

The book written by Jill Walker Rettberg is a symptomatic example of how one can confuse writing a blog with a good piece of an academic writing. Blogs are specific forms of expression that presume more intimate, subjective and less formal mood of narration. At the time of their emergence and early growth, blogs were created by single individuals as a platform for their deliberations and commentaries. Thus, the emergence of blogs is often understood as the emancipation of private voices in the public. That is why there is so much space given to the perspective of the author, her or his personal experience and feelings. Academic writing, quite on the contrary, is supposed to conform to a set of objective rules aiming to provide objective legitimization of its validity. The validity of academic writing is based on particular ways of reasoning, not on the individual's right to speak. Indeed, Rettberg explored and presented in detail her personal experience with specific "apps" and new media, in particular. She provides some interesting comments about it and even few generalizations. However, due to the above-formulated objections, I cannot say that she provides an academic-like insight into the issues. Nevertheless, I believe the book has some value for the academic audience concerned with so-called new media. In addition to a pretty detailed description of affordances of the whole range of popular applications and social media, it can provide some fresh insights into the way we tend to think about new media in general.

Analýza priemerného predaného nákladu a ceny slovenských denníkov v rokoch 2000 – 2013

Marcel Lincényi, katedra politológie, Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne

Dagmar Petrušová, katedra ekonómie a ekonomiky, Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne

Medzi vývojom priemernej ceny a vývojom priemerného denného predaného nákladu celoslovenských denníkov je určitý vzájomný vzťah. Vyplýva to z realizovanej štatistickej analýzy skúmaných premenných vybraných celoslovenských denníkov (Hospodárske noviny, Nový Čas, Pravda, Sme, Új Szó a Plus JEDEN DEŇ) v sledovanom období v rokoch 2000–2013, ktorú uskutočnili autori na celouniverzitnom pracovisku Katedry politológie a Katedry ekonómie a ekonomiky na Trenčianskej univerzity Alexandra Dubčeka v Trenčíne.

Systém masových médií na Slovensku vrátane dennej tlače od roku 1989 prešiel viacerými zmenami, ktoré sa prejavovali nielen vo vlastníckych vzťahoch týchto periodík, ako aj v štruktúre (typológia, počet) denníkov, celkovom a jednorazovom priemernom náklade periodík, ale aj vo vývoji cien denníkov. Na vývoj trhu dennej tlače vplývali nielen ekonomické aspekty (dôsledky finančnej krízy, podnikateľské prostredie, kúpyschopnosť obyvateľstva), legislatívne vplyvy, ale aj technologický progres, ktorý so sebou priniesol rozvoj komunikačných a sieťových technológií a nové sociálne návyky ľudí, ktorí môžu čítať noviny aj na internete. Pre výskumníkov je

zaujímavé obdobie v rokoch 2000–2013, keď na jednej strane rastie priemerná cena denníkov, a na druhej strane sa prejavuje dlhodobý trend v poklese celkového a jednorazového priemerného nákladu. Z vyššie uvedeného sme sa rozhodli realizovať štatistickú analýzu priemerného denného predaného nákladu (v kusoch) a priemernej ceny (v €/ks) vybraných celoslovenských denníkov v rokoch 2000–2013.

Výskumný cieľ

Hlavným cieľom výskumu je preskúmať vzťah medzi priemernou cenou periodík ako nezávisle premennou a celkovým jednorazovým priemerným nákladom vybraných celoslovenských denníkov ako závisle premennou a to za kontinuálne obdobie v rokoch 2000 až 2013.

V sociálnom výskume je entitou najčastejšie jedinec (Koprda, Polakevičová, 2014). V tomto prípade budeme za jednotku analýzy považovať priemerný náklad konkrétneho celoslovenského denníka v jednotlivom sledovanom roku. Tento údaj je veľmi dôležitý pri analýze predajnosti periodík, nakoľko poukazuje na ich postavenie na trhu, od čoho sa následne odvíja cena inzercie. Vydavatelia tlačových médií pracujú s nákladom (počet skutočne predaných výtlačkov jedného čísla), overeným nákladom (počet vydaných výtlačkov jedného čísla garantovaný nezávislým audítorom) a predaným nákladom (počet skutočne predaných výtlačkov jedného čísla, ktorý sa spravidla uvádza pomocou tzv. remitendy, teda počtom nepredaných výtlačkov) (Jiráček, Köpplová, 2009: 244).

