекор за стратификација во случајот на мерење на публика корисно е да биде и возрастта.

Имајќи ја предвид јазичната фрагментација на медиумскиот пазар во Република Македонија, тогаш во процесот на утврдување на примерокот може да се предвидат и диспропорционални „бустер“ потпримероци за регионите каде во зголемен број живеат гледачи со албански мајчин јазик. Ова е потребно за да се избегне можноста со случаен избор да се изберат помал број на етнички Албанци а сепак да се задржи случајноста на изборот. На тој начин податоците ќе може статистички оправдано да се генерализираат. Во спротивно, доколку се резервираат „квоти“ (квотен примерок) се губи можноста за генерализации.

Извори на примерокот

Најчесто поаѓалиште за утврдување на карактеристиките на популацијата е последниот Попис. Меѓутоа пописните податоци брзо застаруваат, а имајќи предвид дека последниот попис е 2002 година, за голем број од карактеристиките на населението податоците се сериозно застарени.

Дистрибуцијата на урбано и рурално население низ регионите и возрасната структура се застарени, имајќи предвид дека ДЗС сеуште оперира со бројка од повеќе од 2 милиони население кое живее во Македонија и покрај извештајот на Светска Банка за околу половина милион иселени лица.

Поради ова, потребно е да се детерминираат карактеристиките на популацијата преку алтернативни извори на податоци и спроведување на континуирано анкетирање на достапната популација на терен од независно избрана агенција.

Со ова таа агенција на годишно ниво ќе биде задолжена да изготви карактеристики на популацијата која треба да се истражува (универзумот) преку комбинација на теренски истражувања и анализа на статистички и други податоци (извештаи за миграции, регистри, анонимизирани телефонски директориуми и слично). Истите истражувања ќе бидат употребувани за регрутирање на база која понатаму ќе може да биде употребена за панелни истражувања на публиката. Врз основа на овие податоци, ќе се изготви план за тоа како ќе се стратификува примерокот.

Овој план агенцијата ќе треба да го презентира пред Комитетот и тој треба да произлегува од истражувањата и анализите спроведени изминатата година за да континуирано се утврдуваат карактеристиките на популацијата. Откако ќе биде планот одобрен, од базата на панелисти (на ниво на испитаници или домаќинства) агенцијата ќе направи селекција на панелот по случаен избор и ќе ја достави листата на испитаници до агенцијата која ќе го прави мерењето на публиката. Листата на панелисти/испитаници во сите фази на процесот мора да остане доверлива за да не може да се прави влијание на испитаниците.

Разделувањето на задачите за утврдување на примерок и мерење на гледаност е со цел да се диверзифицира ризикот од намерно искривување на податоците. Ако целата услуга за мерење на публика и гледаност ја извршува еден добавувач тогаш тој е единственото место каде може да се изврши влијание. Ако услугата се раздели на две - собирање на податоци и утврдување на примерок тогаш тоа станува потешко.

Големина на примерок

Големината на примерокот во случајот на мерење на публиката зависи од методологијата за собирање на податоци. Употребата на пиплметри обично резултира со помали примероци поради поголемите трошоци врзани за методот. Истражување на публика се прави на поголеми примероци кога се употребуваат дневници на гледање.

Сепак, за да може да се носат оправдани статистички генерализации од примерокот на испитаници потребно е да се запази минимален број на испитаници за секоја демографска група за која се известува.

Доколку извештајот се дава по 11 петгодишни возрасни групи од 15-64 и над 65 години, тогаш минималниот примерок треба да изнесува 500 испитаници а доколку извештајот за публиката се презентира и според пол и возраст тогаш треба минимално да изнесува 900. Доколку истражувањето се прави со пиплметри, тогаш истражувањето се прави на ниво на домаќинства и за мали пазари минималниот препорачан примерок изнесува 500.

Сепак, препораката е примероците да бидат повисоки за да се намали статистичката грешка, но и поради зголемувањето на бројот на канали кои се емитуваат и дистрибуираат преку дистрибуционите кабелски, терестријални или iptv мрежи. Во тој случај, препораката е да биде минимум 1000 а идеално барем 2000 испитаници.

