

Analiza onlajn medija dijaspore i Srba u regionu

30. septembar - 9. oktobar 2013.

Beograd, oktobar 2013.

Analizu za potrebe Udruženja novinara Srbije i Kancelarije za saradnju sa dijasporom i Srbima u regionu
Vlade Repblke Srbije uradili Bojana Barlovac i Marko Nedeljković

UVOD

Ekspanzija novih medija i rastući uticaj interneta u medijskoj sferi sve više utiču i na razvoj medija srpske zajednice u dijaspori. Poslednjih godina pokrenut je značajan broj sajtova koji imaju za cilj da informišu srpsku dijasporu o dešavanjima u mestu i zemlji življenja, kao i Srbiji i regionu u kojem žive Srbi. Uređivanje tih sajtova, njihov sadržaj i dizajn značajno se razlikuju.

Kancelarija za saradnju sa dijasporom i Srbima u regionu i Udruženje novinara Srbije (UNS) sprovele su istraživanje kojim je obuhvaćeno 20 onlajn medija dijaspore. U periodu od 30. septembra do 9. oktobra 2013. godine (10 dana) analiziran je sadržaj i dizajn odabranih sajtova s ciljem da se ustanovi trenutno stanje, osnovne karakteristike, prednosti i nedostaci.

Za 5. Konferenciju novinara i medija dijaspore i Srba iz regiona koja se održava u Beogradu, 24. i 25. oktobra 2013. godine, sprovedeno je istraživanje koje je obuhvatilo sledeće sajtove: www.ebritic.com (GB), www.serbianmirror.com (USA), www.srpskatelevizija.com (USA), www.sloboda.snd-us.com (USA), www.snflife.org/Srbobran.asp (USA), www.radioavala.com (USA), www.mimagazin.net (USA, CA), www.novine.ca (CA), www.torontonovosti.com (CA), www.stvt.ca (CA), www.kisobran.com (CA), www.srpskiglas.com.au (AUS), www.vesti-online.com¹ (GER), www.novinar.de (GER), www.dijaspora.nu (SWE), www.novinezavicaj.com (AUT), www.srbi.org.mk (MK), www.in4s.net (CG), www.srpskenovinecg.com (CG), www.smnovine.com (HUN) i www.novossti.com (CRO).

Metodološki pristup ovom istraživanju baziran je na kvantitativnoj i kvalitativnoj analizi, a korišćene su i statistička metoda, metoda klasifikacije, postupak prebrojavanja, kao i dedukcija, indukcija i generalizacija prilikom izvođenja zaključaka. Jedinica analize je objava tekstualnog ili multimedijalnog sadržaja u navedenom periodu.

U analizi su ponuđene i preporuke koje vredi razmotriti u cilju poboljšanja kvaliteta onlajn izdanja. Naravno, jasno je da profesionalizacija onlajn medija dijaspore prevashodno zavisi od ambicija vlasnika, redakcija, ekonomskih i kadrovskih mogućnosti.

¹ Od onlajn medija dijaspore koje je obuhvatila analiza, izdvaja se onlajn izdanje dnevnih novina (frankfurtskih) Vesti sa profesionalnom redakcijom znatno većih kapaciteta od ostalih medija. Vesti Onlajn pored sadržaja iz štampanog izdanja objavljuju i sadržaje pripremljene isključivo za web.

ZAKLJUČAK

Desetodnevno pilot istraživanje pokazalo je da 40 odsto za analizu odabranih onlajn medija dijaspore svakodnevno ili periodično ažurira informativne sadržaje. Svoju internet verziju 30 odsto koristi za prenošenje isključivo sadržaja iz štampanog izdanja.

Iako se radi o sajtovima različitim po brojnim parametrima (redakcijskim kapacitetima, broju objava, objavama na dnevnom, nedeljnom, mesečnom nivou i sl.) zapaženo je da sadržaji koji se odnose na zajednicu u dijaspori nisu dominantni. Kod najvećeg broja analiziranih sajtova sadržaji kojima se srpska dijaspora i Srbi u regionu informišu o dešavanjima u mestu i zemlji življenja u drugom su planu ili su potpuno zanemareni.

Sadržaji koji se odnose na dešavanja u Srbiji uglavnom se prenose iz srpskih medija i kod pojedinih onlajn medija dijaspore više od 80 odsto objava čine preuzeti sadržaji.

Takvi sadržaji se uglavnom i označavaju kao preuzeti navođenjem autora i medija iz kog se prenosi informacija.

Skoro polovina sajtova (45 odsto) statičkog je karaktera. Na određenom broju sajtova je otežan ili ne postoji pristup starijim sadržajima, odnosno arhivi vesti. Opciju štampanja stranice ili deljenja sadržaja imejlom ili društvenim mrežama ima 20 odsto sajtova.

Ukoliko pođemo od toga da je osnovna funkcija medija dijaspore i Srba u regionu pravovremeno pružanje tačnih i relevantnih informacija o pitanjima koja se odnose na lokalnu zajednicu, opšti utisak je da analizirani sajtovi ne ispunjavaju tu funkciju u potpunosti.

Oni, kako se čini, nisu mesto na koje će srpska zajednica u dijaspori ili regionu svakodnevno dolaziti kao na svoj osnovni izvor informisanja. Razlog tome uglavnom je u nedovoljno često ažuriranosti, nedostatku sadržaja iz sopstvene produkcije kao i sadržaja koji se direktno odnose na lokalnu zajednicu, ali i nepreglednosti, odnosno loše navigacione strukture sajta.

Moguće je da neki od analiziranih sajtova nemaju pretenzije da postanu profesionalni njuz portali. U narednom periodu trebalo bi sprovesti opsežnije istraživanje koje bi uključilo i razgovore sa vlasnicima i urednicima onlajn medija dijaspore, o njihovim profesionalnim i ekonomskim planovima i potrebama.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

