



DINARA
BACK TO LIFE

Izvešće o analizi medijskih objava o Dinari na internetskim portalima i stranicama u 2023. godini

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



Siječanj, 2024.

SADRŽAJ:

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 3 |
| 2. METODE | 3 |
| 3. OBUHVAT ISTRAŽIVANJA | 4 |
| 4. REZULTATI | 5 |
| 4.1. Broj objava i vrsta medijske zastupljenosti | 5 |
| 4.2. Ton objava | 6 |
| 4.3. Teme objava | 9 |
| 4.4. Status subjekta i vrsta publiciteta | 12 |
| 5. ZAKLJUČCI | 16 |
| 6. SAŽETAK | 17 |
| 7. ABSTRACT | 18 |
| 8. POPIS SLIKA I TABLICA | 20 |

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 2023. provedena je Analiza medijskog sadržaja druge projektne godine.

Cilj ove aktivnosti bio je prikupiti medijske objave na temu pojma Dinare koje su objavljene tijekom 2023. 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 područje Dinare, 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 2023. 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

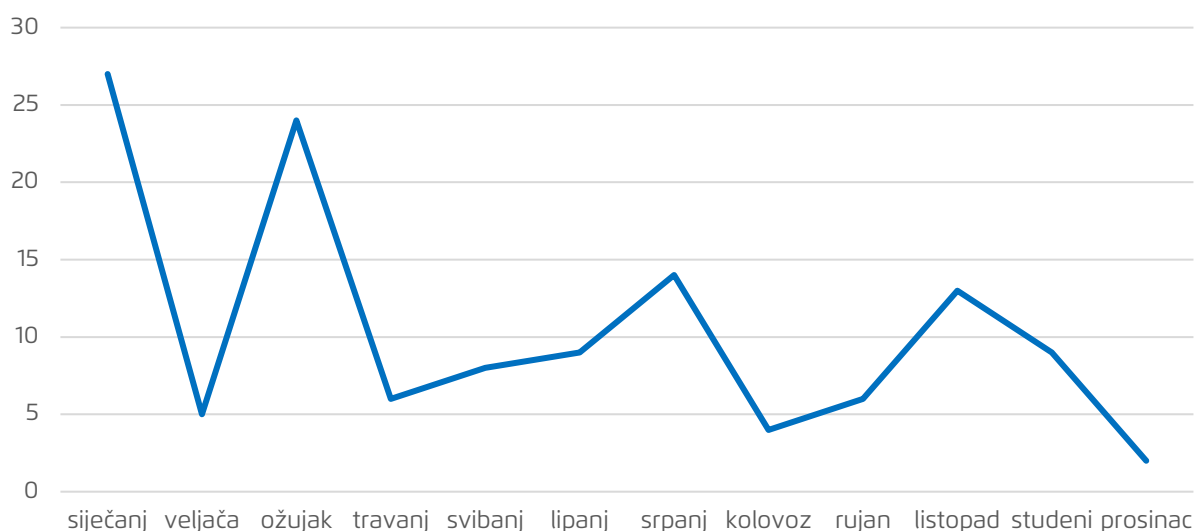
Teme vezane uz subjekt Dinara

1. ekološki turizam
2. ekonomska korist
3. EU politike
4. interes lokalne zajednice
5. mjere ruralnog razvoja
6. Natura 2000
7. poljoprivreda suhih 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 suhih travnjaka

