

Društvo za zaštitu novinarskih autorskih prava

Istraživanje

Portali u Hrvatskoj, sredstvo za informiranje ili manipuliranje?

Ivanka Toma

SADRŽAJ:

1. Istraživanje
2. Struktura i broj portala u Upisniku Agencije za elektroničke medije
3. Zakonodavni okvir
4. Raspored portala po županijama i zapažanja
5. Financiranje portala
6. Anketa među portalima
7. Analiza sadržaja portala
8. Zaključak

UVOD

Agencija za elektroničke medije (AEM) procjenjuje da će do kraja 2022. godine u Hrvatskoj biti više od 500 portala. Smatraju da je to golema brojka i ističu kako je nadmašila broj radija i televizija te svih ostalih medijskih usluga u Hrvatskoj zajedno! Pritom sumnjaju u to da se neki portali pokreću zato da bi bili „ozbiljni mediji” i smatraju da bi se prije radilo o projektima s ciljem lakog i jednostavnog dopiranja u javnost.

Unatoč vlastitom alarmantnom zapažanju, AEM u Izvješću Hrvatskom saboru za 2021. godinu od ukupno 240 stranica, na kojima zastupnicima referira stanje u elektroničkim medijima, portalima posvećuje svega tri stranice.

Novi Zakon o elektroničkim medijima stupio je na snagu 22. listopada 2021. godine. Elektroničke publikacije (odnosno portali) obrađuju se u Glavi XIII, a na njih se odnosi jedan jedini zakonski članak (94.) koji se u šest stavaka referira na ostale zakonske norme koje se adekvatno primjenjuju na portale. U odnosu na portale Zakon iz 2021. godine donio je dvije novosti, jednu s pozitivnim te jednu s negativnim posljedicama.

Pozitivna je što tijela lokalne i regionalne samouprave prilikom dodjele sredstava elektroničkim medijima moraju objaviti javni poziv i navesti kriterije po kojima im dodjeljuju financijska sredstva. Negativna je što su komercijalni portali dobili pristup Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija što dodatno potiče otvaranje novih portala kojima je primarni cilj apliciranje za financijske poticaje. Uostalom, apliciranje za financijska sredstva vrlo je često i jedini motiv zbog kojega se portali upisuju u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija.

Kriteriji za upis su do svibnja ove godine bili regulirani Preporukama koje je Vijeće za elektroničke medije usvojilo još 2014. godine. U svibnju je stupio na snagu Pravilnik o uvjetima za upis u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija koji je za nove portale donio i neka nova pravila.

U Preporukama je bilo sedam kriterija za uvođenje u Upisnik. Najvažniji su bili: da portal mora objaviti najmanje tri vlastita sadržaja tjedno, da svaki autorski tekst mora biti potpisan imenom i prezimenom autora te da se za svaki tekst koji se prenosi mora navesti iz kojeg je izvora. U praksi se pokazalo da gotovo 30 posto portala ne ispunjava ove kriterije, a trećina komercijalnih portala ne potpisuje autore tekstova i priloga imenom i prezimenom što govori da nemaju novinare, odnosno ne bave se novinarstvom.

Novi Pravilnik više ne traži objavu autorskih tekstova, nego kaže da komercijalni portal mora objaviti najmanje 15 tekstova mjesečno, bilo kakvih, a neprofitni osam tekstova mjesečno. Kaže da svi tekstovi moraju biti potpisani i mora biti naveden njihov izvor, a autorski tekstovi imenom i prezimenom autora.

AEM provjerava ispunjavaju li pružatelji elektroničkih publikacija kriterije, no pokazuje se kako je to, s obzirom na njihove kapacitete, preobiman posao, posebno ako se uzme u obzir činjenica da je portala sve više.

Ne postoje podaci o broju novinara koji su zaposleni na portalima, o tome kakav je njihov radni status – jesu li zaposleni na neodređeno, na ugovor o djelu, rade li honorarno, kao ni o njihovim plaćama. Kvaliteta sadržaja koji se objavljuje na portalima i status novinara koji na njima rade teme su s kojima se nitko ne bavi.

1. ISTRAŽIVANJE

Istraživanje je provedeno s ciljem promicanja i zaštite novinarskih autorskih prava, poticanja novinarske kreativnosti i vrednovanja novinarskog autorskog rada, te unapređenja društvenog i materijalnog položaja novinara.

Za potrebe istraživanja pribavila sam podatke iz Upisnika pružatelja elektroničkih publikacija. Osnivači, odnosno pružatelji elektroničkih publikacija (portala) mogu biti pravne osobe koje su upisane u sudski registar, u registar obrtnika ili registar udruga. Pružatelji elektroničkih publikacija nemaju obavezu svoje portale upisati u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija pri AEM-u, no kako je to uvjet da bi aplicirali za javna sredstva, najveći broj portala je evidentiran pri ovom tijelu. Za one koji su ostali u „sivoj” zoni gotovo je nemoguće pribaviti podatke, a glavna prepreka je to što se registri trgovačkih sudova ne mogu pretraživati po djelatnostima.

Nakon uvida u Upisnik izdvojila sam komercijalne portale, a fokus istraživanja stavila na opće lokalne elektroničke publikacije kojih je najviše. Nacionalni portali uglavnom su vezani za nacionalne dnevne novine i televizije, a svega je nekoliko pružatelja, kao što su Telegram i Indeks, koji imaju samo elektroničke publikacije na nacionalnoj razini.

Da bi se dobila slika o 275 portala na kojima je bio fokus istraživanja sve sam ih neposredno kontaktirala. Poslala sam im upitnik sa deset pitanja pojašnjavajući da je riječ o istraživanju za Društvo za zaštitu novinarskih autorskih prava (DZNAP) te istaknula kako je cilj istraživanja stvaranje slike o uvjetima u kojima rade portali, o tome kako se snalaze na tržištu, u kakvoj su situaciji novinari te, konačno, jesu li nakon prošlogodišnjih izmjena Zakona o elektroničkim medijima usvojena adekvatna rješenja koja se odnose na portale. Naglasila sam da će mi sve informacije služiti isključivo za analizu i stvaranje uvida u kompletniju sliku, da nipošto neću objavljivati poslovne ni bilo koje druge podatke o portalu, davati ocjene portala niti ga poimence navoditi u bilo kojem kontekstu. Unatoč tome, od njih 275 na upitnik je odgovorio svega 21 portal!

