



The Position of Slovak Tabloids on the Print and Online Media Market

<p style="text-align: center;">Veronika Cillingová, Philosophiae Doctor, Assistant Professor, Department of Journalism and New Media, Faculty of Arts, E-mail: vcillingova@ukf.sk, https://orcid.org/0000-0002-6507-2158, WOS ID AAH-2813-2020, SCOPUS ID 57194398793 Constantine the Philosopher University in Nitra, B. Slančíkovej 1, Nitra, Slovak Republic, 94901</p>	<p style="text-align: center;">Annotation</p> <p><i>The paper deals with the question of whether the web portals of Slovak tabloids have the same position on the Slovak online media market as their print versions have on the Slovak print market. The study compares the position of Slovak tabloids and their web portals on the Slovak print and online media market in the period from September 2023 to June 2024. The subject of the research are the only two Slovak printed tabloids, Nový čas and Plus JEDEN deň, and their web portals Čas.sk and Pluska.sk. It monitors the position of the surveyed media on the market in relation to the nationwide non-tabloid dailies Hospodárske noviny, Pravda and SME and their web portals (HNonline.sk, Pravda.sk and SME.sk). Based on the monitoring of the development of the position of the dailies Nový čas and Plus JEDEN deň opposite the non-tabloid dailies Hospodárske noviny, Pravda and SME on the Slovak print media market in the period from July 2023 to June 2024 and the position of the portals Čas.sk and Pluska.sk opposite the portals of non-tabloid dailies, namely HNonline.sk, Pravda.sk and SME.sk, from September 2023 to August 2024, it identifies a trend in the development of the position of the monitored media in both markets. At the same time, in the period from September 2023 to June 2024, it is identifying whether the position of Slovak tabloid dailies on the online market is the same as in the case of the print media market. The study is based on publicly available data from the Audit Bureau of Circulations (abbreviation ABC SR), which is the only one in Slovakia that monitors the sold and printed circulation of Slovak periodicals, and on publicly available data from the associations of Slovak publishers, media and digital agencies, technology platforms and advertisers Interactive Advertising Bureau Slovakia (IAB Slovakia), which is also the only one in the Slovak Republic to measure the number of visitors to Slovak online media.</i></p>
<p style="text-align: center;">Citation: Cillingová, V. (2024). The Position of Slovak Tabloids on the Print and Online Media Market. <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, 16(2). DOI: 10.51423/2524-0471-2024-16-2-7 © Cillingová, V. (2024).</p> <p style="text-align: center;"> Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>	
<p>Submitted to the editor – 21.11.2024 Review 1 – 24.12.2024 Review 2 – 25.12.2024 Accepted for printing – 29.12.2024</p>	
<p style="text-align: center;">Key words:</p> <p>Dailies, Slovak Online Media Market, Slovak Print Media Market, Tabloids, Web Portal.</p>	

Úvod

Slovenské bulvárne denníky sú z hľadiska počtu predaných výtlačkov od roku 2013 lídrom na trhu slovenských printových médií s dennou periodicitou. Najpredávanejším periodikom je denník Nový čas a druhým najpredávanejším je denník Plus JEDEN deň. Tretiu a štvrtú pozíciu na tomto trhu obsadzujú od roku 2013 noviny Pravda a SME, pričom rozdiel v ich predajnosti nie je výrazný a pozíciu si medzi sebou menia. Piatym najpredávanejším denníkom s celoslovenským zameraním sú Hospodárske noviny¹. (Cillingová, 2024, online) Všetky uvedené denníky s nástupom digitalizácie spoločnosti prešli aj do online prostredia. Ako prvý (v roku 1994) transformoval svoje vydania na web denník SME. V ďalších rokoch vytvorili svoje internetové stránky periodiká Pravda (ako Pravda.sk) a Hospodárske noviny (najskôr ako HNX.sk, v súčasnosti pôsobiace na doméne HNOnline.sk). (Olejárová, 2019) Bulvárne denníky Nový čas a Plus JEDEN deň vytvorili svoje online podoby až po roku 2000. (Augustín, 2008)

Prechodom do online prostredia sa novinárske obsahy slovenskej tlače s dennou periodicitou dostali na trh s rozmanitejšou konkurenciou. Na jednej strane totiž zakladali vlastné webové stránky so žurnalistickým obsahom tzv. tradičné médiá, a to nielen tlač, ako sme to prezentovali aj v prípade slovenských denníkov v predchádzajúcom texte, ale svoju webovú podobu vytvárali aj rozhlas či televízia. Na druhej strane začali s rozvíjajúcou sa digitalizáciou v slovenskom online priestore vznikať médiá, ktoré uverejňovali novinársky obsah výlučne na internete. Tento typ médií označuje J. Višňovský ako e-ziny. (Višňovský, 2017)

Podľa údajov združenia Interactive Advertising Bureau Slovakia (IAB Slovakia) bol v októbri 2024 najnavštevovanejším slovenským webom spravodajský portál Aktuality.sk s 2 220 000 reálnymi používateľmi. Ide o web, ktorý nemá svoju printovú podobu. Z médií analyzovaných v tejto štúdií má najvyššie postavenie Pluska.sk, ktorá s počtom 2 031 360 reálnych používateľov obsadila tretie miesto. Na štvrtom mieste je web SME.sk (2 014 646 reálnych používateľov), piatu pozíciu na trhu online médií mal v októbri 2024 web Pravda.sk (1 837 216 reálnych používateľov) a šiestu Čas.sk (1 506 112 reálnych používateľov). Spravodajský portál HNOnline sa nachádzal až na 18. mieste s počtom 1 022 688 reálnych používateľov. (Iab.slovakia, 2024, online)

Cieľom predkladanej štúdie je zistiť, či majú webové portály slovenských bulvárnych denníkov na slovenskom trhu online médií rovnakú pozíciu, akú majú aj slovenské bulvárne denníky na trhu slovenskej dennej tlače, a to v porovnaní so slovenskými nebulvárnymi novinami s dennou periodicitou a ich webovými portálmi. Hoci už uvedené aktuálne výsledky naznačujú odlišnosť v tomto postavení, zámerom predkladaného príspevku bolo identifikovať pozíciu uvedených médií z perspektívy sledovania jednoročného vývoja analyzovaného javu.

Štúdia vychádza z verejne dostupných údajov Kancelárie pre overovanie nákladov tlače (Audit Bureau of Circulations, skratka ABC SR), ktorá monitoruje predaný a tlačený náklad slovenských periodík, a z verejne dostupných údajov združenia Interactive Advertising Bureau Slovakia (IAB Slovakia), ktoré meria návštevnosť slovenských online médií. Naším zámerom bolo najskôr identifikovať trend vývoja postavenia slovenských bulvárnych denníkov a ich webových portálov v období jedného roka a následne porovnať postavenie predmetných médií na uvedených trhoch. Keďže v čase napísania tohto príspevku² pochádzali najaktuálnejšie dáta o predanom a tlačenom náklade slovenských printových médií z júna 2024, zamerali sme sa na

¹ Z hľadiska všetkých denníkov, ktoré sú do auditu predného nákladu slovenskej tlače zapojené, je však jeho pozícia nižšia, keďže vyššiu predajnosť dosahuje, ako ukazujú dáta z roku 2023, aj regionálny denník vydávaný v maďarskom jazyku Új Szó. (Cillingová, 2024, online)

² Príspevok bol písaný v októbri – novembri 2024.

analýzu predaného nákladu za obdobie jedného roka, a to od júla 2023 do júna 2024. V prípade návštevnosti slovenských internetových stránok sú najstaršie údaje verejne dostupné zo septembra 2023 a najnovšie z októbra 2024. V snahe o umožnenie relevantnej komparácie postavenia slovenských bulvárnych denníkov na trhu slovenskej dennej tlače s postavením webových portálov týchto denníkov na trhu online médií sme si pre analýzu online portálov slovenskej dennej tlače zvolili jednoročné obdobie od septembra 2023 do augusta 2024. Následne sa ako relevantný prienik pre časové vymedzenie komparácie postavenia slovenských bulvárnych denníkov na trhu tlačenej médií a s pozíciou ich webových portálov na trhu online médií ukázalo obdobie od septembra 2023 do júna 2024, v ktorom sú dostupné aktuálne informácie o postavení predmetných médií na oboch uvedených trhoch.

