



**DINARA**  
BACK TO LIFE

***Izvešće o analizi medijskih objava o Dinari na internetskim portalima i stranicama u 2022. godini***

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



**Veljača, 2023.**

## **SADRŽAJ:**

<b>1. UVOD</b>	3
<b>2. METODE</b>	3
<b>3. OBUHVAT ISTRAŽIVANJA</b>	4
<b>4. REZULTATI</b>	5
<b>4.1. Broj objava i vrsta medijske zastupljenosti</b>	5
<b>4.2. Ton objava</b>	6
<b>4.3. Teme objava</b>	9
<b>4.4. Status subjekta i vrsta publiciteta</b>	13
<b>5. ZAKLJUČCI</b>	18
<b>6. SAŽETAK</b>	19
<b>7. ABSTRACT</b>	20
<b>8. POPIS SLIKA I TABLICA</b>	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 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, Splitsko-dalmatinske županije, kao ni Fonda za zaštitu okoliša i energetska 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 2022. provedena je Analiza medijskog sadržaja druge projektne godine.

Cilj ove aktivnosti bio je prikupiti medijske objave na temu pojma Dinare koje su objavljene tijekom 2022. 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 2022. 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

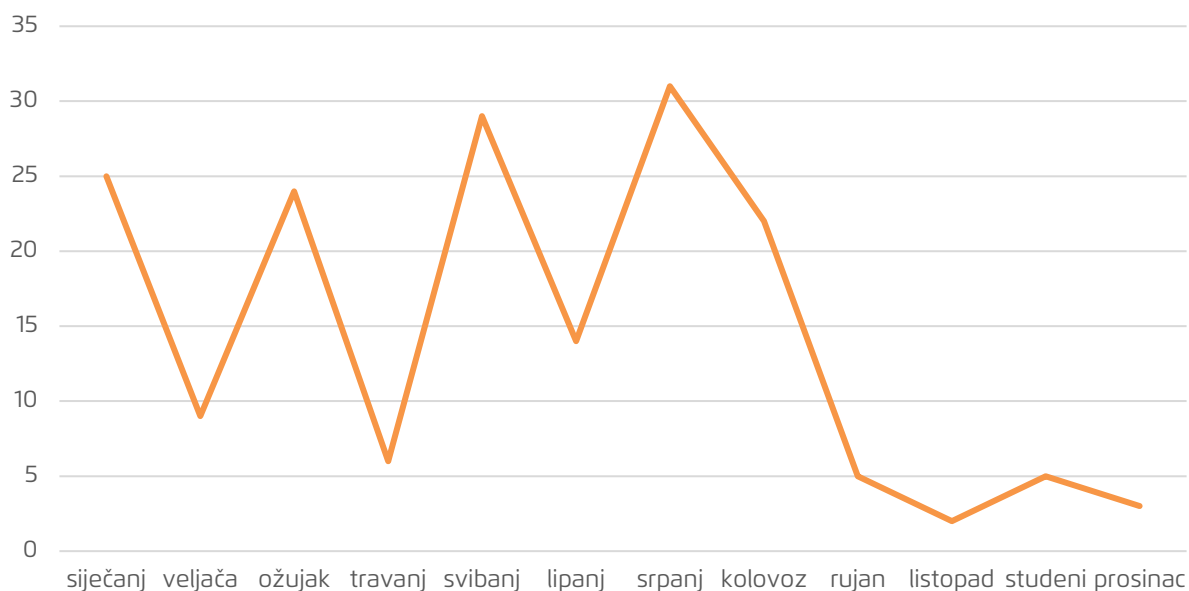
#### ***Teme vezane uz subjekt Dinara***

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. primjeri dobre prakse korištenja travnjaka
10. reakcije lokalnog stanovništva na metode restauracije travnjaka
11. spominjanje projekta
12. ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta
13. ugrožavanje kvalitete života
14. usluge ekosustava
15. važnost suhих travnjaka