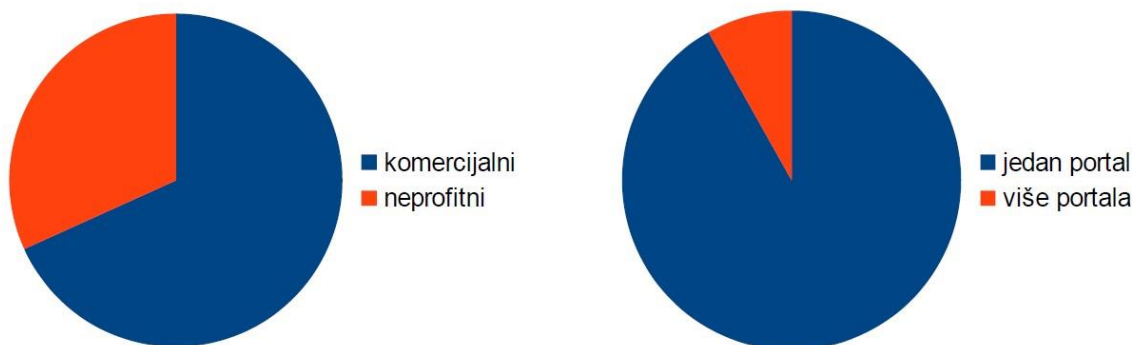
Svim županijama (uključujući Grad Zagreb) i svim gradovima, što je ukupno 147 tijela lokalne samouprave, poslala sam zahtjeve u kojima sam tražila informacije o iznosima s kojima su tijekom 2021. i 2022. godine financirali portale te podatke o tome kojim su portalima dodijeljena sredstva i po kojim kriterijima. Dio jedinica lokalne samouprave se unatoč zakonskoj obavezi da omogućće pristup informacijama potpuno oglušio na zahtjev, a dio njih je poslao nepotpune odgovore.

Od Agencije za elektroničke medije zatražila sam podatke o iznosima koja tijela javne vlasti i poduzeća u potpunom ili pretežitom vlasništvu Republike Hrvatske uplaćuju portalima u sklopu zakonske obaveze da 15 posto godišnjeg iznosa sredstava namijenjenih promidžbi ili oglašavanju svojih usluga ili aktivnosti moraju utrošiti na oglašavanje u audiovizualnim ili radijskim programima regionalnih i lokalnih nakladnika televizije i/ili radija i/ili kod portala upisanih u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija.

Kako bih dobila što bolji uvid u sadržaj portala provela sam vlastitu analizu 20 portala. Nasumično sam odabrala po jedan portal u svakoj županiji (s iznimkom Grada Zagreba) i tjedan dana pratila njihove objave. Proučila sam zakonodavni okvir i podzakonske akte koji se odnose na portale uspoređujući ranije i aktualne propise te izvješće Vijeća za elektroničke medije za 2021. godinu dostavljeno Hrvatskom saboru.

2. STRUKTURA I BROJ PORTALA U UPISNIKU AGENCIJE ZA ELEKTRONIČKE MEDIJE

Na dan 12.4.2022. u Upisniku je zabilježeno ukupno 406 pružatelja elektroničkih publikacija, od čega 277 komercijalnih i 129 neprofitnih. Upisnik formalno upisuje pružatelje, odnosno pravne osobe.



Od svih upisanih pružatelja, njih 33 imaju više od jednog portala (30 komercijalnih i tri neprofitna pružatelja imaju više od jednog portala) pa stoga broj portala premašuje broj pružatelja elektroničkih publikacija. Na dan 12.4.2022. u Upisniku je bilo 476 portala, od čega ih je 342 pripadalo komercijalnim poslužiteljima, a 134 neprofitnima.

Tijekom prošle 2021. godine AEM je obradio 112 prijave za upis u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija, od čega se šest odnosilo na zahtjeve od godine ranije. U 56 predmeta su utvrdili da prijave ispunjavaju uvjete za upis, a u 50 nisu bili ispunjeni uvjeti ili je došlo do promjene kod pružatelja, odnosno ispisao se stari, a upisao novi vlasnik portala. Od 56 novoupisanih portala 53 su komercijalna, a tri neprofitna.

Agencija jednom godišnje provodi reviziju upisnika i tom prilikom brišu portale koji ne ispunjavaju uvjete, no od formiranja prvog Upisnika 2009. godine (u njemu su tada bila 64 portala) pa do danas, Agencija je samo jednom napravila analizu Upisnika koja je dala nešto širu sliku o strukturi elektroničkih publikacija.

Ona je pokazala kako je 75 posto portala samostalno, gotovo 13,7 posto su „e“ inačice tiskanih medija, 4,5 posto su „e“ dodatak radiju, isto toliko su „e“ dodatak televizijama, a nešto više od jedan posto su „e“ dodatak internetskom radiju. Nešto manje od 60 posto svih portala spada u skupinu općih, dok je 40 posto specijaliziranih. Pritom je udio općih portala još veći kod komercijalnih, dok su specijalizirani više prisutni kod neprofitnih elektroničkih publikacija.

Od svih općih komercijalnih portala njih 75 posto odnosi se na lokalne (koji su u fokusu ovog istraživanja), na nacionalne se odnosi 20 posto, a na regionalne preostalih pet posto.

Analiza Upisnika iz 2020. godine pokazala je da svega 70 posto portala u potpunosti ispunjava formalne uvjete za upis koji su se tražili Preporukama iz 2014. godine i vrijedili do proljeća ove godine, da ih 21 posto ispunjava djelomično, 5 posto ih uopće ne ispunjava, dok ih 3 posto uopće više nije bilo aktivno.

Kod komercijalnih portala više od 50 posto je imalo problem s neobjavlivanjem više od tri autorska teksta u tjedan dana, 33 posto njih nije potpisivalo autore, a dva posto nije imalo *impressum*.

3. ZAKONODAVNI OKVIR

Rad portala reguliran je Zakonom o elektroničkim medijima i Preporukom o upisu pružatelja elektroničkih publikacija u Upisnik pružatelja medijskih usluga elektroničkih publikacija i neprofitnih proizvođača audiovizualnog i/ili radijskog programa (sada Pravilnikom o uvjetima za upis u Upisnik elektroničkih publikacija).

Zakon o elektroničkim medijima (NN 111/2021) daje sljedeće definicije:

- **Elektroničke publikacije** su urednički oblikovani, proizvedeni ili prikupljeni medijski sadržaji koje putem interneta objavljuju pružatelji usluga elektroničkih publikacija u svrhu javnog informiranja, zabave ili obrazovanja.
- **Elektronički mediji** su audiovizualni programi, radijski programi i elektroničke publikacije.
- **Pružatelj elektroničke publikacije** je pravna ili fizička osoba koja pruža uslugu elektroničkepublikacije i odgovorna je za njezin sadržaj.

Portali su obrađeni u glavi XIII. Zakona, a na njih se izravno odnosi samo članak 94. koji u šest stavaka obrađuje to područje, mahom se referirajući na druge zakonske odredbe koje se primjenjuju i na portale. Pružatelje elektroničkih publikacija poziva se da štite maloljetnike, onemogućue sadržaj koji bi poticao na nasilje i mržnju, kao i na propisanu paletu kaznenih djela, a nakon toga ih se poziva na poštivanje autorskih i srodnih prava.

Nakladnik, odnosno pružatelj kada je riječ o portalu, odgovoran je za cjelokupni sadržaj portala, uključujući i onaj koji objave korisnici ukoliko je propustio registrirati korisnika i jasno ga upozoriti na pravila.

Dalje se u članku kaže da „fizička i pravna osoba mora podnijeti prijavu za upis u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija koji vodi Agencija... U Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija upisuju se one elektroničke publikacije koje ispunjavaju uvjete propisane zakonom kojim se uređuje područje medija te uvjete koje propiše Vijeće pravilnikom”.

U članku 6. Zakon o elektroničkim medijima kaže da „**djelatnost pružanja** audio i/ili audiovizualnih medijskih usluga, **usluga elektroničkih publikacija**, kao i usluga platformi za razmjenu videozapisa obavlja pružatelj **upisan u sudski ili drugi odgovarajući registar** u Republici Hrvatskoj te ako uz opće uvjete ima sjedište i uredništvo u Republici Hrvatskoj”. Propisano je i nekoliko iznimki.

