

## ***Smjernice o prenošenju medijskog sadržaja***

Hrvatska udruga digitalnih izdavača (dalje u tekstu: HUDI) donosi 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 pridržavat će se ovih Smjernica u dobroj vjeri, za cijelo vrijeme trajanja svojeg članstva u HUDI-ju.

Za sve Nakladnike koji nisu članovi HUDI-ja (ili su prestali biti članovi) preporučuje se pridržavanje istih u dobroj vjeri.

### Članak 2.

Svi Nakladnici članovi HUDI-ja 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/icima ili utvrditi vlastita pravila prenošenja sadržaja, o čemu će obavijestiti HUDI.

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
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;
  - 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](http://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;

## 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 cijeloga 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 HUDI.

## Članak 7.

Nakladnici 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, 10.04.2025.

Potpisnici;

Matej Lončarić, predsjednik, Hrvatska udruga digitalnih izdavača

Ozren Kronja, izvršni direktor, Hrvatska udruga digitalnih izdavača

Ante Fumić, predsjednik Radne skupine za regionalne i tematske medije, Hrvatska udruga digitalnih izdavača