



DINARA
BACK TO LIFE

Izvješće o analizi medijskih objava o Dinari na internetskim portalima i stranicama u 2020. godini

U sklopu projekta Dinara back to LIFE (aktivnost D.3.2)



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge

Veljača, 2021

SADRŽAJ:

1. UVOD	3
2. METODE	3
3. OBUHVAT ISTRAŽIVANJA	4
4. REZULTATI	5
4.1. Broj objava i vrsta medijske zastupljenosti	6
4.2. Ton objava	7
4.3. Teme objava	11
4.4. Status subjekta i vrsta publiciteta	14
5. ZAKLJUČCI	17
6. SAŽETAK	19
7. ABSTRACT	20
8. POPIS SLIKA I TABLICA	22

Isključivu odgovornost za sadržaj ovog izvješća snose njeni autori. Izvješće ne odražava nužno stav Europske unije ili ijedne spomenute organizacije osim ako je to izričito naglašeno. Ni Izvršna agencija za mala i srednja poduzeća (EASME) ni Europska Komisija ne mogu se smatrati odgovornima za bilo koje korištenje koje se može povezati sa sadržajem i informacijama koje se ovdje nalaze.

Stajališta izražena u ovoj publikaciji isključiva su odgovornost LAG-a "Cetinska krajina" i ne odražavaju nužno stajalište Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske, kao ni Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost.

Autor izvješća: Sven Ratković. LAG "Cetinska krajina"

1. UVOD

U sklopu projekta "Management planning and restoration of Dinara dry grasslands to save biodiversity and support sustainable development" (Dinara back to LIFE, referenca LIFE18 NAT/HR/000847) tijekom 2020. provedena je Analiza medijskog sadržaja prve projektne godine.

Cilj ove aktivnosti bio je prikupiti medijske objave na temu pojma Dinare koje su objavljene tijekom 2020. i analizirati prikupljene podatke. Analiza podataka pružit će uvid u postojeće stanje i pomoći projektnom timu da prilagodi provedbu daljnjih komunikacijskih i projektnih aktivnosti s otkrivenim posebnostima medijskih stavova. Pri analizi medijskog sadržaja primjenjene su metode iz Analize početnog stanja – medijski sadržaj 2019.

2. METODE

Metoda za provedbu ove podaktivnosti bila je prikupljanje i analiza medijskog sadržaja, odnosno pretraživanje medijskih članaka koji sadrže pojam „Dinara“ ili se usko odnose na projektno područje i tematiku, pohranjivanje članaka u bazu podataka i provedba analize.

Analiza medijskih sadržaja omogućava uvid u pozitivne i negativne tematike unutar publiciteta vezanog za subjekt istraživanja, o udjelu planiranog publiciteta (uspješnosti odnosa s javnošću) i razinom naklonjenosti medija i autora. Ovakva vrsta analize najbolje prati tijek i rezultate komunikacijskih ciljeva, ocjenjuje sadržaj publiciteta i određuje konkretne ciljeve pri odnosima s medijima.

3. OBUHVAT ISTRAŽIVANJA

U svrhu analize prikupljen je medijski sadržaj u kojem se spominje pojam „Dinara“, koji je objavljen u vremenskom razdoblju od siječnja do prosinca 2020. godine.

Građa za analizu dobivena je dodatnom selekcijom objava dobivenih pretragom pojma Dinara, prema temama navedenima u Tablici 1, , a izostavljene su objave koje spominju pojam Dinara, ali sadržajno nisu vezane uz teme koje smatramo relevantnima, poput članaka o vremenskoj prognozi.

Tablica 1. Popis tema za analizu medijskih sadržaja

Teme vezane uz subjekt Dinara
1. ekološki turizam
2. ekonomska korist
3. EU politike
4. interes lokalne zajednice
5. mjere ruralnog razvoja
6. Natura 2000
7. poljoprivreda suhих travnjaka
8. poticaji za pašarenje
9. reakcije lokalnog stanovništva na metode restauracije travnjaka
10. spominjanje projekta
11. ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta
12. ugrožavanje kvalitete života
13. usluge ekosustava
14. važnost suhих travnjaka
15. ekološki turizam

4. REZULTATI

Rezultati analize sadrže sljedeće podatke:

4.1. Ukupni broj objava u 2020., broj objava po mjesecima, od siječnja do prosinca.

4.2. Ton objava prema dominantnoj temi (afirmativan, neutralan i negativan).

Medijske objave se prema tonu objave određuju kao afirmativne, neutralne ili negativne. Određivanje prema tonu objava vrši se u odnosu na subjekt analize, što je u ovom slučaju pojam „Dinara“.

- Afirmativne objave su one koje idu u korist subjekta, odnosno za dobrobit Dinare.
- Neutralne objave su one koja uravnoteženo izvještavaju o subjektu, Dinari, bez zauzimanja strana.
- Negativne objave su one objave koje zagovaraju radnje koje imaju štetne posljedice za subjekt Dinara,.

Pregled internetskih portala i stranica koji su objavljivali o Dinari.

4.3. Pregled tema i ključnih pojmova vezanih uz subjekt Dinara

4.4. Status subjekta Dinara

Analizom se određuje status subjekta Dinare kao samostalan, nesamostalan, ili kao navod. Takva analiza razdvaja pojavljuje li se subjekt samostalno, nesamostalno ili u kombinaciji s drugim temama, ili kao navod.

Ako se subjekt pojavljuje samostalno, to znači da je jedina tema unutar teksta, ili su tekstovi posvećeni upravo toj jednoj temi.