4. REZULTATI

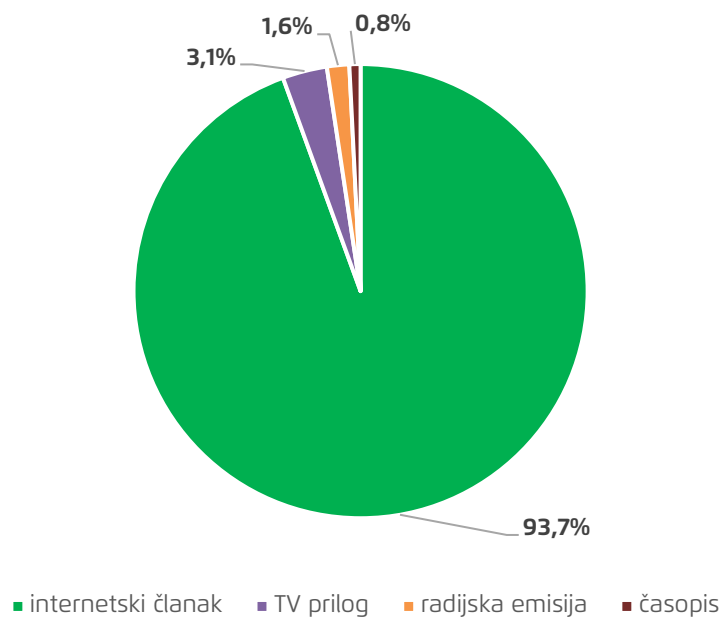
4.1. Broj objava i vrsta medijske zastupljenosti

Rezultati analize prikazuju kretanje broja objava po mjesecima (*Slika 1.*). U 2023. godini ukupno je pronađeno 127 članaka na temu Dinare, uz primjenu kriterija odabira projektnog tima. Najučestalije se objavljivalo u siječnju (projektne aktivnosti kontroliranog propisnog paljenja i pogibija lovca u minskom polju), zatim u ožujku (održavanje međunarodne projektne konferencije), srpnju (projektna podrška lokalnim događanjima) te u listopadu (prijava za financiranje izrade poslovnih planova).



Slika 1. Broj objava po mjesecima (N=127)

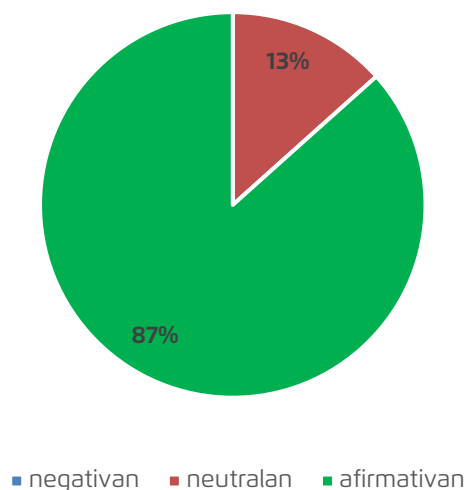
Uzimajući u obzir vrstu objava, najveći dio pripada internetskim člancima. Osim njih, uvrštene su radijske emisije, časopisi, video i televizijski prilozi u kojima je spominjan subjekt „Dinara“ (*Slika 2.*).



Slika 2. Objave prema vrsti medija (N=127)

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=127)

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 (110), zatim neutralno (17), dok negativnih objava u 2023. nije bilo. Kod afirmativnih objava prevladavaju projektne aktivnosti Dinara back to LIFE tima, održivi turizam poput planinarenja i teme Nature 2000. 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=127)

| medij | broj objava |
|-----------------------------------|-------------|
| www.ferata.hr | 21 |
| www.slobodnadalmacija.hr | 9 |
| www.hrt.hr | 9 |
| www.dalmacijadanas.hr | 8 |
| www.sibenski.slobodnadalmacija.hr | 5 |
| www.sinj-news.hr | 4 |
| www.sinjskarera.hr | 4 |
| www.sibenik.in | 4 |
| www.dalmatinskiportal.hr | 3 |
| www.sibenskiportal.hr | 3 |
| www.vrlika.hr | 3 |
| www.direktno.hr | 2 |