Slovenská denná tlač a jej online podoby v 21. storočí

Na rozdiel od vývoja slovenskej bulvárnej tlače, ktorá v porovnaní s vývojom bulvárnych novín v liberálnodemokratických krajinách zaostávala o viac než storočie, k publikovaniu novinárskych obsahov slovenských bulvárnych denníkov na webe dochádza v podobnom období, ako tomu bolo v iných liberálnodemokratických krajinách. Primárne však na Slovensku do online prostredia preklápali svoje komunikáty nebulvárne periodiká. *„Začiatky onlinej žurnalistiky sa datujú do prvej polovice 90. rokov 20. storočia, pričom súvisia so sprístupnením využívania internetu na komerčné využitie. K takému kroku pristúpila Národná nadácia pre vedu (NSFNET) v roku 1991. Následne americký Kongres prijal zákon, ktorý deklaroval slobodné celosvetové využívanie tejto siete.“* (Višňovský, 2015, s. 53) Na Slovensku ako prvý z novín uverejnil svoj obsah na internete ešte v prvej polovici 90. rokov 20. storočia, a to v roku 1994, nebulvárny denník SME. Ako uvádza J. Višňovský, najskôr sa obsah tohto periodika uverejňoval na webe Slovenskej akadémie vied, a to vďaka projektu Logos. (Višňovský, 2015) Od roku 1996 publikoval denník SME svoj obsah na vlastnej doméne www.sme.sk, čím tieto noviny: *„(...) vstúpili na internet ako jedny z prvých v regióne strednej Európy.“* (Višňovský, 2015, s. 53) O dva roky neskôr (v roku 1998) začali preklápať svoje obsahy do online prostredia aj ďalšie dva nebulvárne denníky, ktoré sú predmetom tejto štúdie, a to Pravda a Hospodárske noviny. (Olejárová, 2019) V podobnom období prechádzali tradičné médiá, a teda aj noviny, do online prostredia aj v USA či západnej Európe. Ako uvádzajú J. D. Greer a D. Mensing, niektoré médiá boli v elektronickej podobe vydávané už v 70. rokoch 20. storočia, no na web začali prechádzať v polovici 90. rokov 20. storočia. V USA už v apríli 1994 boli na báze webu publikované noviny z mesta Casper v štáte Wyoming, Star-Tribune. Vo Veľkej Británii koncom roka 1994 začal denník Daily Telegraph vydávať svoje noviny na webe pod názvom The Electronic Telegraph. V máji 1995 už bolo zaznamenaných okolo 150 tzv. Web-based news, a to nielen v USA a Veľkej Británii, ale napríklad aj v austrálskom Sydney či v španielskej Barcelone a pod. Začiatkom roka 1996 začali vydávať online svoje noviny aj The New York Times v USA, The Times vo Veľkej Británii či Le Monde vo Francúzsku. (Greer & Mensing, 2005) Webové stránky novín spočiatku obsahovali totožný obsah ako ich printové vydania, na základe čoho sa označovali aj ako tzv. zrkadlá. (Višňovský, 2015). Postupom času však nastala v tejto oblasti zmena: *„Kým pri vstupne novín na web na prelome tisícročí redakcie ‚preklápali‘ svojho obsah na internet, dnes sú webové portály (často fungujúce pod rovnakým názvom ako tradičné médiá) relatívne samostatnými spravodajskými médiami, častokrát s vlastným obsahom a v rámci organizačnej štruktúry médií fungujú relatívne samostatne.“* (Višňovský, 2017, online)

Hoci, ako sme už v tomto texte uviedli, ako prvé preklápali svoje obsahy na web slovenské nebulvárne periodiká, po dvanástich rokoch od prvého uverejnenia obsahu slovenského nebulvárneho denníka (konkrétne denníka SME) už mali svoju online podobu aj oba slovenské bulvárne denníky, Nový čas a Plus JEDEN deň. Slovenský bulvárny denník Nový čas, ktorý bol

jedinými bulvárnymi novinami s dennou periodicitou na slovenskom trhu printových médií do roku 2006, preniesol svoj obsah na web až po roku 2000. Práve začiatok tretieho tisícročia sa ukazuje ako významný v rámci formátov online podôb tradičnej tlače. Ako uvádza J. Višňovský: „Napriek tomu, že noviny vstúpili na internet už v prvej polovici 90. rokov 20. storočia, plnohodnotnou súčasťou tohto mediálneho segmentu sa stali až na prahu tretieho tisícročia.“ (Višňovský, 2015, s. 125) Tento jav podľa neho podmienilo niekoľko zmien po roku 2000. Prvou bola transformácia webu 1.0 na web 2.0, ktorý priniesol lepšie technické možnosti pre mediálnu komunikáciu. Druhou zmenou bol fakt, že po roku 2000 sa internet stal: „(...) bežnou súčasťou súkromných a pracovných aktivít ľudí. Redakcie postupne rozpoznali potenciál internetu ako nového komunikačného, distribučného a marketingového média a pristúpili k profilácii onlinových vydaní titulov ako samostatných produktov, a to aj napriek tomu, že ich názov zostal zhodný s tlačeným titulom.“ (Višňovský, 2015, s. 126) Web nazvaný Čas.sk, ktorý je dodnes webovým portálom denníka Nový čas, bol založený v máji v roku 2001. V tom čase išlo o web, na ktorom sa nachádzali informácie spoločenského týždenníka Čas. (Cas.sk, 2016, online) Koncom januára 2002 denník Nový čas spolu s internetovým portálom Zoznam.sk založili portál Bleskovky.sk, ktorý mal podľa V. Borovského nahradiť: „(...) doterajšiu webovú stránku Nového Času.“ (Borovský, 2002, online) V lete 2008 sa však po spore medzi spoločnosťou Zoznam a vtedajším vydavateľstvom Nového času – Ringier, presunul obsah denníka Nový čas na inovovaný portál Čas.sk.³ (Vozárová, 2008, online) Druhý bulvárny denník na trhu slovenských printových médií, ktorý je vydávaný až do súčasnosti, noviny Plus JEDEN deň, začal vychádzať 4. 9. 2006. (Lincényi & Kohutár, 2009) Ako uvádza A. Tušer, tento denník: „(...) sa v priebehu piatich rokov dostal medzi najúspešnejšie denníky.“ (Tušer, 2011, s. 101) Spolu s printovou verziou vstúpil v rovnaký deň aj na trh slovenských online médií. Podľa R. Augustína: „Plus jeden deň je na webe od prvého dňa na stránkach.“ (Augustín, 2008, online) Pôvodný web týchto bulvárných novín mal názov Plusjededen.sk a „(...) zväčša len mechanicky preklápal obsah z novín podľa ich štruktúry.“ (Augustín, 2008, online) Svoju doménu do aktuálnej podoby Pluska.sk zmenil v roku 2008. Podľa R. Augustína sa tak stalo v období, keď sa oslabovalo postavenie portálu Čas.sk na slovenskom trhu online médií. (Augustín, 2008, online)

Ako sme už uviedli, podľa aktuálnych dát z októbra 2024 mal portál Pluska.sk tretí najvyšší počet užívateľov zo všetkých webov, ktoré monitoruje Interactive Advertising Bureau Slovakia (najviac reálnych používateľov mal web Aktuality.sk a druhý najvyšší počet reálnych používateľov mal portál Zoznam.sk). Z hľadiska portálov analyzovaných v tomto príspevku (Čas.sk, HNonline.sk, Pluska.sk, Pravda.sk a SME.sk) mal teda v októbri 2024 na trhu slovenských online médií najlepšie postavenie. Druhú najlepšiu pozíciu mal (spoplatnený) nebulvárny spravodajský portál SME.sk (celkovo štvrtú) a bulvárny Čas.sk, ktorého printový denník Nový čas je lídrom na trhu slovenskej dennej tlače, bol z hľadiska webov, na ktoré sa predkladaná štúdia zameriava, až tretí (celkovo šiesty) (Iab.slovakia, 2024a, online).