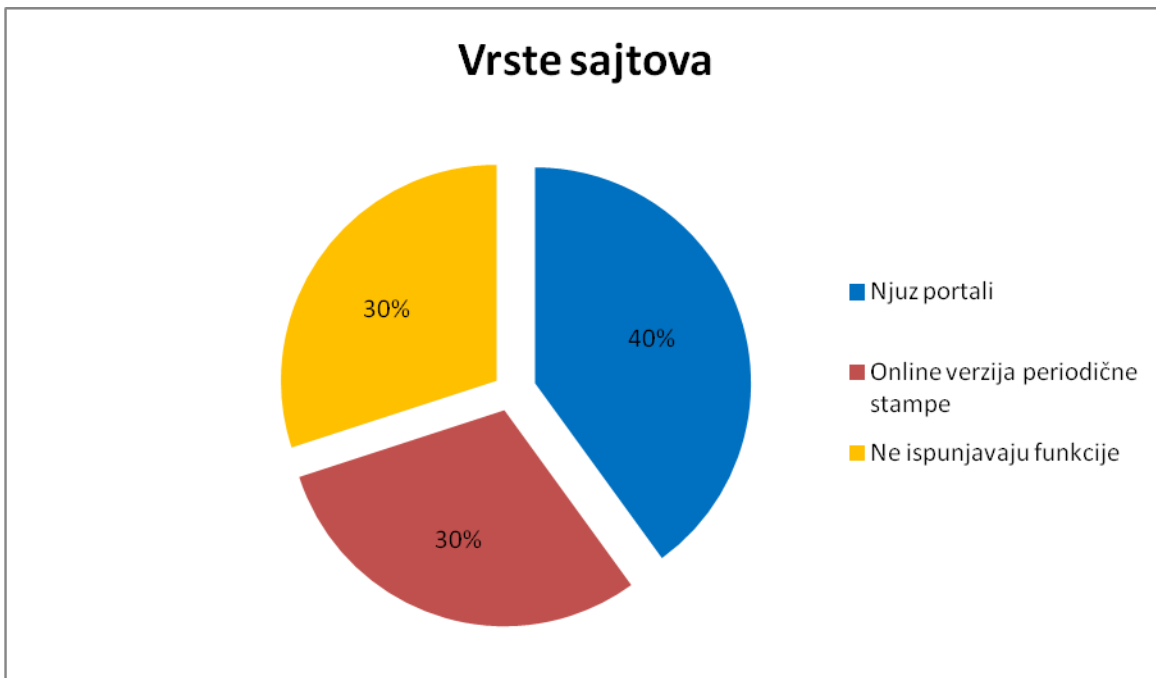
1. Od ukupnog broja analiziranih sajtova, 40 odsto njih se može svrstati u njuz portale jer svakodnevno ili periodično ažuriraju sadržaj, a primarni cilj im je da informišu srpsku zajednicu u dijaspori o dešavanjima u mestu i zemlji življenja, kao i Srbiji i Srbima u regionu (www.vesti-online.com, www.in4s.net, www.ebritic.com, www.novinar.de, www.srpskenovinecg.com, www.srbi.org.mk).

2. Kao onlajn verzija periodične štampe funkcioniše 30 odsto sajtova jer se na sajtu objavljuju samo sadržaji koji su pripremljeni za štampano izdanje, bez prilagođavanja vebu ili uz objavljivanje nekih dodatnih sadržaja (www.novossti.com, www.snnovine.com, www.novinezavicaj.com, www.srpskiglas.com.au, www.serbianmirror.com, www.novine.ca).

Preporuka: U takvim slučajevima bi bilo korisno razmotriti mogućnost da se na sajtu objavljuju i sadržaji pripremljeni samo za sajt, a da se već pripremljeni sadržaji za štampano izdanje prilagode vebu (opreme sa više multimedijalnih sadržaja, upotpune linkovima, skraćivanjem ili sitnim tehničkim izmenama učine preglednijim i atraktivnijim na vebu). Na taj način bi se dobio znatno kvalitetniji portal, koji bi preuzimanjem pojedinih tekstova iz drugih medija ili pripremom specijalnih sadržaja za veb dobio i dnevnu ili eventualno bar sedmičnu aktuelnost.

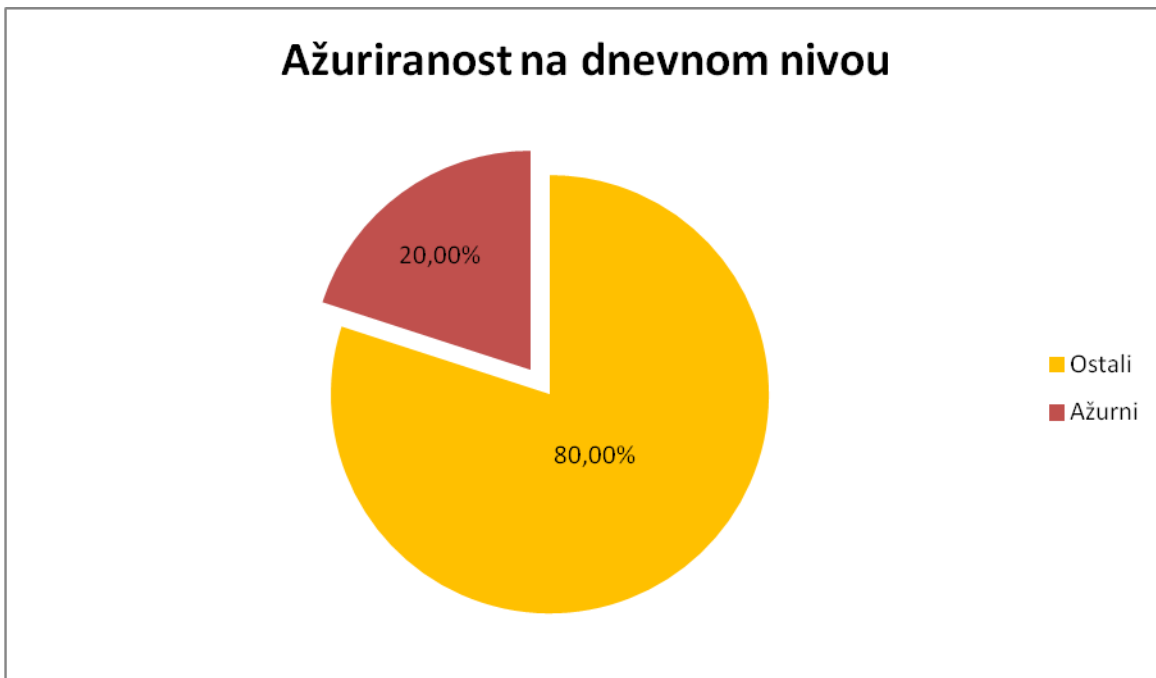
3. Od analiziranih sajtova 30 odsto nije aktivno u dužem vremenskom periodu (www.kisobran.com, www.snflife.org, www.dijaspora.nu i mimagazin.net) ili funkcionišu samo kao internet prezentacije medija bez aktuelnih informativnih sadržaja (www.stvt.ca, www.radioavala.com).