Ako druhú premennú sme stanovili cenu denníkov, nakoľko tá za posledné roky stúpala a zaujímalo nás, či má štatistický významný vplyv na náklad dennej tlače.

Výskumné otázky

V prípade ďalšieho plánovania a prípravy návrhu výskumu sme uprednostnili koncept výskumných otázok pred stanovením

výskumných problémov (pozri Punch, 2008: 29).

VVO 1: Aký je vývoj priemernej ceny celoslovenských denníkov v rokoch 2000–2013?

Vysvetlenie: Očakávame zmenu priemernej ceny celoslovenských denníkov v súvislosti s prechodom slovenskej koruny na menu euro v roku 2009, v súvislosti s úpravou dane z pridanej hodnoty v roku 2011 z 19 % na 20 %, ale aj ako dôsledok hospodárskej a finančnej krízy, ktorá zasiahla svetové ekonomiky od roku 2007.

VVO 2: Aký je vývoj celkového jednorazového priemerného nákladu celoslovenských denníkov v rokoch 2000–2013?

Vysvetlenie: V rokoch 2000–2013 očakávame pokračovanie trendu postupného poklesu celkového jednorazového nákladu, ako aj priemerného jednorazového nákladu celoslovenských periodík, na čo vo výskumných štúdiách pred týmto obdobím upozornili I. Sečík (1994, 1995, 1996) a L. Petránka (1999), ale aj v priebehu skúmaného obdobia poukázal A. Tušer (2011).

VVO 3: Aký je vzťah medzi priemernou cenou celoslovenských denníkov a celkovým jednorazovým predaným nákladom týchto vybraných periodík?

Vysvetlenie: Myslíme si, že na celkový jednorazový predaný náklad celoslovenských denníkov má výrazný vplyv cena za výtlačok, čo vyplýva jednak z kúpyschopnosti obyvateľstva, ale taktiež od dlhodobého preferovania lacnejších titulov. Na Slovensku patria dlhodobo medzi najpredávanejšie práve bulvárne periodiká, ktoré patria cenovo medzi najlacnejšie. Sme toho názoru, že vydavatelia cenu denníkov od roku 2010 upravovali minimálne, nakoľko si uvedomovali rastúcu popularitu digitálnych médií a každé zvýšenie cien by mohlo ohroziť náklad titulu.

Pri skúmaní použijeme viaceré výskumné metódy: analýzu sledovanosti, metódu štúdia dokumentov, komparatívnu metódu a viaceré štatistické metódy (štatistický

priemer, jednoduchú korelačnú analýzu, analýzu časových radov, prognózu vybraných hodnôt).

Selekcia výskumného materiálu

Štatistiku o jednorazovom priemernom náklade jednotlivých denníkov spracujeme na základe údajov tlačených a predaných nákladov periodickej tlače, ktoré pravidelne zverejňuje Kancelária pre overovanie nákladov tlače – ABC SR. Na Slovensku do konca roka 1999 totiž neexistoval systém overovania nákladov periodickej tlače, ktorý má vo svete dlhú tradíciu. Vhodný model pre overovanie nákladov periodickej tlače na Slovensku sa začal využívať 11. novembra 1999, keď Združenie vydavateľov periodickej tlače, Klub reklamných agentúr Slovenska a Slovenské združenie značkových výrobkov založili združenie pod názvom Kancelária pre overovanie nákladov. Cieľom združenia je zabezpečiť objektívne informácie a údaje o mediálnom trhu, najmä o nákladoch periodickej tlače:

- zhromažďovať výkazy o tlačených a predaných nákladoch periodickej tlače a následne poskytovať zistené údaje svojim členom a zúčastneným vydavateľom,
- overovať vykázané číselné údaje a zverejňovať ich,
- metodicky usmerňovať a koordinovať činnosť v systéme overovania nákladov.¹

Výška priemerného predaného nákladu ukazuje, koľko výtlačkov určitého titulu si čitatelia zakúpili. Údaje o predanom náklade sú tak výsledkom zisteného počtu zaplatených (predaných) výtlačkov z celkového tlačeného nákladu daného titulu. Nejde teda o sledovanie na nejakej vzorke respondentov, ale o presný výpočet počtu predaných výtlačkov (Trampota, Vojtěchovská, 2010: 189–190).

