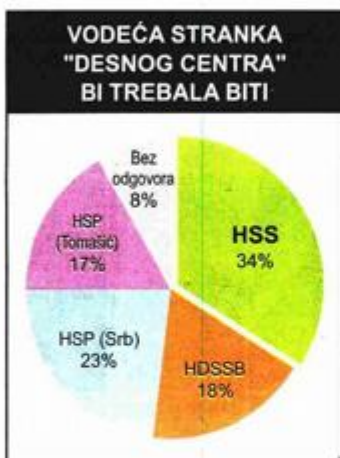


**ANKETA - IZBORI 2011**

# HSS preuzima desni centar

**Istraživanja namjenjuju HSS-u ulogu osigurača demokršćanske opcije u Hrvatskoj**

U HSS-u imaju razloge za zadovoljstvo, jer im trendovi iskazani u istraživanju javnog mnijenja, koje je prošli tjedan provela agencija Medianet, idu u prilog. Rejting stranke je u kontinuiranom porastu u odnosu na druge objavljene ankete i u ovom trenutku za Drugu izbornu jedinicu iznosi 9%, dok su na nacionalnoj razini 4,9%. Po izbornim jedinicama ovo istraživanje im daje sedam mandata što je mandat više u odnosu na Izbore 2007! Istraživanje je u periodu od 2. do 10. studenoga provela agencija Medianet iz Zagreba na reprezentativnom uzorku od 1000 ispitanika stratificiranih po dobi, spolu, obrazovanju, zaposlenju i izbornim jedinicama. Istraživanje pokazuje da HDZ-ova popularnost i dalje pada. Napuštanjem HDZ-a kao izborne preferencije birači demokršćanskog svjetonazora svoje glasove usmjeravaju ka drugim strankama desnog



**Rejting stranaka na nacionalnoj razini** drugim lijevim strankama također drže da bi HSS trebao preuzeti lidersku ulogu na od centra desnom političkom prostoru. Istraživanje Medianeta iskazuje i dalje vrlo visoki postotak onih koji se ne žele izjasniti, odnosno,

**Najveći broj ispitanika smatra da bi HSS trebao postati nositeljem demokršćanske politike u zemlji, 34%, zatim slijedi HSP sa 23%, HDSSB dobiva 18 %, te HSP dr. Ante Starčević 17%**

centra. Pri tome bi najviše mogao profitirati HSS čiji su čelnici očitovali namjeru da preuzmu stožerno mjesto na desnom centru hrvatskog političkog prostora. Njihove političke ambicije korespondiraju s većinskim promišljanjem u Hrvatskoj o čemu govori i provedeno istraživanje Medianeta. Najveći broj ispitanika smatra da bi HSS trebao postati nositeljem demokršćanske politike u zemlji, 34%, zatim slijedi

neodlučnih birača, čak 37%. To znači da skoro pa svaki drugi birač još nije odlučio kome će pokloniti povjerenje. Za pretpostaviti je da je kritičan broj motiviranih za promjene dosegao svoj vrhunac te da Kukuriku koalicija neće rasti više od trenutnih negdje blizu 35%, što sa Lesarovich oko 5% na nacionalnoj razini čini četrdesetak posto mandata lijevoj opciji. Birači demokršćanskog i desnog svjeto-

**I dalje vrlo visoki postotak onih koji se ne žele izjasniti, odnosno, neodlučnih birača, čak 37%. To znači da skoro pa svaki drugi birač još nije odlučio kome će pokloniti povjerenje**

HSP sa 23%, HDSSB dobiva 10 %, te HSP dr. Ante Starčević 9%. Zanimljivo je da dobar dio birača HDZ-a vidi HSS stožernom snagom desnog centra, kao i veliki broj stranački neizjašnjenih ispitanika. Birači koji svoj glas daju Kukuriku koaliciji i

nazora, stoga, će morati pažljivo razmotriti i odlučiti kome će dati glas jer bi glasovi onima koji ne uspijevaju preći izborni prag mogli Dhontovom metodom završiti kao novi mandati Kukuriku koaliciji. HDZ-ove afere i skandali, čudno-