Preporuka: Da bi sajtovi dijaspore ispunjavali osnovne funkcije medija, neophodna je obezbediti njihovu dnevnu ili periodičnu ažuriranost, u zavisnosti od kapaciteta i mogućnosti. To znači da svaki sajt koji se ne ažurira u dužem vremenskom intervalu gubi karakteristike medija. Iako je jasno da kapaciteti i finansijske mogućnosti sajtova koje je obuhvatila ova analiza prevashodno utiču na intenzitet njihovog ažuriranja, treba imati u vidu da se od sajtova koji već postoje ipak očekuje da bar povremeno objavljuju nove sadržaje. Ako se to ne dešava po nekoliko meseci, narušava se reputacija sajta, ali i smisao njegovog postojanja.



4. Petina analiziranih sajtova se ažurira na dnevnom nivou računajući objave vlastitih i preuzetih sadržaja (www.ebritic.com, www.vesti-online.com, www.in4s.net, www.srpskenovinecg.com), **a samo desetina sajtova ako se računaju isključivo objave iz vlastite produkcije** (www.vesti-online.com i www.in4s.net).

Preporuka: Ovi podaci pokazuju da su kapaciteti medija dijaspore generalno gledano skromni i da su retki mediji koji imaju redakciju koja svakodnevno ažurira sadržaj. To, međutim, ne znači da sajtovi koji nisu u mogućnosti da ažuriraju svoj sadržaj na dnevnom nivou ne mogu da ponude kvalitetan sadržaj svojoj ciljnoj grupi, već da bi u takvoj situaciji prevashodno trebalo da se fokusiraju na teme i dešavanja koja se direktno odnose na srpsku zajednicu u dijaspori, jer će to obezbediti neophodnu vrednost njihovom sajtu. Samo na taj način mediji dijaspore sa skromnim kapacitetima mogu da obezbede svoj opstanak i relevantnost, jer će ograničene resurse usmeriti ka sadržajima koji su od primarnog značaja za njihovu ciljnu grupu i na taj način obezbediti kontinuirane posete svom sajtu.



5. Sadržaj koji se odnosi na lokalnu zajednicu u dijaspori znatno manje je zastupljen od sadržaja koji se odnosi na aktuelnosti iz sveta, bilo da je reč o sportu, dnevno-političkim dešavanjima, zabavi ili nekoj drugoj oblasti. O tome svedoče sajtovi poput:

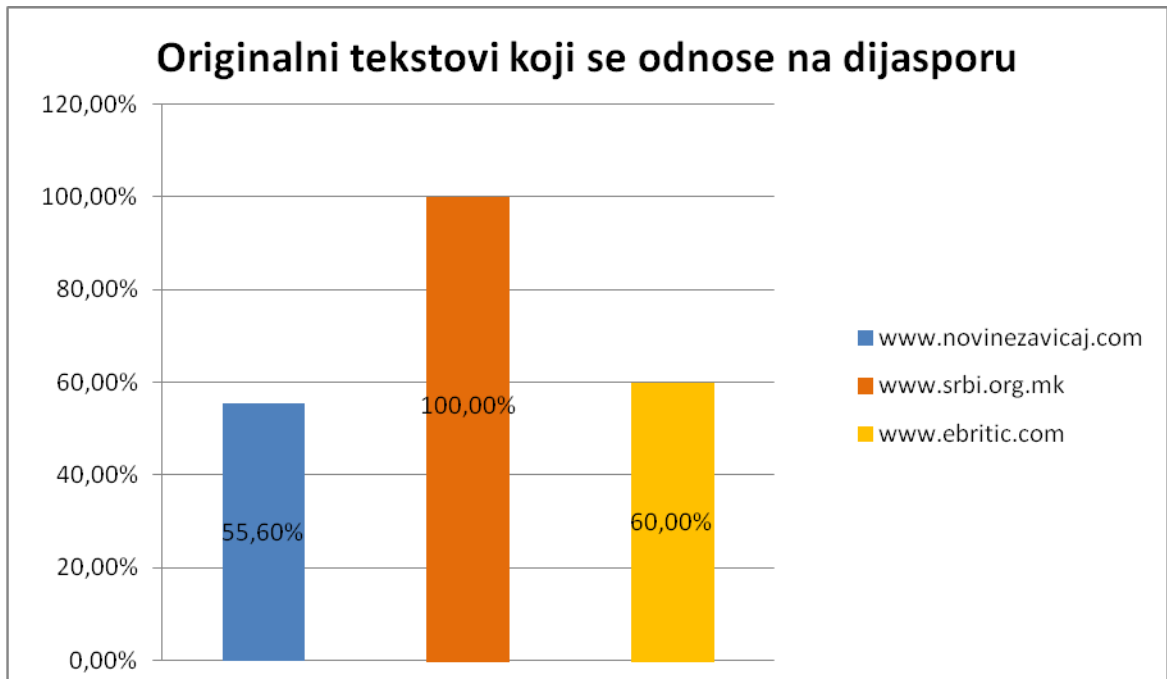
- www.vesti-online.com (aktivno dnevno ažuriran) – od 124 originalne objave na sajtu u analiziranom periodu 12 se odnosi na dijasporu, odnosno 9,57%
- www.novine.ca (nedeljno ažuriran, svakog petka)- u analiziranom periodu praktično nema sadržaje koji se primarno i direktno odnose na dijasporu u Kanadi, iako je ovaj sajt imao ukupno 39 originalnih objava
- www.novinar.de (periodično ažuriran) - dve originalne objave, ali se nijedna ne odnosi na dijasporu

Iako su ovde navedena tri sajta koja se značajno razlikuju po broju objava i periodici ažuriranja (prvi vrlo aktivno ažuriran na dnevnom nivou, drugi svakog petka, a treći periodično i sa malim brojem objava), praksa se ne razlikuje jer sadržaj koji se odnose na zajednicu u dijaspori stavljaju u drugi plan ili potpuno zanemaruju.

Nekoliko analiziranih sajtova imaju drugačiju praksu:

- www.novinezavicaj.com - više od polovine originalnih tekstova odnosi na zajednicu u Austriji (u pet od ukupno devet tekstova objavljenih u analiziranom periodu, odnosno u 55,6% slučajeva)

- www.srbi.org.mk – sve četiri originalne objave, koliko ih je bilo u analiziranom periodu, se odnose na zajednicu u dijaspori (100%). Uočeno je da za 10 od ukupno 11 preuzetih tekstova nisu poštovana autorska prava
- www.ebritic.com – šest od ukupno 10 originalnih objava se odnosi na dijasporu (60%). Treba imati u vidu da na ovom sajtu sve kategorije sem kategorije Community u kojoj se objavljuju originalni sadržaji funkcionišu po principu agregatora vesti.