Članak 25. kaže da su „**pružatelji medijskih usluga i elektroničkih publikacija** dužni najkasnije do 10. svibnja tekuće godine putem informacijskog sustava pružatelja medijskih usluga na mrežnim stranicama Agencije dostaviti Agenciji **izvješće o ostvarenim prihodima za prethodnu godinu**.

Članci 38. i 39. odnose se na financiranje. Po njima „tijela državne uprave i javne ustanove kojima je osnivač Republika Hrvatska, kao i pravne osobe u vlasništvu ili pretežitom vlasništvu Republike Hrvatske **dužne su 15 posto godišnjeg iznosa namijenjenog promidžbi ili oglašavanju svojih usluga ili aktivnosti utrošiti na oglašavanje u** audiovizualnim ili radijskim programima regionalnih i lokalnih nakladnika televizije i/ili radija i/ili **kod pružatelja elektroničkih publikacija upisanih u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija**.

Ako su sredstva za proizvodnju i objavljivanje programa regionalnih i lokalnih portala osigurana proračunima tijela državne uprave, javnim ustanovama, pravnih osoba u vlasništvu države ili proračunima jedinica lokalne samouprave, **odjeljuju se putem javnog poziva na temelju javno objavljenih kriterija**.

Bitan je članak 71. koji kaže da će se sredstvima Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija poticati proizvodnja i sadržaj, među ostalim, „**pružatelja elektroničkih**

publikacija, osim elektroničke verzije novina i časopisa, elektroničkih publikacija nakladnika televizije i/ili radija.

U članku 98. su prekršajne odredbe po kojima će se novčanom kaznom u iznosu od 100.000,00 do 1.000.000,00 kuna kazniti za prekršaj pravna osoba koja: „obavlja djelatnost pružanja audio ili audiovizualnih medijskih usluga odnosno pružanja usluga elektroničkih publikacija, a nije kao pružatelj medijskih usluga odnosno **pružatelj elektroničkih publikacija upisana u sudski ili drugi propisani registar** (članak 6.)”.

Drugi dokument koji se odnosi(o) na portale je **Preporuka o upisu pružatelja elektroničkih publikacija u Upisnik pružatelja medijskih usluga, elektroničkih publikacija i neprofitnih proizvođača audiovizualnog i/ili radijskog programa**. Preporuka više nije na snazi, ali treba istaknuti njen sadržaj jer su svi postojeći portali (njih 476 prema zadnjim podacima) upisanisukladno njenim odredbama.

U **Preporuci** je bilo navedeno sedam kriterija za upis poslužitelja u Upisnik:

1. Pružatelj elektroničke publikacije mora biti fizička ili pravna osoba upisana u sudski ili drugi propisani registar u Republici Hrvatskoj;
2. Elektronička publikacija mora biti medij;
3. Pružatelj elektroničke publikacije dužan je na vidnom mjestu osigurati objavu sljedećih podataka: tvrtku i sjedište, odnosno ime i prezime i prebivalište nakladnika, ime i prezime glavnog urednika, odnosno odgovornih urednika, te imena i prezimena urednika pojedinih programskih grupa, u skladu s unutarnjom organizacijom uredništva;
4. Elektronička publikacija mora imati glavnog urednika;
5. Elektronička publikacija mora objaviti najmanje tri (3) vlastita sadržaja tjedno;
6. Pružatelj elektroničke publikacije obvezan je uz svaki tekst i sadržaj objaviti podatke: datum objave, ime i prezime autora objavljenog priloga, osim ako se autor tome protivi, ime i prezime osobe, odnosno tvrtku nositelja autorskih prava glede objavljenih programskih sadržaja, naziv pravne, odnosno ime i prezime fizičke osobe koja čuva korišteno kulturno dobro ili arhivsko gradivo, odnosno odgovarajuću reprodukciju, naziv medija iz kojega je preuzet programski prilog ili isječak iz programskog priloga, osim ako je međusobnim ugovorom određeno drugačije;
7. Pružatelj elektroničke publikacije dužan je uz informacije koje se prenose iz drugih domaćih i inozemnih medija naznačiti medij iz kojega se informacija prenosi.

Pravilnik o uvjetima za upis u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija (NN 48/2022) u odnosu na Preporuke razlikuje se u nekoliko bitnih stvari.

Pružatelj elektroničkih publikacija mora imati statut medija, elektronička publikacija može objavljivati audio i audiovizualne sadržaje isključivo kao dopunu objavljenom tekstualnom sadržaju, uz svaki tekst mora biti naveden datum objave, koji mora biti vidljiv uz sâm tekst, te uz najavu teksta na naslovnoj stranici ako se tekst najavljuje i na naslovnoj stranici publikacije.

Ključni su članci 7., 8. i 9. Pravilnika koji umjesto tri autorska teksta tjedno kažu da komercijalni portal mora objavljivati najmanje petnaest (15) tekstova mjesečno, bez obzira na njihovu duljinu, novinarsku vrstu te rubriku u kojoj se objavljuju, dok neprofitni portal mora objavljivati najmanje osam (8) tekstova mjesečno bez obzira na njihovu duljinu, novinarsku vrstu te rubriku u kojoj se objavljuju.

Svi tekstovi objavljeni na portalu moraju biti potpisani i/ili mora biti naveden izvor ako se prenose. Nadalje, svi autorski tekstovi moraju biti potpisani imenom i prezimenom autora, osim iznimno, ako se autori tome izričito protive. Moguće je i korištenje inicijala ili drugih načina potpisivanja prema dogovoru autora i urednika.

Kod sadržaja koji se prenose, obvezno je navođenje izvora od kojeg/iz kojih se prenosi. Preporuke, a sada i Pravilnik, traže da svaka elektronska publikacija objavljuje impressum.

Portali moraju biti medij, a koristi se definicija medija iz Zakona o medijima (NN 59/2004).

Po njoj „**mediji su:** *novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike. Mediji nisu knjige, udžbenici, bilteni, katalozi ili drugi nositelji objavljivanja informacija koji su namijenjeni isključivo obrazovnom, znanstvenom i kulturnom procesu, oglašavanju, poslovnoj komunikaciji, radu trgovačkih društava, zavoda i ustanova, udruga, političkih stranaka, vjerskih i ostalih organizacija, školska glasila, »Narodne novine« Republike Hrvatske, službena glasila jedinicalokalne i područne (regionalne) samouprave i ostala službena priopćenja, plakati, letci, prospekti i transparenti, te video stranice bez žive slike i druge besplatne obavijesti, osim ako ovim Zakonom nije drukčije propisan*

