

Oglašavanje u dnevnim listovima u Srbiji u periodu od 1. oktobra do 31. decembra 2024. godine

autor: Bojan Cvejić

Beograd, februar 2025.

Uzorak i metodologija

Istraživanje „Oglašavanje u dnevnim listovima u Srbiji“ obuhvatilo je devet dnevnih novina (štampana izdanja) koje imaju nacionalnu pokrivenost: Danas, Informer, Blic, Alo, Nova, Srpski telegraf, Politika, Kurir i Večernje novosti, u periodu od 1. oktobra do 31. decembra 2024. godine. Uzorkom su obuhvaćene sve redovne stranice novina, redovni specijalizovani dodaci i specijalni i sponzorirani dodaci.

Istraživanje je zasnovano na kvantitativnoj analizi sadržaja, odnosno prebrojavanju oglasa, njihovog prostora u novinama i ko su oglašivači. Oglasima su obuhvaćeni samo materijali brendova koji ne nose isti naziv kao novine u kojima su objavljeni. Listovi koji reklamiraju svoje televizije, portale i druge proizvode s istim imenom, takozvano interno oglašavanje nije obuhvaćeno istraživanjem.

Oglasi su klasifikovani u pet grupa: klasični oglasi, plaćeni promo (PR) tekstovi, neobeleženi PR tekstovi, mali oglasi i takozvani „crno-beli oglasi“ u vidu javnih poziva, konkursa, obaveštenja, rešenja koja su državni organi, preduzeća i druge institucije dužne po zakonima i propisima da objavljuju u javnim glasilima.

Tri od devet obuhvaćenih dnevnih listova – Politika, Večernje novosti i Danas kao jedan od izvora prihoda imaju i čitulje, koje nisu bile predmet ovog istraživanja.

Poređenje podataka u odnosu sa cenama oglašavanja po listovima nije bilo moguće izvesti, pošto pojedini listovi nemaju javno objavljene cenovnike, dok s druge strane većina njih na svojim portalima nije ažurirala cene odnosno nisu objavljene važeće.

Opšti rezultati istraživanja

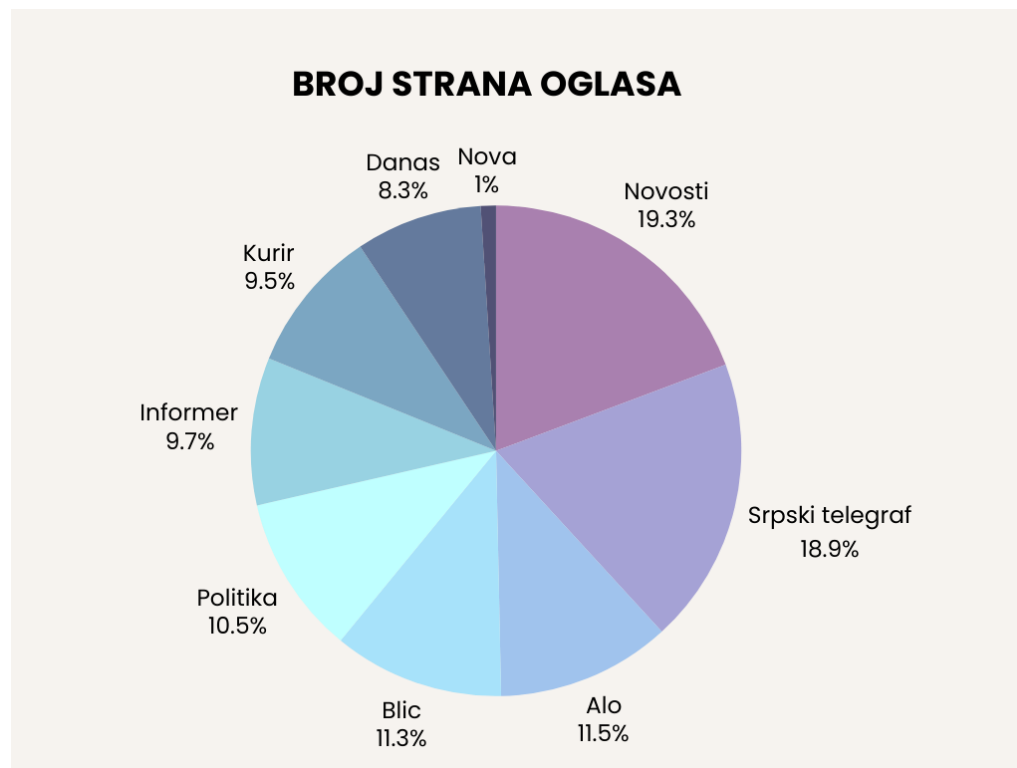
Za tri meseca u devet dnevnih novina objavljeno je ukupno 5.734 oglasa na 1.996,34 strane. Najviše je u poslednjem tromesečju prošle godine bilo klasičnih oglasa 2.244, potom „crno-belih oglasa“ – 1.234, pa malih oglasa 1.191. Neobeležnih PR tekstova bilo je 289, a regularnih PR tekstova 259.