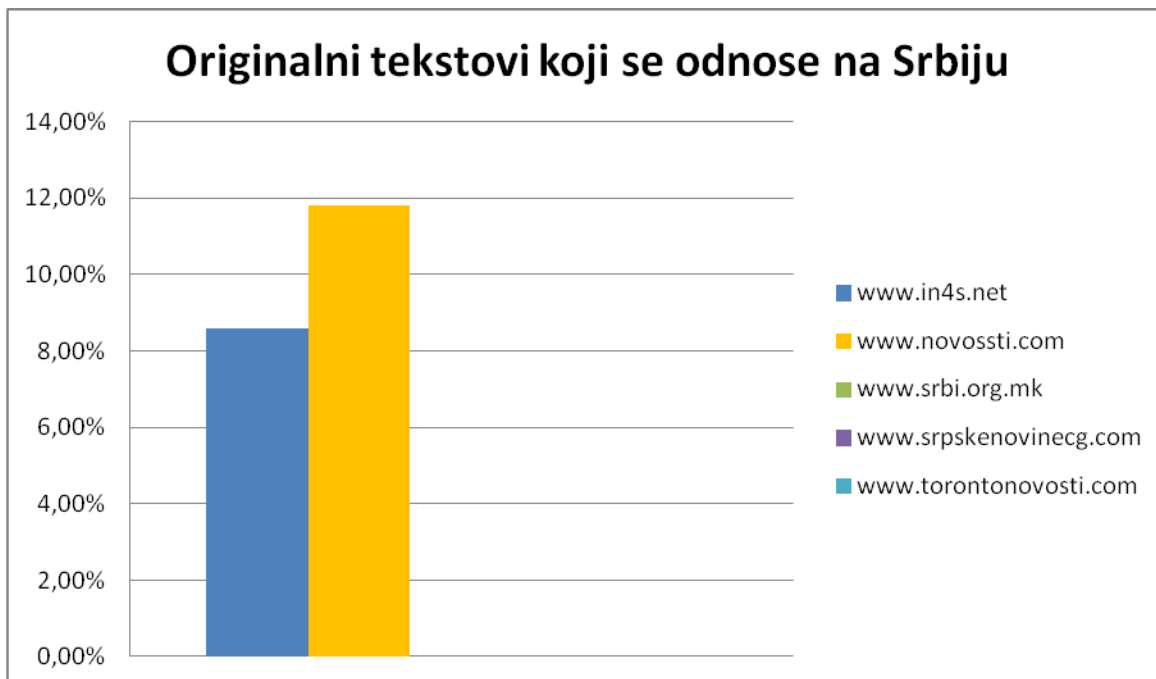


Preporuka 1: Važna funkcija medija dijaspore trebalo bi da bude informisanje svoje lokalne zajednice o dešavanjima u njihovoj sredini i temama koje se direktno odnose na tu zajednicu u dijaspori, ali u najvećem broju analiziranih sajtova takvi sadržaji su u drugom planu ili su potpuno zanemareni. Stoga se preporučuje da sajtovi koji imaju originalan sadržaj znatno veći prostor daju tekstovima koji se odnose na zajednicu u dijaspori nego što je to trenutno slučaj. Još jedan bitan razlog za ovakvu praksu je i činjenica da će i publika u Srbiji na taj način imati više informacija o dešavanjima i aktuelnostima u dijaspori, jer su mediji dijaspore primaran izvor informisanja o tome.

6. Na najvećem broju sajtova nedostaje više vlastitih sadržaja koji se odnose na Srbiju. To potvrđuju neki od sledećih primera:

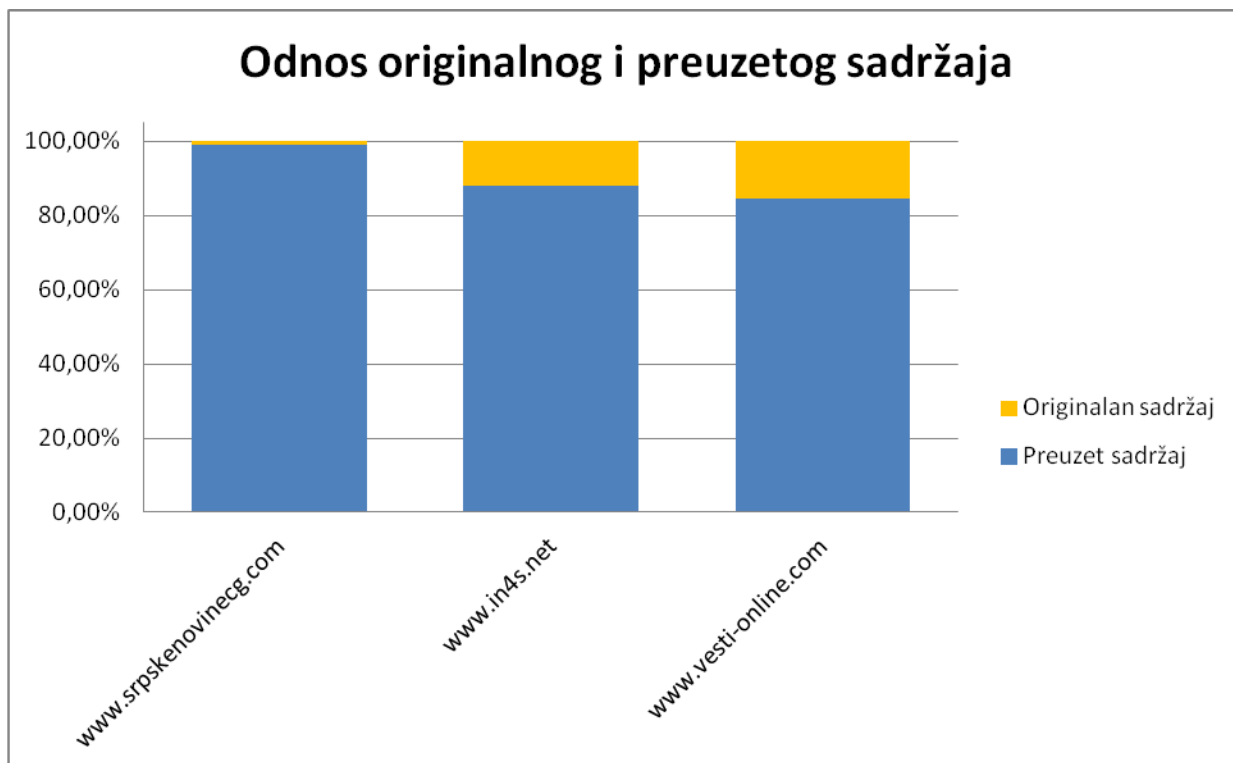
- www.in4s.net – od ukupno 58 originalnih objava, pet se odnosi na Srbiju, odnosno 8,6% ukupnog originalnog sadržaja

