

Spis treści

Wprowadzenie 7

Część I. POLSKA 11

Robert K. Tabaszewski - Instytucjonalno-prawne uwarunkowania kampanii wyborczych w Polsce. Zagadnienia wybrane 13

Paweł Jakubowski - Marketing wyborczy partii politycznych w kampanii parlamentarnej 2011. Analiza strategii i technik wyborczych 31

Paweł Hayn - Media społecznościowe w podkarpackich wyborach parlamentarnych w 2011 roku 55

Barbara Małyszczak - Kampania Joanny Muchy w wyborach do Sejmu w 2011 roku 77

Roksana Studzińska - Lęk przed przyszłością jako motyw uczestnictwa w wyborach 93

Tomasz Sieduszewski - Jaki parlamentaryzm po dwudziestu czterech latach III

Rzeczypospolitej? Stopień wymiany posłów i senatorów w kolejnych kadencjach w latach 1989–2011 w kontekście ich doświadczenia parlamentarnego 115

Część II. ŚWIAT 133

Ewelina Kancik - Internetowe kampanie wyborcze w Stanach Zjednoczonych jako przykład nowoczesnego marketingu wyborczego 135

Agnieszka Grzegorzczuk - Władimir Putin – społeczny odbiór wizerunku przywódcy 159

Ewa Litke - Wpływ partii Prawdziwych Finów na krajową scenę polityczną w kontekście wyborów przeprowadzonych w Finlandii w latach 2011–2012 177

Paweł Porzucek - Kampania wyborcza w Republice Czeskiej w 2010 roku 197

Michał Kozera - Poparcie wyborcze dla partii chrześcijańsko-demokratycznych w

Miguel Naueje – System polityczny oraz procesy wyborcze w Republice Angoli