Najviše oglasa objavljeno je u Politici (1.367), slede Novosti (1.266), Srpski Telegraf (947), Blic (491), Alo (466), Kurir (419), Danas (372), Infomer (360) i Nova (46).

Međutim, imajući u vidu da su oglasi različitih veličina, a što su većih dimenzija skuplji je i zakup prostora, po broju strana koje su zauzeli oglasi rang lista novina izgleda znatno drugačije, ali i relevantnije. Ovo je naročito bitno, jer u Politici i Večernjim novostima postoji veliki broj malih oglasa koji su najjeftiniji i zauzimaju mali prostor u novinama.

U skladu sa tim, najviše prostora za oglase u istraživanom periodu bilo je u Večernjom novostima – 384,98 strana, a na drugom mestu je Srpski telegraf sa 377,43 strane. Slede Alo sa

229,21 stranom, Blic sa 224,67, Politika sa 209,62, Informer sa 194,28, Kurir sa 189,58 strana, Danas sa 166,58 strana i na kraju Nova sa svega 19,99 strana.

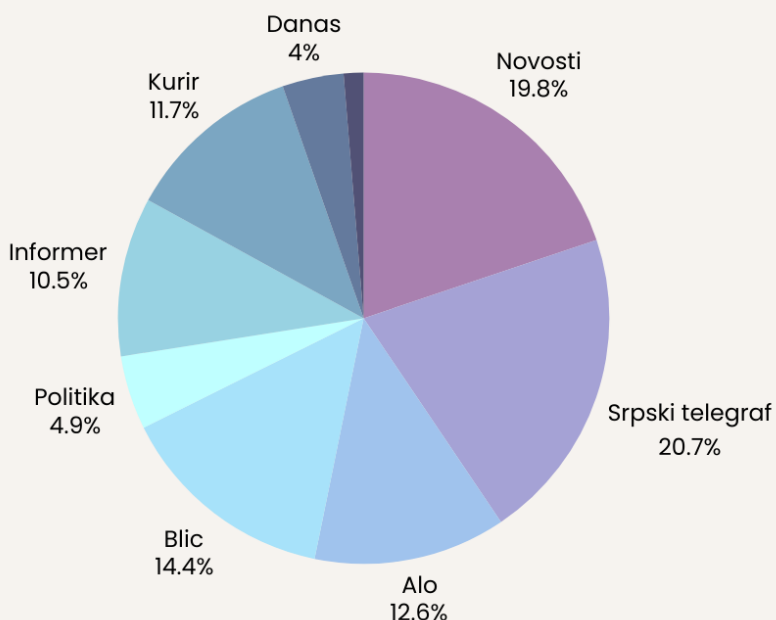


Klasično oglašavanje

Kako bismo imali pravu sliku o tržištu oglašavanja u dnevnoj štampi u Srbiji, u ovom delu predstavljanja rezultata istraživanja fokus će biti na klasičnom, „pravom“ komercijalnom oglašavanju. Tim pojmom obuhvaćeni su oni oglasi koji se prodaju po komercijalnim cenama i koje kompanije namenski plaćaju zarad promocije svojih proizvoda i usluga. U tu grupu spadaju klasični oglasi, PR tekstovi i neobeleženi PR tekstovi, te su u predstavljanju rezultata u ovom odeljku isključeni mali i „crno-beli“ oglasi.

