



DINARA
BACK TO LIFE

Izvješće o analizi medijskih objava o Dinari na internetskim portalima i stranicama u 2021. godini

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



FOND ZA ZAŠTITU OKOLIŠA I
ENERGETSKU UČINKOVITOST



LIFE18 NAT/HR/000847



NATURA 2000



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge

Siječanj, 2022.

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 klimu, infrastrukturu i okoliš (CINEA) 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“

SADRŽAJ

SADRŽAJ	3
1. UVOD	4
2. METODE	4
3. OBUHVAT ISTRAŽIVANJA	4
4. REZULTATI	6
4.1. Broj objava i vrsta medijske zastupljenosti	6
4.2. Ton objava	7
4.3. Teme objava	9
4.4. Status subjekta i vrsta publiciteta	12
5. ZAKLJUČCI	16
6. SAŽETAK	18
7. ABSTRACT	19
8. POPIS SLIKA I TABLICA	20

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 2021. provedena je Analiza medijskog sadržaja druge projektne godine.

Cilj ove aktivnosti bio je prikupiti medijske objave na temu pojma Dinare koje su objavljene tijekom 2021. 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. 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 2021. 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 i slično.

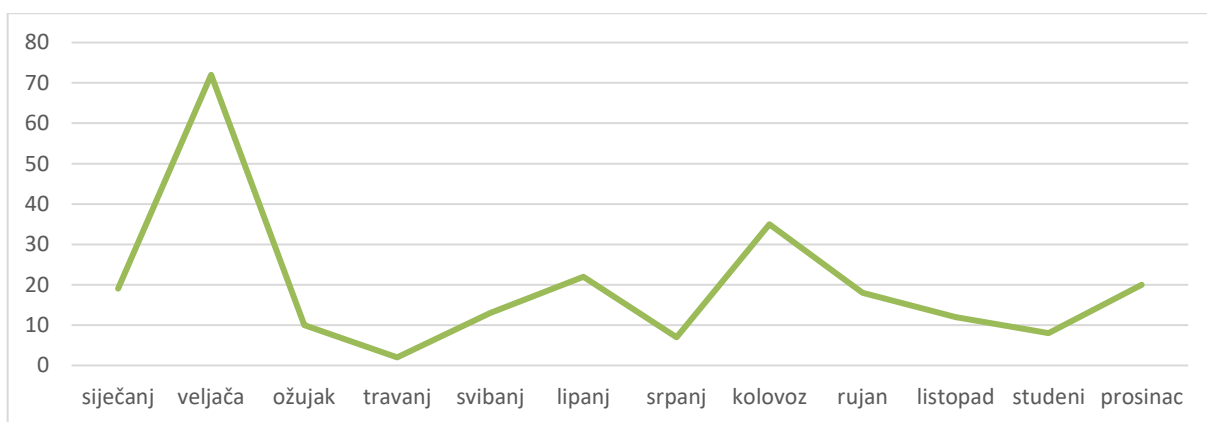
Tablica 1. Popis tema za analizu medijskih sadržaja

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

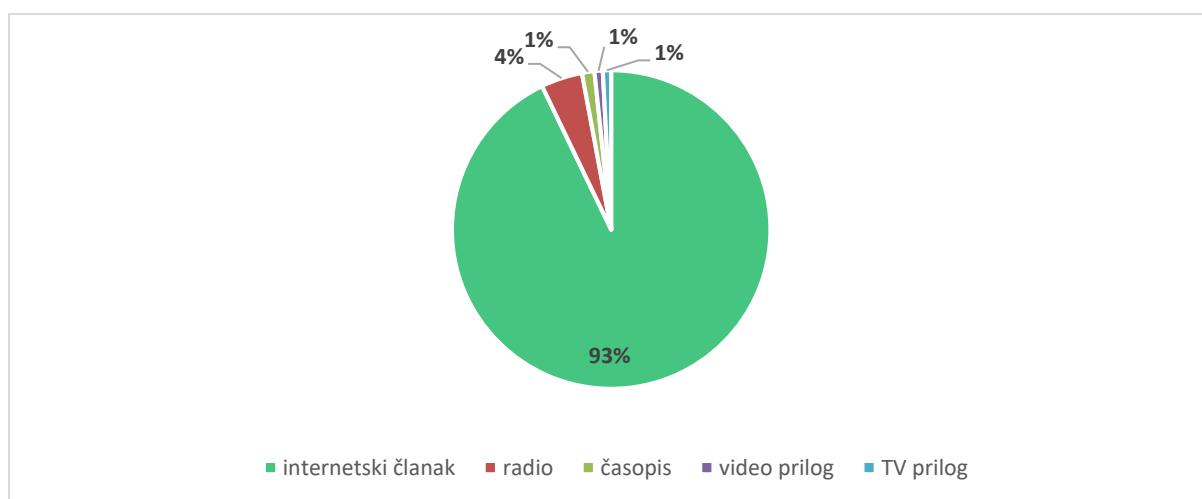
4.1. Broj objava i vrsta medijske zastupljenosti

Rezultati analize prikazuju kretanje broja objava po mjesecima (Slika 1.). U 2021. godini ukupno je pronađeno 238 članaka na temu Dinare, uz primjenu kriterija odabira projektnog tima. Najučestalije se objavljivalo u veljači (donošenje Zakona o proglašenju Parka prirode „Dinara“), lipnju (održavanje projektnih Suradničkih vijeća u Sinju i Vrlici) te u kolovozu (potencijalne lokacije buduće javne ustanove Parka prirode Dinara i promocija projekta kroz Kamičak Etno Festival).