Štatistiku o priemernej cene dennej tlače zase zostavíme z terénneho výskumu

výtlačkov archivovaných v Univerzitnej knižnici Bratislava. Veľkosť výskumného materiálu je stanovená na 14 rokov, nakoľko za roky 2000–2013 sú dostupné údaje z Kancelárie pre overovanie nákladov – ABC SR, ktoré sú pre uvedený výskum kľúčové. Pri tejto analýze sme výskumný materiál selektovali na šesť denníkov (Hospodárske noviny, Nový Čas, Pravda, Sme, Új Szó a Plus JEDEN DEŇ), nakoľko tieto tituly vychádzali počas celého sledovaného obdobia, respektíve Plus JEDEN DEŇ bol vydávaný dostatočne dlho pre realizáciu analýzy.

Analýza dát

V prípade analýzy vývoja overenej predajnosti denníkov sme najskôr zisťovali priemerné overené predané náklady celoslovenských denníkov za roky 2000 až 2014. K tejto štatistike sme dospeli tak, že sme zo zverejnených údajov Kancelárie pre overovanie nákladov tlače – ABC SR spočítali priemerné predané náklady v jednotlivých mesiacoch za konkrétny celoslovenský denník v jednotlivom roku a následne sme tento celkový údaj vydělili počtom analyzovaných mesiacov. Takto sme údaje spracovali za každý analyzovaný denník v období od 2000 do 2014.

Chýbajúce údaje za roky 2013 a 2013 pri denníku Pravda sme doplnili z údajov priemerného tlačeného a predaného nákladu uverejneného vydavateľom na stránke denníka. Dáta v prípade denníka Práca (2001), denníka Hospodárske noviny (2003, 2004) a Národná obroda (2000) sme zas doplnili kvalifikovaným odhadom, keďže existovali údaje za ostatné roky. V prípade denníka Práca sme chýbajúci údaj za rok 2001 nahradili priemerným overeným predaným nákladom za rok 2000 a 2002, rovnako, ako aj v prípade denníka Hospodárske noviny sme za roky 2003 a 2004 považovali priemerný overený predaný náklad

1 Kancelária pre overovanie nákladov tlače – ABC SR [online]. 2014, [cit. 2014-03-01]. Dostupné na internete: <http://abcsr.sk/index.php?menu=kancelaria>

za roky 2002 a 2005. Pri denníku Národná obroda sme pre rok 2000 použili priemerný náklad za rok 2001. Stanovený kvalifikovaný odhad zvyšuje skutočnosť, že priemerné predané náklady týchto denníkov v sledovanom období 2000–2014 mali klesajúcu tendenciu, pričom sme pri nich nezaznamenali žiadne výkyvy. Kvalifikovaný odhad sme nezrealizovali pri denníku Šport, nakoľko pri ňom neboli zverejnené dostatočné overené priemerné náklady pre stanovenie odhadu. Denník Šport sme preto vylúčili z ďalšej analýzy. Viac tabuľka č. 1.

Vývoj celkových jednorazových a priemerných jednorazových nákladov sme analyzovali iba v rokoch 2000–2013, pretože do tohto času sú k dispozícii iba údaje za prvých 9 mesiacov v roku 2014 a porovnávať môžeme len porovnateľné údaje.

V prípade analyzovaných celoslovenských denníkov sme najskôr sledovali cenu výtlačkov v rámci jednotlivých mesiacov. Vo väčšine prípadov vydavateľa upravovali ceny od začiatku mesiaca. V opačnom prípade sme v rámci mesiaca brali do úvahy tú cenu, ktorá dominovala v rámci sledovaného obdobia. Pri tejto analýze sme rozlišovali medzi cenou výtlačku v bežný deň a cenou výtlačku cez víkend, respektíve cenou za vydanie s prílohou. Od roku 2000 do roku 2008 sme cenu uvádzali v korunách a od roku 2009 v eurách.