| medij | broj objava |
|--------------------------------------|-------------|
| www.dnevnik.hr | 2 |
| www.dalmacijanews.hr | 2 |
| www.jutarnji.hr | 2 |
| www.kastela.org | 2 |
| www.morski.hr | 2 |
| www.nacional.hr | 2 |
| www.novolist.hr | 2 |
| www.telegram.hr | 2 |
| www.vecernji.hr | 2 |
| www.dnevno.hr | 1 |
| www.domovinskirat.hr | 1 |
| www.ekovjesnik.hr | 1 |
| www.energetika-net.com | 1 |
| www.24sata.hr | 1 |
| www.7dnevno.hr | 1 |
| www.bjelovarac.hr | 1 |
| www.croativ.net | 1 |
| www.faktograf.hr | 1 |
| www.glas-slavonije.hr | 1 |
| www.glazba.hr | 1 |
| www.gradonacelnik.hr | 1 |
| www.h-alter.org | 1 |
| www.hgss.hr | 1 |
| Hit radio | 1 |
| www.hps.hr | 1 |
| Hrvatski radio | 1 |
| www.index.hr | 1 |
| www.infovodice.com | 1 |
| www.istra24.hr | 1 |
| www.journal.hr | 1 |
| www.kijevo.hr | 1 |
| www.lovacisavez-skz.hr/ | 1 |
| www.mok.hr | 1 |
| www.moreikrs.hr | 1 |
| www.n1info.hr | 1 |
| www.net.hr | 1 |
| www.sound-report.com | 1 |
| www.story.hr | 1 |
| Sveti Ptici | 1 |
| www.sibensko-kninska-policija.gov.hr | 1 |
| www.skz.hr | 1 |
| www.tportal.hr | 1 |
| www.zadarski.slobodnadalmacija.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, 55 različitih medija objavljivali su sadržaje o Dinari u 2023. godini.

4.3. Teme objava

Odabir i analiza medijskog sadržaja provela se u odnosu na 15 ciljnih tema. 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

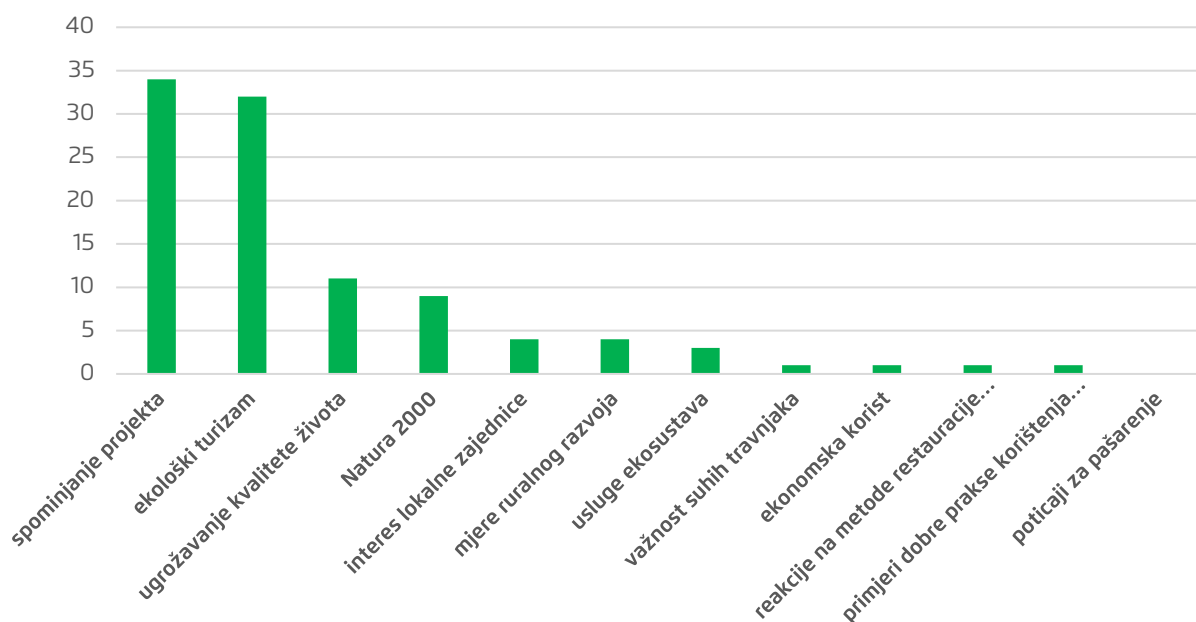
Primjeri dobre prakse kod korištenja travnjaka - Praćenje spominjanja pozitivnih primjera dobre prakse upravljanja travnjacima, s ciljem poticanja poljoprivrednika na uključivanje