Slika 1. Broj objava po mjesecima (N=238)

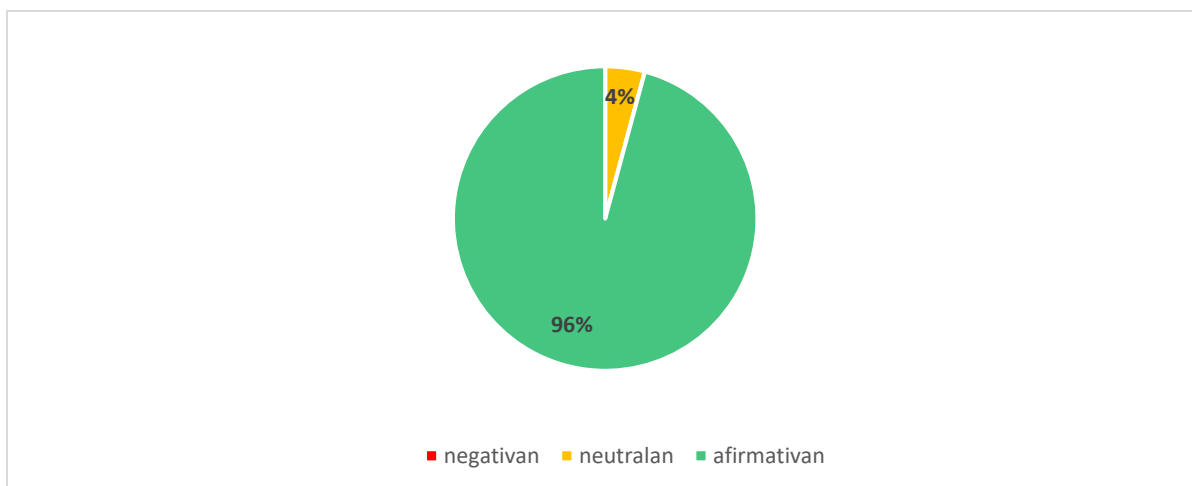
Uzimajući u obzir vrstu objava, najveći dio pripada internetskim člancima. Osim njih, uvrštene su radijske emisije, časopisi, video i televizijski prilozi u kojima je spominjan subjekt „Dinara“ (Slika 2).



Slika 2. Objave prema vrsti medija (N=238)

4.2. Ton objava

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 Dinaru.



Slika 3. Ton objava (N=238)

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 (228), zatim neutralno (10), dok negativnih objava u 2021. nije bilo. Prevladavaju afirmativne objave na temu projektnih aktivnosti Dinara back to LIFE tima, donošenja Zakona o proglašenju Parka prirode „Dinara“ te 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=238)

medij	broj objava
www.ferata.hr	21
www.dalmacijadanas.hr	18
www.sinjskarera.hr	13
www.hrt.hr	12
www.slobodnadalmacija.hr	9

medij	broj objava
www.sibenski.slobodnadalmacija.hr	9
www.vecernji.hr	7
www.dalmatinskiportal.hr	6
www.index.hr	5

medij	broj objava
www.gss-split.hr	5
www.sibenskiportal.hr	5
www.dnevnik.hr	4
www.jutarnji.hr	4
www.sibenik.in	4
www.24sata.hr	4
www.n1info.com	4
www.tportal.hr	4
www.glasistre.hr	3
Radio Knin	3
Radio Split	3
www.vrlika.hr	3
www.tris.com.hr	2
www.rtl.hr	2
www.agroklub.hr	2
www.civilnodrustvo.hr	2
Dobra kob - časopis	2
www.hgss.hr	2
www.hitradio.hr	2
www.mok.hr	2
www.nacional.hr	2
www.net.hr	2
www.ploce.com.hr	2
Radio Šibenik	2
www.telegram.hr	2
www.tris.com.hr	2
www.zupan.hr	1
www.gloria.hr	1
www.huknet1.hr	1
www.dalmacijanews.hr	1
www.direktno.hr	1
www.dnevno.hr	1
www.01portal.hr	1
www.arz.hr	1
www.bilten.org	1
www.carwiz.hr	1
www.croexpress.hr	1
www.elle.hr	1
www.eu-krka-knin.hr	1
www.geografija.hr	1
www.giornal.hr	1
www.glas-koncila.hr	1