- www.novossti.com – dva teksta se odnose na Srbiju od ukupno 17 koliko je objavljeno u 720. broju časopisa (koji je objavljen i na sajtu), odnosno 11,8% sadržaja
- www.srbi.org.mk, www.srpskenovinecg.com i www.torontonovosti.com su neki od sajtova koji nemaju originalne objave koje se odnose na Srbiju



Preporuka: Jedna od bitnih funkcija medija dijaspore je i izveštavanje o dešavanjima u matičnoj zemlji, ali ne samo putem preuzimanja sadržaja iz srpskih medija, već i pisanjem originalnih tekstova koji se odnose na Srbiju. Ovo je posebno značajno u slučaju dvojezičnih medija (recimo: srpski i nemački ili srpski i engleski), jer u tom slučaju može da ih prati i lokalna publika koja ne govori srpski jezik. Analizom je, međutim, utvrđeno da u slučaju mnogih sajtova takvi sadržaji nisu prisutni u dovoljnoj meri.

7. Najaktivniji sajtovi medija dijaspore kombinuju preuzete i vlastite sadržaje, ali znatno veći udeo čine sadržaji preuzeti iz drugih medija (www.vesti-online.com, www.in4s.net, www.novinar.de, www.ebritic.com, www.torontonovosti.com, www.srpskatelevizija.com, www.srpskenovinecg.com, www.srbi.org.mk). Tako je na sajtu www.srpskenovinecg.com 98,9% sadržaja preuzeto iz drugih medija, na www.in4s.net 88%, dok je na sajtu www.vesti-online.com to slučaj sa 84,6% sadržaja.



Preporuka: Iako je cilj ovakve prakse najčešće da preuzimanjem velikog broja tekstova iz drugih medija dijaspora na jednom mestu sazna sve o dešavanjima u Srbiji, ne treba izgubiti iz vida nekoliko činjenica:

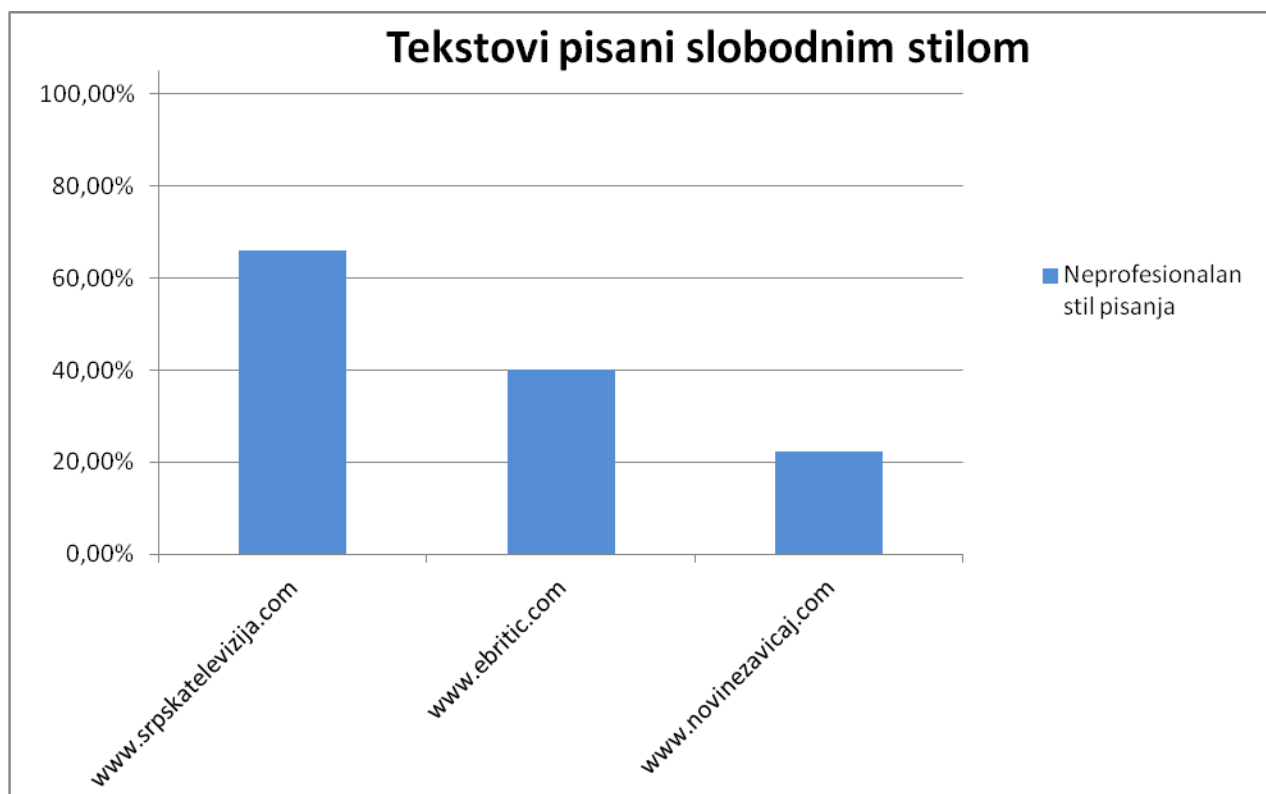
1. Dijaspori su već dostupni sajtovi srpskih medija sa kojih se preuzimaju sadržaji, tako da je do tih tekstova veoma lako doći.
2. Sve najbitnije vesti iz Srbije se nalaze na sajtovima većih srpskih medija, pa je veća verovatnoća da će te sadržaje i dijaspora čitati na matičnom sajtu (recimo na b92.net, blic.rs, rts.rs), nego da će za tim vestima tragati na sajtovima medija dijaspore.
3. Kada više od 80 odsto sadržaja na sajtovima medija dijaspore čine preuzeti tekstovi, onda čak i onaj manji broj originalnih objava bude znatno manje vidljiv i padne u drugi plan, jer se jednostavno „izgube“ u velikom broju preuzetih tekstova. Stoga bi bilo logično da mediji dijaspore koji imaju veće kapacitete i mogućnosti insistiraju na sopstvenim sadržajima jer oni donose suštinsku vrednost dijaspori koja je primarna ciljna grupa.