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

Tablica 3. Frekventnost spominjanja ciljnih i dominantnih tema u objavama o Dinari (N=289)

| tema | ekološki turizam | ekonomska korist | EU politike | interes lokalne zajednice | mjere ruralnog razvoja | Natura 2000 | poljoprivre da suhих travnjaka |
|------------------------------|-----------------------------------|---|----------------------|--------------------------------------|------------------------------|-------------------|--------------------------------|
| pojavljivana je tema | 48 | 8 | 20 | 19 | 22 | 25 | 18 |
| dominantna tema | 32 | 1 | 0 | 4 | 4 | 9 | 0 |
| poticaji za pašarenje | dobre prakse korištenja travnjaka | reakcije na metode restauracije travnjaka | spominjanje projekta | ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta | ugrožavanje kvalitete života | usluge ekosustava | važnost suhих travnjaka |
| 7 | 11 | 8 | 44 | 9 | 12 | 17 | 21 |
| 0 | 1 | 1 | 34 | 0 | 11 | 3 | 1 |

Projektne aktivnosti, ekološki turizam i Natura 2000 prednjače po broju spominjanja u objavama o Dinari (Tablica 3.). U 44 objave spominjan je projekt Dinara back to LIFE u svom punom nazivu, a u 48 objava spominjani su razni oblici turističkih aktivnosti prihvatljivih za prirodu.



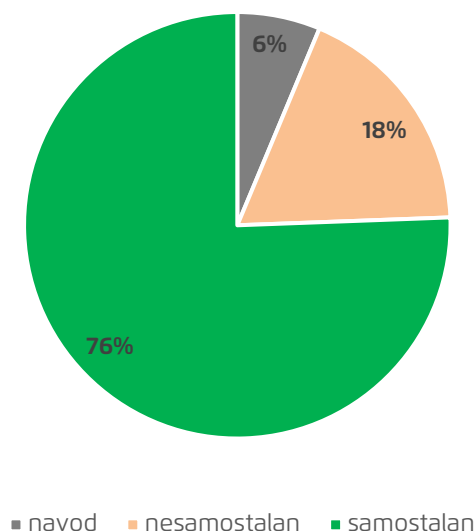
Slika 4. Dominantne teme u medijskim objavama o Dinari (N=101)

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 127 analiziranih objava, njih 26 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 (34). Drugo mjesto po učestalosti pojavljivanja kao dominantna tema (32) zauzeo je ekološki turizam koji obuhvaća planinarske aktivnosti i razne sportsko-rekreativne manifestacije koje nemaju negativan učinak na okoliš i prirodu. Ugroza kvalitete života (11) te Natura 2000 (9) treća su i četvrta najdominantnija tema objava. Interes lokalne zajednice, mjere ruralnog razvoja i usluge ekosustava svoj su prostor u medijima pronašle najviše kroz objave o projektim aktivnostima.

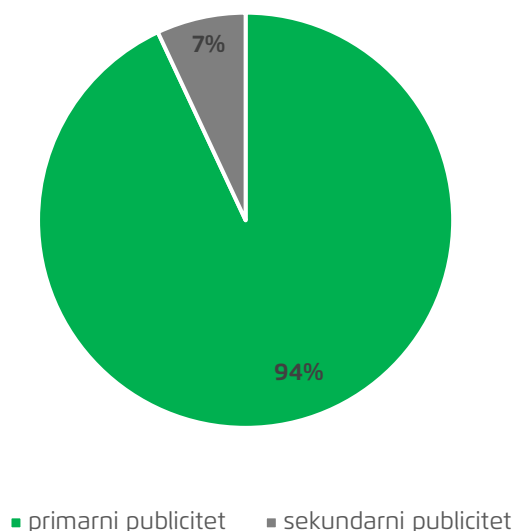
4.4. Status subjekta i vrsta publiciteta

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 nabranju.