4. RASPORED PORTALA PO ŽUPANIJAMA I ZAPAŽANJA

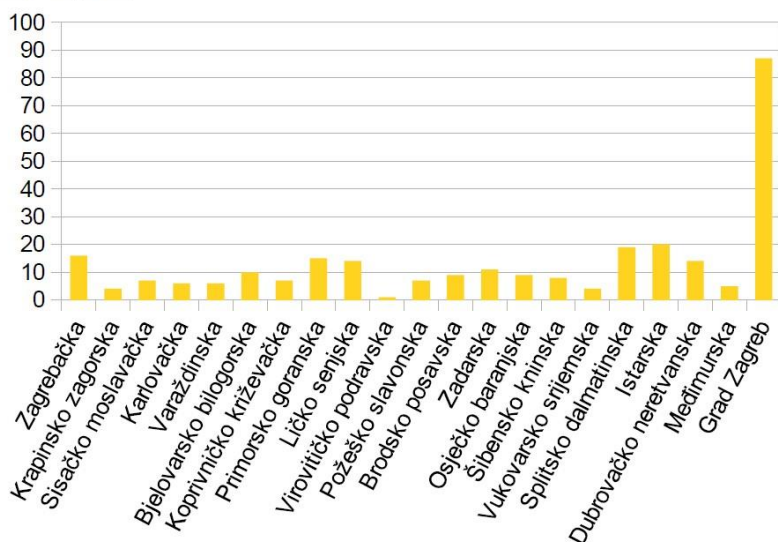
Od ukupno 275 portala koji su bili obuhvaćeni istraživanjem, najviše ih je (87) u Zagrebu. To je i očekivano budući da je Zagreb najveći grad, da u njemu živi četvrtina stanovništva Republike Hrvatske, da je gospodarski centar te da su u njemu koncentrirani gotovo svi nacionalni mediji.

Sve su ovo razlozi zbog kojih se nisam posebno bavila portalima u Zagrebu, nego je težište bilo na onima koji imaju lokalni karakter u punom smislu te riječi, a kojih je, na koncu, najviše. Tijekom istraživanja napravila sam uvid i u zagrebačke portale, a on je pokazao kako su svi problemi vezani za opće komercijalne portale u drugim mjestima diljem Hrvatske isti i za one čije je sjedište u Zagrebu.

U odnosu na Zagreb valja istaknuti nekoliko zapažanja: u njemu je većina specijaliziranih portala koji pokrivaju područja od najzastupljenijeg *lifestylea*, tematike sa ženskim prefiksom, *businessa*, mladih, ekonomije, vjerskih tema, problematike umirovljenika, obrane i sigurnosti, EU, aktivizma, radničkih prava, putovanja, mode, znanosti i tehnologije, civilnog društva, LGBT tematike, povijesti... Među specijaliziranim portalima podosta je onih koji se bave sportom, a tu sam naišla naprimjere portala sa sadržajem kojemu je teško naći poveznicu s novinarstvom, ali bi mogao poslužiti kao dobra podloga za kladenje. Doduše rijetko, ali u Zagrebu ima portala koji se bave tematikom teritorijalno vezanom za druga područja Hrvatske, posebno priobalje.

Pregled po županijama govori da u Zagrebačkoj županiji ima 16 portala, u Krapinsko-zagorskoj županiji 4, Sisačko-moslavačkoj 7, Karlovačkoj 6, Varaždinskoj 6, Bjelovarsko-bilogorskoj 10, Kopriivničko-križevačkoj 7, Primorsko-goranskoj 15, Ličko-senjskoj 14, Virovitičkoj 1, Požeško-slavonskoj 7, Brodsko-posavskoj 9, Zadarskoj 11, Osječko-baranjskoj 9, Šibensko-kninskoj 18, Vukovarsko-srijemskoj 4, Splitsko-dalmatinskoj 19, Istarskoj 20, Dubrovačko-neretvanskoj 14 te u Međimurskoj 15.

Portali po županijama



U Upisnik pružatelja elektroničke publikacije, koji je javno dostupan na internetskim stranicama AEM-a, unose se podaci o nazivu pružatelja, nazivu portala, ime odgovorne osobe, sjedište pružatelja, broj telefona i elektronska pošta, OIB pružatelja, te URL adresa portala. Uz ove podatke postoji samo još kolona u koju se upisuje da li je portal komercijalni ili neprofitan. Novi Pravilnik o uvjetima za upis u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija u ovome dijelu nije donio nikakve promjene.

Detaljniji pregled Upisnika otkriva kako su proteklih godina portali postali područje u kojemu su egzistenciju potražili brojni novinari koji su izgubili posao u nacionalnim medijima, ponajprije novinama. Kriza koja pisane medije potresa već više od 15 godina za posljedicu je imala gašenja dopisništava koja su nekada postojala u svim regionalnim, ako ne županijskim središtima. Zbog racionalizacije poslovanja, odnosno ušteda, dopisništva su ukinuta, a čitave regije svedene na eventualno jednog dopisnika. Novinari koji su postali višak u dnevnicima u svojim sredinama teško nalaze posao u srodnim zanimanjima (ako takvih uopće ima) pa izlaz vide u osnivanju vlastitog medija i nastavku bavljenja novinarstvom. Tim prije jer osnivanje portala ne zahtijeva (pre)velika ulaganja. Uvidom u sadržaj njihovih portala, a dijelom i u impressum, može se zaključiti da im je teško formirati prave redakcije s kvalitetnim autorima. Vjerojatno zbog obima posla ni sami ne proizvode autorske tekstove kakvi su se mogli čitati pod njihovim imenom u vrijeme kada su pisali za nacionalne novine. Portali koje su osnovali iskusni i prepoznatljivi novinari mahom se baziraju na servisnim i agencijskim vijestima te prerađenim tekstovima objavljenim u drugim medijima.

S druge strane, dio lokalnih portala osnovala su društva koja se inače bave marketingom i oglašavanjem. U Upisniku se vrlo često razlikuju od pružatelja elektroničkih publikacija novinara po tome što se naziv njihove firme najčešće razlikuje od imena portala. Tu nalazimo pružatelje elektroničkih publikacija koji su u pravilu uspješniji u suradnji s jedinicama lokalne samouprave i u većoj mjeri se nađu na listi pravnih osoba s kojima su lokalne vlasti sklopile ugovore o promidžbi i oglašavanju i kojima su raspodijelile sredstva namijenjena medijima za njihove programe.

Tijekom istraživanja u nekoliko slučajeva otkrila sam promjenu pružatelja elektroničke publikacije koja (još) nije evidentirana u Upisniku. U svima se radilo o istom pružatelju koji u nazivu sadrži ime jedne nacionalne TV kuće i ima portal vezan za televiziju. Promjena vlasnika se teško uočava jer, osim što je portal zadržao stari naziv, u impressumu se i dalje navodi stari vlasnik, ali ne kao pružatelj elektroničke publikacije, već kao proizvođač sadržaja. U jednom slučaju se pokazalo da stari pružatelj i dalje sklapa financijske ugovore s jedinicama lokalne samouprave.

5. FINANCIRANJE PORTALA

Budući da odredba članka 38. Zakona o elektroničkim medijima tijelima državne uprave i javnim ustanovama te pravnim osobama u vlasništvu države nalaže da 15 posto godišnjeg iznosa namijenjenog promidžbi ili oglašavanju moraju potrošiti na lokalnim televizijama, radijima ili portalima tek od konca prošle godine uključuje portale, nema podataka koliko su dobili od ukupnog kolača.

U AEM-u će te podatke imati tek u drugom kvartalu 2023. godine.

Jedine informacije o financiranju lokalnih portala iz javnih sredstava dobila sam iz odgovora na upite koje sam poslala na adrese 147 tijela lokalne samouprave. Tražila sam podatke o iznosima s kojima su financirali pojedine portale tijekom 2021. godine te podatke o raspodjeli sredstava za portale u 2022. godini.