To ne znači da ne treba preuzimati i tekstove iz drugih medija, već da bi to trebalo raditi znatno ređe nego u slučaju tri navedena onlajn medija dijaspore i prenositi samo tekstove koji su od posebnog značaja za zajednicu u dijaspori. Takvih tekstova svakako ne može biti 68 na dnevnom nivou koliko ih svakodnevno prenosi sajt www.vesti-online.com, odnosno više od 42 koliko ih prenosi www.in4s.net. Idealno bi bilo da preuzeti sadržaji ne čine više od 50% ukupnih objava u slučaju sajtova koji suštinski predstavljaju kombinaciju preuzetog i originalnog sadržaja.

8. Onlajn mediji dijaspore prilikom preuzimanja sadržaja iz drugih medija uglavnom potpisuju izvor iz kojeg je sadržaj preuzet.

Preporuka: Treba obratiti posebnu pažnju na autorska prava na internetu. Na primer, na sajtu www.srbi.org.mk u 10 od 11 preuzetih tekstova u analiziranom periodu nije naveden izvor, odnosno medij iz kojeg je preuzet sadržaj, kao ni autor preuzetog teksta. Stoga se čitanjem takvih objava stiče utisak da je u pitanju originalan sadržaj, tj. da su ga kreirali novinari ovog sajta, iako to nije slučaj. Neki od primera ovakvih objava su sledeći: [Dan Radio Beograda](#), [U Kragujevcu služena liturgija na tri jezika](#), [Svetlana Jančić vd direktora Narodne biblioteke Srbije](#) (svi tekstovi su preuzeti iz srpskih medija).

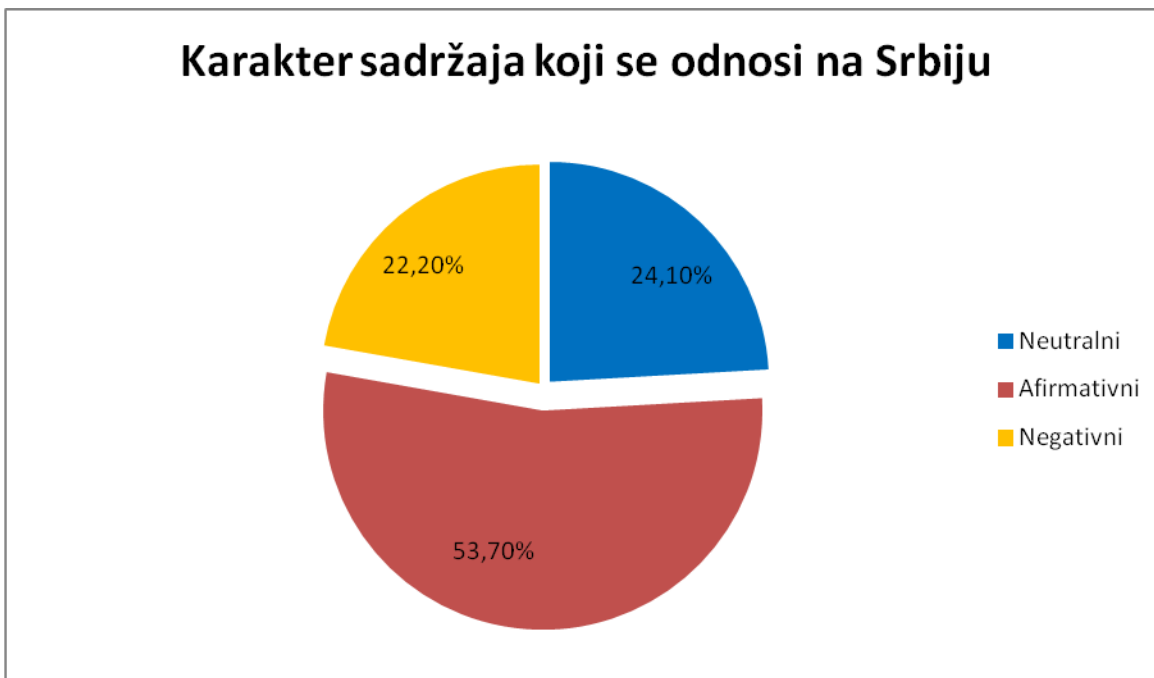
9. Većina originalnih tekstova na sajtovima medija dijaspore poštuje osnovne standarde pisanja u novinarstvu, ali se na pojedinim sajtovima beleži i značajan udeo tekstova pisanih ne novinarskim stilom. U pitanju su sajtovi www.srpskatelevizija.com sa 66 odsto takvih objava, www.ebritic.com sa 40 odsto i www.novinezavicaj.com sa 22,2 odsto, dok je jedina objava na sajtu www.torontonovosti.com takođe pisana slobodnim stilom.



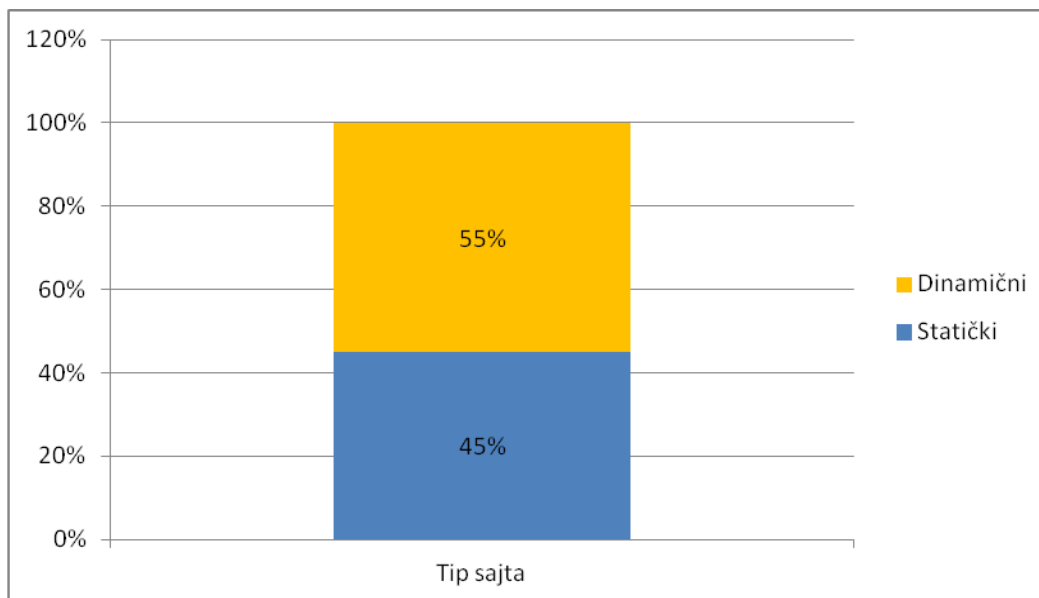
Preporuka: Poštovanje profesionalnih pravila pisanja donosi veći kredibilitet i ugled svakom mediju, tako da bi takvu praksu trebalo da praktikuju i sajtovi dijaspore. Profesionalizacija medija dijaspore stoga nužno podrazumeva i usvajanje profesionalnih novinarskih veština, među kojima je svakako i način pisanja.