Slika 5. Vrsta statusa subjekta (N=127)

O Dinari se u 2023. pisalo znatno više kao o samostalnom subjektu (96) nego kao o nesamostalnom (23), dok se kao navod pojavljivala 8 puta u 127 analiziranih objava (Slika 5).



Slika 6. Vrsta publiciteta subjekta (N=127)

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 94% 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.

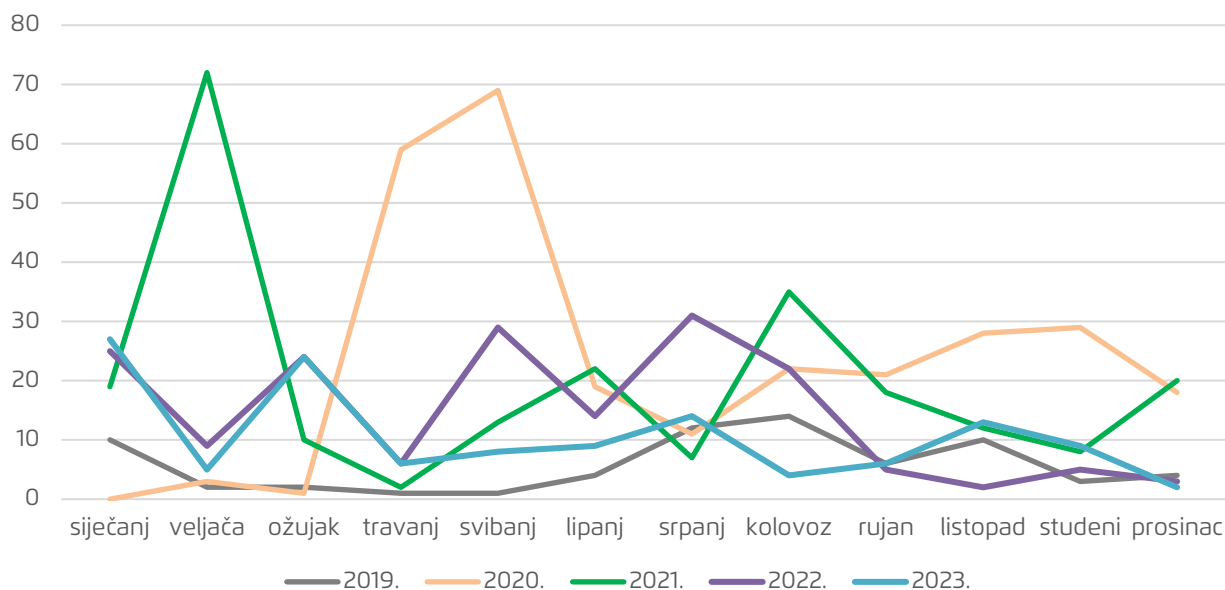
Tablica 4. Tonalitet prema dominantnoj temi objave (N=101)

| tema objave | afirmativan | neutralan | negativan | ukupno |
|------------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|
| spominjanje projekta | 34 | 0 | 0 | 34 |
| ekološki turizam | 29 | 3 | 0 | 32 |
| ugrožavanje kvalitete života | 10 | 1 | 0 | 11 |
| Natura 2000 | 7 | 2 | 0 | 9 |
| interes lokalne zajednice | 4 | 0 | 0 | 4 |
| mjere ruralnog razvoja | 4 | 0 | 0 | 4 |
| usluge ekosustava | 3 | 0 | 0 | 3 |
| važnost suhih travnjaka | 0 | 1 | 0 | 1 |
| ekonomska korist | 0 | 1 | 0 | 1 |

| tema objave | afirmativan | neutralan | negativan | ukupno |
|--|-------------|-----------|-----------|--------|
| reakcije na metode restauracije travnjaka | 1 | 0 | 0 | 1 |
| primjeri dobre prakse korištenja travnjaka | 1 | 0 | 0 | 1 |
| poticaji za pašarenje ugrožavanje ciljnih staništa i vrsta | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EU politike | 0 | 0 | 0 | 0 |
| poljoprivreda suhih travnjaka | 0 | 0 | 0 | 0 |

