

SMJERNICE O PRENOŠENJU MEDIJSKOG SADRŽAJA



U cilju promicanja profesionalizma i etike u digitalnom novinarstvu, Hrvatska udruga digitalnih izdavača (HUDI) donosi *Smjernice o prenošenju medijskog sadržaja*, uz sudjelovanje Udruge nakladnika informativnih publikacija (UNIP), Hrvatske udruge poslodavaca – Udruga novinskih izdavača (HUP-UNI) i Društva za zaštitu novinarskih autorskih prava (DZNAP)

Ove smjernice služe kao temeljna pravila za prenošenje medijskog sadržaja između nakladnika u Republici Hrvatskoj, promičući suradnju i fer prenošenje među članovima HUDI-ja, članovima UNIP-a, članovima HUP-UNI-ja, članovima DZNAP-a i šire. Dokument predstavlja dopunu postojećim regulativama na tržištu s ciljem uređenja prijenosa sadržaja između različitih medijskih platformi, čime se pridonosi stabilnosti i razvoju te uređenju pravila ponašanja na tržištu.

Glavni ciljevi Smjernica usmjereni su na zaštitu tržišta i sadržaja putem transformativnog prenošenja što je ključno za osiguravanje da se medijski sadržaj koristi na pravedan način. Ovo uključuje uspostavljanje jasnih pravila o tome kako i na koji način se sadržaj može prenositi, s ciljem sprječavanja neautoriziranog širenja i zloupotrebe. Nadalje, Smjernice će olakšati kolaboraciju između članica HUDI-ja te drugih uključenih organizacija i razmjenu sadržaja putem jasno definiranih pravila čime se omogućuje članovima da dijele resurse i informacije. HUDI je ujedno izradio platformu koja HUDI članovima te drugim partnerima omogućuje lakše prenošenje sadržaja, što dodatno potiče suradnju i razmjenu sadržaja unutar industrije. Ove Smjernice su temelj za izgradnju snažnog i održivog digitalnog medijskog ekosustava.

HUDI, UNIP, HUP-UNI i DZNAP donose ove Smjernice o prenošenju medijskog sadržaja (dalje u tekstu: Smjernice) kojima se utvrđuju preporuke načina prenošenja Medijskog sadržaja između Nakladnika u Republici Hrvatskoj.

U sklopu ovih Smjernica niže navedeni pojmovi imaju sljedeće značenje:

1. Nakladnik je svaka pravna osoba koja izdaje elektroničku publikaciju te stvara Medijski sadržaj u Republici Hrvatskoj.
2. Medijski sadržaj je svaki tekst objavljen od strane Nakladnika isključivo u elektroničkoj publikaciji koje je nakladnik, ne obuhvaćajući društvene mreže i druge platforme za razmjenu sadržaja (kao npr. You Tube), a koji spada pod urednički oblikovan sadržaj. Medijski sadržaj nisu oglasi i druge komercijalne komunikacije (npr. native članak). Medijski sadržaj, u kontekstu ovih Smjernica, ne uključuje video isječke i fotografije te drugi grafički sadržaj (kao npr. infografike).

Članak 1.

Svi Nakladnici koji su članovi HUDI-ja, UNIP-a i HUP-UNI-ja te članovi DZNAP-a pridržavat će se ovih Smjernica u dobroj vjeri, za cijelo vrijeme trajanja svojeg članstva.

Za sve koji nisu članovi uključenih organizacija (ili su prestali biti članovi) preporučuje se pridržavanje istih u dobroj vjeri.

Članak 2.

Svi nakladnici članovi HUDI-ja, UNIP-a i HUP-UNI-ja te članovi DZNAP-a upoznati su sa sadržajem ovih Smjernica te pristaju na sva prava i preporuke koje za njih proizlaze iz istih.

Članak 3.

Svaki Nakladnik ima pravo dogovoriti drugačiji način prenošenja sadržaja, na način da sklopi Sporazum o prenošenju Medijskog sadržaja s drugim Nakladnikom/cima ili utvrditi vlastita pravila prenošenja sadržaja, o čemu će obavijestiti uključene organizacije.

Takav Sporazum vrijedi samo između tih Nakladnika i ne utječe na primjenu ovih Smjernica u odnosu na ostale Nakladnike.

Članak 4.