## 4. REZULTATI

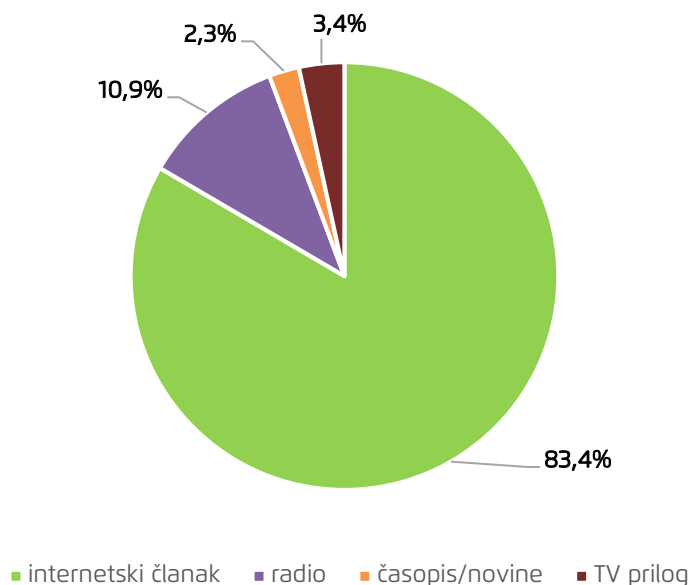
### 4.1. Broj objava i vrsta medijske zastupljenosti

Rezultati analize prikazuju kretanje broja objava po mjesecima (Slika 1.). U 2022. godini ukupno je pronađeno 175 članaka na temu Dinare, uz primjenu kriterija odabira projektnog tima. Najučestalije se objavljivalo u srpnju (uvrštavanje projekta u 19 najuspješnijih u EU od strane EK i prikazivanje prvog projektnog kratkog filma), svibnju (održavanje međunarodne radionice za izradu Smjernica za upravljanje suhim travnjacima), siječnju (potpisivanje ugovora sa lokalnim stočarima) te ožujku (projektne radionice i obnova staze na Priviji).



Slika 1. Broj objava po mjesecima (N=175)

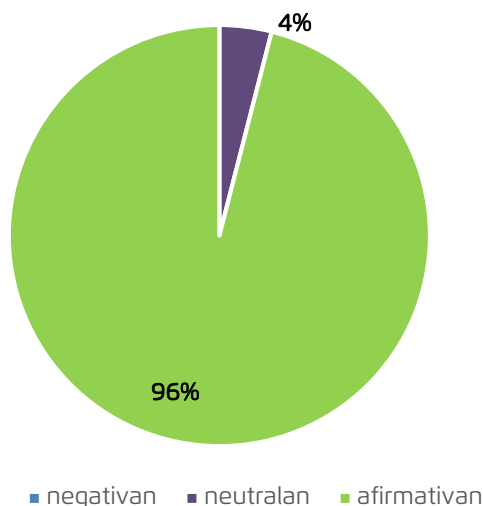
Uzimajući u obzir vrstu objava, najveći dio pripada internetskim člancima. Osim njih, uvrštene su radijske emisije, časopisi, video i televizijski prilozi u kojima je spominjan subjekt „Dinara“ (Slika 2).



Slika 2. Objave prema vrsti medija (N=175)

#### 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=175)

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 (168), zatim neutralno (7), dok negativnih objava u 2022. nije bilo. Kod afirmativnih objava prevladavaju projektne aktivnosti Dinara back to LIFE tima, održivi turizam poput planinarenja i izdvajanje projekta od strane Europske komisije. Kod neutralnih objava autori nisu zauzimali strane vezano uz aktivnosti koje imaju negativan učinak na kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Tablica 2. Popis medija koji su objavljivali o Dinari – ukupni broj objava (N=175)

<i>medij</i>	<i>broj objava</i>
www.ferata.hr	23
www.hrt.hr	11
www.sinjskarera.hr	11
www.dalmacijadanas.hr	10
www.sibenik.in	8
Radio Knin	6
www.sibenskiportal.hr	6
www.slobodnadalmacija.hr	5

<i>medij</i>	<i>broj objava</i>
www.tris.com.hr	5
www.vrlika.hr	5
www.dalmatinskiportal.hr	4
Hit Radio Sinj	4
www.jutarnji.hr	4
Radio Split	4
Radio Šibenik	4
www.sinj-news.hr	4
www.sibenski.slobodnadalmacija.hr	4
www.ekovjesnik.hr	3
www.glasistre.hr	2
www.gospodarski.hr	2
www.gss-split.hr	2
www.hrsume.hr	2
www.morski.hr	2
www.odgovorno.hr	2
www.veleknin.hr	2
www.mingor.gov.hr	2
www.24sata.hr	1
www.agr.unizg.hr	1
www.agroklub.com	1
www.bezcenzure.hr	1
www.dalmacijanews.hr	1
www.dnevnik.hr	1
www.dragodid.org	1
www.ekologija-grada.hr	1
www.epodravina.hr	1
Geološke vijesti	1
www.glasgacke.hr	1
www.green.hr	1
www.heritagecroatia.com	1
Hrvatski radio 4	1
www.hrvatski-vojnici.hr	1