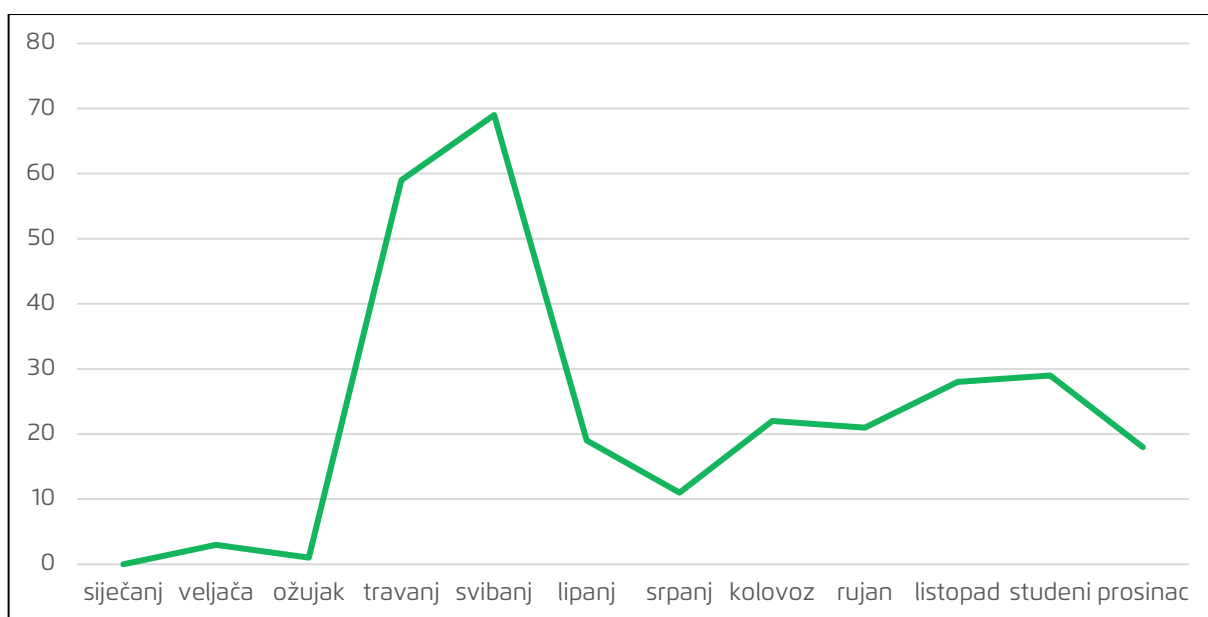
Nesamostalan status se određuje kada se u objavama govori o subjektu analize ali i drugim subjektima, ili o temi koja je projektu od važnosti ali su pokrivena i druge teme.

Subjekt se može pojaviti i kao navod, a to znači da je subjekt analize ili tema od interesa samo spomenuta u nabranju.

Primarni i sekundarni publicitet

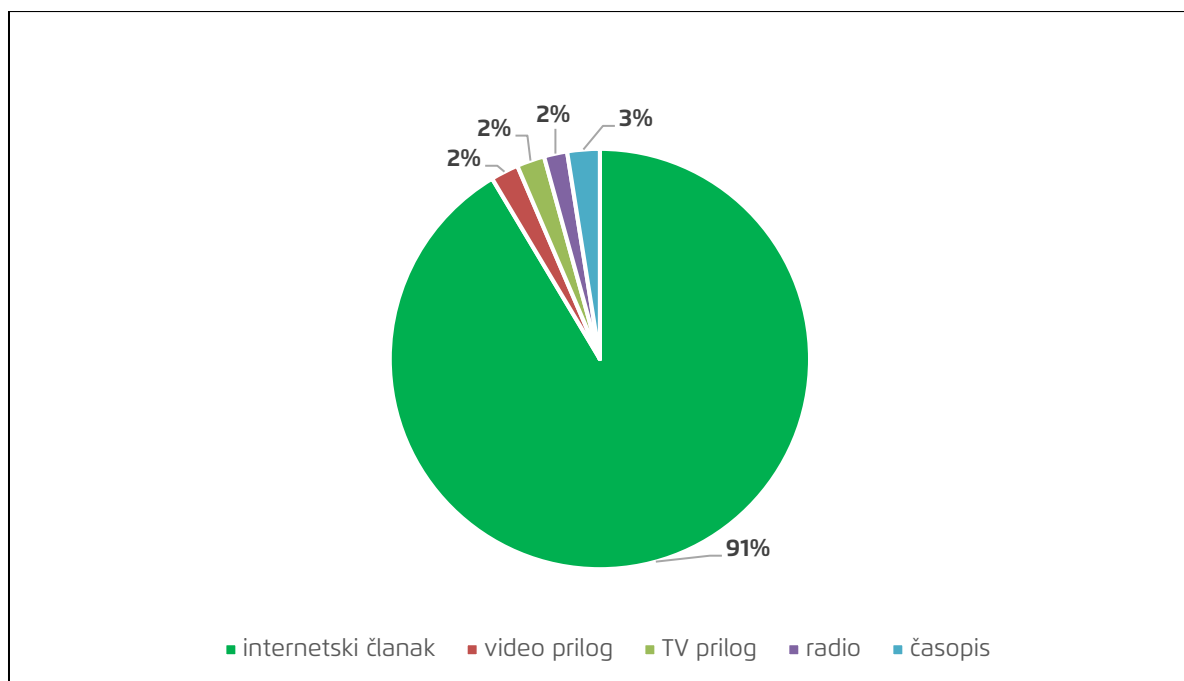
Temeljem statusa subjekta u objavama odredit će karakterizaciju njezinog publiciteta kao primarnog ili sekundarnog. Oznaka primarnog publiciteta znači da se o subjektu ili temi pisalo na kvalitetan način, da im je dan određeni prostor. Sekundarni publicitet označava da se subjekt analize ili tema samo spominju, ali se sadržaj njima ne bavi. Vrste publiciteta daju sliku o tome kako mediji tretiraju subjekt, koju mu važnost daju: Kod primarnog publiciteta radi se o kvalitetnom sadržaju u odnosu na subjekt ili temu, dok je sekundarni publicitet manje kvalitetan.

4.1. Broj objava i vrsta medijske zastupljenosti



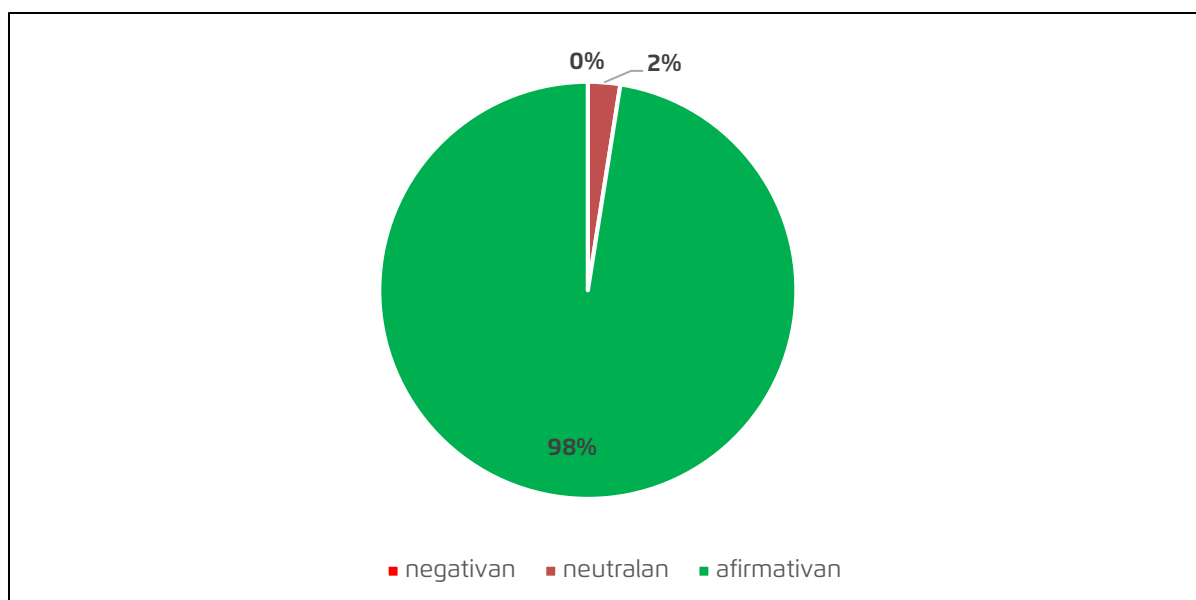
Slika 1. Broj objava po mjesecima (N=280)