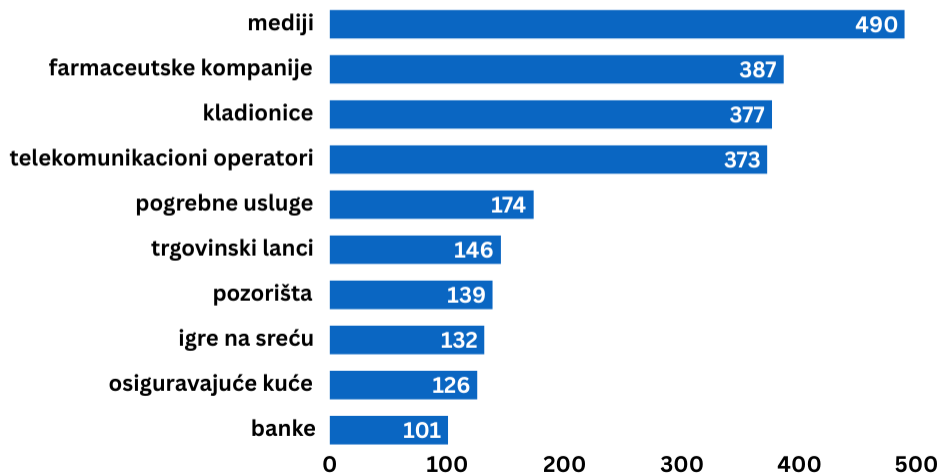
Takvih oglasa u devet listova u poslednja tri meseca godine bilo 2.792 na 1.530,81 strani. Po broju oglasa i po broju strana koje su ti oglasi zauzeli, raspored novina se uglavnom poklapa. Najviše takvih oglasa objavljeno je u Srpskom telegrafu – 803 na 317,21 strani, na drugom mestu su Večernje novosti sa 619 oglasa na 303,63 strane, a na trećem Blic sa 481 na 221,2 strani. Slede Kurir sa 394 oglasa na 178,73 strane, Alo sa 383 na 193,59 strana, Informer 273 na 160,23 strane, Politika 218 na 74,4 strane, Danas 92 oglasa na 61,83 strane, te Nova sa 46 oglasa na 19,99 strana.

BROJ STRANA KLASIČNIH OGLASA



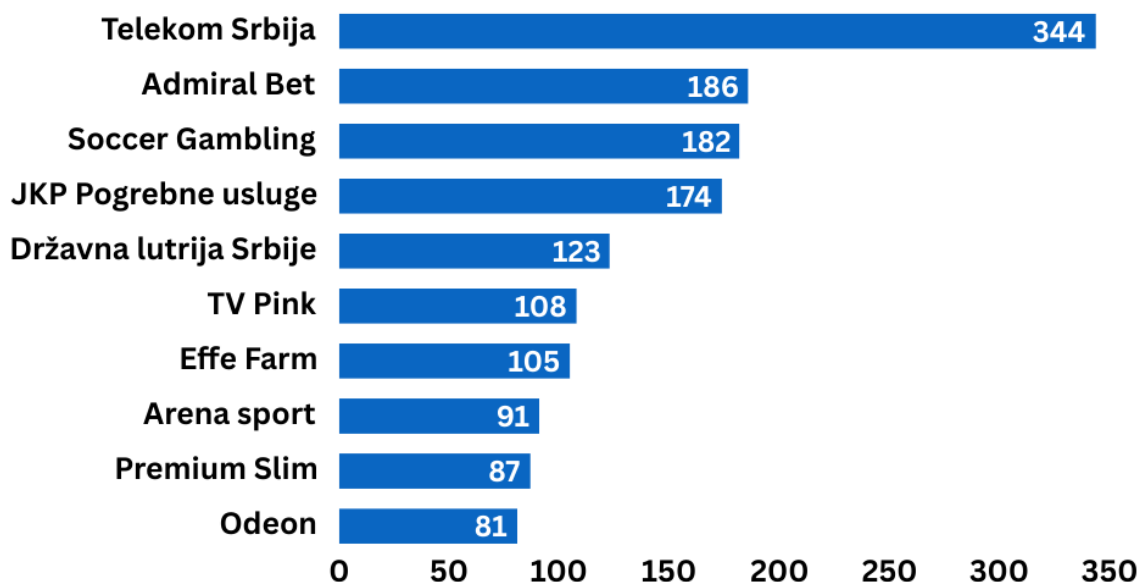
Posmatrajući po delatnostima, najviše su se u dnevnim novinama oglašavali mediji – 490 puta, onda farmaceutske kompanije sa 387 oglasa, kladionice sa 377 oglasa i telekomunikacioni operatori sa 373 oglasa. U deset delatnosti sa najvećim brojem oglasnih poruka u dnevnoj štampi su i pogrebne usluge – 174 oglasa, trgovinski lanci – 146, pozorišta - 139, igre na sreću – 132, osiguravajuće kuće – 126 i banke – 101.