Na základe mesačných štatistík cien vybraných celoslovenských denníkov sme mohli pristúpiť ku komparatívnej analýze vývoja cien v rokoch 2000 až 2013. Najskôr sme štatisticky vyhodnotili priemer cien za každý analyzovaný rok a každý sledovaný celoslovenský denník. K tomuto priemeru sme dospeli tak, že sme spravili jednoduchý priemer zo všetkých jednotiek štatistického súboru. Táto analýza zahŕňa priemerné ceny za titul v bežný deň. Naopak, v analýze nie sú zahrnuté priemerné ceny za víkendové vydania, respektíve vydania s prílohami. Údaje v rokoch 2000–2008 sme najskôr uvádzali v platnej mene (Sk),

ktorá je v zátvorkách prepočítaná na eurá v prepočte pomocou konverzného kurzu $1 \text{ €} = 30,126 \text{ Sk}$. Priemerné ceny korún sú zaokrúhlené na dve desatinné miesta, pričom prepočty korún na eurá sú prepočítané na tri desatinné miesta. (viac tabuľka č. 2)

V prípade analýzy vzťahov medzi premennými sme zrealizovali štatistickú analýzu priemerného denného predaného nákladu (v kusoch) a priemernej ceny (v €/ks) vybraných celoslovenských denníkov v rokoch 2000–2013, ktorú sme spracovali na základe jednoduchej korelačnej analýzy, analýzy časových radov a následnej prognózy vybraných hodnôt (Danielová, Petrušová, 2013).

Jednoduchá korelačná analýza spočíva hlavne vo výpočte koeficienta korelácie, ktorý udáva tesnosť závislosti medzi skúmanými kvantitatívnymi znakmi. Koeficient korelácie (r) je bezrozmerné číslo, nadobúda hodnoty z intervalu $\langle -1, 1 \rangle$, t.j. $|r| \leq 1$, teda čím bližšie k číslu 1, tým vyššia závislosť. Pre vybrané tituly sme vypočítali nasledovné hodnoty, ktoré sú v tabuľke č. 3 (Ivanka, Grmanová, Petrušová, 2001).

Z uvedených vypočítaných hodnôt vidíme, že pre vybrané tituly sme vo všetkých prípadoch získali záporné hodnoty koeficientu korelácie, t.j. nepriamu závislosť medzi skúmanými znakmi. Najvyššie hodnoty koeficienta korelácie v absolútnom vyjadrení, teda veľmi vysoká záporná korelačná závislosť je prítomná pri tituloch Hospodárske noviny, Új Szó a Plus JEDEN DEŇ. To znamená, že pri týchto tituloch je pokles denného predaného nákladu výrazne závislý od rastu ceny daného denníka. Zaujímavé sú údaje pri denníku SME, kde sme určili strednú závislosť medzi meranými veličinami, teda pokles predaja nie je výrazne ovplyvnený cenou tohto titulu.

Ďalej sme pre tituly Hospodárske noviny, Új Szó a PLUS JEDEN DEŇ urobili analýzu časových radov denného predaného nákladu a ceny daného denníka. Hlavnou

Tabuľka 1: Analýza vývoja priemerného overeného predaného nákladu celoslovenských denníkov vrátane odhadovaných chýbajúcich údajov (2000–2013)

TITUL	ROK													
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Hospodárske noviny	23 775	22 757	21 670	*21 093	*21 093	20 517	17 702	18 182	18 442	18 442	17 319	16 991	15 389	13 428
Nový Čas	169 426	144 762	146 442	156 576	166 681	185 570	188 548	179 447	172 027	150 302	143 191	135 609	121 041	109 983
Pravda	73 598	61 797	59 165	76 889	77 326	76 423	75 366	66 786	62 632	51 121	52 079	53 646	51 236	49 516
Sme	48 383	53 471	60 124	72 780	76 693	76 352	70 995	65 064	59 730	59 378	56 596	53 294	48 893	43 604
Új Szó	29 610	28 767	28 232	26 521	25 827	25 141	24 993	24 793	24 561	23 766	23 252	22 217	21 288	19 964
Plus JEDEN DEŇ	/	/	/	/	/	/	57 155	58 850	64 234	58 277	56 794	54 648	52 190	48 646

Vysvetlivky: Vlastné spracovanie z údajov ABC SR o priemernom tlačenom a predanom náklade titulov prihlásených do systému overovania nákladov tlačne za roky 2000–2013. V prípade denníka Pravda sú náklady za rok 2013 a 2013 čerpané z údajov vydavateľa.