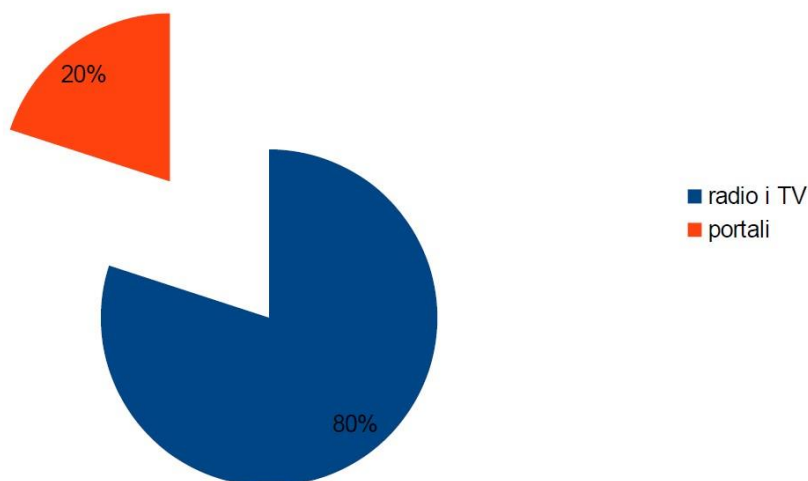
Grad Zagreb je u vrijeme kada sam provodila istraživanje tek planirao objaviti javni poziv za sufinanciranje proizvodnje i objave programskih sadržaja u elektroničkim publikacijama. U odgovoru je bilo navedeno kako je Grad Zagreb za 2022. godinu u proračunu planirao dva milijuna kuna za audiovizualne i radijske programe te 500.000 kuna za portale.

Uz Zagreb, Rijeka je jedini veći grad u Hrvatskoj koji je odgovorio na upit. Odgovore su mahom poslali manji gradovi koji raspolažu i manjim sredstvima te dio županija.

Potpuno se oglušila Zagrebačka županija i svi gradovi u njoj, isto je s Virovitičko-podravskom županijom i njenim gradovima te sve četiri dalmatinske županije i njihovim gradovima.

Više odgovora, i to potpunijih, došlo je s područja Istre, Kvarnera i sjeverozapadne Hrvatske, dok su iz slavonskih gradova odgovori bili rjeđi i šturiji.

Raspodjela sredstava za elektronske medije



Iz odgovora je razvidno da se od sredstava koja lokalna tijela vlasti troše na elektroničke medije, biloda se radi o oglašavanju ili financiranju projekata, na portale odnosi od 15 do maksimalno 35 posto. To govori da lokalni portali koji po svojoj brojnosti nadmašuju ostale medije imaju puno manji doseg, pa se sredstva usmjeravaju tamo gdje ima više publike. Primjerice, grad Zlatar je u 2021. godini na promidžbu i oglašavanje utrošio 177.750 kuna od čega je za pružatelje elektroničkih publikacija otišlo 60.875 kuna, odnosno 34,25 posto. U 2022. godini Zlatar je za promidžbu i oglašavanje namijenio 250.000 kuna, od čega je portalima namijenio 40.250 kuna, odnosno 16,1 posto, premda je bilo primjera izdašnog financiranja portala iz lokalnih proračuna,

oni su rijetkost i upravelu su sredstva koja na kraju dobije pojedini portal vrlo skromna. U mnogim slučajevima tobude po nekoliko tisuća kuna na godišnjoj razini. Neovisno o tome kolike su ukupne proračunske stavke za oglašavanje (primjerice za 2022. godinu Sisačko-moslavačka županija u tu je svrhu izdvojila 1,5 milijuna kuna, a Karlovačka 400.000 kuna), ono što od toga kolača na kraju završi kod portala može se, kako proizlazi iz analize svih pristiglih odgovora na upit, smatrati jako dobrim ako doseže godišnji iznos od 40.000 kuna.

Uz vrlo rijetke iznimke, za 2021. godinu je vrijedilo pravilo da jedinice lokalne samouprave portalima plaćaju promidžbu i oglase, a ti su poslovi plaćeni kroz ugovore male vrijednosti. Poanta je da nije postojala obaveza raspisivanja javnog poziva, niti su postojali kriteriji za dodjelu sredstava. U onim jedinicama lokalne samouprave gdje je nakon prošlogodišnjih izbora za župane, gradonačelnike i načelnike te za lokalna predstavnička tijela došlo do promjene vlasti lakše su odgovarali na upit o trošenju novca sa ove stavke. Tako su iz Bjelovarsko-bilogorske županije poslali odgovor da je 2021. godine, u vrijeme mandata Damira Bajsa na funkciji župana, bilo sklopljeno ugovora s medijima u iznosu od 1,3 milijuna kuna po kriterijima „koji su postojali samou županovoj glavi”.

Premda ima i nekoliko drukčijih primjera, tijekom 2021. godine su iznosi koji su iz lokalnih proračuna odlazili u medije, pa tako i portale, bili veći onih koji su planirani tijekom 2022. godine. Ne može se isključiti da je to, barem djelomično, povezano s činjenicom da je 2021. godina bila izborna i da su lokalne vlasti bile dodatno motivirane za reklamiranje svojih aktivnosti i postignuća.

Izmjenom Zakona o elektroničkim medijima koncem 2021. godine jedinicama lokalne samouprave uvedena je obaveza transparentnog financiranja medija. Sredstva se dodjeljuju putem javnog poziva, a na temelju javno objavljenih kriterija, što je mnogima otvorilo niz nedoumica. Ipak, neki su se snašli. Grad Opatija se pohvalio da je prvi u Hrvatskoj proveo javni poziv za financiranje programskih sadržaja elektroničkih medija u 2022. godini, prema novom Zakonu o elektroničkim medijima i njegovu članku 39. „Naš su predložak preuzeli i drugi gradovi te Hrvatska zajednica županija. Preciznije upute zakonodavca ne postoje te smo mi sami formirali uvjete i kriterije natječaja, a pokaže li se potrebno iduće ćemo ih godine prilagoditi”, odgovorili su u Gradu Opatiji. Uveli su četiri kriterija:

1. Kvaliteta, kreativnost, inovativnost, autorski pristup u osmišljavanju programskog sadržaja
2. Lokalni karakter programskog sadržaja (praćenje događaja na području Grada Opatije), usmjerenost na potrebe i interese građana Grada Opatije i uključenost građana u predložene programske sadržaje
3. Kvantiteta objava i medijske platforme objava (praćenje sadržaja u televizijskom, radijskom programu, na mrežnim stranicama te na društvenim mrežama prijavitelja na Javni poziv)
4. Doseg objava pojedinog medija (istraživanje gledanosti/slušanosti/pregledi sadržaja na internetu) Sadržaji koje su odlučili još dodatno bodovati odnose se na ostvarivanje prava građana na javno informiranje vezano uz teme i događaje s područja Grada Opatije; poticanje kulturne raznolikosti i njegovanje baštine; razvoj odgoja i obrazovanja; razvoj znanosti; razvoj umjetnosti i sporta; promicanje ravnopravnosti spolova; poticanje stvaralaštva na narječjima hrvatskoga jezika (čakavskog narječja); obrađivanje tema o osobama s invaliditetom; poticanje posebnih kulturnih projekata i manifestacija na području Grada Opatije; zaštita okoliša i ljudskog zdravlja.
5. Doseg, odnosno čitanost, kao jedan od glavnih kriterija za dodjelu sredstava navodi većina jedinica lokalne samouprave koja je u svojim odgovorima o sredstvima koja su dodijelili portalima za ovu godinu isticala kriterije kojima su se ravnali. Ti odgovori upućuju na to da će i nakon promjene zakona portalima odlaziti bitno manji dio sredstava iz lokalnih proračuna nego televizijama i radijskim postajama. Ovaj podatak također upućuje na zaključak kako treba očekivati veći pritisak prema Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija. Moglo bi se dogoditi da će Fond nastojati udovoljiti što većem broju zahtjeva što bi za

posljedicu moglo imati „mrvljenje” sredstava, a to bi moglo ugroziti samu njegovu svrhu ukoliko bi skromnija/nedostatna sredstva bila prepreka realizaciji kvalitetnih projekata.