10 najvećih industrija



U prvih deset oglašivača sa najvećim brojem oglasa su Telekom Srbija (344 oglasa), Admiral Bet (186, svi u Srpskom telegrafu), Soccer Gambling (182, svi u Srpskom telegrafu), Pogrebne usluge (174, svi u Politici i Večernjim novostima), Državna lutrija Srbije (123), TV Pink (108), Effe Farm (105, svi u Srpskom telegrafu), Arena Sport (91, svi u listu Alo), Premium Slim (87, svi u Blicu) i pozorište Odeon (81).

10 najvećih oglašivača



U drugih deset spadaju Dunav osiguranje (75 oglasa), Vitalis (67), NIS (58), Pečat (58), Pošta Srbije (52), Lidl (48), LaserMed Beograd (47), Idea, Roda i Mercator (42), RTV Pančevo (42) i Auto-moto savez Srbije (AMSS) (41).

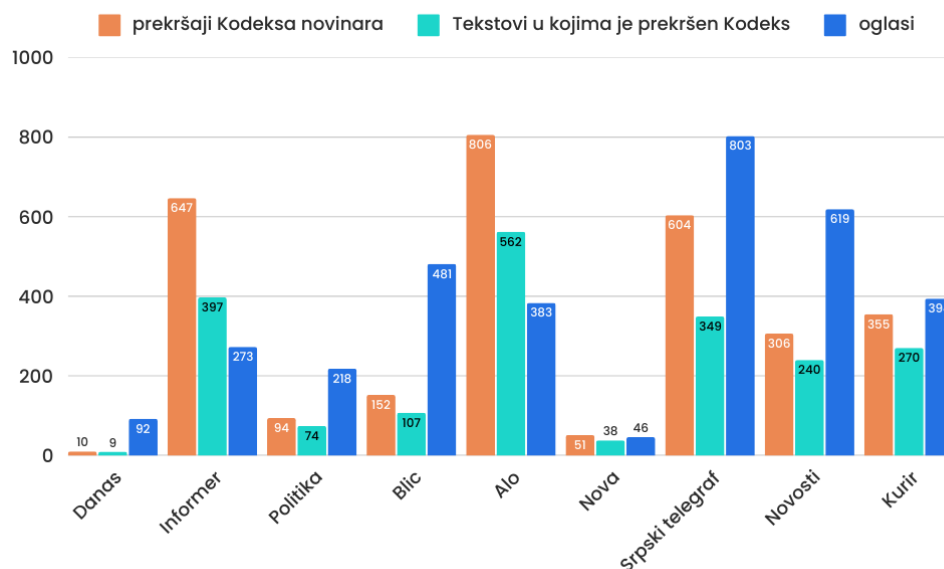
Oglašivači i broj prekršaja Kodeksa novinara po medijima

Alo sa najvećim brojem nepoštovanja Kodeksa novinara u periodu od oktobra do decembra 2024. godine (806 u 562 teksta) na svojoj listi oglašivača s najvećim brojem plaćenih poruka ima Arenu Sport (91 oglas), Telekom Srbiju (78), Državnu lutriju Srbije (25), TV Pink (21) i RTV Pančevo (19).