N - nedostupný údaj

/ - titul nevychádza

* - doplnený odhadovaný údaj

Tabuľka 2: Analýza vývoja priemerných ročných cien (Sk,) jednotlivých celoslovenských denníkov (2000–2013)

TITUL	ROK													
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Hospodárske noviny	10 (0,332)	10 (0,332)	10 (0,332)	11 (0,365)	13 (0,432)	14 (0,465)	14 (0,465)	14 (0,465)	16,5 (0,548)	0,61	0,66	0,71	0,75	0,77
	8 (0,266)	8,46 (0,281)	8,5 (0,282)	8,5 (0,282)	8,5 (0,282)	8,5 (0,282)	8,83 (0,293)	9,38 (0,311)	10,38 (0,345)	0,37	0,39	0,4	0,45	0,45
PRAVDA	8 (0,266)	8 (0,266)	9 (0,299)	9 (0,299)	9,5 (0,315)	10,5 (0,349)	11 (0,365)	12 (0,398)	12,42 (12,413)	0,45	0,45	0,45	0,5	0,5
Sme	8 (0,266)	8,92 (0,296)	9,67 (0,321)	10 (0,332)	10 (0,332)	10,75 (0,357)	11,75 (0,39)	12 (0,398)	12,5 (0,415)	0,4	0,45	0,5	0,5	0,5
Új Szó	8,5 (0,282)	9 (0,299)	9 (0,299)	9,5 (0,315)	9,63 (0,32)	10 (0,332)	10 (0,332)	10 (0,332)	10,75 (0,357)	0,4	0,45	0,5	0,5	0,55
Plus JEDEN DEŇ	/	/	/	/	/	/	9,9 (0,329)	9,9 (0,329)	10,54 (0,35)	0,37	0,37	0,38	0,44	0,45

Vysvetlivky: Vlastné spracovanie z terénneho výskumu dokumentov v Univerzite knižnici Bratislava. V rokoch 2000–2008 sú ceny uvedené v Sk, od roku 2009 v eurách. Priemerné ceny korún sú zaokrúhlené na dve desiatinné miesta. Prepočty korún na eurá sú zaokrúhlené na tri desiatinné miesta. Analýza zahŕňa priemerné ceny za titul v bežný deň v jednotlivých rokoch. V analýze nie sú zahrnuté priemerné ceny vikendových vydání, respektive vydání s prílohami

Tabuľka 3: Hodnoty koeficientu korelácie

Titul	Hospodárske noviny	Nový Čas	Pravda	SME	Új Szó	Plus JEDEN DEŇ
R	-0,925	-0,760	-0,737	-0,386	-0,923	-0,812

Zdroj: Spracovanie v programe STATISTICA na základe podkladov z tabuľky č. 11 a 13.

Tabuľka 4: Prognóza vývoja priemerného denného predaja (v ks) vybraných denníkov pre roky 2015–2020

Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hospodárske Noviny	13 366	12 694	12 021	11 349	10 677	10 004
Új Szó	19 377	18 724	18 071	17 417	16 766	16 14
Plus JEDEN DEŇ	48 289	46 823	45 358	43 892	42 427	40 961

Zdroj: Spracovanie v programe STATISTICA na základe podkladov z tabuľky č. 11 a 13.

Tabuľka 5: Prognóza vývoja priemerných cien (v €) vybraných denníkov pre roky 2015–2020

Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hospodárske Noviny	0,830	0,867	0,904	0,941	0,978	1,015
Új Szó	0,543	0,562	0,582	0,602	0,621	0,641
Plus JEDEN DEŇ	0,475	0,493	0,510	0,528	0,546	0,564

Zdroj: Spracovanie v programe STATISTICA na základe podkladov z tabuľky č. 11 a 13.

