

# Spis treści

<i>Ewa Pietrzyk-Zieniewicz</i> <b>Wprowadzenie</b> . . . . .	11
<i>Karol Modzelewski, Andrzej Zieniewicz</i> <b>Puste miejsce po lewicy</b> . . . . .	17
<i>Jerzy Hausner, Andrzej Sokołowski</i> <b>Bezrobocie a wyniki wyborów w Polsce</b> . . . . .	33
<i>Tadeusz Bodio</i> <b>Polityka jako sztuka bycia wybranym</b> . . . . .	47
<i>Mirosław Karwat</i> <b>Obiecanki cacanki, czyli demagogiczny repertuar obietnic</b> . . . . .	57
<i>Jarosław Szymanek</i> <b>Optymalizacja procedur wyborczych w odniesieniu do parlamentu o złożonej strukturze wewnętrznej</b> . . . . .	85
<i>Tomasz Słomka</i> <b>Sposób wyboru jako element legitymizacji Prezydenta Rzeczypospolitej (W porównaniu do ustaleń konstytucyjnych w Czechach, Słowacji, Rumunii, Bułgarii i na Węgrzech)</b> . . . . .	107
<i>Olgierd Annusewicz</i> <b>Reklama a reklama polityczna, czyli projektowanie politycznych kampanii reklamowych</b> . . . . .	125
<i>Agata Woźniak</i> <b>Środki agresywnej dyskredytacji osobistej w prezydenckiej kampanii wyborczej 2000 roku</b> . . . . .	151
<i>Krzysztof Karolczak</i> <b>Filozofia teczki. Teczka polityka, czy teczka na polityka (kilka uwag o polskich kampaniach wyborczych)</b> . . . . .	175
<i>Ewa Pietrzyk-Zieniewicz</i> <b>Wielkie afisze. Plakaty wyborcze w kampanii 1993 r.</b> . . . . .	185
<i>Joanna Dzwonczyk</i> <b>Kampanie prezydenckie w Polsce po 1989 roku</b> . . . . .	197
<i>Andżelika Wardęga</i> <b>Kampania przed kampanią, czyli przedwyborcze napinanie mięśni</b> . . . . .	233

<i>Adam Szymański</i>	
<b>Unia Europejska w programach ugrupowań uczestniczących w wyborach parlamentarnych w 2001 r.</b> . . . . .	267
<i>Karol Kostrzębski</i>	
<b>Kampanie wyborcze ruchów populistycznych w Polsce i Niemczech – analiza porównawcza.</b> . . . . .	283
<i>Edward Tarnawski</i>	
<b>O politykach i polityce w Polsce z hiszpańskiej perspektywy.</b> . . . . .	319
<b>RECENZJE</b>	
<b>Wawrzyniec Konarski, Pragmatycy i idealisci. Rodowód, typologia i ewolucja ugrupowań politycznych nacjonalizmu irlandzkiego w XX wieku,</b> Pułtusk-Warszawa 2001, s. 334 ( <i>Zbigniew Kiełmiński</i> ) . . . . .	339
<b>Grzegorz Rydlewski, Rządowy system decyzyjny w Polsce. Studium politologiczne okresu transformacji,</b> Warszawa 2002, s. 319 ( <i>Tomasz Słomka</i> ). . . . .	342
<b>Andrzej Antoszewski (red.), Demokratyzacja w III Rzeczypospolitej,</b> Wrocław 2002, s. 215 ( <i>Jarosław Szymanek</i> ) . . . . .	347
<b>Marek Kochan, Slogany w reklamie i polityce,</b> Warszawa 2002, s. 248 ( <i>Olgiard Annusewicz</i> ) . . . . .	351
<b>Klaus Bachmann, Którędy do Europy,</b> Warszawa 2002, str. 240 ( <i>Adam Szymański</i> ) . . . . .	354

# POLITOLOGICAL STUDIES

## THE POLISH POLITICAL SCENE ELECTORAL CAMPAIGNS

### Contents

<i>Ewa Pietrzyk – Zieniewicz</i> <b>Introduction</b> . . . . .	11
<i>Karol Modzelewski, Andrzej Zieniewicz</i> <b>Vacant space on the left</b> . . . . .	17
<i>Jerzy Hausner, Andrzej Sokotowski</i> <b>Unemployment and election results in Poland</b> . . . . .	33
<i>Tadeusz Bodio</i> <b>Politics as the art of getting oneself elected</b> . . . . .	47
<i>Mirosław Karwat</i> <b>Promises promises, or the demagogic repertoire of declarations</b> . . .	57
<i>Jarosław Szymanek</i> <b>Choosing the optimum election procedures with respect to a parliament with a complex internal structure</b> . . . . .	85
<i>Tomasz Słomka</i> <b>The election method as the legitimising factor of the President of the Republic of Poland (as compared with the Czech Republic, Slovakia, Hungary, Romania and Bulgaria)</b> . . . . .	107
<i>Olgierd Annusewicz</i> <b>Advertising and political advertising, the process of political campaigns planning</b> . . . . .	125
<i>Agata Woźniak</i> <b>Election games – discrediting methods</b> . . . . .	151
<i>Krzysztof Karolczak</i> <b>The file philosophy. A politician's file or a file on a politician (some observations regarding Polish election campaigns.)</b> . . . . .	175