10. Na svim sajtovima koji su imali sadržaj iz sopstvene produkcije koji se odnosi na Srbiju najveći udeo čine afirmativni sadržaji, pod kojima se podrazumevaju objave s pozitivnom konotacijom o Srbiji.

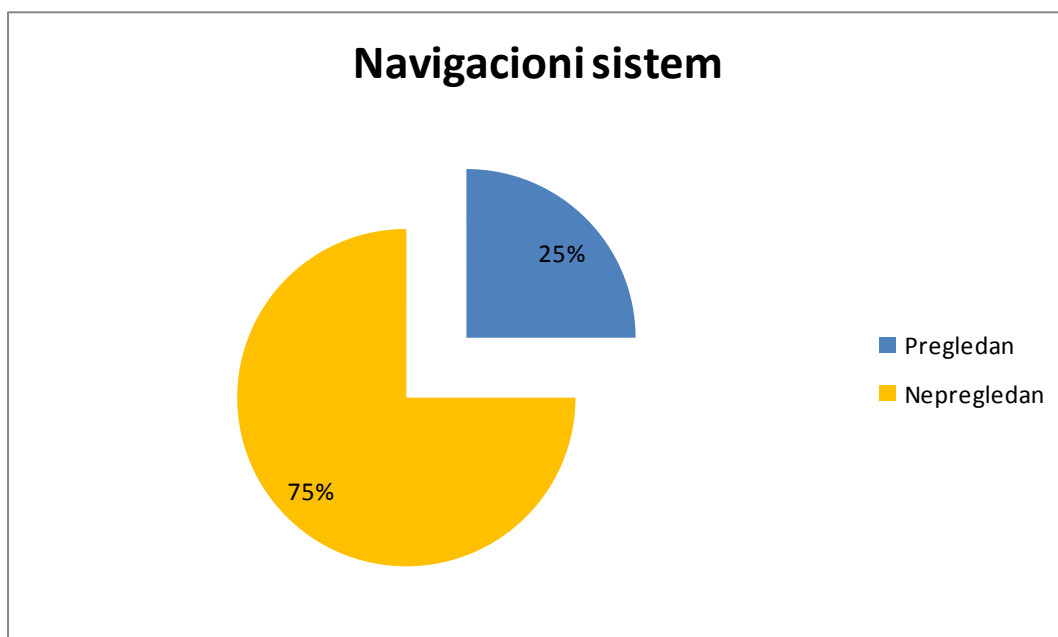
Zbirni rezultati pokazuju da je 53,7 odsto originalnih objava koje se odnose na Srbiju na svim analiziranim sajtovima bilo afirmativnog karaktera, slede objave neutralnog karaktera sa 24,1 odsto, dok su najmanje zastupljene objave negativnog karaktera sa 22,2 odsto.



11. Od ukupnog broja analiziranih sajtova, 45 odsto su statički, a 55 odsto dinamički. Pod statičkim se podrazumeva nefleksibilna struktura sajta kod koje je i za najmanju izmenu u sadržaju neophodno menjanje kodova što je programerski deo posla. To znatno otežava i komplikuje proces ažuriranja čime je nemoguće ispuniti osnovne funkcije njuz portala. Dinamički sajtovi funkcionišu na bazi CMS-a preko koga se sadržaj lako i jednostavno unosi i raspoređuje na sajtu.



12. Opšti utisak je da analizirane sajtove medija dijaspore odlikuje loša navigacija. Taj nedostatak jednostavnosti predstavlja osnovnu prepreku za posetioce praveći im poteškoće prilikom pregleda sadržaja i kretanja kroz sajt. Od ukupnog broja analiziranih sajtova, svega 25 odsto njih ima pregledan navigacioni sistem od kojih se po jednostavnosti pretrage izdvaja sajt www.vesti-online.com koji je organizovan po preglednim kategorijama sa padajućim menijima.



Preporuka: Kretanje kroz sajt bi trebalo da bude jednostavno uz maksimum četiri nivoa navigacije. To podrazumeva menije koji prikazuju izabrane glavne kategorije i podkategorije u padajućem meniju. Ti meniji treba da budu optimizovani za različite pretraživače kako bi se brzo učitali.

13. Na velikom broju sajtova je otežan ili u potpunosti onemogućen pristup starijim vestima. Tako npr. na sajtu www.in4s.net se može videti samo pet poslednjih stranica sa dnevnim vestima koje znatno premašuju taj broj, pa se uveče, primera radi, ne mogu videti vesti objavljene u prepodnevnom satima istog dana. S druge strane, na sajtu www.srpskenovinecg.com svaka kategorija se sastoji od pet vesti, pri čemu ne postoji arhiva vesti.

Preporuka: Ukoliko navigacioni sistem onemogućava pristup starijim sadržajima, neophodno je da postoji arhiva sa svim sadržajima koji su ikada objavljeni na sajtu. Ta arhiva bi trebalo da bude organizovana po filter kategorijama ili u vidu ključnih reči, datuma objavljivanja ili sekcije na sajtu.

14. Vizuelni identitet sajtova medija dijaspore i Srba u regionu je u skladu sa statičkim pristupom sadržaju koji preovlađuje čak i kod dinamičkih sajtova kod kojih to ne bi trebalo da bude slučaj. Na većini sajtova ne postoje jedinstvena dizajnerska rešenja koja bi unela izvesnu dozu autentičnosti, niti u pogledu boja, fontova ili stilskih rešenja.