U 2020. godini ukupno je pronađeno 280 članaka na temu Dinare uz primjenu kriterija odabira projektnog tima. Najučestalije se objavljivalo u svibnju (najava proglašenja Dinare parkom prirode), travnju (veliki požar na Dinari) i studenom (iskaz interesa za pašarenje na Dinari).



Slika 2. Objave prema vrsti medija (N=280)

4.2. Ton objava



Slika 3. Ton objava (N=280)

Tonalitet objava analiziran je prema tri kriterija. Afirmativne objave su one koje idu u korist subjekta, neutralne objave su uravnotežena izvješća bez zauzimanja strana a negativne objave zagovaraju radnje koje imaju štetne posljedice za subjekt. O Dinari se najviše objavljivalo afirmativno (239), zatim neutralno (21) i naposljetku negativno (20). Prevladavaju afirmativne objave na temu projektnih aktivnosti Dinara back to LIFE tima, proglašenja Parka prirode, održivog turizma poput planinarenja. Kod neutralnih objava autori su zagovarali oblike turizma koji negativno utječu na floru i faunu Dinare.

Tablica 2. Popis medija koji su objavljivali o Dinari – ukupni broj objava (N=280)

medij	broj objava
www.dalmacijadanas.hr	24
www.ferata.hr	15
www.slobodnadalmacija.hr	7
www.vecernji.hr	7
www.biom.hr	6
www.dnevnik.hr	6
www.index.hr	6
www.jutarnji.hr	6
www.magazin.hrt.hr	6
www.sibenik.in	6
www.tris.com.hr	6
www.dalmatinskiportal.hr	5
www.hrt.hr	5
www.huknet1.hr	5
www.rtl.hr	4
www.slobodnadalmacija.hr/sibenik	4
www.24sata.hr	3
www.agrobiz.hr	3
www.dalmacijanews.hr	3
www.direktno.hr	3
Hrvatske šume - časopis	3
www.nacional.hr	3
Pogled u divljinu - časopis	3
www.radio101.hr	3
www.sibenskiportal.hr	3
www.sibensko-kninska-zupanija.hr	3
www.tportal.hr	3
www.turistickeprice.hr	3
www.lag-ck.hr	3
www.vijesti.hrt.hr	3
www.021portal.hr	2
www.bljesak.info	2

medij	broj objava
www.civilnodrustvo.hr	2
www.dnevno.hr	2
www.glasistre.hr	2
www.gss-split.hr	2
www.h-alter.com	2
Radio Knin	2
Hit radio	2
www.kijevo.hr	2
www.morski.hr	2
www.narod.hr	2
www.net.hr	2
www.otvoreno.hr	2
www.punkufer.dnevnik.hr	2
www.regionalni.com	2
www.sinjskarera.hr	2
www.turizmoteka.hr	2
www.vrlika.hr	2
www.zastita.info	2
www.034portal.hr	1
www.agroklub.com	1
www.aktivator.hr	1
www.bhrt.ba	1
www.bikemagazin.info	1
www.braniteljski-portal.com	1
www.crnemambe.hr	1
www.croativ.hr	1
www.croexpress.eu	1
www.cronika.hr	1
www.crosol.hr	1
Dobra kob - časopis	1
www.e-ivanec.com	1
www.energetika.net	1
www.eu-krka-knin.hr	1
www.ezadar.net.hr	1
www.glas-slavonije.hr	1
www.globalnovine.eu	1
www.gloria.hr	1
www.gradonacelnik.hr	1
www.hgss.hr	1
www.hps.hr	1
www.hrturizam.hr	1
www.hrvatska-danas.com	1
www.hrvatski-fokus.hr	1
www.hu-benedikt.hr	1
www.infokiosk.net	1
www.jankovac.hr	1
www.journal.hr	1
www.kastela.org	1
www.klik.hr	1

medij	broj objava
www.knin.hr	1
www.korijandulica.com	1
www.likaclub.eu	1
www.likemetkovic.hr	1
www.lokalnahravska.hr	1
www.metkovic-news.com	1
www.metropolitan.hr	1
www.metro-portal.hr	1
www.moj-posao.net	1
www.mojzagreb.info	1
www.monitor.hr	1
www.morh.hr	1
www.mtb.hr	1
www.mzoe.gov.hr	1
www.hr.n1info.com	1
www.nacionalno.hr	1
www.nasice.com	1
www.noviradio.hr	1
www.croscij.wordpress.com	1
www.np-krka.hr	1
www.oie.hr	1
www.opcina-hrvace.hr	1
www.panopticum.hr	1
www.pixsell.hr	1
www.poslovni.hr	1
www.ps-portal.eu	1
www.radio-banovina.hr	1
www.radiodrnis.hr	1
www.radiojadran.com	1
www.radiokrizevci.hr	1
Radio Split	1
www.radiosibenik.hr	1
www.radionica.hr	1
www.relax-portal.info	1
www.rtv-hb.com	1
www.sinj.com	1
www.sinj.hr	1
www.sjeverni.info	1
www.startbih.ba	1
www.sv-mihovil.hr	1
www.tehnoeko.com	1
www.telegram.hr	1
www.tockanai.hr	1
www.totalinfo.hr	1
www.trilj.hr	1
www.veleknin.hr	1
www.vrlicka.stvarnost.hr	1
www.zadarskilist.hr	1
www.zagorje-international.hr	1

4.3. Teme objava

Odabir i analiza medijskog sadržaja provela se u odnosu na 15 tema koje je odredio projektni tim. Teme koje su odabrane tiču se pojmova čija analiza može pomoći u usmjeravanju komunikacijskih aktivnosti projekta, te koja će dati jasan uvid u teme koje mediji smatraju važnima za izvještavanje.

Kratki opis tema za analizu prikupljenog medijskog sadržaja

Kvaliteta života – Tema obuhvaća spominjanje čimbenika koji umanjuju kvalitetu života u projektnom području

Natura 2000 – Medijski sadržaj koji se bavi temom pravne zaštite prirode, ekološkom mrežom Natura 2000, ili informiranjem javnosti o zaštiti prirode

Turizam – Analizom se prate medijske objave koje govore o turističkom potencijalu dinarskog područja

EU politike – Analiza uključuje praćenje spominjanja političkog konteksta u upravljanju travnjacima. Može biti riječ o EU ili nacionalnim politikama politika i smjernicama, direktivi o staništima, direktivi o pticama, LIFE programu...

Ciljna staništa i vrste – Tema obuhvaća pojavljivanje ugroženih vrsta i staništa u objavama o Dinari

Ekonomska korist - Promicanje stočarstva kao profitabilnog zanimanja, praćenjem tog pojma pratimo jedan od ciljeva koji su raspisani projektom

Interes lokalne zajednice - Praćenje uključenosti lokalnog stanovništva, njihovog podržavanja projektnih aktivnosti, te porast interesa za poljoprivredna zanimanja zasnovana na održivom korištenju prirodnih resursa

Važnost suhih travnjaka – Analiza prati objave koje govore o važnosti travnjaka na području Dinare

Poljoprivreda vezana za suhe travnjake – Analiza prati spominjanje pčelarstva i stočarstva u medijskom sadržaju

Usluge ekosustava – Tema se odnosi na spominjanje usluga ekosustava kao dodatne vrijednosti pri poljoprivrednoj proizvodnji, te pozitivnog efekta travnjaka na svakodnevni život

Reakcije lokalnog stanovništva na metode restauracije travnjaka - Gradnja partnerstva sa lokalnim stanovnicima i poljoprivrednicima, s ciljem njihovog uključivanja u proces donošenja odluka vezanih za mjere očuvanja. Spominjanje metoda restauracije: uklanjanje grmlja, kontrolirano paljenje, ispaša stoke

Poticaaji za pašarenje - Promicanje efikasnog i održivog korištenja obnovljenih travnjaka, posebno nakon završetka projekta, kao i medijska percepcija poticaja za pašarenje

Mjere ruralnog razvoja – Praćenje dostupnosti informacija o mogućnostima dobivanja poticaja iz EU fondova. Jedan od ciljeva projekta je očekivani porast broja prijava za mjere iz programa ruralnog razvoja (EPFRR) za barem 20% u okviru projektnog područja

Primjeri dobre prakse kod korištenja travnjaka - Praćenje spominjanja pozitivnih primjera dobre prakse upravljanja travnjacima, s ciljem poticanja poljoprivrednika na uključivanje

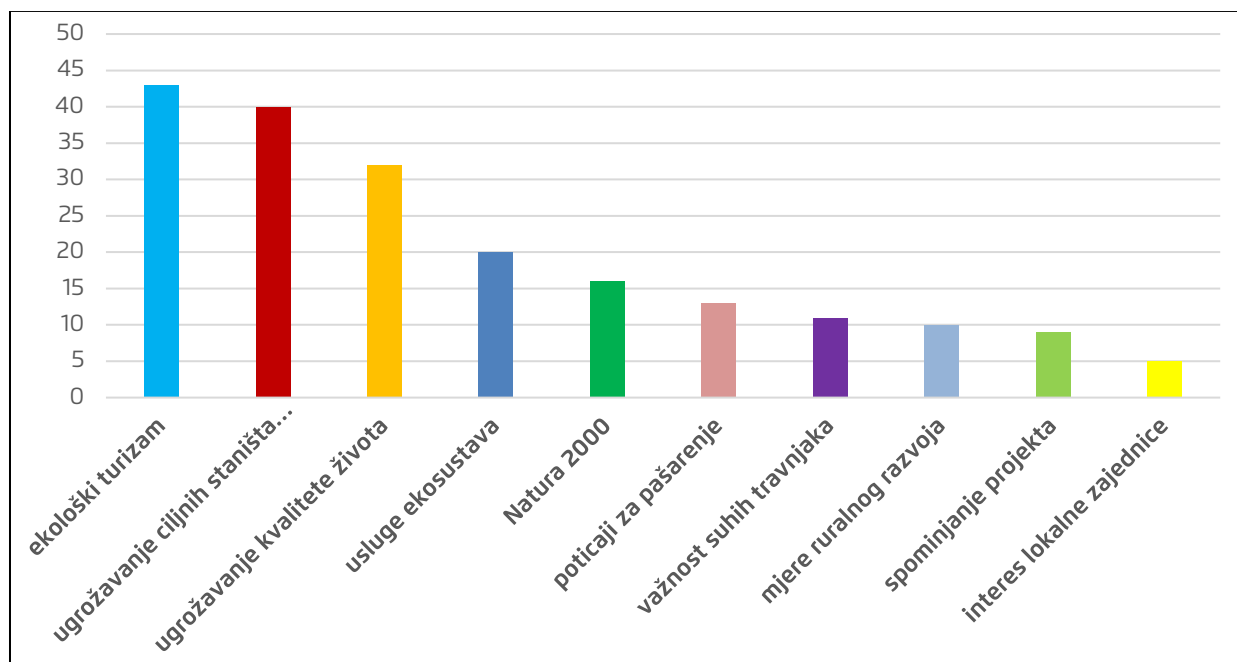
Spominjanje projekta - Spominje li se projekt u punom nazivu ili ne

Tablica 3. Frekventnost spominjanja ciljnih i dominantnih tema u objavama o Dinari (N=280)

tema	ekološki turizam	ekonomska korist	EU politike	interes lokalne zajednice	mjere ruralnog razvoja	Natura 2000	poljoprivreda suhih travnjaka	poticaji za pašarenje
pojavljivanje teme	88	30	4	31	11	45	4	17
dominantna tema	43	1	1	5	10	16	4	13

primjeri dobre prakse korištenja travnjaka	reakcije lok.st. na metode restauracije travnjaka	spominjanje projekta	ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta	ugrožavanje kvalitete života	usluge ekosustava	važnost suhih travnjaka
7	14	44	82	69	32	32
0	4	8	40	32	20	14

Ugroza kvalitete života, ekološki turizam, Natura 2000 i projektne aktivnosti prednjače po broju spominjanja u objavama o Dinari, a tome u prilog ide podatak da se od ukupno 280 analiziranih objava njih 98 odnosilo na proglašenje parka prirode, 61 na travanjski požar, a u 40 objava spominjane su aktivnosti projektnog tima.



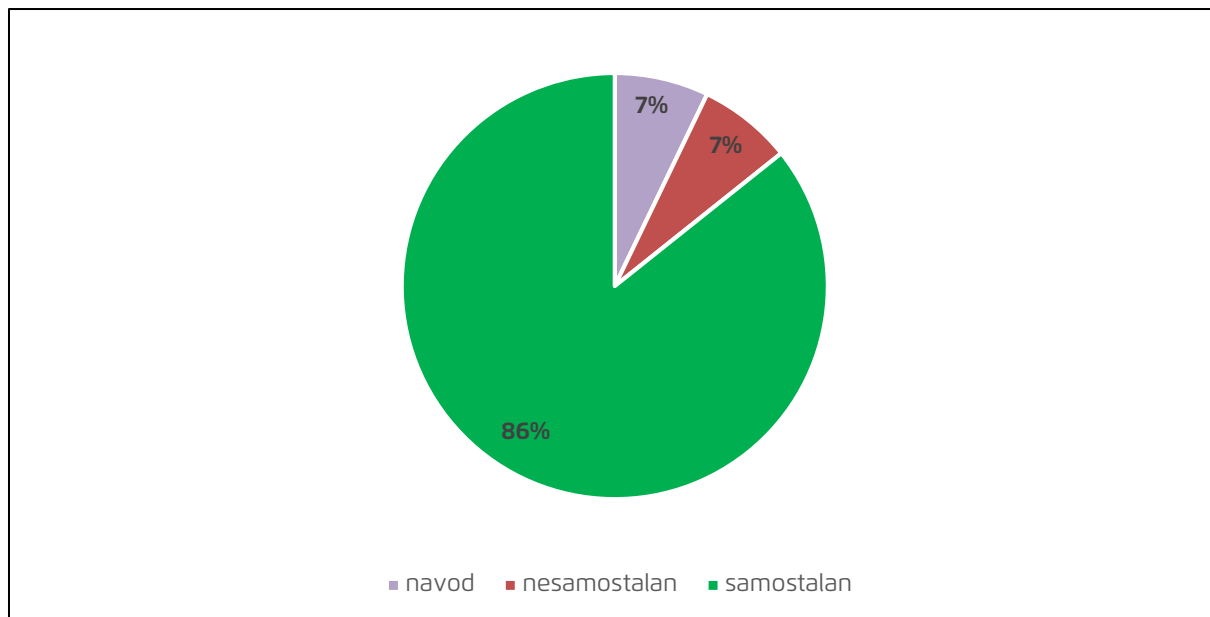
Slika 4. Dominantne teme u medijskim objavama o Dinari (N=199)

Analiza je provedena na način da svaki članak ima samo jednu glavnu temu. Iako se u članku mogu spominjati i druge teme, navodi se ona koja je bila dominantna. Od 280 analiziranih objava, 64 nisu sadržavale nijedan od 15 ključnih pojmova (najčešće priopćenja kratkog sadržaja), te s toga nisu uvrštene u procjenu tonaliteta.

Po temama prednjači ekološki turizam koji obuhvaća planinarske aktivnosti i razne sportsko-rekreativne manifestacije koje nemaju negativan učinak na okoliš i prirodu.

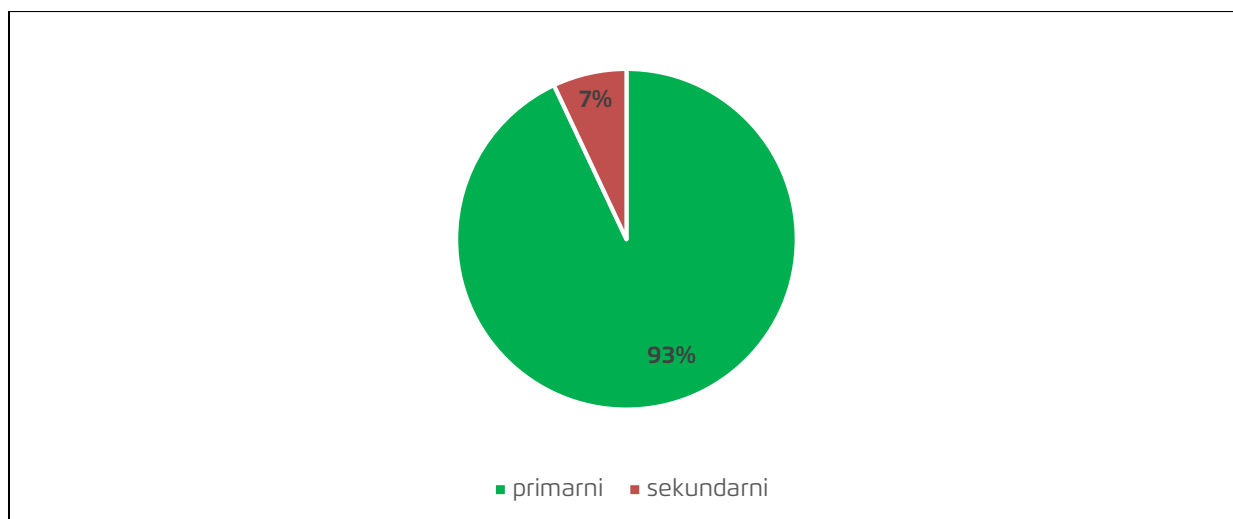
Ugroza ciljnih staništa i vrsta, kao i ugroza kvalitete života u širem projektnom području druga je najdominantnija tema objava. Usluge ekosustava i Natura 2000 svoj su prostor u medijima našle uglavnom kroz objave o proglašenju parka prirode.

4.4. Status subjekta i vrsta publiciteta



Slika 5. Vrsta statusa subjekta (N=280)

Ako se subjekt pojavljuje samostalno, to znači da je jedina tema unutar teksta, ili su tekstovi posvećeni upravo toj jednoj temi. Nesamostalan status se određuje kada se u objavama govori o subjektu analize ali i drugim subjektima, ili o temi koja je projektu od važnosti ali su pokrivena i druge teme. Subjekt se može pojaviti i kao navod, a to znači da je subjekt analize ili tema od interesa samo spomenuta u nabranju. O Dinari se u 2020. pisalo znatno više kao o samostalnom subjektu (240) nego kao o nesamostalnom (20), dok se kao navod pojavljivala također 20 puta u 280 analiziranih objava.



Slika 6. Vrsta publiciteta subjekta (N=280)

Slika 6. prikazuje primarni i sekundarni publicitet prikupljenih objava. Primarni publicitet označava pisanje o subjektu na kvalitetan način, da mu je dan određeni medijski prostor. Kod sekundarnog publiciteta subjekt analize se samo spominje, ali se sadržaj njime ne bavi. Publicitet Dinare je u 93% objava primaran, što nam govori da se radi o kvalitetnom medijskom sadržaju.

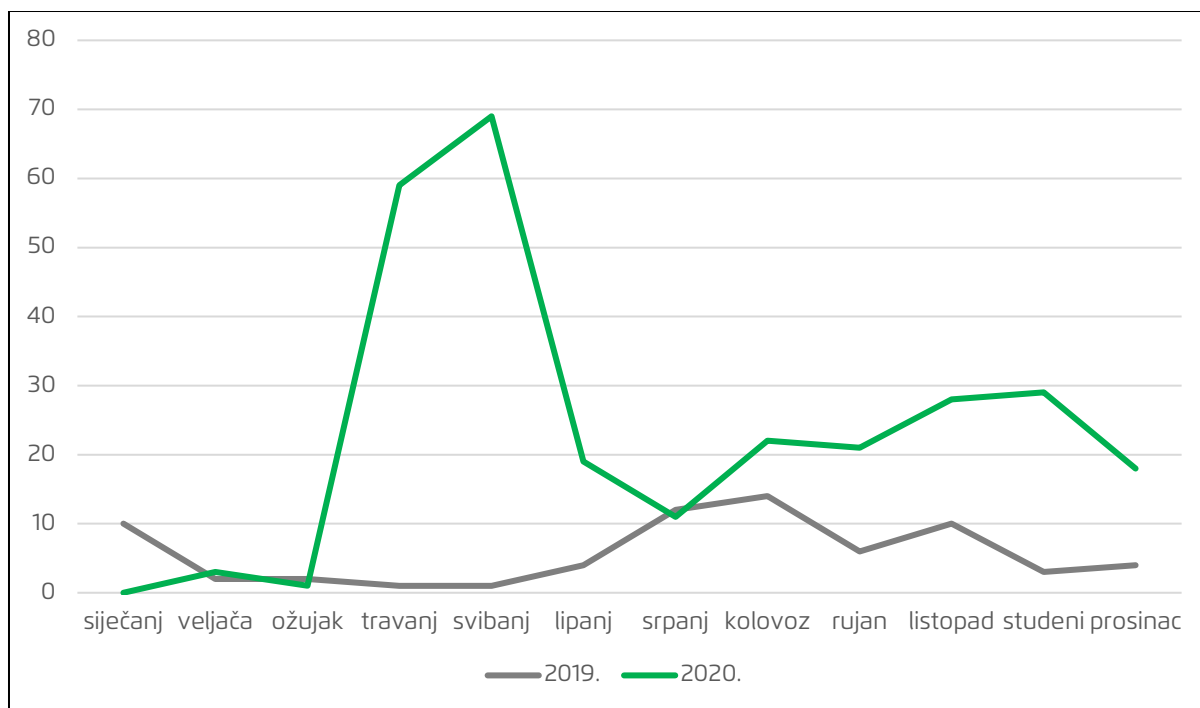
4.5. Tonalitet objava

Tablica 4. Tonalitet prema dominantnoj temi objave (N=216)

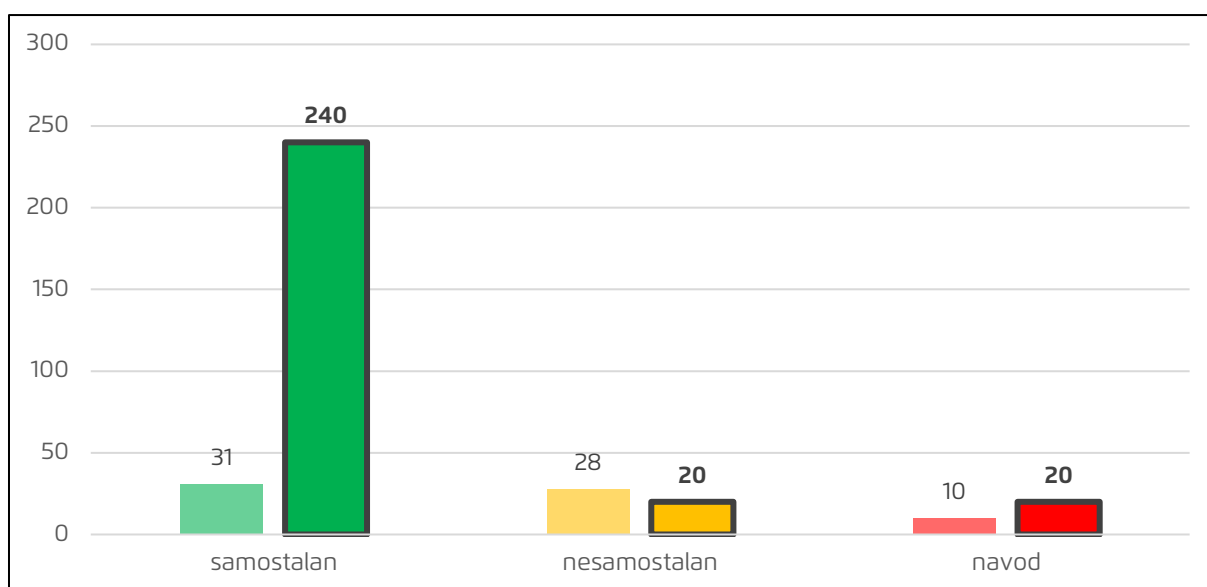
tema objave	afirmativan	neutralan	negativan	ukupno
ekološki turizam	42	1	0	43
ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta	40	0	0	40
ugrožavanje kvalitete života	27	5	0	32
usluge ekosustava	20	0	0	20
Natura 2000	16	0	0	16
poticaji za pašarenje	13	0	0	13
važnost suhih travnjaka	11	0	0	11
mjere ruralnog razvoja	10	0	0	10
spominjanje projekta	9	0	0	9
primjeri dobre prakse korištenja travnjaka	7	0	0	7
interes lokalne zajednice	5	0	0	5
poljoprivreda suhih travnjaka	4	0	0	4
reakcije lok.st. na metode restauracije travnjaka	4	0	0	4
ekonomska korist	1	0	0	1
EU politike	1	0	0	1

4.6. Usporedba rezultata analize medijskih objava 2019. i 2020.

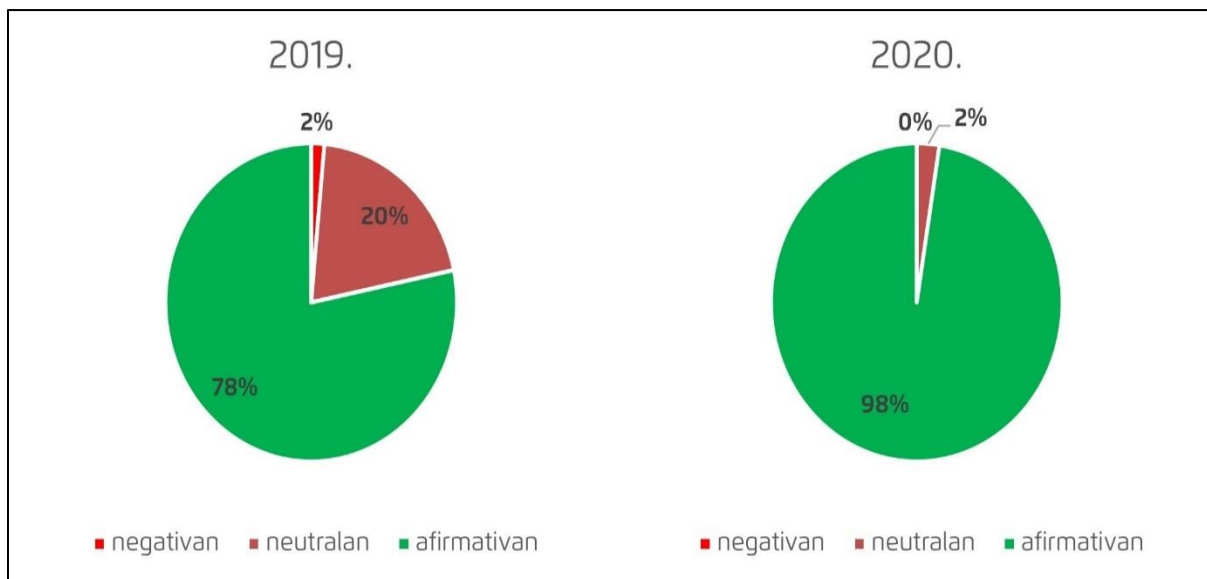
S obzirom na korištenje iste metodologije, rezultati analize medijskih objava 2019. i 2020. su usporedivi i služe otkrivanju promjena u medijskim stavovima prema Dinari.



Slika 7. Kretanje broja objava na mjesečnoj razini 2019. i 2020.



Slika 8. Usporedba statusa subjekta „Dinara“ u 2019. i 2020.



Slika 9. Usporedba tona objava u 2019. i 2020.

5. ZAKLJUČCI

Ukupno je zabilježeno 280 objava na temu pojma „Dinara“ u 2020. godini na većinom hrvatskim internetskim portalima i stranicama. O Dinari su mediji u prosjeku objavljivali 23 objave mjesečno. Prevladavajući ton objava je afirmativan (98% ukupnih objava), a tokom cijele godine nije zabilježena nijedna negativno ocijenjena objava. Mjera za procjenu tonaliteta (afirmativno, neutralno, negativno) funkcionirala je na principu da su afirmativne objave one koje idu u korist Dinare, njezine zaštite, aktivnosti zaštite prirode, one koje su zagovarale održivi razvoj i turizam i sl. Neutralne objave su uravnotežena izvješća o nekom događaju ili političkoj odluci, bez posebnog zauzimanja strana ili iskazivanja emocija. Izostale su objave koje su zagovarale radnje ili razvoj štetan za Dinaru, gledale samo isključivo potencijalnu i kratkoročnu ekonomsku korist bez kritičkog promišljanja o budućnosti, posljedicama i nasljeđu.

Prevladavaju objave koje promoviraju projekt Dinara back to LIFE, održivi turizam poput planinarenja, a manji broj objava, uglavnom komentara, protive se bilo kakvom planu istraživanja ugljikovodika na području Dinare. Najveći broj objava zabilježen je u mjesecu svibnju (69) kada je pokrenuta saborska inicijativa za najavljenog proglašenje Parka prirode Dinara. Slijedi mjesec travanj (59) u kojem je na Dinari u požaru izgorjelo preko dvije tisuće hektara trave i niskog raslinja. Treći mjesec s najvećim brojem objava

bio je studeni (29), ponajviše zbog Poziva na iskaz interesa za pašarenje na Dinari. Tematika objava najčešće je vezana uz ekološki turizam, kvalitetu života, ciljna staništa i vrste, kao i uz usluge ekosustava koje Dinara pruža. U odnosu na 2019, smanjila se količina objava koje kritiziraju bilo kakvu eksploataciju ugljikovodika u Istražnim prostorima Dinaridi 15 i 16. Slijede turističke priče, uglavnom vezane za planinarenje i aktivnosti lokalnih planinarskih društava.

Publicitet je 93% primaran, što znači da kada se o Dinari objavljuje ona je glavni samostalni ili nesamostalni subjekt. Ovaj podatak pokazuje da su mediji davali kvalitetan prikaz tema vezanih uz Dinaru, u većoj mjeri nego što je to bio slučaj u 2019. godini. Možemo zaključiti da su internetske stranice i portali iskazali interes i popratili Dinaru, projekte i događanja vezane uz nju, što se ogleda u porastu ukupnog broja objava. Od ukupno 280 analiziranih objava, njih 98 na godišnjoj razini odnosilo na proglašenje parka prirode, 61 na travanjski požar, a u 40 objava spominjane su aktivnosti projektnog tima.

Dominantne teme sadržajnijih objava redovito su ugrožavanje ciljnih vrsta i staništa, ugrožavanje kvalitete života i projektne aktivnosti Dinara Back to LIFE tima. U medijskim objavama pronađeno je svih 15 ciljanih tema, no najveći dio njih odnosio se na nekolicinu prethodno navedenih tema.

6. SAŽETAK

Cilj ove aktivnosti bio je prikupiti medijske objave na temu pojma Dinare koje su objavljene tijekom 2020. i analizirati prikupljene podatke. Analiza podataka pružit će uvid u postojeće stanje i pomoći projektnom timu da prilagodi provedbu daljnjih komunikacijskih i projektnih aktivnosti s otkrivenim posebnostima medijskih stavova. Pri analizi medijskog sadržaja primjenjene su metode iz Analize početnog stanja – medijski sadržaj 2019. Na uglavnom hrvatskim internetskim portalima i web stranicama zabilježeno je ukupno 280 publikacija na temu pojma "Dinara" u 2020. godini. Mediji su prosječno objavljivali 23 članka mjesečno o Dinari. Pretežni ton publikacija je afirmativan (98% ukupnih publikacija), a tijekom godine nisu zabilježene negativno ocijenjene publikacije. Mjera za procjenu tonaliteta (afirmativna, neutralna, negativna) djeluje na principu da su potvrđne objave one koje donose korist Dinari, njenoj zaštiti, aktivnostima zaštite prirode, one koje zagovaraju održivi razvoj i turizam itd. Neutralne objave uravnoteženi su izvještaji nekih događaja bez posebnog zauzimanja strana ili izražavanja osjećaja. Nije bilo najava koje zagovaraju akcije ili razvoj štete za Dinaru, gledajući samo potencijalnu i kratkoročnu ekonomsku korist bez kritičnog razmatranja budućnosti i posljedica. Objave koje promoviraju Dinaru back to LIFE, održivi turizam poput planinarenja, i mali broj objava, uglavnom komentara, protive se bilo kakvom planu za istraživanje ugljikovodika na području Dinare.