medij	broj objava
www.gorstaci.com	1
www.hrturizam.hr	1
www.hrsume.hr	1
Hrvatske Šume – časopis	1
www.hrvatskiglas-berlin.eu	1
www.htz.hr	1
www.ipa-split.hr	1
www.ivijesti.hr	1
www.jadranski.hr	1
www.journal.hr	1
www.kutjevacki.hr	1
www.lifeandventures.com	1
www.lika-online.com	1
www.lokalnahrvatska.hr	1
www.makarska-danas.com	1
www.matis.hr	1
www.maxportal.hr	1
www.medjimurska-priroda.info	1
www.mingor.gov.hr	1
www.nn.hr	1
www.opcinapasman.hr	1
www.panopticum.hr	1
www.pdzagreb.hr	1
www.predsjednik.hr	1
www.priroda-skz.hr	1
www.privredni.hr	1
Radio Maestral	1
www.radiostudent.hr	1
www.regionalexpress.hr	1
www.sdss.hr	1
www.sinj.com.hr	1
www.sib.net.hr	1
www.slowliving.hr	1
www.smartlife.hr	1
www.soundguardian.com	1
www.sound-report.com	1
www.story.hr	1
www.skolskiportal.hr	1
www.sibensko-kninska-zupanija.hr	1
www.turistickeprice.hr	1
www.turizmoteka.hr	1

medij	broj objava
www.udvdr.hr	1
www.ultratraildinarides.com	1
www.underdreamskies.com	1
www.veleknin.hr	1

medij	broj objava
www.vguk.hr	1
www.zadarskilist.hr	1
www.zivazajednica.de	1

Tablica 2. daje pregled različitih internetskih portala i ostalih medija čije su objave zabilježene. Iako je za glavninu objava zaslužno svega nekoliko portala, njih čak 99 objavljuje o Dinari u 2021. godini.

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

Poticaji 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

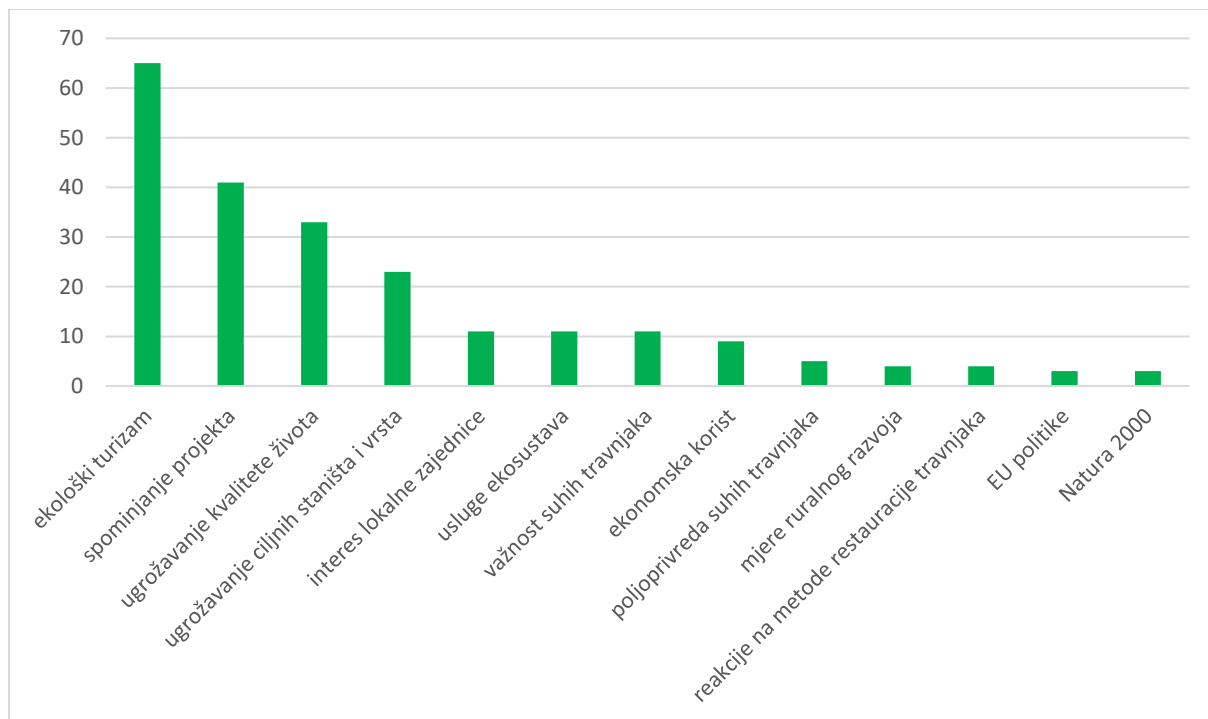
Spominjanje projekta - Spominje li se projekt u punom nazivu ili ne

Tablica 3. Frekventnost spominjanja ciljnih i dominantnih tema u objavama o Dinari (N=238)

tema	ekološki turizam	ekonomski korist	EU politike	interes lokalne zajednice	mjere ruralnog razvoja	Natura 2000	poljoprivreda suhih travnjaka	poticaji za pašarenje
pojavljivanje teme	132	27	9	19	11	26	35	3
dominantna tema	65	9	3	11	4	3	5	0
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		
5	8	81	71	52	28	25		
0	4	41	23	33	11	11		

Ekološki turizam, projektne aktivnosti i ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta prednjače po broju spominjanja u objavama o Dinari, a tome u prilog ide podatak da se od ukupno 238

analiziranih objava njih 132 odnosilo na planinarenje kao oblik ekološkog turizma (Tablica 3.). U 81 objavi spominjan je projekt Dinara back to LIFE u svom punom nazivu, a u 71 objavi spominjana su ciljna staništa ili vrste.