Preporuka: Veb sajtovi medija dijaspore bi trebalo da imaju prepoznatljiv vizuelni identitet. Ovo se odnosi na korišćenje boja (najviše tri boje koje su karakteristične za tu medijsku kuću ili organizaciju) za zaglavlje i dizajn naslovne strane, kao i logo. Preporučuje se korišćenje tro-kolonske okvirne grafike, poravnavanje justify odnosno centralno uz minimalnu preporučenu rezoluciju od 800 x 600.

15. Kod nekolicine analiziranih sajtova je primećeno korišćenje tzv. Flash-a, kao i reklama u prvom planu. Tako npr. na sajtu <http://www.snnovine.com> svetlost prolazi kroz gornji meni. Neki sajtovi, kao što je <http://www.srpskenovinecg.com> imaju u zaglavlju pokretne slike koje mogu da iritiraju i dekoncentrišu posetioce. Na nekim sajtovima je vrlo teško razgraničiti vest od reklame (na primer <http://www.stvt.ca/>).

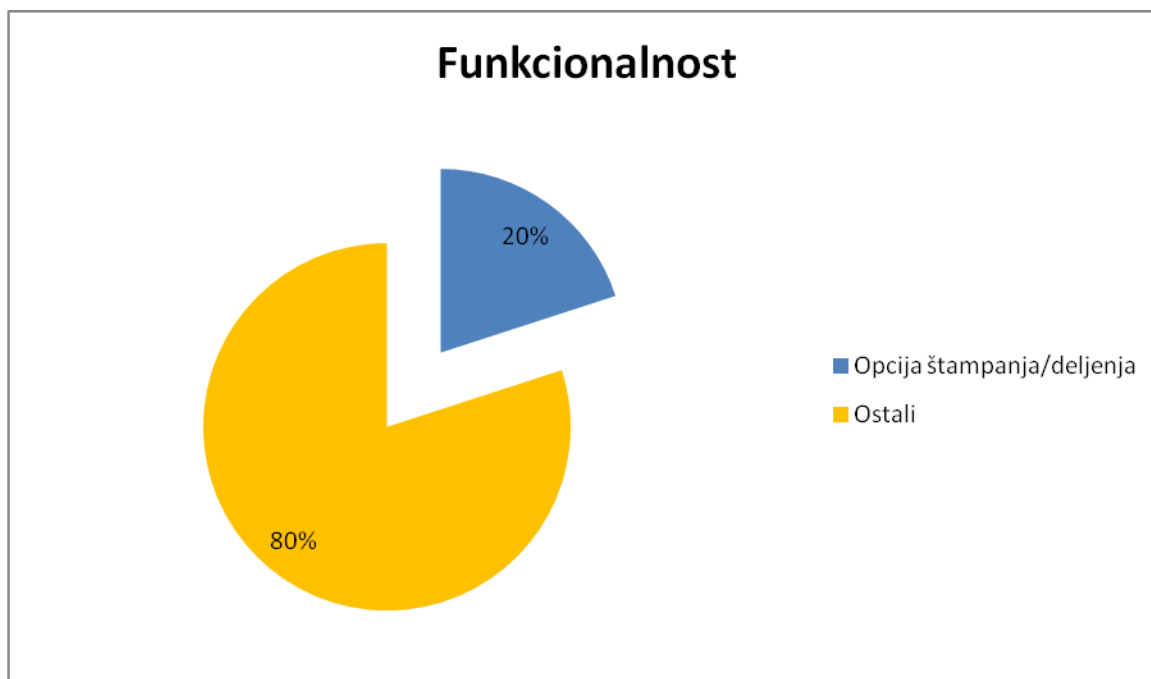
Preporuka: Treba izbegavati upotrebu tzv. flash intro animiranih banera ili drugih aplikacija koje trepere ili iskaču u vidu tzv. pop-up window bez kontrole korisnika kako bi se izbeglo umaranje očiju korisnika ili ometanje koncentracije. Takođe je važno vizuelno razdvojiti reklamu od vesti.

16. Neujednačenost veličine i rasporeda fotografija i banera dominira kod većeg broja analiziranih sajtova. Do toga dolazi usled odsustva pravilnih kolona u CMS-ovima ili drugim sistemima sadržaja sajta kao i usled unošenja slika različitih veličina i rezolucija. Tako imamo sajt <http://www.srbi.org.mk> sa različitim veličinama *thumb* slika.

Preporuka: Ukoliko CMS ili drugi sistem koji služi za ubacivanje sadržaja na sajt automatski ne postavlja slike u određenom formatu, potrebno ih je postavljati u određenoj rezoluciji i veličini kako bi se dostigla ujednačenost na stranicama. Isto važi i za banere. U cilju povećanja vidljivosti sajta preporučuje se međusobna razmena linkova i banera sa veb sajtovima drugih srpskih medija u dijaspori ili relevantnih institucija/centara u toj zemlji, kao i Srbiji.

17. Dva sajta od analiziranih (<http://www.vesti-online.com> i <http://sloboda.snd-us.com/>) poseduju opciju za povećavanje veličine slova kojom se olakšava korišćenje sajta slabovidim ljudima. Nema sajtova sa zvučnom opcijom koja omogućava da se sadržaj čuje. Zvuk jedino ima sajt <http://www.serbianmirror.com/> putem koga se reklamira srpski restoran u SAD, bez mogućnosti da se taj zvuk isključi.

18. Svega 20 odsto analiziranih sajtova ima opciju štampanja stranice ili deljenja sadržaja imejlom ili društvenim mrežama. To su: <http://www.srbi.org.mk/>, <http://www.srpskenovinecg.com>, <http://www.vesti-online.com>, i <http://www.novinezavicaj.com/>. Odsustvo te opcije znatno otežava širenje vesti sa tog sajta po internetu, čime je domet tog sadržaja u samom startu ograničen.



Preporuka: Uvođenje mogućnosti jednostavnog štampanja stranice bez suvišnih detalja i grafičkih elemenata, kao i slanje stranice elektronskom poštom i podela sadržaja na društvenim mrežama.

19. Od ukupnog broja analiziranih sajtova, 15 odsto njih su dvojezični (<http://www.dijaspora.nu/>, <http://www.ebritic.com/>, <http://www.radioavala.com>). Sajt www.novinar.de/ ima linkove ka Google

translate-u za engleski, nemački, grčki i ruski jezik. Neki kao www.snovine.com imaju opciju za drugi jezik ali taj deo sajta još nije opremljen. Pedeset odsto analiziranih sajtova je na ćirilicnom pismu.