Prenošenje Medijskog sadržaja preporučeno je uz pridržavanje sljedećih uvjeta:

1. svako prenošenje sadržaja jednog nakladnika u članku drugog nakladnika mora zadovoljiti kriterije **'fer korištenja sadržaja'**
 - prenošenje sadržaja treba imati transformativnu ulogu u odnosu na preneseni sadržaj; novi članak treba imati dodatne informacije, novi kontekst ili pregled iz drugog kuta na prenesenu informaciju
 - dozvoljeno je prenošenje informativnog sadržaja u minimalnom omjeru potrebnom da se iznese informacija na temelju koje drugi izdavač taj sadržaj transformira i nadogradi vlastitim informacijama, analizom ili komentarom
 - autorski sadržaj: analizu, kolumnu, komentar i sl. nije dopušteno prenositi osim u funkciji polemike, dodatne analize, uspoređivanja stavova i sl; u ovim slučajevima dozvoljeno je prenositi onu količinu sadržaja koja omogućava daljnju analizu ili polemiku
 - izričito je zabranjeno prenošenje sadržaja na način kojim se na informativnom tržištu supstituira izvorni sadržaj (prenošenje ili prepričavanje cijeloga članka, skraćeno preuzimanje svih bitnih informacija u članku) i time nanosi direktnu ekonomsku štetu primarnom Nakladniku
 - u okviru fer prenošenja sadržaja, kada je u izvornom tekstu jasno naznačeno ime autora, preporučuje se da se pri prenošenju Medijskog sadržaja navede i ime tog autora, u skladu s dobrom novinarskom praksom i poštivanjem autorskih prava.

2. ukoliko se Nakladnik želi odreći navedenih prava iz stavka 1. ovog članka te omogućiti cjelovito prenošenje sadržaja za određeni članak ili više njih, može to učiniti objavljivanjem sadržaja na HUDI zaključanom dijelu portala namijenjenom prenošenju sadržaja

Članak 5.

1. Neovisno prenosi li se tekst prema kriterijima 'fer korištenja sadržaja' (članak 4, stavak 1) ili tekst u kojem se izvorni Nakladnik odrekao prava 'fer korištenja sadržaja' (članak 4, stavak 2) Nakladniku nije dozvoljeno prenošenje sadržaja bez navođenja drugog Nakladnika kao izvora u samom početku navođenja informacija ili teza iz članka te kada je u izvornom članku jasno naznačeno ime autora, u okviru fer prenošenja sadržaja preporučuje se, gdje god je to izvedivo, navesti i ime autora izvornog teksta (npr. 'Autor: Ime Prezime'), uz jasno označavanje izvornog Nakladnika;
 - kada se radi o novinarskim priložima/tekstovima koji predstavljaju rezultat rada novinara pojedinog Nakladnika, prilikom prenošenja takvog sadržaja potrebno je navesti primarni izvor (uz link) tog medijskog sadržaja (primjer: "Vijest donosi [HUDI](#)", ako je vijest objavljena na www.hudi.hr);
 - u smislu preporuke navođenja primarnog izvora medijskog sadržaja, „izvorom“ se smatra medijski brend Nakladnika, odnosno domena na kojoj je medijski sadržaj objavljen, te se domena mora i navesti kao izvor medijskog sadržaja;
 - za tekst koji se prenosi u drugom mediju, i kao takav se dijeli na društvenim mrežama drugog medija, preporučuje se tagirati i medij „primarnog izvora“ (@Hrvatska udruga digitalnih izdavača), no nije obvezno;
 - uz navođenje primarnog izvora i poveznice, preporučuje se navođenje i imena autora izvorno objavljenog teksta, ako je ono dostupno.

Članak 6.

Medijski sadržaj koji je dostupan isključivo putem digitalne pretplate izričito je zabranjeno prenositi na način kojim se na informativnom tržištu supstituira izvorni sadržaj (prenošenje ili prepričavanje cijelog članka, skraćeno preuzimanje svih bitnih informacija u članku) i time nanosi direktnu ekonomsku štetu primarnom Nakladniku, osim ako se Nakladnik nije odrekao prava objavljivanjem sadržaja na HUDI zaključanom dijelu portala namijenjenom prenošenju sadržaja ili dogovorio drugačiji način prenošenja sadržaja, na način da sklopi Sporazum o prenošenju Medijskog sadržaja s drugim Nakladnikom/icima ili utvrdi vlastita pravila prenošenja sadržaja, o čemu će obavijestiti uključene organizacije.

Članak 7.

Nakladnici i članovi uključenih organizacija utvrđuju da je cilj Smjernica,

- Primarno, poštivanje tuđeg autorskog sadržaja i rada djelatnika medijskih redakcija između Nakladnika u Republici Hrvatskoj,
- Sekundarno, uređenje odnosa u vezi prenošenja Medijskog sadržaja između Nakladnika u Republici Hrvatskoj.

Zagreb, 26.03.2026.

Potpisnici:

Zoran Turković, predsjednik, Hrvatska udruga digitalnih izdavača

Tomislav Wruss, predsjednik, Udruga nakladnika informativnih publikacija

Bojana Božanić Ivanović, predsjednica, HUP – Udruga novinskih izdavača

Goran Penić, predsjednik, Društvo za zaštitu novinarskih autorskih prava