<i>medij</i>	<i>broj objava</i>
www.huknet1.hr	1
www.index.hr	1
www.ipa.hr	1
www.karlovacki.hr	1
www.lag5.hr	1
www.loccitane.com.hr	1
www.lokalnahrvatska.hr	1
www.lovackisavez-skz.hr	1
www.monitor.hr	1
www.n1info.hr	1
www.neodoljivahrvatska.hr	1
www.novine.hr	1
www.osim.hr	1
www.parkovihrvatske.hr	1
www.prigorski.hr	1
www.putnikofer.hr	1
Radio Dalmacija	1
Radio Korčula	1
www.sinj.hr	1
www.slowliving.hr	1
www.sibensko-kninska-zupanija.hr	1
TV Jadran	1
www.vecernji.hr	1

Tablica 2. daje pregled različitih internetskih portala i ostalih medija čije su objave zabilježene. Iako je za glavninu objava zaslužno svega nekoliko portala, 64 različita medija objavljivala su sadržaje o Dinari u 2022. 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

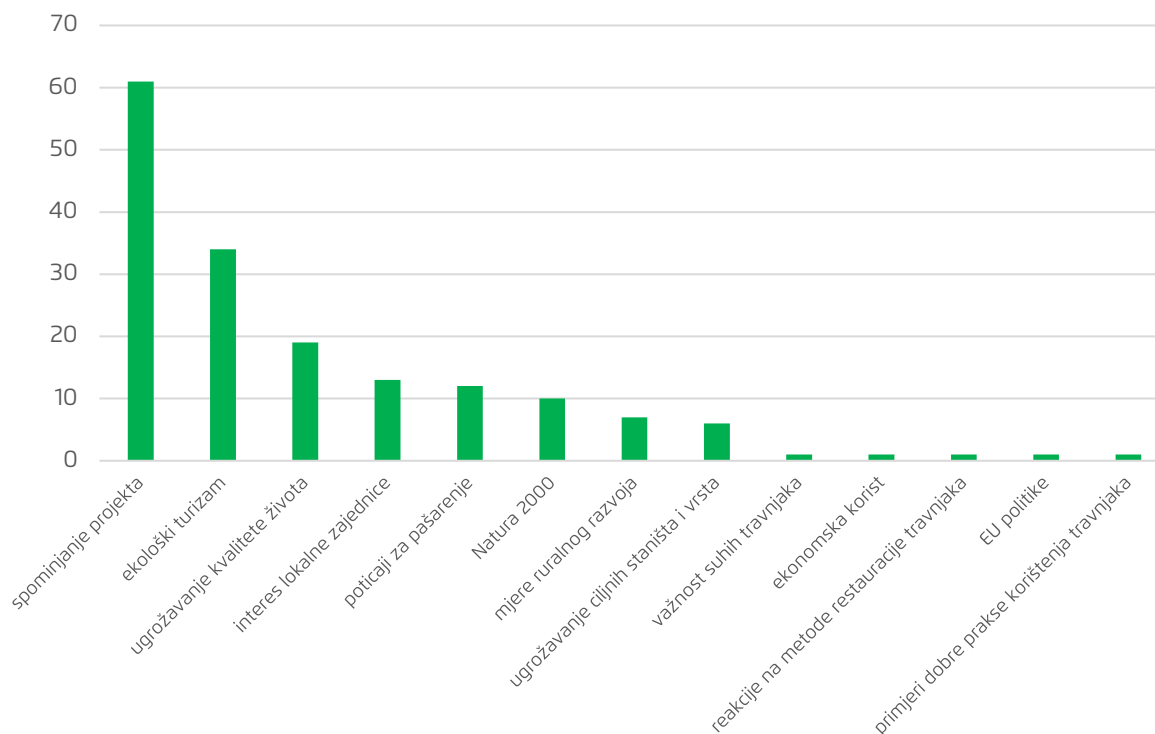
Tablica 3. Frekventnost spominjanja ciljnih i dominantnih tema u objavama o Dinari (N=167)

tema	<i>ekološki turizam</i>	<i>ekonomska korist</i>	<i>EU politike</i>	<i>interes lokalne zajednice</i>	<i>mjere ruralnog razvoja</i>	<i>Natura 2000</i>	<i>poljoprivreda suhih travnjaka</i>	<i>poticaji za pašarenje</i>
pojavljivanje teme	51	16	33	49	10	19	41	22
dominantna tema	34	1	1	13	7	10	0	12