4.6. Usporedba rezultata analize medijskih objava 2019-2023.

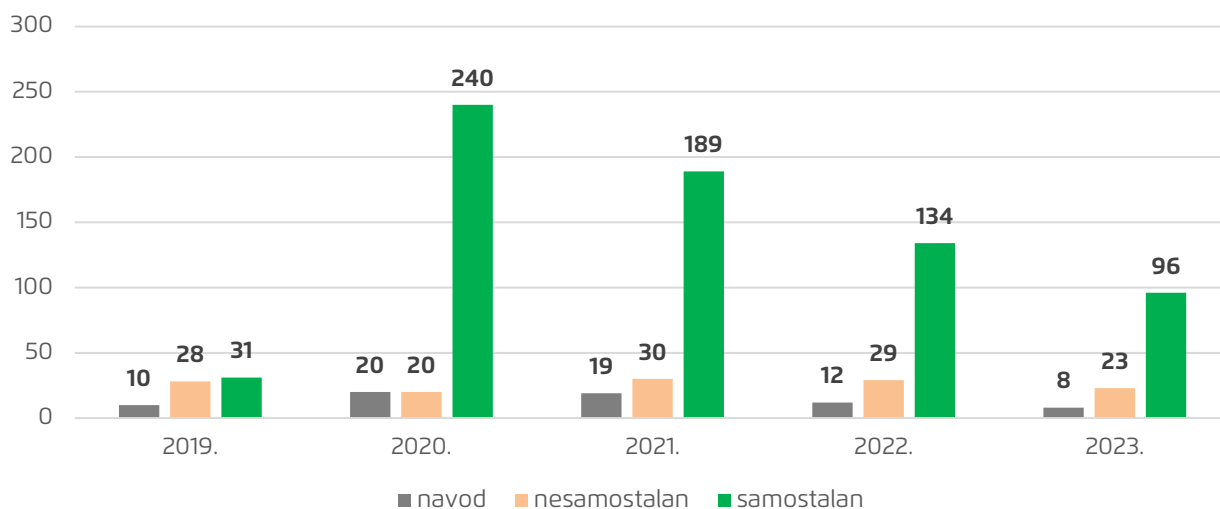
S obzirom na korištenje iste metodologije, rezultati analize medijskih objava 2019., 2020., 2021., 2022. i 2023. usporedivi su i služe praćenju promjena u medijskim stavovima prema Dinari. Ukupan godišnji broj objava iznosio je 69 (2019.), 280 (2020.), 238 (2021.), 175 (2022.) i 127 (2023.).



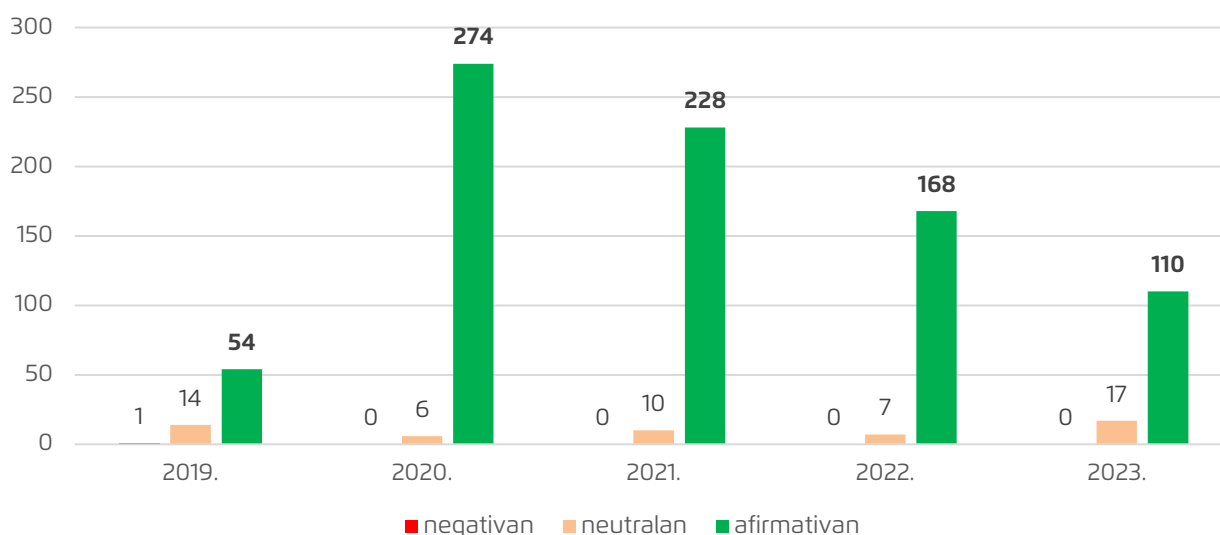
Slika 7. Kretanje broja objava na mjesečnoj razini u razdoblju 2019-2023.