При користење на пиплметри, на годишно ниво се заменува 25% од панелот после секоја годишна ревизија од независната агенција за изработка на примерокот.

При користење на дневници, примерокот се заменува постојано.

Технички карактеристики на методи на собирање на податоци

Пиплметри

Најважна позитивна карактеристика на технологијата е што собира податоци за секунда па токму поради тоа може да покаже резултати во поголеми детаљи. Бидејќи податоците се собираат електронски, известувањето исто така може да биде најбрзо.

Постои активна и пасивна верзија на оваа технологија. Активната технологија е лимитирана на домот и претпоставува дека панелистите го најавуваат своето гледање на системот. Пасивната технологија претпоставува портабл уреди кои преку скриени звучни сигнали во програмата определуваат која програма се гледа.

Слабост на активниот систем е дека е зависен од ревносното најавување на панелистите во системот. Дополнително, активниот систем е врзан за домашно гледање и не забележува кога панелистот е на гости или надвор, а гледа телевизија.

Без разлика дали е активен или пасивен пиплметар методот е поскап и се спроведува на помали примероци наспроти неделниот дневник.

Дополнително, пиплметрите посебно забележуваат современо користење на телевизиска содржина преку снимање и архивирање и гледање неколку дена подоцна.

I Конкретните забелешки за текстот во продолжение:

Во член 3 се додава:

Македонскиот комитет го сочинуваат петте национални телевизии, како и две агенции претставнички на МААМ со право на глас, како и МРТВ и Агенцијата за аудио- и аудиовизуелни медиумски услуги со право на учество во дикусија, но без право на глас.

Одлуките Комитетот ќе ги носи според принципот 1 член = 1 глас со исклучок на двете членки без право на глас (МРТВ, Агенција за АВМУ). Одлуките се носат со двотретинско мнозинство.

Во член 3 се вади: Основната задача на Инцијативниот одбор е да ги подготви нацрт-актите за работа на Комитетот (начин на работа, состав, организациона структура на Комитетот и друго).

Во член 4 се додава: Комитетот се формира со акт кој го донесуваат сите негови членови со право на глас.

Во делот што се однесува на Органите на комитетот, нашата забелешка се однесува на формирањето Технички комитет, кој според нас е непотребен и бараме комплетно да се извади од членовите 8, 9, 10 и 11.

Во член 9 третата реченица се менува и гласи: Управниот одбор се состанува по потреба, а најмалку еднаш квартално.

Во член 12 се менува: Огласот за избор на истражувачката агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија го објавува Македонскиот комитет , откако ќе го спроведе истражувањето од точка 7.1.6. од ова Упатство.

Во член 13 се вади „а го одобрува Директорот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги“.

Во член 14 критериумите се надополнуваат со следниве:

Потребно е истражувачката агенција да користи напредна технологија (real-time мерење, мултиплатформи итн.), да прикаже како референца барем 10-годишно меѓународно искуство и во најмалку 3 земји од ЕУ, да докаже дека нема паралелна дејност и конфликт на интереси, како и да докаже дека главните приходи се од мерење на гледаноста, наместо прв критериум за избор да биде цената што ќе ја понуди.

Во член 15 се менува: Договорот со истражувачката агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од РМ го потпишува Македонскиот комитет за мерење на публиката преку овластено лице.

Член 17 и член 18 се брише.

II. Клучни поенти во врека со примерокот

1. Примерокот по кој ќе се прават истражувањата да биде стратификуван со потпримероци кои ќе обезбедат репрезентативност на помалите етнички и јазични заедници;
 2. Да се раздвои работата на Агенцијата која што ќе го спроведува истражувањето на гледаност на програмите и Агенција која ќе го изготвува примерокот по кој ќе се прави истражувањето;
 3. Да се утврди пасивната технологија на мерење публика како најоптимално техничко решение.