Informer je imao 647 prekršaja kodeksa u 397 tekstova, a među „top pet“ oglašivača u tom periodu nalaze se Telekom Srbija (60 oglasa), Državna lutrija Srbije (26), Idea, Roda i Mercator (17), TV Pink i Lilly (po 15) i Blagovesti preparat (13).

Novine Srpski telegraf su u „top tri“ po nepoštovanju Kodeksa novinara (604 prekršaja u 349 tekstova), ali uprkos tome imaju lojalne oglašivače od kojih su se najveći oglašavali isključivo kod njih. Među njima su Admiral Bet (186 oglasa), Soccer Gambling (182), Effe Farm (65), Telekom Srbija (57) i Državna lutrija Srbije (45).

OGLAŠAVANJE I POŠTOVANJE KODEKSA NOVINARA



List Kurir je, prema istim podacima, imao 355 prekršaja Kodeksa u 270 tekstova. Na prvom mestu oglašivača sa najvećim brojem objavljenih plaćenih poruka je Zlatara Dok – 37 oglasa, koji su svi bili malih dimenzija. Na drugom mestu je Dunav osiguranje (23), trećem Sasomange i Telekom Srbija (po 22), onda LaserMed Beograd (20) i Vitalis (14 oglasa).

Pogrebne usluge su najveći oglašivač po broju oglasa u Večernjim novostima, u kojima su za tri meseca imali 85 oglasa, doduše malih dimenzija i u crno-belom varijanti. Slede Telekom Srbija (65), Pečat (58), Vitalis (53), ESI Srbija i Državna lutrija Srbije (po 27). Novosti su, prema monitoringu Saveta za štampu, Kodeks novinara Srbije prekršile 306 puta u 240 tekstova u periodu od 1. oktobra do 31. decembra 2024. godine.

U Blicu koji je imao 152 etička prekršaja, prema podacima Saveta za štampu, od oktobra do decembra najviše su se oglašavali Premium Slim (87 oglasa), Telekom Srbija (36), izdavačka kuća Golconda (27), MTS dvorana (22) i LaserMed Beograd (21).

U Politici su najveći broj oglasa imali JKP Pogrebne usluge (89), Telekom Srbija (26), Prizma (13), Pošta Srbije (8) i Audiovox (6). Politika je u tom periodu imala 94 prekršaja Kodeksa u 74 teksta.

List Nova je u poslednja tri meseca 2024. godine imao 51 prekršaj kodeksa u 38 tekstova, a među najvećim oglašivačima u tom listu u istom periodu bili su nedeljnik Radar (21 oglas), SBB (8), Lidl (6) i Neuroth (3).

U dnevnom listu Danas, koji je, prema monitoringu Saveta za štampu, u istom periodu napravio 10 prekršaja Kodeksa novinara u devet tekstova, najveći broj oglasa imali su Nova TV (27), nedeljnik Radar (13), Nedeljnik (12), nevladina organizacija Astra (9) i SBB (6).

„Crno beli oglasi“

U okviru ovog istraživanja pod „crno-belim oglasima“ podrazumevani su oglasi državnih organa, preduzeća i drugih institucija koje su po zakonima i propisima dužne da objavljuju javne pozive, konkurse, obaveštenja, rešenja i druge odluke u javnim glasilima. Za tu svrhu takvi „oglašivači“ imaju ograničeni budžet, a mediji usluge objavljivanja takvih poruka dobijaju putem tendera.

Po broju oglasa i objavljenih strana, po ovom pitanju prednjači list Politika, koji je u poslednja tri meseca prošle godine imao 366 crno-belih oglasa na 128,7 strana. Na drugom mestu je list Danas sa 261 oglasom na 104,75 strane, slede Novosti sa 258 na 78,35 strana, Srpski telegraf sa 144 na 60,22 strana, Informer sa 87 na 34,05 strana, Alo sa 83 na 35,62 strane, Kurir sa 25 na 10,85 strana, pa Blic sa 10 oglasa na 3,47 strana. List Nova su jedine dnevne novine u Srbiji koje nisu imale ovakvu vrstu oglasa.

Ne računajući brojne državne institucije, po broju ovakvih oglasa koji nisu štampani u boji prednjače oglasi lokalnih samouprava (489), zatim sudova (185 oglasa), preduzeća (173) i ministarstva (156).