6. ANKETA MEĐU PORTALIMA

Na adrese svih 275 portala koji su bili obuhvaćeni istraživanjem poslala sam upitnik sa 10 pitanja. Uvodno sam navela kako je riječ o istraživanju koje provodim za DZNAP, naglasila da je cilj stvaranje slike o uvjetima u kojima rade portali, o tome kako se snalaze na tržištu, u kakvoj su situaciji novinari te konačno jesu li nakon prošlogodišnjih izmjena Zakona o elektroničkim medijima usvojena adekvatna rješenja koja se odnose na portale.

Zajamčila sam im anonimnost i obavezala se da nigdje neću poimence spominjati njihove portale. Unatoč tome, na anketu je stigao svega 21 odgovor.

Pitanja su bila sljedeća:

1. Koliko ukupno tekstova objavite dnevno/tjedno?
2. Koliko od toga autorskih tekstova tjedno objavite?
3. Kako potpisujete autore (punim imenom i prezimenom, inicijalima, kao redakcijski tekst ili drukčije)?
4. Koliko imate zaposlenih novinara na neodređeno radno vrijeme?
5. Koliko novinara zapošljavate na ugovor o djelu i na koji su rok ugovori sklopljeni?
6. Kolika je prosječna neto plaća vaših zaposlenika?
7. Koliki su vam godišnji prihodi?
8. Kakva je struktura vaših prihoda (koliko od obavljanja vaše djelatnosti; koliko od oglašavanja; koliko od pretplata – ako postoje; koliko od tijela državne uprave i javnih ustanova kojima je osnivač Republika Hrvatska i pravnih osoba u vlasništvu države za oglašavanje njihovih usluga ili aktivnosti; koliko od jedinica lokalne samouprave; koliko iz Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija; koliko iz drugih izvora)?
9. Koji su najveći problemi/prepreke u vašem svakodnevnom radu?
10. Smatrate li da je Zakonom o elektroničkim medijima dobro regulirano područje koje se odnosi na elektroničke publikacije (portale) ili uočavate manjkavosti (koje)?

Iz odgovora na prva tri pitanja proizlazi kako su za suradnju bili otvoreni „bolji” portali, odnosno oni koji se smatraju takvima. Svi sudionici ankete dnevno ažuriraju svoje stranice. Najmanje aktivni objavljuju dva do tri nova teksta dnevno, a jedan koji odskače po svim parametrima (osim plaćama novinara) objavi od 100 do 150 novih tekstova dnevno. U prosjeku se na ovim portalima objavljuje 20 tekstova dnevno, a između 70 i 80 tjedno. Rekorder tjedno publicira do 1000 novih tekstova.

Nekoliko portala je odgovorilo da su im svi tekstovi autorski, a u prosjeku se broj autorskih tekstova kreće od 30 do 60 posto. Na pitanje o potpisivanju autorskih tekstova, 80 posto odgovoraje glasilo da autore potpisuju punim imenom i prezimenom, neki kraće tekstove potpisuju inicijalima, a koriste se i „redakcijska izvješća”.

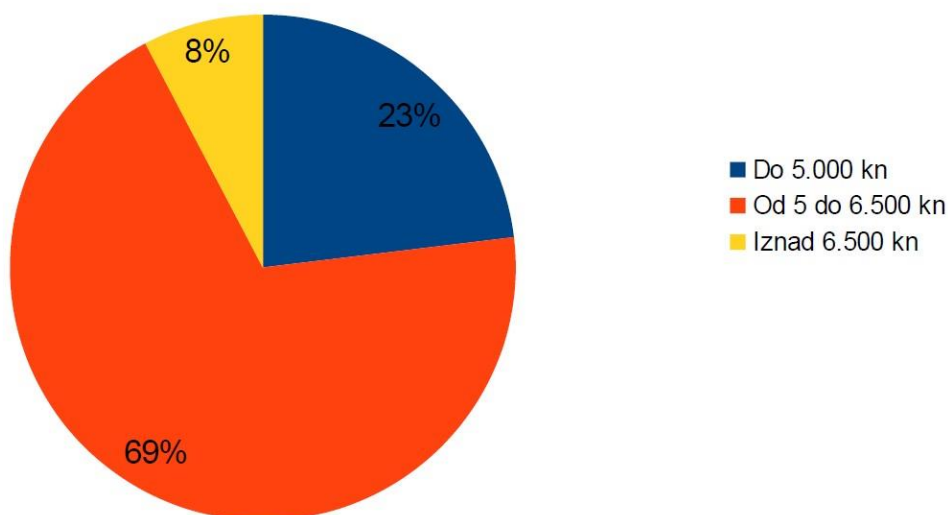
Kada je riječ o zaposlenim novinarima na neodređeno vrijeme, najveći broj odgovora je glasilo da

imaju jednog zaposlenog (u nekim slučajevima to se odnosi na vlasnika) ili dvoje. Neki portali nemaju ni jednog zaposlenog na neodređeno vrijeme, a najveći portal koji je sudjelovao u anketi zapošljava 12 novinara.

Kada je riječ o zapošljavanju na određeno vrijeme, odgovori su šaroliki. Neki nikoga ne zapošljavaju na taj način, neki sklapaju ugovore na godinu dana, neki su odgovorili da „po potrebi” dogovaraju suradnju, više portala je odgovorilo da angažiraju studente koje plaćaju preko studentskog ugovora (govorimo o iznosima od 1000 do 1500 kuna mjesečno), a nekoliko njih je navelo kako im rade volonteri.

Na pitanje o prosječnoj neto plaći novinara nekoliko portala nije željelo odgovoriti. Iz ostalih odgovora proizlazi da je prosječna plaća novinara koji radi na lokalnom portalu oko 5000 kuna mjesečno. Najveća plaća iznosi 7785 kuna pri čemu isti pružatelj elektroničke publikacije svojim novinarima isplaćuje i neoporezive dodatke kao što je 250 kuna naknade za prijevoz, božićnice i ostalo. Najmanja novinarska plaća koja je bila navedena u odgovorima iznosi 4500 kuna.