<i>primjeri dobre prakse korištenja travnjaka</i>	<i>reakcije lok.st. na metode restauracije travnjaka</i>	<i>spominjanje projekta</i>	<i>ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta</i>	<i>ugrožavanje kvalitete života</i>	<i>usluge ekosustava</i>	<i>važnost suhih travnjaka</i>
8	40	107	66	23	17	66
1	1	61	6	19	0	1

Projektne aktivnosti, ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta te važnost suhih travnjaka prednjače po broju spominjanja u objavama o Dinari (Tablica 3.). U 107 objava spominjan je projekt Dinara back to LIFE u svom punom nazivu, a u 66 objava spominjana su ciljna staništa i vrste, kao i važnost suhih travnjaka.



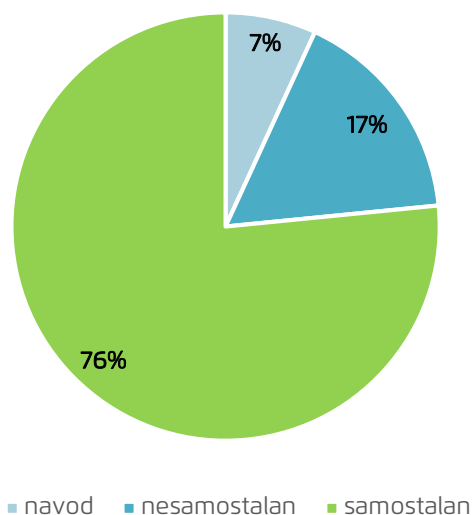
Slika 4. Dominantne teme u medijskim objavama o Dinari (N=167)

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 175 analiziranih objava, njih 8 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 dominantnih tema u objavama. Po broju pojavljivanja prednjače objave u kojima se spominje projekt Dinara back to LIFE (61). Drugo mjesto po učestalosti pojavljivanja kao dominantna tema (34) zauzeo je ekološki turizam koji obuhvaća planinarske aktivnosti i razne sportsko-rekreativne manifestacije koje nemaju negativan učinak na okoliš i prirodu. Ugroza kvalitete života (19) te interes lokalne zajednice (13) treća su i četvrta najdominantnija tema objava. Poticaji za pašarenje, mjere ruralnog razvoja i ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta svoj su prostor u medijima pronašle najviše kroz objave o projektnim aktivnostima.

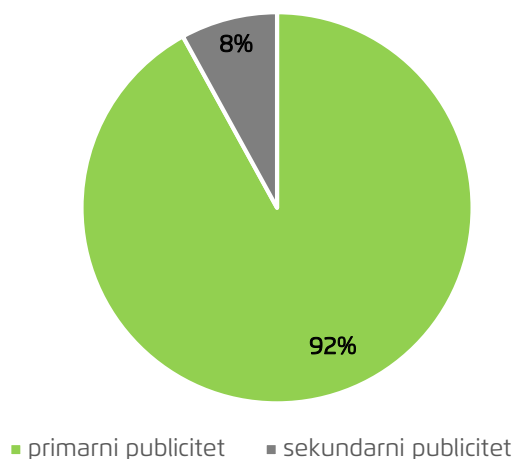
#### 4.4. Status subjekta i vrsta publiciteta

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=175)

O Dinari se u 2022. pisalo znatno više kao o samostalnom subjektu (134) nego kao o nesamostalnom (29), dok se kao navod pojavljivala 12 puta u 175 analiziranih objava (Slika 5).



Slika 6. Vrsta publiciteta subjekta (N=175)

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.

