



Kadunc o Damjaniću: “Mnenja znotraj stroke so še različna”

Iz javne RTV so po pojasnilih, da je bila leta 2015 prva faktura Ninamediji plačana, ko se je programski svetnik **Nikola Damjanić** že umaknil iz lastništva tega podjetja, dodatno odgovorili tudi na vprašanja, kako danes ocenjujejo sodelovanje, ko je Damjanić spet prevzel lastništvo Ninamedie preko podjetja, ki ga ima na Hrvaškem.

Damjanić je bil za član programskega sveta izvoljen konec leta 2013 na predlog Pozitivne Slovenije **Zorana Jankovića**. Pet svetnikov je v svetu na predloge strank. Nobeden od skupaj 29 svetnikov pa s svojimi podjetji po zakonu ne sme sklepati poslov z javno RTV.

Ko je Ninamedia izgubila posel s POPTV, se je za objave njihovih rezultatov leta 2015 odločila javna TV. Direktor je bil takrat **Marko Filli**, ki pa o tem, kot je povedal, ni odločal, šlo je za posel majhne vrednosti. Damjanić je bil v programskem svetu Fillijev nasprotnik, ki je takrat skušal doseči, da bi direktorica postala **Nataša Pirc Musar**.

Odločitev o sodelovanju z Ninamedio je bila v pristojnosti direktorice televizije, to je bila takrat **Ljerka Bizilj** in uredništva informativnega programa, ki ga je vodila **Jadranka Rebernik**.

V spletnem časopisu sem opozoril tudi na nenavadna nihanja popularnosti strank lani in letos po raziskavi Ninamedia, če jo primerjamo z Mediano, katere rezultate objavlja POPTV, več o tem lahko preberete v članku: [USTVARJANJE JAVNEGA MNENJA: POSLI TVS Z DAMJANIČEVO NINAMEDIO](#)

Odgovor iz javnega zavoda o današnjem sodelovanju z Ninamedio, ki raziskave dela še za časopisa Dnevnik in Večer (občasno pa tudi za Mladino) objavljam v celoti:

“Ninamedia, d.o.o. je bila za izvajanje ankete izbrana (v letu 2019 5-krat) na podlagi postopka zbiranja ponudb, v skladu z notranjimi navodili za izvajanja nabave, kot najcenejši ponudnik oziroma izvajalec javnomnenjske raziskave Vox populi (po metodologiji CATI) izmed vseh prispelih ponudb.

Kot je navedeno na spletni strani Ninamedie (posredujemo povezavo: <http://ninamedia.si/nase-storitve>), izvajajo projekte in raziskave na različnih področjih, od javnomnenjskih do trženjskih in medijskih; med njimi tudi kontinuirano merjenje priljubljenosti slovenskih politikov in strank (Vox populi). Po njihovem zagotovilu pri svojem delu upoštevajo standarde in merila svetovnega združenja trženjskih in javnomnenjskih raziskovalcev ICC/ESOMAR (International Code on Market and Social Research).

Ali je bilo sodelovanje z Ninamedio v preteklosti primerno glede na angažiranje njenega takratnega in kasneje umaknjene lastnika Nikole Damjanića v organih RTV Slovenija, ne moremo komentirati, saj to na sedanje odnose ne vpliva. Podatki o tem so javni in so na voljo.

Seveda je na mestu tudi vprašanje, zakaj so razlike med anketami tako velike. Ali gre le za metodološke in »slučajne« razlike, ali pa bi morda lahko bilo v ozadju tudi vprašanje

strokovnosti v širšem pomenu besede.

Razlike bi lahko nastale zaradi uporabljenih metodologij, zato bomo morali v prihodnje razmišljati tudi o tem. Gre za strokovna vprašanja, ki se jih je potrebno lotiti resno, saj so mnenja tudi znotraj stroke različna. Rezultati ankete, ki jih omenjate v članku, so nastali v dveh različnih časovnih obdobjih in je morda tudi to vplivalo na rezultat. Tretji faktor bi lahko bil seveda tudi relativno majhen vzorec.

Tako vodstvo Informativnega programa TV Slovenija kot tudi generalni direktor RTV Slovenija bodo naredili vse, da bodo reprezentativne raziskave narejene skladno s standardi, ki veljajo na tem področju, in s strani usposobljenih izvajalcev.”