Raspon novinarskih plaća na portalima



Pokazalo se kako su pružatelji elektroničkih publikacija radije odgovorili na pitanje o godišnjim prihodima nego o plaćama i statusu novinara. Nitko nije odbio dati odgovor, a nekoliko ih je naglasilo kako su im prihodi znatno smanjeni nakon korone. Najmanji iznos koji je naveden iznosi

90.000 kuna godišnjeg prihoda, a najveći 2,5 milijuna kuna. Sljedeći je 1,7 milijun, potom 1,5 milijuna pa 1,3 milijuna kuna. Dva odgovora su bila da je godišnji prihod oko milijun kuna, dok su ostali bili u rasponu od 250.000 do pola milijuna kuna, a nekoliko njih je navelo 100.000 kuna godišnjeg prihoda.

Najvećem broju portala najvažniji izvor prihoda su jedinice lokalne samouprave koje u ukupnoj strukturi sudjeluju s udjelom od 40 do više od 80 posto. Čak i tamo gdje je oglašavanje značajniji izvor prihoda, ono u ukupnom udjelu ne prelazi 35 posto (osim u jednom slučaju gdje je u odgovoru navedeno da čini 70 posto prihoda).

Kako izgleda zarada na lokalnom portalu opisano je u jednom odgovoru: „Sav je prihod od djelatnosti, odnosno oglašavanja ili ugovora s partnerima. Do ove godine bili su to ugovori s JLS o praćenju, mislim da se radilo o ukupno 1/3 ukupnih prihoda. Nije mi bio problem ispuniti odredbe tih ugovora jer već dugi niz godina pratim važne događaje u gradu i području bivše Općine P. Tu

su, nadalje, ugovori na manje iznose s, primjerice, TZ ili komunalnim poduzećem.

Ove godine sam pristao na ugovor o potpori od Grada, ali mislim da ću od njega odustati jer je krajnje nekorektno „složen”. Npr. dužan sam objavljivati praktički sve što Grad P objavi,

uključujući čestitke gradonačelnika ili ne-vijesti o asfaltiranju nekoliko kvadrata ceste u nekom selu. Zvuči kao karikiranje, ali zapravo nije”.

Odgovarajući na iduće pitanje koje se odnosilo na poteškoće u radu isti je portal naveo da mu ispunjavanje obveze iz ugovora koji je sklopio s gradom oduzima puno vremena na beznačajne vijesti koje ne zanimaju publiku, a zbog toga se ne stiče posvetiti proizvodnji vlastitih, autorskih sadržaja, kao ni traženju oglašivača. A sve za paušal od 3350 kuna mjesečno!

Nije jedini koji se žalio na lokalne vlasti. Najviše pritužbi se odnosilo na lokalne političare koji, tvrdi se u odgovorima, ugovore s portalima ne sklapaju po predvidivim i transparentnim kriterijima, sklapaju ih s portalima koji su im skloni dok one koji ih kritiziraju izbjegavaju ili im daju ugovore manje vrijednosti. U svojim odgovorima portali navode kako su „u milosti i nemilosti lokalnih čelnika”. Nesigurnost i neizvjesnost prihoda doživljavaju kao najveću prepreku u radu.

Svi su kao problem istaknuli to što nema dovoljno oglašivača.

„Mali mediji kao što je ovaj su u neravnopravnom položaju prilikom podjele oglašivačkog ili sponzorskog kolača u odnosu na tzv. velike medijske kuće. Veliki oglašivači uglavnom rade s agencijama kojima mali mediji nemaju pristup, a male firme nemaju dovoljno novaca ili ne shvaćaju dovoljno potrebu oglašavanja”, glasio je jedan od odgovora. U sklopu problema s oglašavanjem navodi se i neloyalna konkurencija novina koje imaju svoje portale.

Portali ističu kako zbog neizvjesnih i nedostatnih prihoda ne mogu angažirati dovoljan broj novinara, posebno kvalitetnih autora.

„Poslovanje na hrvatskom tržištu za manje medije je uvijek izazovno i posljedično svi naši izazovi proizlaze iz toga - nemogućnost dovoljnog investiranja u vlastiti tim i sam portal (tehnički razvoj)... Također, činjenica da nismo koristili nikakva sredstva, poput EU fondova ili drugih oblika (su)financiranja proizlaze iz toga da nemamo kapaciteta aktivno pratiti natječaje ili pripremati projekte, stoga smo fokusirani isključivo na tržište, odnosno oglašavanje i organizaciju stručnih događanja”, glasio je jedan od odgovora.

Više portala je navelo kako bi trebalo zakonski urediti financiranje portala, ali nitko nije precizirao kako.

Odgovori na pitanje „Smatrate li da je Zakonom o elektroničkim medijima dobro regulirano područje koje se odnosi na elektroničke publikacije (portale) ili uočavate manjkavosti (koje)?” pokazuje visoku razinu nezainteresiranosti za zakonski okvir u kojemu portali rade. Premda je Zakon o elektroničkim medijima izmijenjen krajem 2021. godine do portala još nije doprla informacija da sada i komercijalne elektroničke publikacije imaju pristup Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija, te upravo to navode kao manjkavost zakona.

Uočili su, međutim, drugu novost, a to je odgovornost za komentare koje čitatelji ostavljaju ispod tekstova, a na to imaju primjedbe. Više primjedbi odnosilo na obavezu uplate 0,5 posto od bruto prihoda AEM-u.

Osvrt na Zakon koji je odskakao od ostalih problematizira to što u zakonu nije regulirano snimanje dronovima na koje prema drugim zakonima pravo imaju isključivo nositelji nacionalne televizijske koncesije. „Ostalim elektroničkim medijima ono se onemogućava za javne događaje, a za objavu drugog materijala potrebno je najmanje 15 dana prije najaviti snimanje i čekati odobrenje Državne geodetske uprave. Nakon toga potrebno je (fizički, na CD-u, poštom) snimke poslati Državnoj geodetskoj upravi i čekati na odobrenje za objavu (ako se dobije) još od 15 do mjesec dana”, glasila je konkretna primjedba.

Tri portala poslala su obavijest da su ugašeni jer se više nisu mogli financirati. Ističu kako nisu uspjeli osigurati potpore iz javnih izvora, prvenstveno lokalnih tijela vlasti te kako za istraživačko novinarstvo ne postoje fondovi kod kojih bi manji mediji mogli aplicirati.