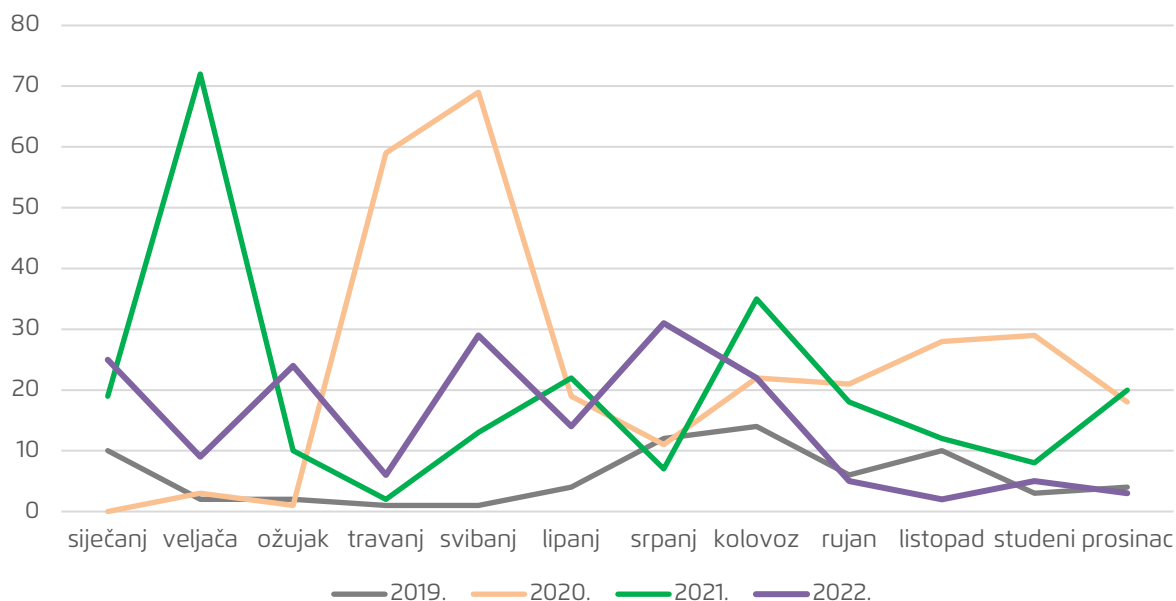
Tablica 4. Tonalitet prema dominantnoj temi objave (N=167)

<i>tema objave</i>	<i>afirmativan</i>	<i>neutralan</i>	<i>negativan</i>	<i>ukupno</i>
spominjanje projekta	61	0	0	<b>61</b>
ekološki turizam	32	2	0	<b>34</b>
ugrožavanje kvalitete života	17	2	0	<b>19</b>
interes lokalne zajednice	13	0	0	<b>13</b>
poticaji za pašarenje	11	1	0	<b>12</b>

<i>tema objave</i>	<i>afirmativan</i>	<i>neutralan</i>	<i>negativan</i>	<i>ukupno</i>
Natura 2000	10	0	0	<b>10</b>
mjere ruralnog razvoja	7	0	0	<b>7</b>
ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta	6	0	0	<b>6</b>
važnost suhih travnjaka	1	0	0	<b>1</b>
ekonomska korist	1	0	0	<b>1</b>
reakcije na metode restauracije travnjaka	1	0	0	<b>1</b>
EU politike	1	0	0	<b>1</b>
primjeri dobre prakse korištenja travnjaka	1	0	0	<b>1</b>
usluge ekosustava	0	0	0	<b>0</b>
poljoprivreda suhih travnjaka	0	0	0	<b>0</b>

#### **4.6. Usporedba rezultata analize medijskih objava 2019-2022.**

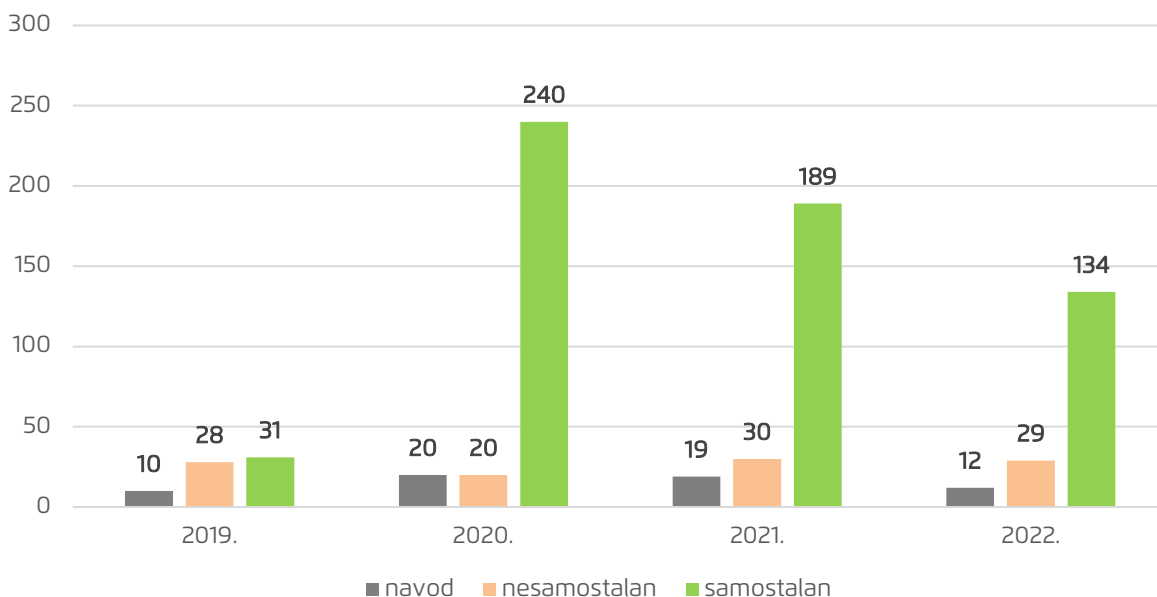
S obzirom na korištenje iste metodologije, rezultati analize medijskih objava 2019., 2020., 2021. i 2022. usporedivi su i služe praćenju promjena u medijskim stavovima prema Dinari. Ukupan godišnji broj objava iznosio je 69 (2019.), 280 (2020.), 238 (2021.) i 175 (2022.).