úlohou analýzy časových radov je vystihnúť základnej tendencie ich vývoja, teda stanovenie ich trendu. Na vyrovnanie časového radu je možné použiť matematickú funkciu, ktorá najlepšie opisuje jeho priebeh. Na predikciu (prognózovanie) je možné aplikovať napríklad jednoduchú metódu extrapolácie hodnôt časového radu z obdobia pozorovania do budúcnosti. Vychádza sa z logickej väzby medzi minulosťou a budúcnosťou.

Pre vyššie uvedené denníky môžeme konštatovať, že vo všetkých prípadoch mali časové rady hodnôt denného predaného nákladu klesajúci trend (napr.

pre Hospodárske noviny podľa funkcie $y = 1368200 - 672,367 \cdot x$, kde y = predaj v ks, x = rok) a všetky časové rady cien daných denníkov mali rastúci trend (napr. pre Hospodárske noviny $y = -73,6053 + 0,0369 \cdot x$, y = cena, x = rok).

Na základe určenia trendov sme stanovili pomocou štatistického programu STATISTICA prognózu vývoja predaja v ks (tabuľka č. 4) a cien v € (tabuľka č. 5) pre roky 2015–2020.

V tabuľke 4 a tabuľke 5 sú hodnoty určené extrapoláciou, z ktorých je evidentné, že ak by predaj a ceny vybraných uvedených denníkov pokračovali v doterajších

trendoch, pokračoval by pokles predaja a rast cien jednotlivých titulov. Napríklad v roku 2020 by bol predpokladaný priemerný denný predaj Hospodárskych novín na úrovni 10 004 kusov pri priemernej cene 1,015 €. Obdobne je to uvedené aj pre ďalšie denníky.

Dielčie závery

VVO 1: Aký je vývoj priemernej ceny celoslovenských denníkov v rokoch 2000 - 2013?

V prípade komparatívnej analýzy vývoja priemernej ročnej ceny celoslovenských denníkov v rokoch 2000–2013 môžeme konštatovať nepravidelnú úpravu cien s ohľadom na jednotlivé periodiká. Táto skutočnosť dokazuje to, že vydavatelia denníkov pristupovali k modifikácii cien predovšetkým na základe vlastných možností a nie s ohľadom na konkurenciu.

Napriek nepravidelnej úprave ceny s ohľadom na jednotlivé denníky možno pri skúmaní vývoja cien celoslovenských denníkov celkovo pozorovať jasný trend, ktorý má za posledných pätnásť rokov vzrastajúcu tendenciu, nakoľko pri žiadnom denníku medziročne nepoklesla cena jeho vydania.

VVO 2: Aký je vývoj celkového jednorazového priemerného nákladu celoslovenských denníkov v rokoch 2000–2013?

V rokoch 2000–2013 sme očakávali pokračovanie trendu postupného poklesu celkového jednorazového nákladu, ako aj priemerného jednorazového nákladu celoslovenských periodík, na čo vo výskumných štúdiách ešte pred týmto obdobím upozornili I. Sečík (1994, 1995, 1996) a L. Petránka (1999), ale aj v priebehu skúmaného obdobia poukázal A. Tušer (2011). Aj toto tvrdenie sa nám potvrdilo, nakoľko celkový jednorazový náklad vybraných celoslovenských denníkov v počte 405 811 výtlačkov z roku 2000 za štrnásť rokov klesol na 285 141 výtlačkov v roku 2013 a je teda vidieť signifikantný trend

poklesu nákladu denníkov s celoslovenským územným rozširovaním.

VVO3: Aký je vzťah medzi priemernou cenou celoslovenských denníkov a celkovým jednorazovým predaným nákladom týchto vybraných periodík?