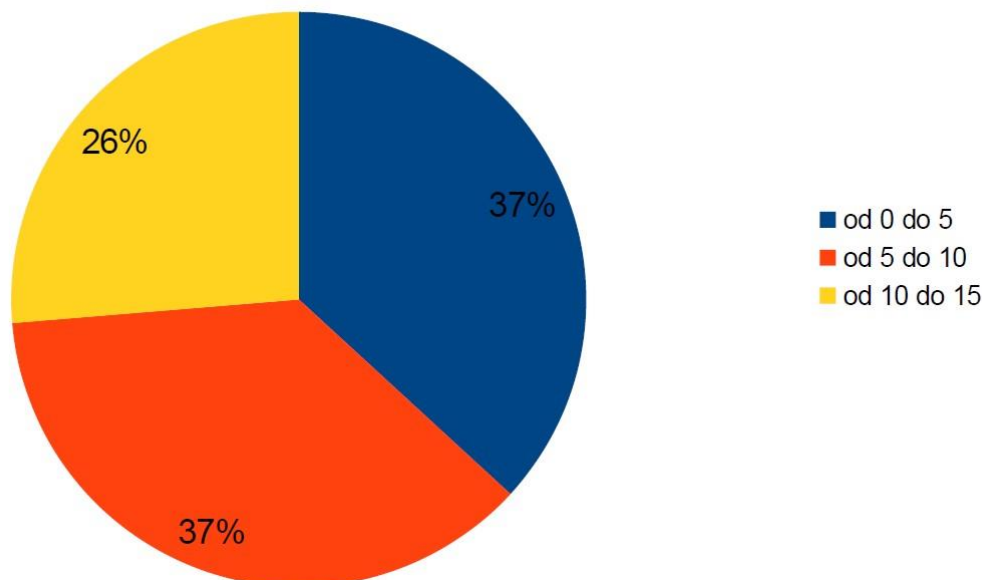
7. ANALIZA SADRŽAJA PORTALA

U razdoblju od tjedan dana promatrala sam 20 portala, po jedan nasumično odabran u svakoj županiji. Pregledala sam *impressum* svakog portala, vodila evidenciju o broju novih tekstova kojise dnevno objavljuju te načinu na koji su tekstovi potpisani.

Od svih 20 portala samo je jedan ostavio dojam da ima urednike i novinare koji portal tretiraju kao medij i trude se zadovoljiti osnovne postulate novinarske struke. Na tome su portalu svi tekstovi potpisani imenima autora, vidljivo je da su novinari bili prisutni na većini događaja o kojima se piše, rubrike su smisleno formirane i popunjavane, a nastoje se prenositi teme koje su od stvarnog interesa žitelja lokalne zajednice.

Većina ostalih portala o lokalnim događajima izvještava tako da kopiraju tekstove sa službenih stranica lokalnih tijela vlasti, doslovno prenose izvješća iz policijskih biltena, kompiliraju tekstove objavljene u nacionalnim medijima ne navodeći izvore ili se tek kratkom poveznicom u tekstu pozivaju na portal s kojeg je sadržaj preuzet. U manjem broju slučajeva se potpisuje portal s kojeg je sadržaj preuzet ili objavljuju agencijski tekstovi.

Podaci o dnevnom broju novih tekstova



U pravilu se portali osvježavaju skromnim brojem novih tekstova. Jedan od promatranih portala je neaktivan, a zadnji mu je članak objavljen 2020. godine.

Od nula do pet novih tekstova dnevno objavi sedam portala, od pet do deset novih članaka objavi također sedam promatranih portala, a između 10 i 15 novih tekstova objavi njih pet.

Kada je riječ o potpisivanju autora podaci su daleko lošiji. Čak šest portala je objavljivalo tekstove bez ijednog potpisa autora. U slučaju osam portala među svim objavljenim tekstovima našla bi se do dva potpisana imenom autora, a tek pet portala je u promatranom razdoblju imalo polovicu i više tekstova potpisanih s imenom autora. Vrlo često se događa da se tekstovi potpisani inicijalima odnose na članak koji je preuzet iz drugog izvora i ne radi se o autorskom tekstu. U jednom slučaju u cijelom promatranom razdoblju nailazilo se samo najedan potpis, a to je ime i prezime vlasnika portala što, kada se uzme u obzir i skroman sadržaj, upućuje na zaključak da iza elektroničke publikacije ne stoji redakcija nego su vlasnik, glavni urednik i novinar u jednoj osobi.

U drugom slučaju sav sadržaj portala bio je fokusiran na jednog lokalnog političara kojeg se ne prikazuje u pozitivnom kontekstu.

Samo je jedan portal imao potpisane sve fotografije, a kod svih koje nisu autorske navedeni su izvori iz kojeg su preuzete. Kod ostalih portala je pravilo da potpisuju fotografije svojih autora (ako ih imaju) te agencijske, dok ostalima uopće ne navode izvor.

U svim *impressumima* navedeno je ime glavnog urednika, adresa i kontakti portala te pružatelj elektroničke publikacije, što govori da se svi trude zadovoljiti formalne uvjete za portal, dok se sadržaju posvećuje manja pažnja, a autorskim pravima gotovo nikakva.

8. ZAKLJUČAK

Prilikom zadnjih izmjena Zakona o elektroničkim medijima propuštena je prilika kvalitetno urediti područje koje zauzimaju elektroničke publikacije. Ostala je mogućnost da praktično svatko osnuje svoj medij i objavljuje sadržaj koji ne mora imati nikakve veze s novinarstvom.

Posebno to dolazi do izražaja kod lokalnih komercijalnih portala opće profilacije. Ove elektroničke publikacije svode se na objavljivanje vijesti koje vrlo često ne ispunjavaju ni elementarne postulate novinarske struke. Najveći dio lokalnih portala objavljuje vijesti koje već na prvi pogled sugeriraju kako su tu da bi se zadovoljilo financijera (lokalnu vlast) pa se prenose opsežni izvještaji sa sastanaka, protokolarnih susreta, konferencija i slično, a često je to „*copy – paste*“ sa službenih stranica jedinice lokalne samouprave.

Gotovo da ne postoje tekstovi koji bi kritički obrađivali teme od lokalnog značaja ili obrađivali pojedine događaje iz više aspekata i sučeljavali različite stavove. Tekstovi koji se smatraju autorskim svode se na puko izvještavanje s kakvog javnog skupa.

Lokalni portali su preplavljeni tekstovima koji se prenose s nacionalnih elektroničkih publikacija ili agencija, te prerađenim tuđim sadržajima koji se prisvajaju.

Uočljivo je da se na portalima ne potpisuju ni vlastiti autori, a kamoli da se na prenesenim tekstovima istakne ime autora kojeg prenose. U najboljem slučaju se navede samo naziv elektroničke publikacije s koje je sadržaj preuzet.

Preporuke iz 2014. godine po kojima je kriterij za upisivanje portala u Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija bilo objavljivanje najmanje tri autorska teksta tjedno bio je nedostatan, a nakon donošenja Pravilnika koji je stupio na snagu u proljeće 2022. čak su se i ti kriteriji napustili.

Sada je za komercijalne portale uvedena obaveza objavljivanja najmanje 15 tekstova mjesečno, bez obzira na njihovu duljinu, novinarsku vrstu te rubriku u kojoj se objavljuju. Neprofitni portali, kaže Pravilnik, moraju objaviti najmanje osam tekstova mjesečno. Problem je što se mogu objaviti bilo kakvi tekstovi, a to dodatno otvara put preuzimanju (ili svojtatanju) tuđeg sadržaja.

Traži se samo to da svi tekstovi objavljeni na elektroničkoj publikaciji budu potpisani i/ili mora biti naveden izvor ako se prenose. U odnosu na autorske tekstove samo se navodi da oni moraju biti potpisani imenom i prezimenom ili inicijalima autora.

Perspektiva je i daljnje množenje portala koji neće doprinijeti kvalitetnom informiranju javnosti te produbljivanje problema (ne)poštivanja autorskih prava i obezvređivanja novinarskog rada. Skromni propisani uvjeti koje portali moraju ispunjavati neće se moći kontrolirati jer AEM za to nema dovoljno kapaciteta.

Napomena: Istraživanje je provedeno u vrijeme dok je službena valuta bila kuna te su svi novčani iznosi koji se spominju navedeni u kunama.