Objave vezane uz požare, najavu proglašenja i samo proglašenje Parka prirode „Dinara“ čine malo manje od polovine svih objava zabilježenih u razdoblju 2019.-2023. (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 2022. godini to su redom: aktivnosti projekta Dinara back to LIFE (106), osnivanje Javne ustanove PP „Dinara“ (14), flora Dinare (10), planinarske aktivnosti (10) i požari na području Dinare (10). Poredak najučestalijih tema u 2023. je idući: projektne aktivnosti (44), planinarske aktivnosti (19), razminiravanje projektnog područja (16), akcije spašavanja (13) i sportske aktivnosti (11).



Slika 8. Usporedba statusa subjekta „Dinara“ u razdoblju 2019-2023.



Slika 9. Usporedba tona objava u razdoblju 2019-2023.

U odnosu na protekle analizirane godine 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 subjekt usputno spomenut. Slika 9 jasno naznačuje da je ton objava 2023. pretežito isti u odnosu na prethodne godine.

5. ZAKLJUČCI

Ukupno je zabilježeno 127 objava na temu pojma „Dinara“ u 2023. godini na većinom hrvatskim internetskim portalima i stranicama. O Dinari su mediji u prosjeku objavljivali 11 objava mjesečno. Prevladavajući ton objava je afirmativan (87% ukupnih objava), a već četvrtu 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 2023. odnosila se na oblike turizma i rekreacije 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 ekološkom turizmu i projektima Dinara back to LIFE tima, a zatim objave o Naturi 2000, ugrozi kvalitete života i mjerama ruralnog razvoja. Najučestalije se objavljivalo u siječnju (projektne aktivnosti kontroliranog propisnog paljenja i pogibija lovca u minskom polju), zatim u ožujku (održavanje međunarodne projektne konferencije), srpnju (projektna podrška lokalnim događanjima) te u listopadu (prijava za financiranje izrade poslovnih planova). Objave o akcijama spašavanja (13) zastupljene su nešto više nego 2022. godine (5). Publicitet je 94% 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 127 analiziranih objava, njih 44 odnosilo se na spominjanje projekta i projektnih aktivnosti, na planinarske aktivnosti odnosilo se 19 objava, a na razminiravanje u projektnom području odnosilo se čak 16 objava. Zastupljenost objava o aktivnostima projekta Dinara back to LIFE u ukupnom broju objava o Dinari i dalje je visoka, od 13% u 2020., 33% u 2021. i 61% u 2022. do 35% u 2023. godini. Ponovno su o Dinari najviše pisali lokalni i regionalni portali, ali i Hrvatska radiotelevizija koja je u 2023. godini 9 puta izvještavala o Dinari. U medijskim objavama pronađeno je svih 15 ciljanih tema, a zastupljenost tema najviše je ujednačena u odnosu na ostale promatrane godine.