Odpoveď na VVO: Pri formulovaní tejto otázky sme si mysleli, že na celkový jednorazový predaný náklad celoslovenských denníkov má výrazný vplyv cena za výtlačok, čo vyplýva jednak z kúpyschopnosti obyvateľstva, ale taktiež od dlhodobého preferovania lacnejších titulov. Na Slovensku totiž patria dlhodobo medzi najpredávanejšie práve bulvárne periodiká, ktoré patria cenovo medzi najlacnejšie. Naše tvrdenie podporoval aj fakt, že vydavatelia cenu denníkov od roku 2010 upravovali minimálne, nakoľko si uvedomovali rastúcu popularitu digitálnych médií a každé zvýšenie cien by mohlo ohroziť náklad titulu. Uvedené tvrdenia sa nám v plnej miere potvrdili pri štatistickej analýze vzťahov vybraných periodík, nakoľko realizovaná analýza preukázala pokles priemerného denného predaného nákladu (v kusoch) výrazne závislý od rastu priemernej ceny (v €/ks) konkrétneho periodika. Najvyššiu korelačnú závislosť (štatisticky významnú) sme preukázali pri tituloch Hospodárske noviny, Új Szó a Plus JEDEN DEŇ. Naopak, pri denníku SME bola určená stredná závislosť medzi meranými veličinami, teda pokles predaja nebol výrazne ovplyvnený cenou tohto titulu.

Záver

Môžeme konštatovať, že analýza preukázala štatisticky významnú závislosť medzi vývojom priemerného denného predaného nákladu a priemernou cenou vybraných celoslovenských denníkov. V prípade, že bude pokračovať súčasný trend poklesu denného priemerného predaného nákladu a zároveň rast priemerných cien celoslovenských denníkov, je možné napríklad v roku 2020 predpokladať, že cena denníkov sa bude blížiť k jednému euru

(Hospodárske noviny – 1,015 €, Új Szó – 0,641 €, Plus JEDEN DEŇ – 0,564 €).

Záverom možno konštatovať, že okrem nepriaznivých ekonomických podmienok pre vydateľskú činnosť, rastu cien a poklesu kúpyschopnosti obyvateľstva má na vývoj priemerného predaného nákladu vplyv aj gradujúca popularita digitálnych médií.

Samozrejme, že je potrebné uviesť, že môže ísť o koreláciu nepriamu, respektíve falošnú. Poznáme množstvo ďalších premenných, ktoré môžu mať vplyv na pokles predanej tlače, ako napríklad vývoj počtu titulov, respektíve vývoj objemu reklamy v skúmanom období, atď. Cieľom výskumnej štúdie však bolo testovať vzťah medzi vývojom priemernej ceny a vývojom priemerného denného predaného nákladu celoslovenských denníkov, pričom analýzu vzťahov ostatných premenných mienime zrealizovať v budúcnosti.

Literatúra

- Danielová, Antónia – Petrušová, Dagmar. 2013. *Hospodárska štatistika (praktikum)*. Trenčín: Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne.
- Ivanka, Ladislav – Grmanová, Eva, Petrušová, Dagmar. 2001. *Hospodárska štatistika – vybrané kapitoly*. Trenčín: Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne.
- Jiráček, Jan – Köpplová, Barbara. 2009. *Masová média*. Praha: Portál.
- Koprda, Tomáš – Polakevičová, Ivana. 2014. „Gruenov transfer v nákupných centrách – aspekt manipulácie v oblasti vizuálnej komunikácie.“ Pp. 493–498 in *Sociálne poslanstvo Jána a Pavla II. pre dnešný svet „Univerzita“ ako miesto dialógu. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie konanej v dňoch 29. – 30. apríla 2014 v Poprade*. Ružomberok: Verbum.
- Petránska, Lívia. 1999. „Periodická tlač na Slovensku v rokoch 1997–1999.“ Pp. 189–195 in *Otázky žurnalistiky* 42 (3).
- Punch, Keith, F. 2008. *Úspešný návrh výzkumu*. Praha: Portál.
- Trampota, Tomáš – Vojtěchovská, Martina. 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál.
- Sečík, Ivan. 1994. „Vývoj systému periodickej tlače na Slovensku.“ Pp. 265–273 in *Otázky žurnalistiky* 37 (4).
- Sečík, Ivan. 1995. „Vývojové tendencie trhu periodickej tlače na Slovensku.“ Pp. 193–202 in *Otázky žurnalistiky* 38 (3).
- Sečík, Ivan. 1996. „Zmeny systému periodickej tlače na Slovensku po roku 1989.“ Pp. 303–309 in *Otázky žurnalistiky* 39 (4).
- Tušer, Andrej. 2011. „Slovenská periodická tlač v rokoch 1990–2010.“ Pp. 94–105 in *Otázky žurnalistiky* 54 (1–2).