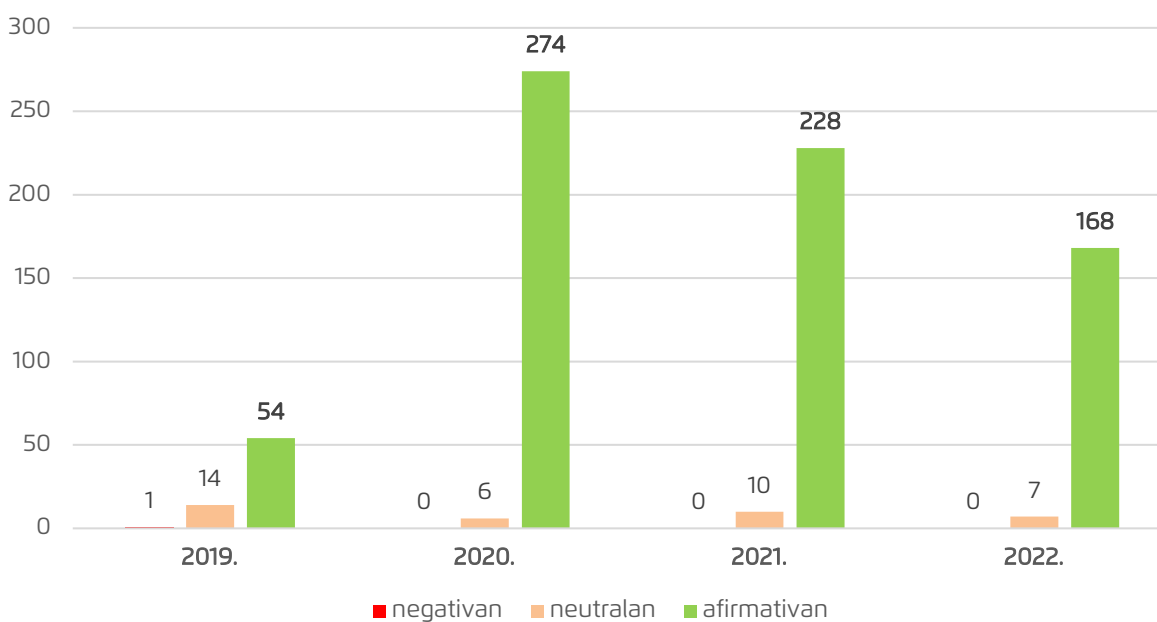
Slika 7. Kretanje broja objava na mjesečnoj razini u razdoblju 2019-2022.

Objave vezane uz požare, najavu proglašenja i samo proglašenje Parka prirode „Dinara“ čine otprilike polovinu svih objava zabilježenih u razdoblju 2019.-2022. (Slika 7). Interes domaćih medija za Dinarom izvan nekoliko intenzivnijih razdoblja ipak je donekle izostao, ali i dalje nije zabilježen mjesec bez ijedne objave na temu Dinare. Promatramo li 5 najučestalijih tema objava, u 2021. godini to su redom: proglašenje PP „Dinara“ (86), projektne aktivnosti (78), akcije spašavanja (28), planinarske aktivnosti (24) i turistička infrastruktura projektnog područja (7). Poredak tema u 2022. godini je nešto drukčiji: projektne aktivnosti (106), osnivanje Javne ustanove PP „Dinara“ (14), flora projektnog područja (10), planinarske aktivnosti (10) i požari u projektnom području (10).