6. SAŽETAK

Cilj ove aktivnosti bio je prikupiti medijske objave na temu pojma Dinare koje su objavljene tijekom 2023. 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 127 objava na temu pojma "Dinara" u 2023. godini. Mediji su prosječno objavljivali 11 članaka mjesečno o Dinari. Pretežni ton objava je afirmativan (87% ukupnih objava), a već četvrtu godinu nisu zabilježene negativne objave. 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 objava koje zagovaraju akcije ili razvoj štetan za Dinaru. Najučestalije se objavljivalo u siječnju (projektne aktivnosti kontroliranog propisnog paljenja i pogibija lovca u minskom polju), zatim u ožujku (održavanje međunarodne projektne konferencije), srpnju (projektna podrška lokalnim događanjima) te u listopadu (prijava za financiranje izrade poslovnih planova).

Objave o akcijama spašavanja (13) zastupljene su nešto više nego 2022. godine (5). Publicitet je 94% 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 tri godine. Od ukupno 127 analiziranih objava, njih 44 odnosilo se na spominjanje projekta i projektnih aktivnosti, na planinarske aktivnosti odnosilo se 19 objava, a na razminiravanje u projektnom području odnosilo se čak 16 objava. Zastupljenost objava o aktivnostima projekta Dinara back to LIFE u ukupnom broju objava o Dinari i dalje je visoka, od 13% u 2020., 33% u 2021. i 61% u 2022. do 35% u 2023. godini. Ponovno su o Dinari najviše pisali lokalni i regionalni portali, ali i Hrvatska radiotelevizija koja je u 2023. godini 9 puta izvještavala o Dinari.

7. ABSTRACT

The goal of this activity was to collect media publications on the topic of the term Dinara that were published during 2023 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 127 publications on the topic of the term "Dinara" in 2023 were recorded on mostly Croatian internet portals and websites. The media published an average of 11 articles per month about Dinara. The predominant tone of the announcements is affirmative (87% of the total announcements), and no negative announcements have been recorded for the fourth 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.

It was published most often in January (project activities of controlled proper burning and the death of a hunter in a minefield), then in March (holding of an international project conference), July (project support for local events) and in October (application for financing the creation of business plans). Announcements about rescue operations (13) are represented slightly more than in 2022 (5). Publicity is 94% primary, which means that when Dinara is published, it is the main independent or non-independent subject. This data shows that the media gave a high-quality presentation of topics related to the Dinara, to a similar extent as it was the case in the previous three years. Out of a total of 127 posts analyzed, 44 of them referred to mention of the project and project activities, 19 posts referred to mountaineering activities, and as many as 16 posts referred to demining in the project area. The representation of announcements about the activities of the Dinara back to LIFE project in the total number of announcements about Dinara is still high, from 13% in 2020, 33% in 2021 and 61% in 2022 to 35% in 2023. Once again, local and regional portals wrote the most about Dinara, but also Croatian Radio and Television, which reported on Dinara 9 times in 2023.

8. POPIS SLIKA I TABLICA

| | |
|---|----|
| Slika 1. Broj objava po mjesecima (N=127)..... | 5 |
| Slika 2. Objave prema vrsti medija (N=127)..... | 6 |
| Slika 3. Ton objava (N=127)..... | 7 |
| Slika 4. Dominantne teme u medijskim objavama o Dinari (N=127)..... | 11 |
| Slika 5. Vrsta statusa subjekta (N=127)..... | 12 |
| Slika 6. Vrsta publiciteta subjekta (N=127)..... | 13 |
| Slika 7. Kretanje broja objava na mjesečnoj razini u razdoblju 2019-2023..... | 14 |
| Slika 8. Usporedba statusa subjekta „Dinara“ u razdoblju 2019-2023..... | 15 |
| Slika 9. Usporedba tona objava u razdoblju 2019-2023..... | 15 |
| | |
| Tablica 1. Popis tema za analizu medijskih sadržaja..... | 4 |
| Tablica 2. Popis medija koji su objavljivali o Dinari – ukupni broj objava (N=127)..... | 7 |
| Tablica 3. Frekventnost spominjanja ciljnih i dominantnih tema u objavama o Dinari (N=289)..... | 10 |
| Tablica 4. Tonalitet prema dominantnoj temi objave (N=101)..... | 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



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 energetske učinkovitost**.

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

Projekt sufinancira **Splitsko-dalmatinska županija**.

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