I. УТВРДУВАЊЕ НА ПРИМЕРОКОТ/ПАНЕЛОТ

- Соодветен примерок за Република Македонија е повеќетапен стратификуван примерок кој треба да го вклучува следново:
 - взрасна структура на публиката;
 - географска дистрибуција на населението по региони и по место на живеење (урбани и рурални);
 - етничката структура на публиката преку зголемување (бустер) на потпримероците во регионите каде живеат гледачи од другите етнички заедници.**

Препорака

- Во точка 7.2 да се додаде поточкa која гласи „Стандарди за обезбедување на репрезентативност на етничката структура на публиката преку зголемување (бустер) на потпримероците во регионите каде живеат (малцинство) гледачи од етничките заедници и заедници кои користат јазик различен од македонскиот,,

II. ИЗВОР ЗА ДЕФИНИРАЊЕ НА ПРИМЕРОК/ПАНЕЛ

- Пописните демографски податоци застаруваат и на годишно ниво, а имајќи предвид дека последниот попис е 2002 година, за голем број од карактеристиките на населението податоците се оправдано неверодостојни;
 - Пред да се спроведе мерење на публиката, потребно е да се спроведуваат полугодишни предистражувања и да се детерминираат карактеристиките на популацијата/публиката преку алтернативни извори на податоци (теренски истражувања, МВР, Фонд за здравство, ДЗС итн.)(ткн. Естаблишмент истражување). Според овие податоци, понатаму ќе се стратификува примерокот и ќе се утврдуваат/менуваат членовите на панелот.
 - Потребно е разделување на фазата на мапирање на популација и утврдување на примерок/панел од фазата собирање на податоци (мерење на гледаноста) заради обезбедување на валидност и веродостојност на податоците.

Препорака

- По точка 7.1.6 да се додаде поточka која гласи „За добивање на податоците од потточка 7.1.6. Комитетот ќе ангажира Агенција за истражување, независна од агенцијата за мерење на гледаноста, која спроведува полугодишни истражувања преку истражувања ќе прави верификација на членовите на панелот т.е домаќинства каде се поставени пиплметри,,

III. ГОЛЕМИНА НА ПРИМЕРОКОТ/ПАНЕЛ

Препораки

При користење на пиплметри, на годишно ниво се заменува 25% од панелот после секоја годишна ревизија од независната агенција за изработка на примерокот.

- Доколку извештајот се дава по 11 петгодишни возрасни групи од 15-64 и над 65 години, тогаш минималниот примерок треба да изнесува 500 испитаници, а доколку извештајот за публиката се презентира и според пол и возраст тогаш треба минимално да изнесува 900. Доколку истражувањето се прави со пиплметри, тогаш истражувањето се прави на ниво на домаќинства и за мали пазари минималниот препорачан примерок изнесува 500.
 - Сепак, препораката е примероците да бидат повисоки за да се намали статистичката грешка, но и поради зголемувањето на бројот на канали кои се емитуваат и дистрибуираат преку дистрибуционите кабелски, терестријални или iptv мрежи. Во тој случај, препораката е да биде минимум 1000, а идеално барем 2000 испитаници.

IV. ТЕХНИЧКИ КАРАКТЕРИСТИКИ НА ПИПЛМЕТРИТЕ

- Постои активна и пасивна верзија на оваа технологија. Активната технологија е лимитирана на домот и претпоставува дека панелистите го најавуваат своето гледање на системот. Пасивната технологија претпоставува портабл уреди кои преку скриени звучни сигнали во програмата определуваат која програма се гледа.
 - Слабост на активниот систем е дека е зависен од ревносното најавување на панелистите во системот. Дополнително, активниот систем е врзан за домашно гледање и не забележува кога панелистот е на гости или надвор, а гледа телевизија.
 - Дополнително, пиплметрите послаго забележуваат современо користење на телевизиска содржина преку снимање и архивирање и гледање неколку дена подоцна.

Препорака:

При утврдување на критериумите за технички средства од потточка 7.1.1 од нацрт-упатството да се утврди пасивната технологија на мерење публика како најоптимално техничко решение.

Скопје, 05.12.2014



ТВ АЛСАТ – М ДОО