

Od redakcji .....	5
<b>PRAWO WYBORCZE W PRAKTYCE</b> .....	9
<b>Jeremiasz Salamon</b> <i>Głosowanie podzielone w mieszanych systemach wyborczych. Wnioski z wyborów do nowozelandzkiej Izby Reprezentantów z 26 listopada 2011 roku</i> .....	11
<b>Magdalena Półtorak</b> <i>Polska ustawa „kwotowa” na tle rozwiązań wybranych państw europejskich</i> .....	36
<b>Wojciech Peszyński</b> <i>Upartyjnienie wyborów do Senatu w 2011 roku. Kазus zachowań elektoratu w województwie kujawsko-pomorskim</i> .....	64
<b>Radosław Zych</b> <i>Protesty wyborcze i ich rozpoznawanie w wyborach do Sejmu i Senatu z 2011 roku</i> .....	79
<b>MEDIA MASOWE W KAMPANIACH WYBORCZYCH</b> .....	93
<b>Jarosław Zbieranek</b> <i>Polacy o Internecie w kampanii wyborczej 2011 roku</i> .....	95
<b>Małgorzata Adamik-Szysiak</b> <i>Parlamentarna kampania wyborcza na łamach dzienników ogólnopolskich w 2011 roku – agenda mediów</i> .....	105
<b>Iwona Barszczuk</b> <i>Obiektywny dziennikarz czy kreator wizerunku? Wybory parlamentarne 2011 roku</i> .....	124
<b>Justyna Jabłonka</b> <i>Obserwator czy aktor? Media w kampanii wyborczej 2011 roku</i> .....	143

<b>Paweł Jakubowski</b>	
<i>Kampania profrekwencyjna podczas kampanii parlamentarnej w 2011 roku</i> .....	159
<b>METODY I TECHNIKI MARKETINGOWEJ KREACJI</b> .....	177
<b>Anna Leszczuk-Fiedziukiewicz</b>	
<i>Celebrytyzacja polityki na przykładzie wyborów parlamentarnych w 2011 roku</i> .....	179
<b>Justyna Maguś</b>	
<i>Nie program, a...? Wizerunki kandydatek w wyborach parlamentarnych 2011 roku</i> .....	213
<b>Anna Szwed</b>	
<i>Książka jako narzędzie w kampanii wyborczej – wybory 2011 roku</i> .....	227
<b>Paweł Wojtun</b>	
<i>Sondaże przedwyborcze jako instrument rywalizacji politycznej – wybory parlamentarne 2011 roku</i> .....	245
<b>KAMPANIA WYBORCZA NA POZIOMIE REGIONALNYM</b> .....	263
<b>Wioleta Pałka</b>	
<i>Wybory 2011 w zagłębiach bezrobocia</i> .....	265
<b>Ewelina Kancik</b>	
<i>Lubelskie kandydatki PiS i PO w kampanii parlamentarnej 2011 w internecie</i> .....	280
<b>Piotr Bujak</b>	
<i>Tożsamość regionalna jako element pozycjonowania kandydatów w wyborach parlamentarnych na przykładzie kampanii wyborczej 2011 roku w województwach śląskim i opolskim</i> .....	300
<b>Paweł Siring</b>	
<i>Analiza działań marketingowych opolskiego SLD. Kampania parlamentarna 2011 roku</i> .....	316