Najveći broj najava zabilježen je u svibnju (69.) kada je pokrenuta saborska inicijativa za najavljeno proglašenje Parka prirode Dinara. Sljedeći je mjesec travanj (59) u kojem je u požaru na Dinari izgorilo preko dvije tisuće hektara trave i niskog raslinja. Treći mjesec s najvećim brojem najava bio je studeni (29.), ponajviše zbog Poziva za iskaz interesa za ispašu na Dinari. Teme publikacija najčešće se odnose na ekološki prihvatljiv turizam, kvalitetu života, ciljna staništa i vrste, kao i na usluge ekosustava koje pruža Dinara. U odnosu na 2019. godinu smanjio se broj publikacija u kojima se kritizira bilo kakvo istraživanje ugljikovodika na istražnim područjima Dinaridi 15 i 16. Slijede turističke priče, uglavnom vezane uz planinarenje i aktivnosti lokalnih planinarskih udruga. Publicitet je 93% primarna, što znači da je kada je Dinara objavljena glavni neovisni ili nesamostalni subjekt. Ovi podaci pokazuju da su mediji kvalitetno prezentirali teme vezane uz Dinaru, u većoj mjeri nego što je to bio slučaj

2019. godine. Možemo zaključiti da su web stranice i portali iskazali interes i pratili Dinaru, projekte i događaje povezane s tim, što se odražava na porast ukupnog broja publikacija. Od ukupno 280 analiziranih publikacija, 98 se godišnje odnosilo na proglašenje parka prirode, 61 na travanjski razorni požar, a u 40 publikacija spomenute su aktivnosti projektnog tima. Dominantne teme publikacija s relativno velikim sadržajem su redovito ugrožene ciljne vrste i staništa, ugrožena kvaliteta života i projektne aktivnosti Dinare Povratak na LIFE tim. Svih 15 ciljanih tema pronađeno je u priopćenjima za medije, ali svejedno se većina odnosi na nekoliko prethodno spomenutih tema.

7. ABSTRACT

The aim of this activity was to collect media publications on the topic of Dinara that were published during 2020 and to analyze the collected data. The data analysis will provide an insight into the current situation and help the project team to adjust the implementation of further communication and project activities with the revealed specifics of media attitudes. In the analysis of media content, the methods from the Analysis of the initial situation - media content 2019 were applied. A total of 280 publications on the topic of the term "Dinara" in 2020 were recorded on mostly Croatian internet portals and websites. The media published an average of 23 articles a month about Dinara. The predominant tone of the publications is affirmative (98% of total publications), and no negatively rated publications were recorded throughout the year. The measure for assessing the tonality (affirmative, neutral, negative) works on the principle that affirmative announcements are those that benefit Dinara, its protection, nature protection activities, those that advocated sustainable development and tourism, etc. Neutral announcements are balanced reports of some event or political decision, without taking sides or expressing emotions. There were no announcements advocating actions or the development of damages for the Dinara, looking only at the potential and short-term economic benefit without critically considering the future, consequences and legacy. Posts promoting the Dinara back to LIFE project, sustainable tourism such as hiking, and a small number of posts, mostly comments, oppose any plan to explore for hydrocarbons in the Dinara area. The largest number of announcements was recorded in May (69) when the parliamentary

initiative for the announced proclamation of the Dinara Nature Park was launched. Next is the month of April (59) in which over two thousand hectares of grass and low vegetation were lost in a fire on the Dinara. The third month with the largest number of announcements was November (29), mostly due to the Call for expressions of interest for grazing on the Dinara. The topic of the publications are most often related to environment friendly tourism, quality of life, target habitats and species, as well as to the ecosystem services provided by Dinara. Compared to 2019, the number of publications criticizing any hydrocarbon exploitation in the Dinarides 15 and 16 Exploration Areas has decreased. Tourist stories follow, mainly related to hiking and activities of local mountaineering associations. Publicity is 93% primary, which means that when the Dinara is published, it is the main independent or non-independent subject. This data shows that the media provided a quality presentation of topics related to the Dinara, to a greater extent than it was the case in 2019. We can conclude that the websites and portals expressed interest and followed Dinara, projects and events related to it, which is reflected in the increase in the total number of publications. Out of a total of 280 analyzed publications, 98 of them annually referred to the proclamation of a nature park, 61 to the April devastating fire, and in 40 publications the activities of the project team were mentioned. Dominant topics of publications with a relatively large content are regularly endangered target species and habitats, endangered quality of life and project activities of the Dinara Back to LIFE team. All 15 targeted topics were found in media releases, but still most of them related to a few of the aforementioned topics.

8. POPIS SLIKA I TABLICA

Slika 1. Broj objava po mjesecima (N=280).....	6
Slika 2. Objave prema vrsti medija (N=280).....	7
Slika 3. Ton objava (N=280).....	7
Slika 4. Dominantne teme u medijskim objavama o Dinari (N=199).....	13
Slika 5. Vrsta statusa subjekta (N=280).....	14
Slika 6. Vrsta publiciteta subjekta (N=280).....	15
Slika 7. Kretanje broja objava na mjesečnoj razini 2019. i 2020.....	16
Slika 8. Usporedba statusa subjekta „Dinara“ u 2019. i 2020.....	16
Slika 9. Usporedba tona objava u 2019. i 2020.....	17
Tablica 1. Popis tema za analizu medijskih sadržaja.....	4
Tablica 2. Popis medija koji su objavljivali o Dinari – ukupni broj objava (N=280).....	8
Tablica 3. Frekventnost spominjanja ciljnih i dominantnih tema u objavama o Dinari (N=280).....	12
Tablica 4. Tonalitet prema dominantnoj temi objave (N=216).....	15

Partneri na projektu

Udruga Biom



Hrvatske šume d.o.o.



Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet



Lokalna akcijska grupa "Cetinska krajina"



Su-financijeri **Dinara back to LIFE** projekta

LIFE program Europske unije



Ured za udruge Republike Hrvatske



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge



FOND ZA ZAŠTITU OKOLIŠA I
ENERGETSKU UČINKOVITOST

Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost

Projekt Dinara back to LIFE – "Management planning and restoration of Dinara dry grasslands to save biodiversity and support sustainable development" je sufinanciran sredstvima LIFE Programa Europske unije pod brojem ugovora LIFE18 NAT/HR/000847.

Ovaj projekt sufinancira Ured za udruge Republike Hrvatske.