

*Od osnutka Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar 1991. istraživanje javnog mišljenja bilo je jedno od istraživačkih područja kojim je ovaj institut stekao ugled u akademskoj i široj javnosti. Znanstveno-istraživački projekt Instituta Ivo Pilar "Istraživanje javnog mnijenja i masovnih medija" iznjedrio je pet tematskih brojeva časopisa Društvena istraživanja (1992., 1997., 2000., 2004., 2008.), koje je kao gošća urednica koncipirala voditeljica projekta Vesna Lamza Posavec. Radovi koji su u njima objavljeni uglavnom su se bavili predizbornim istraživanjima javnoga mišljenja i uloge medija u izbornim razdobljima u Hrvatskoj od uspostave demokracije do podmakloga procesa pristupnoga pregovaranja Republike Hrvatske i EU-a. Zadnji tematski broj objavljen pod uredništvom Vesne Lamze Posavec odnosi se na parlamentarne izbore održane 2007. Nakon toga u Društvenim istraživanjima nije objavljen ni jedan sličan tematski broj. Hrvatska je u međuvremenu postala članicom NATO-a (2009.) i EU-a (2013.), a bila je pogođena i snažnom ekonomskom recesijom (2009.–2015.). Društvo je u navedenom razdoblju bilo obilježeno izazovnim političkim događajima, ali i pravosudnim procesima koji su uključivali neke od ključnih pripadnika hrvatskoga političkog, ekonomskog i medijskog establišmenta. Osim toga, razvoj interneta i društvenih mreža te snažan porast broja njihovih korisnika bitno je transformirao i načine političkoga komuniciranja. U Europskoj uniji, pa tako i u Hrvatskoj, došlo je do sve većega političkog značenja i utjecaja novih populističkih aktera. Osim toga, dio tradicionalno utjecajnih političkih stranaka u dosadašnjim sazivima Hrvatskoga sabora više nisu parlamentarne stranke. U Hrvatskoj je nakon parlamentarnih izbora 2015. prvi put došlo do pada vlade i prijevremenih izbora održanih 2016. Sve navedeno utjecalo je na našu odluku da se za tematski broj usredotočimo na izbore i izborne kampanje 2015. i 2016. godine te uz njih povezane glasačke preferencije i komunikacijske prakse. Sadržajna koncepcija ovoga tematskog broja Društvenih istraživanja zasniva se na interdisciplinarnom pristupu znanstvenog razmatranja prethodno navedenih fenomena.*

*Andrija Henjak u svojem se radu koristi anketnim istraživanjima provedenima neposredno nakon izbora 2015. i 2016. godine s ciljem utvrđivanja u kojoj se mjeri birači tradicionalnih stranaka priklanjaju novim političkim akterima i zašto.*

*Josip Ježovita, Mateja Plenković i Vanesa Varga utvrđuju temeljna obilježja naslova vijesti dnevnoinformativnih portala objavljenih u razdobljima kampanja za parlamentarne izbore u Hrvatskoj 2015. i 2016. godine.*

*Marko Mustapić i Ivan Balabanić žele utvrditi obrasce strukturiranja zastupljenosti tema vezanih uz suvremenu hrvatsku povijest i kulturu sjećanja u medijskim priložima tijekom izborne kampanje 2015. godine.*

*Dina Vozab i Zrinjka Peruško na temelju rezultata anketnog istraživanja raspravljaju o izvorima informiranja o politici kao moderatorima postizbornih očekivanja građana.*

*Damir Jugo, Lana Ciboci i Maja Banovac Barić u svojem radu analizom sadržaja priloga najčitanijih dnevnih novina u kampanji 2016. utvrđuju u kojoj je mjeri politička komunikacija medijalizirana i personalizirana.*

*Dakle, znanstveni članci predviđeni za ovaj tematski broj isključivo su empirijskoga karaktera i odnose se na izborne kampanje uoči parlamentarnih izbora 2015. i 2016. Ujedno, ovim tematskim brojem na neki se način nastavlja tradicija znanstvene empirijske analize izbornih procesa i političke komunikacije u Hrvatskoj u časopisu Društvena istraživanja.*

*Marko Mustapić, Ivan Balabanić*