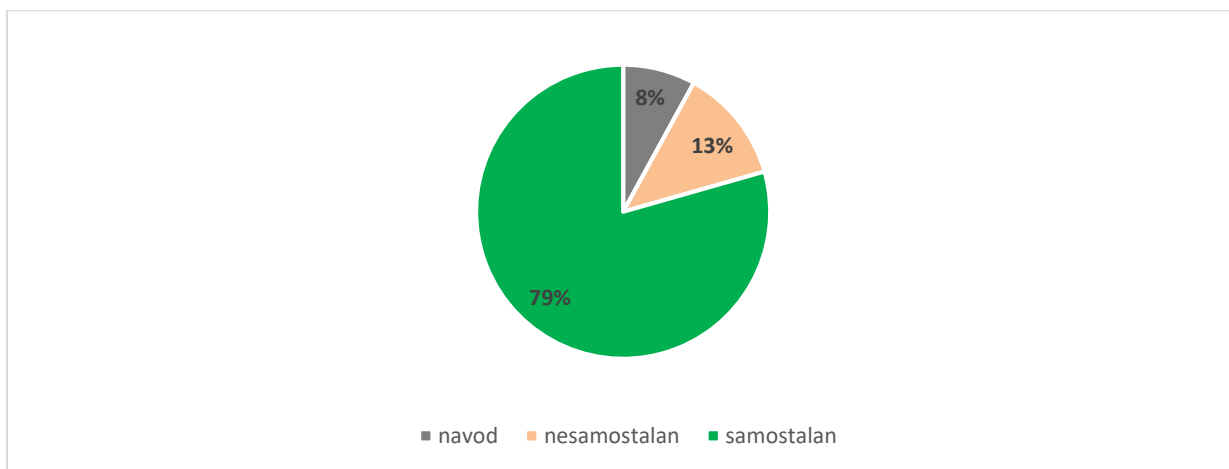
Slika 4. Dominantne teme u medijskim objavama o Dinari (N=223)

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 238 analiziranih objava, njih 15 nisu sadržavale nijedan od 15 ključnih pojmova (najčešće priopćenja kratkog sadržaja), te s toga nisu mogle biti uvrštene u procjenu tonaliteta.

Slika 4. prikazuje poredak najčešće spominjanih dominantnih tema u objavama. Po broju pojavljivanja prednjači ekološki turizam koji obuhvaća planinarske aktivnosti i razne sportsko-rekreativne manifestacije koje nemaju negativan učinak na okoliš i prirodu. Drugo mjesto po učestalosti pojavljivanja kao dominantna tema (41) zauzelo je spominjanje projekta. Ugroza kvalitete života (33), kao i ugroza ciljnih staništa i vrsta (23) u širem projektnom području treća su i četvrta najdominantnija tema objava. Interes lokalne zajednice za projektnim aktivnostima, usluge ekosustava koje Dinara pruža i važnost suhih travnjaka svoj su prostor u medijima pronašle najviše kroz objave o projektnim aktivnostima.

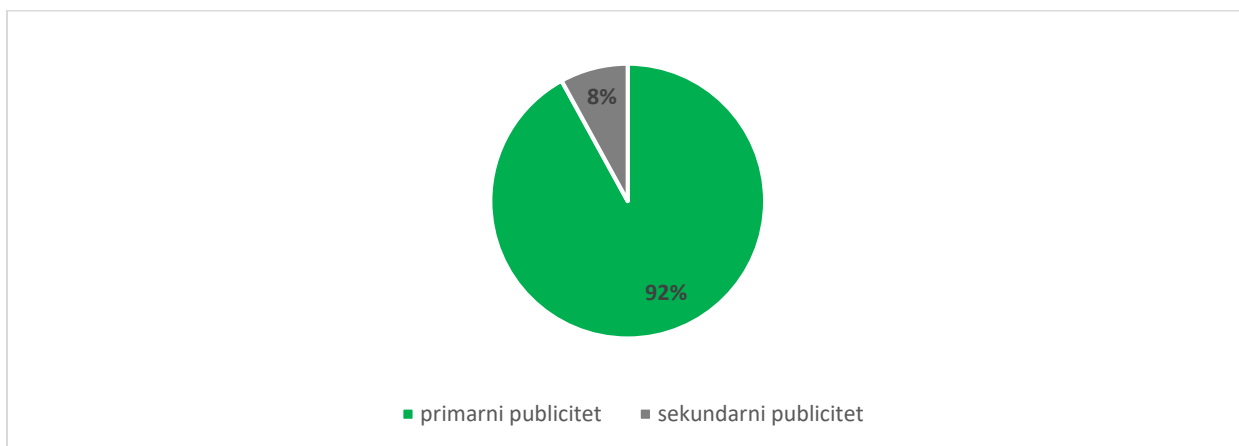
4.4. Status subjekta i vrsta publiciteta

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 nabranjanju.