Slika 8. Usporedba statusa subjekta „Dinara“ u razdoblju 2019-2022.



Slika 9. Usporedba tona objava u razdoblju 2019-2022.

U odnosu na 2020. i 2021. godinu nisu zabilježene veće promjene u publicitetu subjekta „Dinara“ (Slika 8). Objave u kojima ima nesamostalan status uglavnom se odnose na teme zaštite prirode u kojima je projekt usputno spomenut. Slika 9 jasno naznačuje da je ton objava 2022. pretežito isti u odnosu na 2020. i 2021. godinu.

## 5. ZAKLJUČCI

Ukupno je zabilježeno 175 objava na temu pojma „Dinara“ u 2022. godini na većinom hrvatskim internetskim portalima i stranicama. O Dinari su mediji u prosjeku objavljivali 15 objava mjesečno. Prevladavajući ton objava je afirmativan (96% ukupnih objava), a već treću 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 2022. odnosila se na oblike turizma koji nemaju pozitivan utjecaj na kvalitetu života lokalnog stanovništva. Izostale su objave koje su direktno zagovarale radnje ili razvoj štetan za Dinaru.

Prevladavaju objave o projektnim aktivnostima Dinara back to LIFE tima, ekološkom turizmu, pretežito o planinarenju, a zatim objave o ugrozi kvalitete života i uključenosti lokalnog stanovništva u projektne aktivnosti. Najveći broj objava zabilježen je u mjesecu srpnju (31) kada je prikazan prvi projektni kratki film, a Europska komisija je izdvojila projekt Dinara back to LIFE kao jedan od 19 najuspješnijih u restauraciji prirode. Slijedi mjesec svibanj sa 29 objava, uglavnom o međunarodnoj radionici za izradu Smjernica za upravljanje suhim travnjacima, održanoj u Sinju. Treći mjesec s najvećim brojem objava bio je siječanj (25), ponajviše zbog potpisivanja ugovora za napasivanje sa lokalnim stočarima. Objave o akcijama spašavanja (5) zastupljene su u znatno manjem broju nego 2021. godine (28). 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 prethodne dvije godine. Internetske stranice i portali iskazali su interes i popratili Dinaru, projekte i događanja vezane uz nju, što je vidljivo iz velikog broja objava.

Od ukupno 175 analiziranih objava, njih 107 odnosilo se na spominjanje projekta i projektnih aktivnosti, na istek zakonskog roka za osnivanje Javne ustanove Parka prirode Dinara odnosilo se 14 objava, a po 10 na floru projektnog područja, planinarske aktivnosti i požare. Najveća promjena odnosi se na zastupljenost objava o aktivnostima projekta Dinara back to LIFE, sa 13% u 2020. i 33% u 2021., na 61% u 2022. godini. Ponovno su o Dinari najviše pisali lokalni i regionalni portali, ali i Hrvatska radiotelevizija koja je u 2022. godini 11 puta izvještavala o Dinari, od čega 9 puta baš o projektnim aktivnostima. U medijskim objavama pronađeno je svih 15 ciljanih tema, a zastupljenost tema nešto je manje ujednačena u odnosu na 2021. godinu.

## 6. SAŽETAK

Cilj ove aktivnosti bio je prikupiti medijske objave na temu pojma Dinare koje su objavljene tijekom 2022. 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 primjenjene su metode iz Analize početnog stanja – medijski sadržaj 2019. Na uglavnom hrvatskim internetskim portalima i web stranicama zabilježeno je ukupno 175 objava na temu pojma "Dinara" u 2022. godini. Mediji su prosječno objavljivali 15 članaka mjesečno o Dinari. Pretežni ton objava je afirmativan (96% ukupnih objava), a već treću godinu nisu zabilježene negativne objave. Mjera za procjenu tonaliteta (afirmativna, neutralna, negativna) djeluje na principu da su potvrđene 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 objava koje zagovaraju akcije ili razvoj štetan za Dinaru. Najveći broj objava zabilježen je u mjesecu srpnju (31) kada je prikazan prvi projektni kratki film, a Europska komisija je izdvojila projekt Dinara back to LIFE kao jedan od 19 najuspješnijih u restauraciji prirode. Slijedi mjesec svibanj sa 29 objava, uglavnom o međunarodnoj radionici za izradu Smjernica za upravljanje suhim travnjacima, održanoj u Sinju. Treći mjesec s najvećim brojem objava bio je