Metodika výskumu

Cieľom príspevku je zistiť, či webové portály slovenských bulvárných denníkov Čas.sk a Pluska.sk majú vo vzťahu k portálom slovenských nebulvárných denníkov HNonline.sk, Pravda.sk a SME.sk rovnakú pozíciu na trhu slovenských online médií, ako majú ich printové verzie Nový čas a Plus JEDEN deň v porovnaní so slovenskými nebulvárnymi denníkmi

³ Spoločnosť Zoznam založila portál Topky.sk, ktorý mal byť pokračovateľom webu Bleskovky.sk. „Oproti pôvodnej podobe bulvárneho webu nemení okrem názvu takmer nič.“ (Vozárová, 2008, online)

Hospodárske noviny, Pravda a SME na trhu slovenskej dennej tlače. Čiastkovými cieľmi výskumu bolo zistiť aktuálny trend vývoja postavenia slovenských bulvárnych denníkov Nový čas a Plus JEDEN deň na trhu slovenských printových médií, ako aj aktuálny trend vývoja postavenia online portálov Čas.sk a Pluska.sk na trhu slovenských online médií. V kontexte týchto cieľov sme si definovali aj všeobecnú výskumnú otázku:

Majú portály Čas.sk a Pluska.sk v porovnaní s portálmi HNonline.sk, Pravda.sk a SME.sk rovnaké postavenie na trhu slovenských online médií, aké majú bulvárne denníky Nový čas a Plus JEDEN deň v porovnaní s periodikami Hospodárske noviny, Pravda a SME na trhu slovenskej dennej tlače?

Na identifikáciu postavenia slovenských bulvárnych denníkov a ich online portálov na trhu slovenskej dennej tlače a na trhu slovenských online médií sme zvolili ako hlavné ukazovatele mesačný predaný náklad slovenských denníkov a mesačný počet reálnych používateľov webových portálov slovenských denníkov. Uvedené ukazovatele sme reflektovali aj v špecifických výskumných otázkach:

1. *Ako sa počas sledovaného obdobia vyvíjal predaný náklad slovenských bulvárnych denníkov v porovnaní so slovenskými nebulvárnyimi denníkmi?*

2. *Ako sa počas sledovaného obdobia vyvíjal počet reálnych používateľov online portálov slovenských bulvárnych denníkov v porovnaní s portálmi slovenskej nebulvárnej dennej tlače?*

3. *Áký je rozdiel v postavení slovenských bulvárnych denníkov na trhu slovenskej dennej tlače s postavením portálov slovenských bulvárnych denníkov na trhu slovenských online médií?*

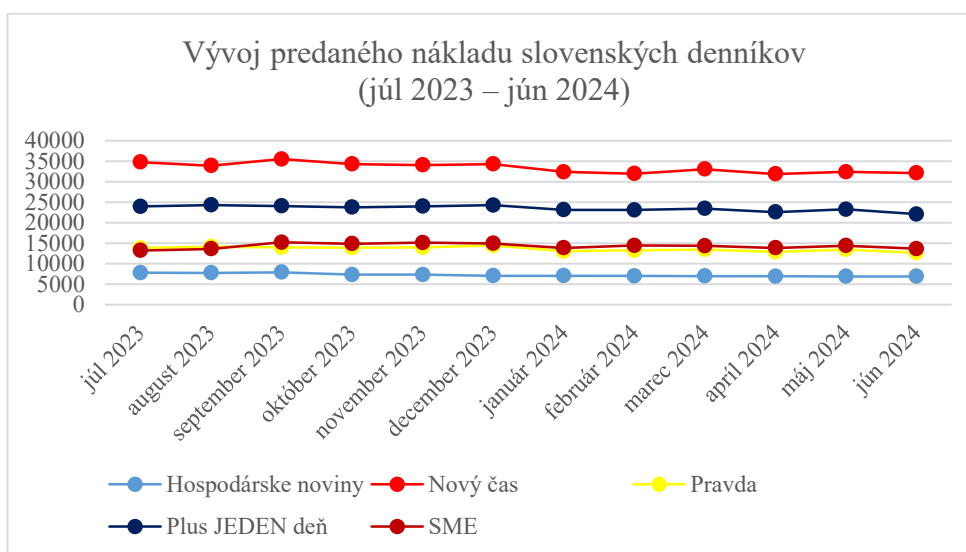
Ako už bolo uvedené v tejto kapitole, trend postavenia slovenských bulvárnych denníkov na trhu slovenskej dennej tlače sme hodnotili z hľadiska počtu predaných výtlačkov skúmaných novín. Dáta o predanom náklade slovenských denníkov boli získané z verejne dostupných informácií, ktoré publikuje na svojej webovej stránke Audit Bureau of Circulation (ABC SR). Ide o jedinú inštitúciu na Slovensku, ktorá uskutočňuje celoslovenský audit predaného a tlačeného nákladu slovenských periodík. Do tohto auditu nie sú zapojené všetky periodiká, ktoré vychádzajú na Slovensku. Účasť na audite nie je pre vydavateľov tlače povinná. Na Slovensku v súčasnosti vychádza 9 denníkov, a to: Denník N, Hospodárske noviny, Korzár, Plus JEDEN deň, Nový čas, Pravda, SME, Šport a Új Szó. (Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky, ©2008-2010b) Do overovania predaného a tlačeného nákladu Audit Bureau of Circulations nie sú zapojené noviny Denník N ani Denník Šport. (Kancelária pre overovanie nákladu tlače, 2015, online) Z tohto dôvodu neboli ani predmetom našej analýzy. Rovnako boli z analýzy vylúčené aj periodiká Új Szó a Korzár, pretože ide o regionálne médiá, pričom Nový čas a Plus JEDEN deň, rovnako ako Hospodárske noviny, Pravda a SME, majú celoslovenské územné zameranie.

V prípade analýzy trendu postavenia webových portálov slovenských denníkov na trhu online médií sme vychádzali z údajov o počte reálnych používateľov slovenských webových portálov. Dáta sme čerpali z portálu združenia Interactive Advertising Bureau Slovakia. Ide o jediné združenie, ktoré uskutočňuje celoslovenský monitoring návštevnosti webových portálov. (Iab.slovakia, 2024b, online) V októbri 2024 publikovalo združenie Interactive Advertising Bureau monitoring 83 webových portálov. V prípade webových portálov slovenských denníkov je na rozdiel od auditu predaného a tlačeného nákladu slovenskej tlače s dennou periodicitou súčasťou tohto monitoringu aj web Denník N (DennikN.sk). Naopak, webový portál periodika Denník Šport sme, na rozdiel od jeho printovej verzie v audite predaného a tlačeného nákladu slovenských periodík, v monitoringu online médií nezaznamenali. (Iab.slovakia, 2024a, online) Z dôvodu relevantnosti komparácie postavenia webových portálov slovenskej dennej tlače nebol ani webový portál DennikN.sk predmetom predkladanej analýzy, keďže printový Denník N nie je zapojený do auditu predaného a tlačeného nákladu slovenských periodík, ktorý uskutočňuje Audit Bureau of Circulation.