Slika 5. Vrsta statusa subjekta (N=238)

O Dinari se u 2021. pisalo znatno više kao o samostalnom subjektu (189) nego kao o nesamostalnom (30), dok se kao navod pojavljivala 19 puta u 238 analiziranih objava (Slika 5).



Slika 6. Vrsta publiciteta subjekta (N=238)

Vrste publiciteta daju sliku o tome kako mediji tretiraju subjekt, koju mu važnost daju. 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 92% objava primaran, što nam govori da se radi o kvalitetnom medijskom sadržaju (Slika 6).

4.5. Tonalitet objava

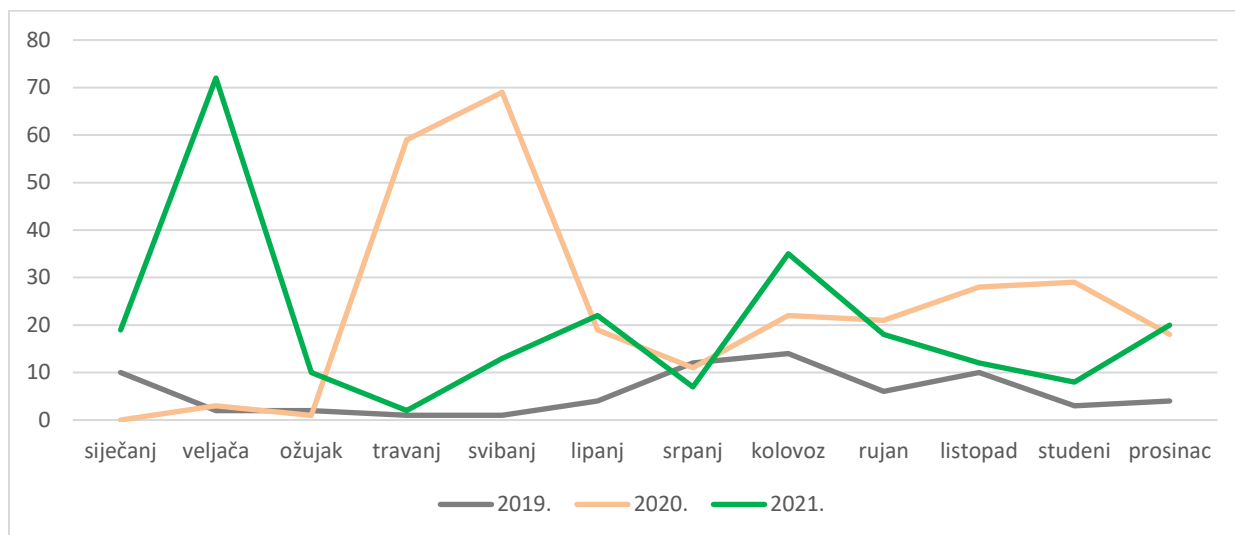
Određivanje tona objava vrši se u odnosu na subjekt analize (Dinara), a *Tablica 4.* prikazuje tonalitet u odnosu na dominantnu temu objava.

Tablica 4. Tonalitet prema dominantnoj temi objave (N=223)

tema objave	afirmativan	neutralan	negativan	ukupno
ekološki turizam	64	1	0	65
spominjanje projekta	41	0	0	41
ugrožavanje kvalitete života	31	2	0	33
ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta	23	0	0	23
interes lokalne zajednice	11	0	0	11
usluge ekosustava	4	7	0	11
važnost suhih travnjaka	11	0	0	11
ekonomska korist	9	0	0	9
poljoprivreda suhih travnjaka	5	0	0	5
mjere ruralnog razvoja	4	0	0	4
reakcije na metode restauracije travnjaka	4	0	0	4
EU politike	3	0	0	3
Natura 2000	3	0	0	3
primjeri dobre prakse korištenja travnjaka	0	0	0	0
poticaji za pašarenje	0	0	0	0