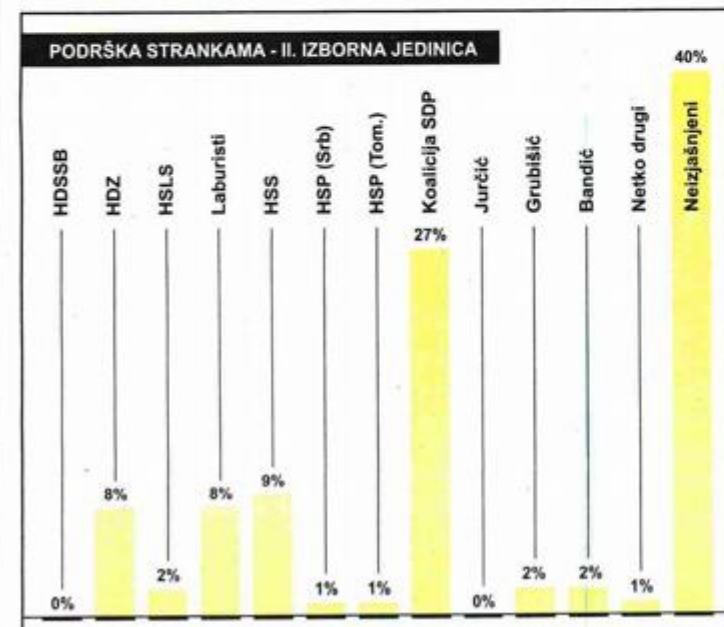


Josip Friščić najavio liderstvo HSS na desnom centru

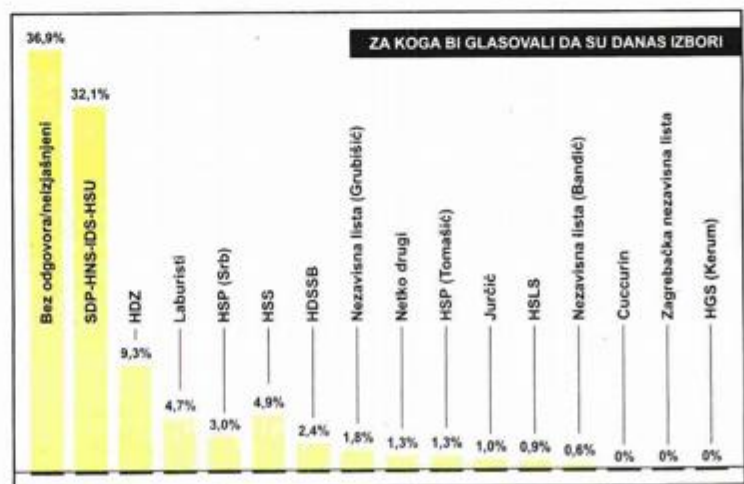
**Birači demokršćanskog i desnog svjetonazora će morati pažljivo razmotriti kome će dati glas jer bi glasovi onima koji ne uspijevaju preći izborni prag mogli Dhontovom metodom završiti kao novi mandati Kukuriku koalicije**

vate koalicije poput Koker koalicije (Kosor-Kerum), te stavljanje za kordinatorne izbornih jedinica osoba sa zanemarivim članskim stažom poput Martine Dalić i Đure Popijača toj stranci svakodnevno smanjuju rej-

ting i vjerodostojnost, a i u samoj stranci stvaraju konsternaciju i nezadovoljstvo. Pravaška scena i dalje je ostala podijeljena, te umjesto da imaju deset do dvadeset mandata u Saboru bore se da imaju jedan do dva. HSS-ovci su očito dobro analizirali stanje političke scene i trendova i hrabro najavili ambiciju da postanu osigurač demokršćanske opcije u Hrvatskoj. Istupi Josipa Friščića, predsjednika HSS-a, i Damira Bajsa, potpredsjednika stranke govore da će oni taj položaj pokušati ostvariti još u vrijeme ove izborne kampanje.



Rejting stranaka u Drugoj izbornoj jedinici



Mišljenje o vodećoj stranci desnog centra

Istraživanje je u periodu od 2. do 10. studenoga provela agencija Medianet iz Zagreba na reprezentativnom uzorku od 1000 ispitanika stratificiranih po dobi, spolu, obrazovanju, zaposlenju i izbornim jedinicama. U obradi rezultata istraživanja korišten je Hi<sup>2</sup>-test kako bi se ispitala statistička značajnost razlika u dobivenim rezultatima (frekvencijama) - te su razlike značajne u svim prikazanim rezultatima te su u skladu s time i interpretirane.