Dáta použité v tejto štúdií boli čerpané z obdobia od júla 2023 do augusta 2024. Ako už bolo v úvode tohto príspevku napísané, dôvodom voľby tohto obdobia bola verejná dostupnosť čo najaktuálnejších údajov. Kým v prípade tlačných médií boli najnovšie verejne dostupné údaje o predanom náklade publikované k mesiacu jún 2024, najaktuálnejšie dáta o počte reálnych používateľov slovenských webových portálov boli uverejnené k októbru 2024. Naopak, najstaršie verejne dostupné informácie o počte reálnych používateľov slovenských webových portálov pochádzali v čase napísania tejto štúdie zo septembra 2023, kým údaje o predanom náklade slovenských periodík siahali až do roku 2000. Keďže zámerom tejto štúdie bolo reflektovať vývoj postavenia slovenských bulvárnych denníkov na trhu slovenských printových médií a ich webov na slovenskom online trhu za obdobie jedného roka, v prípade bulvárnych novín bola analýza uskutočnená na dátach od júla 2023 do júna 2024 a informácie o vývoji počtu reálnych používateľov webov slovenských denníkov boli analyzované za obdobie od septembra 2023 do augusta 2024. Pre samotnú komparáciu postavenia slovenských bulvárnych denníkov na trhu printových médií s postavením ich webových portálov na trhu online médií sme zvolili obdobie, počas ktorého boli verejne dostupné dáta z oboch slovenských mediálnych trhov, a to od septembra 2023 do júna 2024.

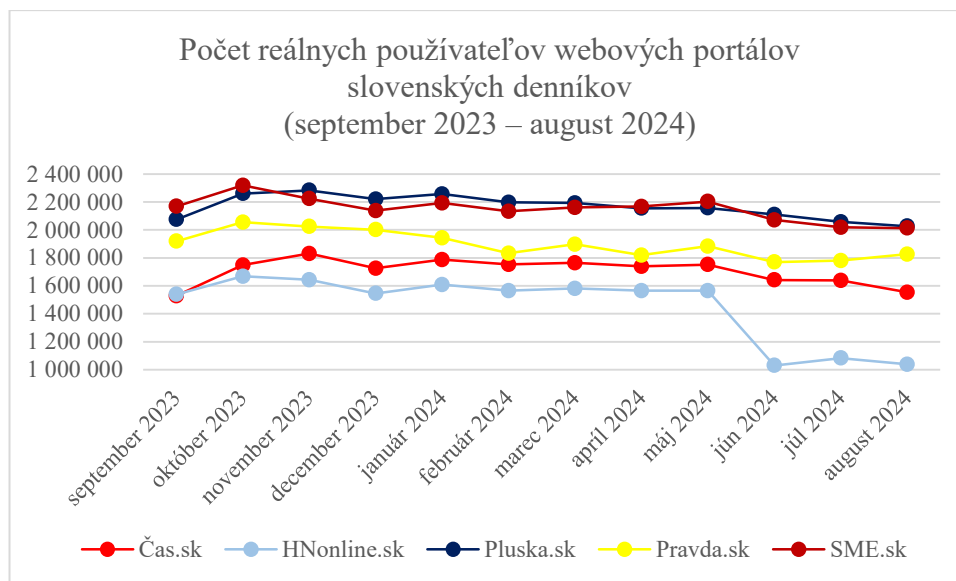
Výsledky analýzy a diskusia

Najvyšší predaný náklad počas sledovaného ročného obdobia, t. j. od júla 2023 do júna 2024, mal slovenský bulvárny denník *Nový čas* s priemernou hodnotou 33 386 mesačne predaných výtlačkov. Druhý najvyšší predaný náklad zaznamenávali počas jednoročného analyzovaného obdobia bulvárne noviny s dennou periodicitou *Plus JEDEN deň*, a to s priemerným mesačným predajom predstavujúcim 23 494 novín. Tretí najvyšší priemerný mesačný náklad za obdobie od júla 2023 do júna 2024 zaznamenal nebulvárny denník *SME*. Na štvrtom mieste sa nachádzal nebulvárny denník *Pravda* s priemerným predajom 13 587 novín za mesiac. Najnižší priemerný mesačný náklad počas sledovaného jednoročného obdobia zaznamenala tlač s dennou periodicitou *Hospodárske noviny*, a to s priemernou mesačnou hodnotou na úrovni 7 245 predaných kusov. (Kancelária pre overovanie nákladov tlače, 2015, online).



Graf č. 1: Vývoj predaného nákladu slovenských denníkov za obdobie jedného roka (Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kancelária pre overovanie nákladov tlače, ©2015, online).

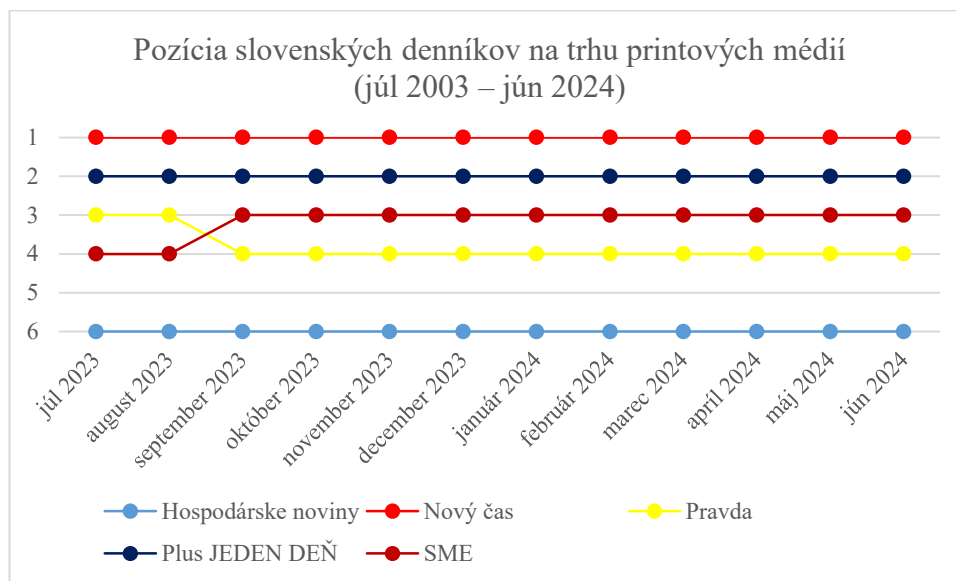
V porovnaní s júlom 2023 v júni 2024 bol zaznamenaný (s výnimkou denníka SME) pokles mesačného predaného nákladu slovenských denníkov (graf č. 1). Denník SME zaznamenal nárast počtu predaných novín v mesiacoch august 2023 a september 2023. Následne v rámci trendu tohto vývoja možno identifikovať menšie výkyvy, rovnako ako v prípade denníkov Nový čas, Plus JEDEN deň a Pravda. Len v prípade Hospodárskych novín vidieť po septembri 2023 pokračujúci trend poklesu predaného nákladu až do konca analyzovaného obdobia, t. j. do júna 2024. Napriek uvedeným výkyvom sa pozícia väčšiny periodík na trhu slovenských printových médií nezmenila. Výnimku tvoril len nebulvárny denník SME, ktorého mesačný počet predaných výtlačkov bol od septembra 2023 vyšší ako predaný náklad nebulvárneho denníka Pravda.