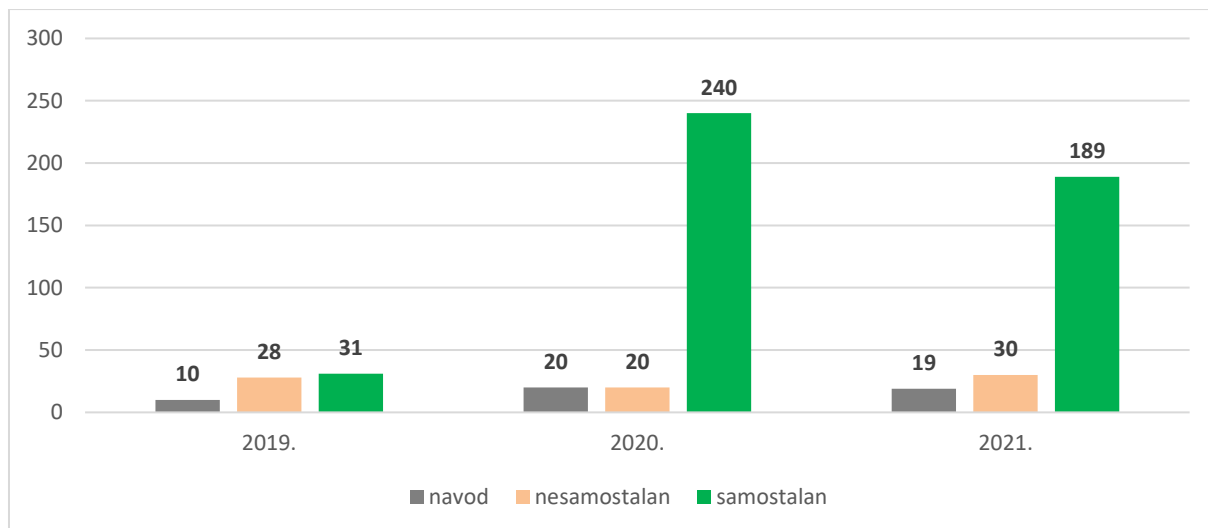
4.6. Usporedba rezultata analize medijskih objava 2019., 2020. i 2021.

S obzirom na korištenje iste metodologije, rezultati analize medijskih objava 2019., 2020. i 2021. usporedivi su i služe praćenju promjena u medijskim stavovima prema Dinari. Ukupan godišnji broj objava iznosio je 69 (2019.), 280 (2020.) i 238 (2021.).

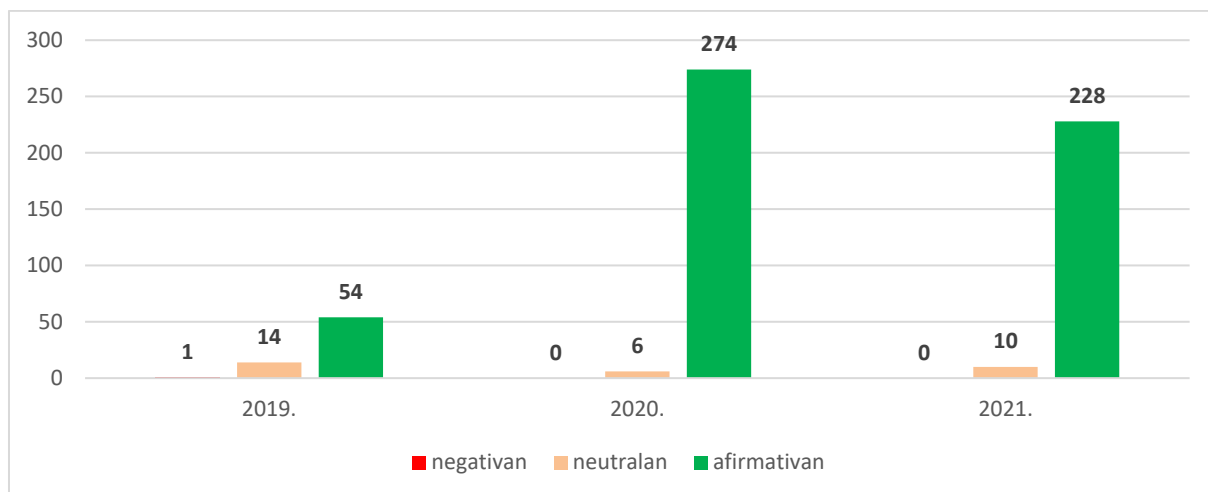


Slika 7. Kretanje broja objava na mjesečnoj razini 2019., 2020. i 2021.

Nagli porasti broja objava vezani uz požar, najavu proglašenja i samo proglašenje Parka prirode „Dinara“ čine otprilike polovinu svih objava zabilježenih u razdoblju 2019.-2021. (Slika 7). Interes domaćih medija za Dinarom izvan tih nekoliko intenzivnih razdoblja ipak je dosegao pristojnu razinu, što je razvidno iz minimalnih 10 objava mjesečno u posljednjih 9 mjeseci. Promatramo li 5 najučestalijih tema objava, u 2020. godini to su redom: najava proglašenja PP „Dinara“ (97), požar na Dinari (60), projektne aktivnosti (39), planinarske aktivnosti (16) i akcije spašavanja (12). U 2021. godini poredak je nešto drukčiji: proglašenje PP „Dinara“ (86), projektne aktivnosti (78), akcije spašavanja (28), planinarske aktivnosti (24) i turistička infrastruktura projektnog područja (7).



Slika 8. Usporedba statusa subjekta „Dinara“ u 2019., 2020. i 2021.



Slika 9. Usporedba tona objava u 2019., 2020. i 2021.