siječanj (25), ponajviše zbog potpisivanja ugovora za napasivanje sa lokalnim stočarima. Objave o akcijama spašavanja (5) zastupljene su u znatno manjem broju nego 2021. godine (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 prethodne dvije godine. Od ukupno 175 analiziranih objava, njih 107 na godišnjoj razini odnosilo se na projektne aktivnosti. Važnost suhih travnjaka naglašena je u 66 objava, jednako kao i spominjanje ciljnih staništva i vrsta. Slijede ih podrška lokalne zajednice (49) i ekološki turizam (51). Najveća promjena odnosi se na zastupljenost objava o aktivnostima projekta Dinara back to LIFE, sa 13% u 2020. i 33% u 2021., na 61% u 2022. godini. Hrvatska radiotelevizija je 11 puta izvještavala o Dinari, od čega 9 puta o projektnim aktivnostima. Analizom je zabilježeno svih 15 ciljanih tema, a zastupljenost je nešto manje ujednačena u odnosu na prethodnu promatranu godinu.

## 7. ABSTRACT

The goal of this activity was to collect media releases on the topic of Dinara that were published during 2022 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 175 publications on the topic of the term "Dinara" in 2022 were recorded on mostly Croatian internet portals and websites. The media published an average of 15 articles a month about Dinara. The predominant tone of the announcements is affirmative (96% of the total announcements), and no negative announcements have been recorded for the third year. The tonality assessment measure (affirmative, neutral, negative) works on the principle that affirmative announcements are those that benefit Dinara, its protection, nature protection activities, those that advocate sustainable development and tourism, etc.

Neutral announcements are balanced reports of some events without particular bias sides or expressions of feelings. There were no announcements advocating actions or developments harmful to Dinara. The largest number of announcements was recorded in the month of July (31), when the first project short film was shown, and the European Commission singled out the Dinara back to LIFE project as one of the 19 most successful in nature restoration. The month of May follows with 29 announcements, mainly about the international workshop for the development of Guidelines for the management of dry grasslands, held in Sinj. The third month with the highest number of announcements was January (25), mostly due to the signing of contracts for grazing with local livestock keepers. Announcements about rescue operations (5) are represented in a significantly smaller number than in 2021 (28). The publicity is 92% primary, which means that Dinara is written about as the main and independent subject. These data show that the media presented quality topics related to Dinara, similar to what was the case in the previous two years. Out of a total of 175 analyzed announcements, 107 of them on the annual level were related to project activities. The importance of dry grasslands was emphasized in 66 releases, as was the mention of target habitats and species. They are followed by local community support (49) and ecological tourism (51). The biggest change refers to the representation of media releases about the activities of the Dinara back to LIFE project, from 13% in 2020 and 33% in 2021, to 61% in 2022. Croatian Radio and Television reported on Dinara 11 times, of which 9 times on project activities. The analysis recorded all 15 target topics, and the representation is somewhat less uniform compared to the previous observed year.

## 8. POPIS SLIKA I TABLICA

Slika 1. Broj objava po mjesecima (N=175).....	5
Slika 2. Objave prema vrsti medija (N=175).....	6
Slika 3. Ton objava (N=175).....	7
Slika 4. Dominantne teme u medijskim objavama o Dinari (N=167).....	12
Slika 5. Vrsta statusa subjekta (N=175).....	13
Slika 6. Vrsta publiciteta subjekta (N=175).....	14
Slika 7. Kretanje broja objava na mjesečnoj razini u razdoblju 2019-2022.....	16
Slika 8. Usporedba statusa subjekta „Dinara“ u razdoblju 2019-2022.....	17
Slika 9. Usporedba tona objava u razdoblju 2019-2022.....	17
Tablica 1. Popis tema za analizu medijskih sadržaja.....	4
Tablica 2. Popis medija koji su objavljivali o Dinari – ukupni broj objava (N=175).....	7
Tablica 3. Frekventnost spominjanja ciljnih i dominantnih tema u objavama o Dinari (N=167).....	11
Tablica 4. Tonalitet prema dominantnoj temi objave (N=167).....	14

## 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



Splitsko-dalmatinska županija



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 energetska učinkovitost**.

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

Projekt sufinancira **Splitsko-dalmatinska županija**.

Prikazan sadržaj je isključiva odgovornost LAG-a “Cetinska krajina” i ne odražava nužno stajališta Splitsko-dalmatinske županije.