Graf č. 2: Vývoj počtu reálnych používateľov webových portálov slovenských denníkov za obdobie jedného roka (Zdroj: vlastné spracovanie podľa lab.slovakia, 2024a, online)

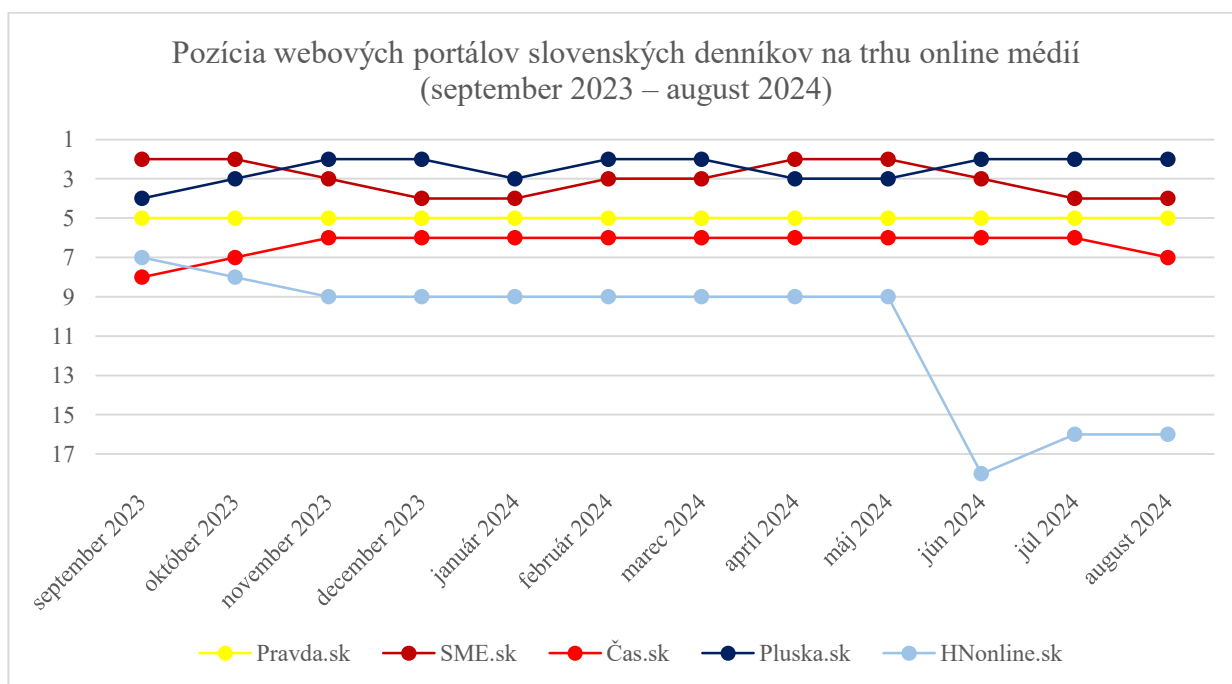
V prípade porovnania počtu reálnych používateľov webových portálov slovenských denníkov s mesačným predným nákladom analyzovaných periodík v období od septembra 2023 do augusta 2024 bol zaznamenaný značný rozdiel. Pozíciu s najvyšším počtom reálnych používateľov striedavo počas jednotlivých mesiacov nadobúdali portály SME.sk (web nebulvárnych novín SME) a Pluska.sk (online podoba bulvárneho denníka Plus JEDEN deň). Na treťom mieste sa stabilne udržiaval webový portál nebulvárnych novín Pravda – Pravda.sk. S výnimkou septembra 2023 mal štvrtý najvyšší počet reálnych používateľov bulvárny portál Čas.sk (web denníka Nový čas) a najmenej reálnych používateľov z analyzovaných online médií zaznamenala webová podoba nebulvárnych Hospodárskych novín – HNonline.sk (graf č. 2).

Uvedené údaje sa prejavili aj v pozícii analyzovaných médií na ich trhoch. Ako vidieť z grafu č. 3, nárast predaného nákladu denníka SME sa prejavil aj v zmene jeho pozície na trhu slovenských printových médií. Od septembra 2023 do júna 2024 si udržal tretiu pozíciu na tomto trhu a denník Pravda klesol na štvrtú pozíciu.



Graf č. 3: Vývoj postavenia slovenských denníkov na trhu printových médií za obdobie jedného roka (Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kancelária pre overovanie nákladov tlače, ©2015, online)

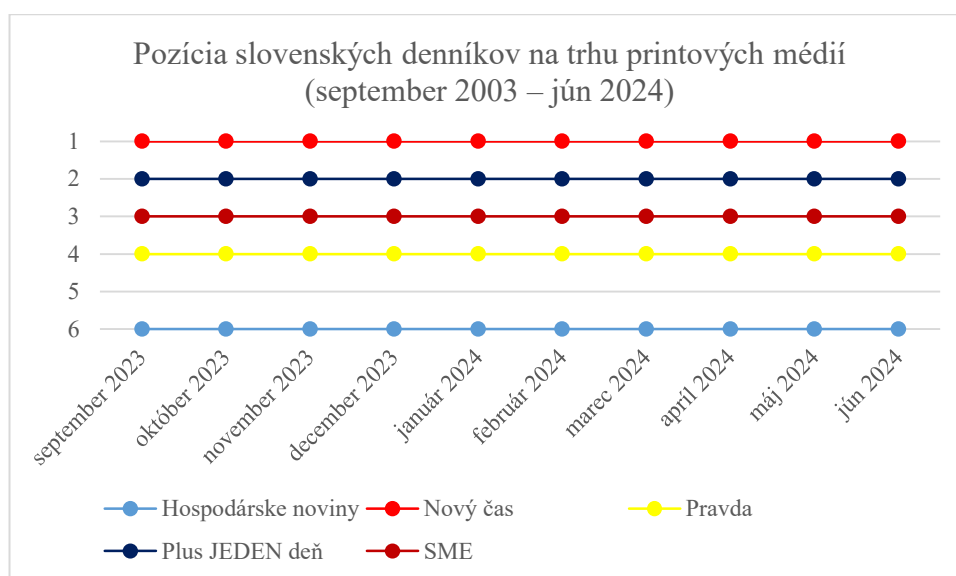
Nemenná v priebehu sledovaného roka zostala pozícia bulvárnych denníkov Nový čas (1. miesto) a Plus JEDEN deň (2. miesto), ako aj Hospodárskych novín (6. miesto).⁴ V prípade trhu slovenských printových médií s dennou periodicitou teda možno skonštatovať, že si vedúce postavenie dlhodobo udržiavajú slovenské bulvárne denníky (graf č. 3).



Graf č. 4: Vývoj postavenia webových portálov slovenských denníkov na trhu online médií za obdobie jedného roka (Zdroj: vlastné spracovanie podľa Iab.slovakia, 2024a, online)

⁴ V predanom náklade počas každého zo sledovaných mesiacov mal vyššie hodnoty denník Új Szó, ktorý však nie je pre jeho regionálne zameranie predmetom predkladanej štúdie.