<i>Ewa Pietrzyk – Zieniewicz</i>	
<b>Mega-billboards. Posters in the 1993 Electoral Campaign. . . . .</b>	<b>185</b>
<i>Joanna Dzwonczyk</i>	
<b>Presidential campaigns in Poland after 1989 . . . . .</b>	<b>197</b>
<i>Andżelika Wardęga</i>	
<b>Campaign before Campaign, preelectional muscle tightening. . . . .</b>	<b>233</b>
<i>Adam Szymański</i>	
<b>The European Union in party programmes standing for the 2001 parliamentary elections.. . . . .</b>	<b>267</b>
<i>Karol Kostrzębski</i>	
<b>The Electoral Campaigns of Populist Movements in Poland and Germany. A comparison. . . . .</b>	<b>283</b>
<i>Edward Tarnawski</i>	
<b>Polish Politics and Politicians from a Spanish Perspective . . . . .</b>	<b>319</b>

## REVIEWS

<b>Wawrzyniec Konarski, <i>Pragmatists and Idealists: The Origin, Typology and Evolution of the Political Parties in the Twentieth Century Irish Nationalism</i>, Pułtusk-Warszawa 2001, p. 334 (Zbigniew Kielmiński) . . . . .</b>	<b>339</b>
<b>Grzegorz Rydlewski, <i>Governmental Decision Making System in Poland. Politological study of transformation period</i>, Warszawa 2002, p. 319 (Tomasz Słomka) . . . . .</b>	<b>342</b>
<b>Andrzej Antoszewski (red.), <i>Democratization in Third Republic of Poland</i>, Wrocław 2002, p. 215 (Jarosław Szymanek) . . . . .</b>	<b>347</b>
<b>Marek Kochan, <i>Slogans in Advertising and Politics</i>, Warszawa 2002, p. 248 (Olgiard Annusewicz) . . . . .</b>	<b>351</b>
<b>Klaus Bachmann, <i>Which Way to Europe</i>, Warszawa 2002, p. 240 (Adam Szymański) . . . . .</b>	<b>354</b>

# ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

## ПОЛЬСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ СЦЕНА ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ КАМПАНИИ.

### Содержание:

<i>Эва Петшик-Зеневиц</i> <b>Введение</b> . . . . .	11
<i>Кароль Модзелевский, Анджей Зеневиц</i> <b>Пустующее место после левицы.</b> . . . . .	17
<i>Ежи Хауснер, Анджей Соколовский</i> <b>Безработица и результаты выборов в Польше.</b> . . . . .	33
<i>Тадеуш Бодио</i> <b>Политика как искусство быть избранным.</b> . . . . .	47
<i>Мирослав Карват</i> <b>Пустые посулы, или демагогический репертуар обещаний.</b> . . . . .	57
<i>Ярослав Шыманек</i> <b>Оптимизация выборных процедур в отношении парламента со сложной внутренней структурой</b> . . . . .	85
<i>Томаш Сломка</i> <b>Способ выбора как элемент легитимизации президента РП.</b> . . . . .	107
<i>Ольгерд Аннусевич</i> <b>Планирование политических рекламных кампаний.</b> . . . . .	125
<i>Агата Вожняк</i> <b>Выборная игра – способы дискредитации</b> . . . . .	151
<i>Кишиитоф Карольчак</i> <b>Философия папки. Досье политика или досье на политика (несколько замечаний о польских избирательных кампаниях).</b> . . . . .	175

<i>Эва Петшик-Зеневиц</i>	
<b>Язык больших плакатов</b> . . . . .	185
<i>Иоанна Дзвончик</i>	
<b>Президентские кампании в Польше в период после 1999 года.</b> . . . . .	197
<i>Анжелика Варденга</i>	
<b>Кампания перед кампанией, или предвыборное напряжение мускулов</b> . . . . .	233
<i>Адам Шиманьский</i>	
<b>Европейский Союз в программах выборных кампаний 2001 г.</b> . . . . .	267
<i>Кароль Костишембский</i>	
<b>Популизм в Польше и в Германии</b> . . . . .	283
<i>Эдвард Тарнавский</i>	
<b>О политиках и политике в Польше с перспективой</b> . . . . .	319
<b>РЕЦЕНЗИИ</b>	
<b>Вавжинец Конарский, Прагматики и идеалисты: Генеалогия б типология и эволюция политических групп ирландского национализма двадцатого века, Пултуск-Варшава 2001, с. 334 (Звигниев Келминьский).</b> . . . . .	339
<b>Гжегож Рыдлевский, Правительственная система принятия решений в Польше. Политологические исследование периода трансформацию, Варшава 2002, с. 319 (Томаш Сломка)</b> . . . . .	342
<b>Анджей Антошевский (ред.), Демократизация в III Жечи Посполитой (РП), Вроцлав 2002, с. 215 (Ярослав Шыманек).</b> . . . . .	347
<b>Марек Кохан, Слоганы в рекламе и политике, Варшава 2002, с. 248 (Ольгьерд Аннусевич).</b> . . . . .	351
<b>Клаус Бахманн, Какой дорогой в Европу, Варшава 2002, с. 240 (Адам Шиманьский)</b> . . . . .	354