U odnosu na 2020. godinu nisu zabilježene veće promjene u publicitetu subjekta „Dinara“ (Slika 8). Objave u kojima ima nesamostalan status uglavnom se odnose na političke teme koje se nadovezuju na proglašenje Parka prirode. Slika 9 jasno naznačuje da je ton objava 2021. pretežito isti u odnosu na 2020.

5. ZAKLJUČCI

Ukupno je zabilježeno 238 objava na temu pojma „Dinara“ u 2021. godini na većinom hrvatskim internetskim portalima i stranicama. O Dinari su mediji u prosjeku objavljivali 20 objava mjesečno. Prevladavajući ton objava je afirmativan (96% ukupnih objava), a već drugu godinu zaredom nije zabilježena niti jedna 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. Većina neutralnih objava u 2021. odnosila se na provokaciju srpskog zastupnika s bosanskohercegovačke strane Dinare. Izostale su objave koje su zagovarale radnje ili razvoj štetan za Dinaru.

Prevladavaju objave o ekološkom turizmu, pretežito o planinarenju, a zatim objave o projektnim aktivnostima Dinara back to LIFE tima. Najveći broj objava zabilježen je u mjesecu veljači (72) kada je donesen Zakon o proglašenju Parka prirode „Dinara“. Slijedi mjesec kolovoz sa 35 objava za koje su zaslužne špekulacije o smještaju javne ustanove PP Dinara, kao i promidžba projekta Dinara back to LIFE u sklopu Kamičak Etno Festivala . Treći mjesec s najvećim brojem objava bio je lipanj (22), ponajviše zbog održavanja projektnih Suradničkih vijeća u Sinju i Vrlici. U odnosu na početnu istraživanu godinu (2019.), nisu zabilježene objave o eksploataciji ugljikovodika u Istražnim prostorima Dinaridi 15 i 16. Objave o aktivnostima lokalnih planinarskih društava (24) podjednako su zastupljene kao i objave o akcijama spašavanja planinara (28) koje vrijedno i uspješno izvodi Hrvatska gorska služba spašavanja.

Publicitet je 92% 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 sličnoj mjeri kao što je to bio slučaj u 2020. godini. Internetske stranice i portali iskazali su interes i popratili Dinaru, projekte i događanja vezane uz nju, što je vidljivo u velikom broju objava. Uzmemo li u obzir izostanak većih požara na Dinari u 2021., broj objava ostao je na sličnoj razini kao i 2020. Od ukupno 238 analiziranih objava, njih 86 na godišnjoj razini odnosilo na proglašenje parka prirode, 78 na projektne aktivnosti, a u 52 objave spominjane su planinarske aktivnosti i akcije spašavanja. Najveća promjena odnosi se na zastupljenost objava o aktivnostima projekta Dinara back to LIFE, sa 13% u 2020. na 33% u 2021. godini. Najveće zasluge za to pripadaju lokalnim i regionalnim portalima, ali i Hrvatskoj radioteleviziji koja je u 2021. godini 7

puta izvještavala o projektnim aktivnostima. U medijskim objavama pronađeno je svih 15 ciljanih tema, a zastupljenost tema ujednačena je u odnosu na 2020. godinu.

6. SAŽETAK

Cilj ove aktivnosti bio je prikupiti medijske objave na temu pojma Dinare koje su objavljene tijekom 2021. i analizirati prikupljene podatke. Analiza podataka pružit će uvid u postojeće stanje i pomoći projektnom timu da prilagodi provedbu daljnjih komunikacijskih i projektnih aktivnosti. Pri analizi medijskog sadržaja primijenjene su metode iz Analize početnog stanja – medijski sadržaj 2019. Na uglavnom hrvatskim internetskim portalima i web stranicama zabilježeno je ukupno 238 objava na temu pojma "Dinara" u 2021. godini. Mediji su prosječno objavljivali 20 članaka mjesečno o Dinari. Pretežni ton objava je afirmativan (96% ukupnih objava), a već drugu godinu nisu zabilježene negativne objave. Mjera za procjenu tonaliteta (afirmativna, neutralna, negativna) djeluje na principu da su potvrđne objave one koje donose korist Dinari, njejoj 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 objava koje zagovaraju akcije ili razvoj štetan za Dinaru.

Najveći broj objava zabilježen je u mjesecu veljači (72) kada je donesen Zakon o proglašenju Parka prirode „Dinara“. Slijedi mjesec kolovoz sa 35 objava za koje su zaslužne špekulacije o smještaju javne ustanove PP Dinara, kao i promidžba projekta Dinara back to LIFE u sklopu Kamičak Etno Festivala . Treći mjesec s najvećim brojem objava bio je lipanj (22), ponajviše zbog održavanja projektnih Suradničkih vijeća u Sinju i Vrlici. U odnosu na početnu istraživanu godinu (2019.), nisu zabilježene objave o eksploataciji ugljikovodika u Istražnim prostorima Dinaridi 15 i 16.