Ako už bolo v tejto štúdiu uvedené, vstupom slovenskej dennej tlače na trh online médií sa v porovnaní s ich pôsobením na trhu printových médií výrazne rozšírila ich konkurencia. Uvedený faktor sa prejavil aj na celkových pozíciách webových portálov slovenských denníkov na trhu online médií. Ako je vidieť v grafe č. 4, ani jedno z analyzovaných online médií nebolo počas sledovaného roka lídrom tohto trhu.⁵ Na druhej pozícii sa najčastejšie (6 mesiacov) nachádzal webový portál slovenského bulvárneho denníka Plus JEDEN deň – Pluska.sk (november 2023, december 2023, február 2024, marec 2024, júl 2024, august 2024). V štyroch mesiacoch dosahoval druhú pozíciu na trhu online médií web SME.sk (september 2023, október 2023, apríl 2024, máj 2024). Webový portál nebulvárneho denníka SME zaznamenal v mesiacoch november 2023, február 2024, marec 2024 a jún 2024 tretiu pozíciu a v mesiacoch december 2023, január 2024, júl 2024 a august 2024 štvrté miesto na trhu online médií. Webový portál bulvárneho denníka Plus JEDEN deň sa počas mesiacov október 2023, november 2023, apríl 2024 a máj 2024 nachádzal na treťom mieste na trhu slovenských online médií. Najhoršia, štvrtá pozícia na trhu, bola v prípade tohto online média zaznamenaná na začiatku sledovaného obdobia, t. j. v septembri 2023. Stále postavenie na uvedenom trhu si počas 12 mesiacov udržiaval webový portál nebulvárneho denníka Pravda, a to piate. S výnimkou mesiacov september 2023 a október 2023 si stálu pozíciu (6. miesto) na trhu slovenských online médií udržal aj bulvárny portál Čas.sk. Okrem septembra 2023 malo najhoršie umiestnenie na sledovanom trhu online médium nebulvárnych Hospodárskych novín, ktoré bolo v júli 2024 a auguste 2024 na 16. mieste a v júni 2024 na 18. pozícii na trhu online médií.

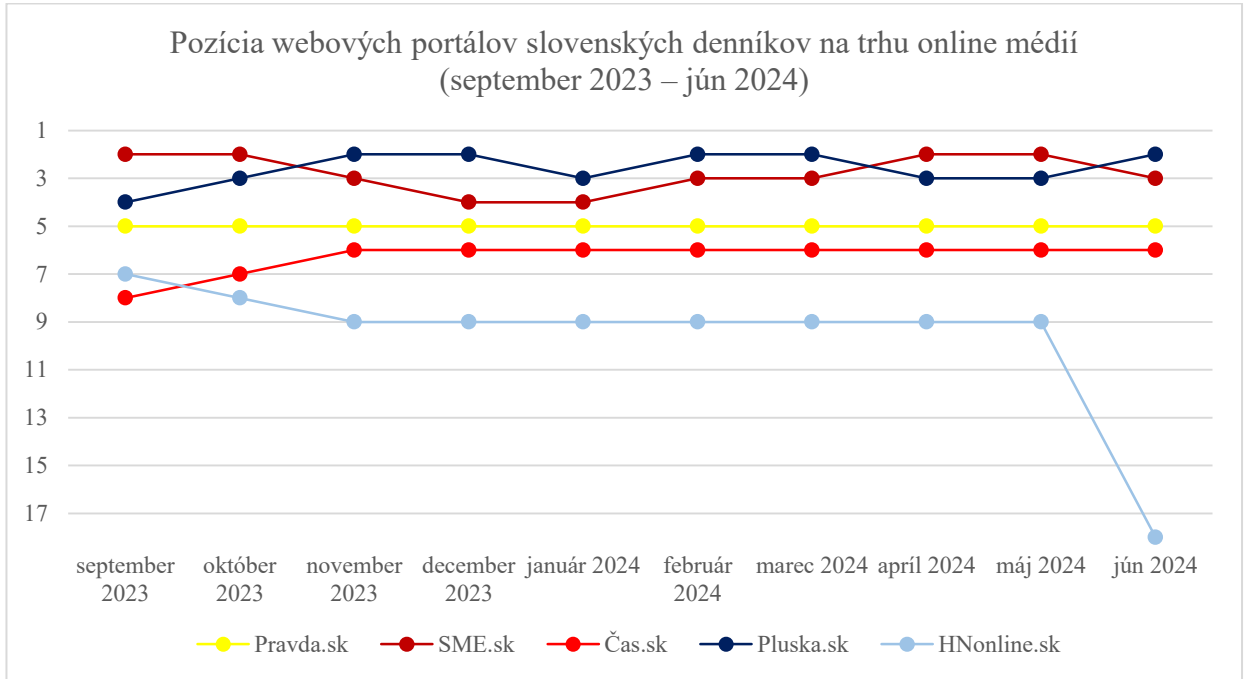


Graf č. 5: Vývoj postavenia slovenských denníkov na trhu printových médií za obdobie september 2023 – jún 2024 (Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kancelária pre overovanie nákladov tlače, ©2015, online)

V prípade obdobia od septembra 2023 do júna 2024, ktoré bolo predmetom komparácie postavenia slovenských bulvárnych denníkov na trhu slovenských printových médií s pozíciou ich webových portálov na trhu online médií, sa pozícia slovenských denníkov (bulvárnych aj

⁵ Keďže je trh slovenských online médií oveľa rozsiahlejší, ako je tomu v prípade trhu slovenskej dennej tlače, z dôvodu zamerania tejto štúdie len na webové portály slovenských denníkov nie sú uvedené ostatné webové portály, ktoré sa na tomto trhu umiestnili počas sledovaného obdobia na lepších či horších pozíciách.

nebulvárných) na trhu printových médií javí ako ustálená. Ako je zrejmé z grafu č. 5, vedúce postavenie patrí bulvárnemu denníku Nový čas a za ním nasledujú bulvárne noviny s dennou periodicitou Plus JEDEN deň. Nasledujúce pozície obsadila slovenská nebulvárna denná tlač.



Graf č. 6: Vývoj postavenia webových portálov slovenských denníkov na trhu online médií za obdobie september 2023 – jún 2024 (Zdroj: vlastné spracovanie podľa lab.slovakia, 2024a, online)

Na trhu slovenských online médií je v komparovanom období evidentný rozdiel v postavení webových portálov bulvárnych denníkov. Z grafu č. 6 vyplýva, že v rámci bulvárnych webových portálov sa na popredných miestach vyskytuje bulvárne online médium Pluska.sk, kým webový portál najpredávanejšieho slovenského bulvárneho denníka Čas.sk sa ustálil na šiestom mieste. Vedúce postavenie spomedzi slovenských nebulvárnych denníkov si aj v online priestore udržiava denník SME so svojim portálom SME.sk. Na rozdiel od trhu printových médií je na webe konkurenciou pre bulvárny webový portál Pluska.sk denník Plus JEDEN deň. Stálu pozíciu, no na poslednom mieste v rámci analyzovaných médií, si od októbra 2023 do júna 2024 udržiava webový portál HNOnline. Podobne, na poslednom mieste v rámci sledovaných médií, sa umiestňuje počas celého komparovaného obdobia (t. j. od septembra 2023 do júna 2024) aj denník Hospodárske noviny.

V kontexte uvedených výsledkov je potrebné ešte poukázať na jeden faktor pôsobenia webových portálov na trhu slovenských online médií, a tým je spoplatnenie prístupu k ich obsahu. Za významný medzník v tejto oblasti možno považovať rok 2011. Do tohto roka všetky webové portály, ktoré sú predmetom predkladanej štúdie, ponúkali svoj obsah bezplatne. V máji 2011 vznikol systém národného paywallu Piano, v rámci ktorého mohli recipienti po zaplatení jedného poplatku čítať texty viacerých online médií. Do tohto systému vstúpili s výnimkou bulvárneho Nového Času webové portály všetkých ostatných slovenských celoštátnych denníkov, t. j. Hospodárske noviny, Plus JEDEN DEŇ, Pravda a SME: „Piano odštartovalo v máji 2011. Jeho zámerom bolo vytvoriť jednotný platobný systém pre prístup k článkom slovenských médií a naučiť čitateľov platiť za obsah na internete.“ (TASR, 2016, online) Zo spoločného spoplatňovania obsahu webových portálov však viaceré periodiká začali

postupne odstupovať. Ako prvý z Piana vystúpil v marci 2014 webový portál Hospodárskych novín. Po niekoľkých mesiacoch od odstúpenia z Piana zaviedol vlastnú platobnú bránu, cez ktorú spoplatňoval vybraný obsah. (TASR, 2016, online) V máji 2014 z národného systému paywallu vystúpil aj web denníka Pravda, ktorý sa rozhodol sprístupniť celý svoj obsah čitateľom bezplatne. (Czwickovics, 2014, online) Na jar roku 2016 vystúpil zo systému Piano aj portál Pluska.sk, ktorý rovnako ponúka svoj obsah bezplatne. Denník SME vytrval v uvedenom systéme najdlhšie a po zániku Piana v roku 2016 pokračoval v ponuke spoplatneného obsahu, no už cez vlastnú platobnú bránu, ktorú však stále technicky zabezpečovalo Piano Media. (TASR, 2016, online) V roku 2024 spoplatňujú svoj obsah už len dva nebulvárne webové portály, ktoré sú predmetom tejto štúdie, a to SME.sk a HNonline.sk. Webové portály Čas.sk, Pluska.sk a Pravda.sk poskytujú svoj obsah bezplatne. Výnimku tvorí nákup elektronickej formy denníka Pravda cez portál e.pravda.sk a zároveň spoplatnený elektronický archív jednotlivých vydaní tohto periodika.

Z výsledkov monitoringu reálnych používateľov bulvárnych portálov Čas.sk a Pluska.sk v porovnaní s nebulvárnymi portálmi HNonline.sk, Pravda.sk a SME.sk však nie je tento faktor evidentne potvrdený ako determinant, ktorý by mohol potenciálne obmedzovať postavenie tohto webového portálu na trhu slovenských online médií. Dokazuje to predovšetkým postavenie webového portálu SME.sk, ktorý sa v sledovanom období spomedzi komparovaných online médií nachádzal na prvom resp. druhom mieste na trhu. Pre konkrétne určenie miery vplyvu spoplatnenia obsahu webových portálov na ich postavenie na trhu online médií by však bolo potrebné vypracovať samostatnú štúdiu, ktorá by sa zaoberala napríklad aj otázkou vplyvu tohto faktora na postavenie online média Hospodárskych novín na posledných pozíciách v porovnaní s ostatnými webovými portálmi slovenských denníkov, ktorých printové verzie sú predmetom monitoringu predaného a tlačeného nákladu prostredníctvom Audit Bureau of Circulations.

Záver

Pozícia webových portálov Čas.sk a Pluska.sk na trhu slovenských online médií nie je taká dominantná ako v prípade slovenských bulvárnych denníkov Nový čas a Plus JEDEN deň na trhu slovenských printových médií. Kým bulvárny denník Nový čas je stálym lídrom tohto trhu (Cillingová, 2024, online), webový portál tohto periodika Čas.sk má šiesty najvyšší počet reálnych používateľov. Z hľadiska online médií, ktoré sú predmetom tejto štúdie, sa nachádza až na štvrtom mieste. Vyšší počet reálnych používateľov každý mesiac v priebehu sledovaného ročného obdobia zaznamenávali webové portály Pravda.sk, SME.sk a Pluska.sk. Lepšiu pozíciu na trhu online médií, ako má webový portál bulvárneho denníka Nový čas, tak mali internetové podoby dvoch nebulvárnych denníkov (Pravda a SME) a druhého, popri Novom čase aj posledného, bulvárneho denníka (Plus JEDEN deň). Líderskú pozíciu spomedzi analyzovaných webových portálov (a druhé miesto z hľadiska všetkých online médií, ktoré sú predmetom monitoringu IAB Slovakia) si v sledovanom období jedného roka vymieňali SME.sk a Pluska.sk, pričom Pluska.sk zaznamenala od septembra 2023 do augusta 2024 najvyšší počet reálnych používateľov až v šiestich mesiacoch, kým web SME.sk len v štyroch.

Uvedené trendy teda naznačujú, že z hľadiska webových portálov slovenských denníkov je na online trhu úspešnejší web tých bulvárnych novín s dennou periodicitou, ktorým na trhu printových denníkov patrí druhá pozícia. Lepšie postavenie na trhu slovenských online médií oproti webu bulvárneho denníka Nový čas (ktorý vedie trh slovenských printových denníkov) majú aj webové portály dvoch slovenských nebulvárnych novín s dennou periodicitou. A ani vedúca pozícia online média Pluska.sk na trhu v porovnaní s ostatnými webovými portálmi

slovenských denníkov, ktoré boli predmetom tejto analýzy, nie je jednoznačná, keďže sa na nej web bulvárneho denníka striedal s webom nebulvárnych novín s dennou periodicitou (SME).

Statement

Financing

No organization funded this study. The author carried out the research at his own expense.

Conflict of interest

There is no conflict of interest.

Ethics

The material presented in this article meets all the points and requirements put forward by the Ethics Commission of the Editorial and Publishing Department of the public organization "Scientific and Educational Center "SUCCESSFUL".

Copyright

This is an open-access article distributed under Creative Commons Attribution. The license permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source properly acknowledged.

Literatúra

- Cillingová, V. (2024). Tabloid Dailies as the Market Leader of the Slovak Daily Press. *Social Communications: Theory and Practice*, 16(1), 38–52. DOI: 10.51423/2524-0471-2023-16-1-7 (in England).
- Greer, J. D. & Mensing, D. (2005). The Evolution of Online Newspapers: A Longitudinal Content Analysis, 1997-2003. In: Li, X. (eds.). *Internet Newspapers: The Making of Mainstream Medium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 13–32 (in England).
- Lincényi, M. & Kohuťár, M. (2009). *Fenomén bulvár na Slovensku [The Phenomenon of Tabloids in Slovakia]*. Bratislava: IRIS, 172 (in Slovak).
- Olejáróvá, A. (2019). Nad rámec tradičnej žurnalistiky: Reflexia vplyvu nových médií na participatívne ambície publika so zameraním na kontext slovenskej mediálnej scény [Beyond traditional journalism: Reflection on the impact of new media on audience participation ambitions with a focus on the context of the Slovak media scene]. *Culturologica Slovaca – Slovak Culture*, 4 (4), 113–129. http://www.culturologicaslovaca.ff.ukf.sk/images/No4/Olejarova_Nad_ramec.pdf (in Slovak).
- Tušer, A. (2011). Slovenská periodická tlač v rokoch 1990–2010 [Slovak periodical press in the years 1990-2010]. *Otázky žurnalistiky – Journalism issues*, 54(1–2), 94–105. <https://www.ceeol.com/search/previewpdf?id=185339> (in Slovak).
- Višňovský, J. (2015). *Aktuálne otázky teórie a praxe žurnalistiky v ére internetu [Current Issues in the Theory and Practice of Journalism in the Internet Era]*. Trnava: FMK UCM v Trnave, 350 (in Slovak).
- Višňovský, J. (2017). Paralely digitálneho novinárstva a jeho rozmach v kontexte rozvoja informačných a komunikačných technológií v spoločnosti [Parallels of Digital Journalism and its Expansion in the Context of the Development of Information and Communication Technologies in Society]. In: Pravdová, H., Radošinská J. & Višňovský, J. (eds.). *Koncepty a praxe multiplatformovej žurnalistiky: Slovensko v sieťach digitálnych diaľnic [Concepts and Practices of Multiplatform Journalism: Slovakia in Digital Highway Networks]*. Trnava: FMK UCM v Trnave, 137–198 (in Slovak).

Internetové zdroje

- Augustín, R. (2008). Pluska dnes vstupuje do webového boja [Pluska enters the web battle today]. *Medialne.sk*. <https://medialne.trend.sk/internet/pluska-dnes-vstupuje-weboveho-boja> (in Slovak).
- Borovský, V. (2002). Nový spravodajský server [New news server]. *Stratégie.hnonline.sk*. <https://strategie.hnonline.sk/news/media/761646-novy-spravodajsky-server> (in Slovak).
- Cas.sk. (2016). To je zmena! Čo by ste videli, keby ste si klikli na Cas.sk pred 15 rokmi? [That's a Change! What would you See if you Clicked on Cas.sk 15 years ago?] *Cas.sk*. https://www.cas.sk/clanok/392853/to-je-zmena-co-by-ste-videli-keby-ste-si-klikli-na-cas-sk-pred-15-rokmi?orig_gallery_article=1 (in Slovak).
- Czwitkovič, T. (2014). Z Piana vystupuje aj Pravda. Spravodajstvo vo veľkom zamyká už iba Sme [Pravda also Performs on the Piano. Only Sme is Now Covering the News in General]. *Medialne.sk*. <https://medialne.trend.sk/internet/piana-vystupuje-aj-pravda-spravodajstvo-velkom-zamyka-iba-sme> (in Slovak).
- Iab.slovakia. (2024a). *Mesačné dáta online návštevnosti [Monthly Online Traffic Data]*. <https://e-public.gemius.com/sk/rankings/14345> (in Slovak).
- Iab.slovakia. (2024b). *Informácia o IAB Monitor [Information about IAB Monitor]*. <https://www.iabslovakia.sk/iab-monitor/informacie-o-iab-monitor/> (in Slovak).
- Kancelária pre overovanie nákladov tlače. (©2015). *ABC SR - Audit Bureau of Circulations. Archív výsledkov - ABC SR [Office for Verification of Printing Costs. (©2015). ABC SR - Audit Bureau of Circulations. Results Archive - ABC SR]*. <http://www.abcsr.sk/aktualne-vysledky/archiv-vysledkov/> (in Slovak).
- Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky [Ministry of Culture of the Slovak Republic]. (©2008-2010b). *Zoznam periodickej tlače: denník [List of periodicals: daily newspaper]*. https://www.culture.gov.sk/pertlac/modul/tlac?ept_nazov=&ept_uzregpos=&ept_jazyk=&ept_periodicita_id=19&ept_tematicaskupina3_id=&ept_podvys1_vys= (in Slovak).
- TASR. (2016). Národný paywall Piano po piatich rokoch končí [National Piano paywall ends after five years]. *Teraz.sk*. <https://www.teraz.sk/import/narodny-paywall-piano-po-piatich-rokoc/222783-clanok.html> (in Slovak).
- Vozárová, E. (2008). Zoznam si už začína pestovať Topky.sk [The list is already starting to grow. Topky.sk]. *Medialne.sk*. <https://medialne.trend.sk/internet/zoznam-zacina-pestovat-topky-sk> (in Slovak).

Postavenie slovenského bulváru na trhu printových a online médií

Veronika Cillingová,

Philosophiae doctor, odborný asistent,

Katedra žurnalistiky a nových médií,

Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre

(Nitra, Slovak Republic)

Anotácia

Predkladaný príspevok sa venuje otázke, či webové portály slovenských bulvárných denníkov majú rovnakú pozíciu na trhu slovenských online médií, ako majú ich printové verzie na trhu slovenskej dennej tlače. Štúdia porovnáva postavenie slovenských bulvárných denníkov a

ich online podôb na trhu slovenských printových a online médií v období od septembra 2023 do júna 2024. Predmetom výskumu sú jediné dva tlačené bulvárne denníky, ktoré vychádzajú na Slovensku, a to Nový čas a Plus JEDEN deň, a ich webové portály, konkrétne Čas.sk a Pluska.sk. Pozíciu skúmaných médií na trhu sleduje vo vzťahu k celoslovenským nebulvárnym denníkom Hospodárske noviny, Pravda a SME a k ich webovým portálom (HNonline.sk, Pravda.sk a SME.sk). Na základe identifikovania postavenia denníkov Nový čas a Plus JEDEN deň v porovnaní s nebulvárnymi denníkmi Hospodárske noviny, Pravda a SME na trhu slovenských printových médií v období od septembra 2023 do júna 2024 a postavenia portálov Čas.sk a Pluska.sk v porovnaní s pozíciami webových portálov slovenských nebulvárných denníkov, a to HNonline.sk, Pravda.sk a SME.sk, od septembra 2023 do júna 2024 identifikuje, či je postavenie slovenských bulvárných denníkov na trhu online médií rovnaké, ako je tomu v prípade ich postavenia na trhu slovenských printových médií. Štúdia vychádza z verejne dostupných údajov Kancelárie pre overovanie nákladov tlače (Audit Bureau of Circulations, skratka ABC SR), ktorá ako jediná na Slovensku monitoruje predaný a tlačený náklad slovenských periodík, a z verejne dostupných údajov združenia slovenských vydavateľov, mediálnych a digitálnych agentúr, technologických platforiem a zadávateľov reklamy Interactive Advertising Bureau Slovakia (skratka IAB Slovakia), ktoré taktiež ako jediné v Slovenskej republike meria návštevnosť slovenských online médií.

Keywords: bulvár, denníky, trh slovenských online médií, trh slovenských printových médií, webový portál

Позиція медіа «Словацький бульвар» на ринку друкованих медіа та онлайн-медіа

Вероніка Цілінгова,

доктор філософії, доцент,

кафедра журналістики та нових медіа,

факультет мистецтв,

Університет Костянтина Філософа в Нітрі

(м. Нітра, Словацька Республіка).

Анотація

Стаття присвячена висвітленню питання про те, чи вебпортали словацьких таблоїдів займають таку ж позицію на словацькому онлайн-ринку медіа, як і їхні друковані версії на словацькому друкованому ринку. У дослідженні авторка порівняла позиції словацьких таблоїдів і їхніх вебпорталів на ринку друкованих медіа та онлайн-медіа Словаччини за період із вересня 2023 року по червень 2024 року. Предметом дослідження є два словацькі друковані таблоїди «Nový čas» і «Plus JEDEN deň» та їхні вебпортали «Čas.sk» і «Pluska.sk». Авторка відстежує позицію цих медіа на ринку щодо загальнонаціональних нетаблоїдних щоденних газет «Hospodárske noviny», «Pravda» і SME та їхніх вебпорталів («HNonline.sk», «Pravda.sk» і SME.sk). На основі моніторингу розвитку позиції щоденних газет «Nový čas» і «Plus JEDEN deň» і нетаблоїдних щоденних газет «Hospodárske noviny», «Pravda» і SME на ринку друкованих медіа Словаччини за період із липня 2023 року по червень 2024 року, а також позиції порталів «Čas.sk» і «Pluska.sk» і порталів небульварних газет, зокрема «HNonline.sk», «Pravda.sk» і «SME.sk», за період із вересня 2023 року по серпень 2024 року авторка визначає тенденцію розвитку позиції моніторингових медіа на обох ринках. За період із вересня 2023 року по

червень 2024 року авторка з'ясовує, чи є позиція словацьких щоденних таблоїдів на онлайн-ринку такою ж, як і на ринку друкованих медіа. Дослідження ґрунтується на загальнодоступних даних Аудиторського бюро тиражів (аббревіатура – ABC SR), яке в Словаччині здійснює моніторинг проданих і друкованих тиражів словацьких періодичних видань, а також на загальнодоступних даних асоціації словацьких видавців, медіа та цифрових агентств, технологічних платформ та рекламодавців «Interactive Advertising Bureau Slovakia» (IAB Slovakia), яка є єдиною асоціацією в Словацькій Республіці для вимірювання кількості відвідувачів словацьких онлайн-медіа.

Ключові слова: щоденні газети, ринок онлайн-медіа Словаччини, таблоїди, вебпортал.