Objave o aktivnostima lokalnih planinarskih društava (24) podjednako su zastupljene kao i objave o akcijama spašavanja planinara (28). Publicitet je 92% primaran, što znači da se o Dinari piše kao o glavnom i neovisnom subjektu. Ovi podaci pokazuju da su mediji kvalitetno prezentirali teme vezane uz Dinaru, slično kao što je to bio slučaj i 2020. godine. Od ukupno 238 analiziranih objava, njih 86 na godišnjoj razini odnosilo na proglašenje parka prirode, 78 na projektne aktivnosti, a u 52 objave spominjane su razne planinarske aktivnosti. Najveća promjena odnosi se na zastupljenost objava o aktivnostima projekta Dinara back to LIFE, sa 13% u 2020. na 33% u 2021. godini. Najveće zasluge za to pripadaju lokalnim i regionalnim portalima, ali i Hrvatskoj radioteleviziji koja je u 2021. godini 7 puta izvještavala o projektnim aktivnostima. U medijskim objavama pronađeno je svih 15 ciljanih tema, a zastupljenost tema 2021. ujednačena je u odnosu na 2020. godinu.

7. ABSTRACT

The aim of this activity was to collect media releases on the topic of the Dinara that were published during 2021 and to analyze the collected data. Data analysis will provide insight into the current situation and help the project team to adjust the implementation of further communication and project activities. In the analysis of media content, the methods from the Analysis of the initial situation - media content in 2019 were applied. A total of 238 announcements on the topic of the term "Dinara" in 2021 were recorded on mostly Croatian internet portals and websites. The media published an average of 20 articles a month about the Dinara. The predominant tone of announcements is affirmative (96% of total announcements), and for the second year in a row no negative announcements have been recorded. The measure for tonality assessment (affirmative, neutral, negative) operates on the principle that affirmative announcements are those that benefit the Dinara, its protection, nature protection activities, those that advocate sustainable development and tourism, etc. Neutral announcements are balanced reports of some events without taking sides or expressing feelings. There were no announcements advocating actions or developments detrimental to the Dinara.

The largest number of announcements was recorded in February (72) when the Law on the Proclamation of the Dinara Nature Park was passed. The month of August follows with 35 announcements, thanks to speculations about the location of the public institution of the Dinara Nature Park, as well as the promotion of the Dinara back to LIFE project as part of the Kamičak Etno Festival. The third month with the largest number of announcements was June (22), mostly due to the Project Associate Councils held in Sinj and Vrlika. Compared to the initial research year (2019), no announcements of hydrocarbon exploitation in the Dinarides 15 and 16 Exploration Areas were published. Publicity is 92% primary, which means that Dinara is written about as a main and independent entity. These data show that the media presented quality issues related to the Dinara, similar to what was the case in 2020. Out of a total of 238 analyzed publications, 86 of them annually referred to the proclamation of a nature park, 78 to project activities, and in 52 publications various mountaineering activities were mentioned. The biggest change is related to the share of announcements about the activities of the Dinara back to LIFE project, from 13% in 2020 to 33% in 2021. The greatest merits for that belong to local and regional portals, but also to the Croatian Radio and Television, which in 2021 reported 7 times on project activities. All 15 targeted topics were found in media announcements, and the representation of topics in 2021. is uniform compared to 2020.

8. POPIS SLIKA I TABLICA

Slika 1. Broj objava po mjesecima (N=238)	6
Slika 2. Objave prema vrsti medija (N=238)	6
Slika 3. Ton objava (N=238).....	7
Slika 4. Dominantne teme u medijskim objavama o Dinari (N=223).....	11
Slika 5. Vrsta statusa subjekta (N=238)	12
Slika 6. Vrsta publiciteta subjekta (N=238)	12
Slika 7. Kretanje broja objava na mjesečnoj razini 2019., 2020. i 2021.....	14
Slika 8. Usporedba statusa subjekta „Dinara“ u 2019., 2020. i 2021.....	15
Slika 9. Usporedba tona objava u 2019., 2020. i 2021.....	15
Tablica 1. Popis tema za analizu medijskih sadržaja	5
Tablica 2. Popis medija koji su objavljivali o Dinari – ukupni broj objava (N=238).....	7
Tablica 3. Frekventnost spominjanja ciljnih i dominantnih tema u objavama o Dinari (N=238).	10
Tablica 4. Tonalitet prema dominantnoj temi objave (N=223).....	13

Partneri na projektu

Udruga Biom



Hrvatske šume d.o.o.



Lokalna akcijska grupa „Cetinska krajina“



Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet



Projekt je sufinanciran sredstvima:



LIFE program Europske unije

Ured za udruge Republike Hrvatske



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.

Prikazan sadržaj je isključiva odgovornost LAG-a “Cetinska krajina” i ne odražava nužno stajališta Europske unije.

Projekt sufinancira **Ured za udruge Republike Hrvatske**.

Prikazan sadržaj je isključiva odgovornost LAG-a “Cetinska krajina” i ne odražava nužno stajališta Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.

Projekt sufinancira **Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost**.

Prikazan sadržaj je isključiva odgovornost LAG-a “Cetinska krajina” i ne odražava nužno stajališta Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost.