

PREFERENCJE POLITYCZNE
POSTAWY – IDENTYFIKACJE – ZACHOWANIA
2/2011

Redakcja naukowa
Agnieszka Turska-Kawa
Zbigniew Widera
Waldemar Wojtasik

Katowice 2011

Recenzenci

prof. dr hab. Tadeusz Godlewski
prof. dr hab. Stanisław Michalczyk
prof. dr hab. Jacek Wojnicki

Projekt okładki:

Jarosław Wichura

Skład komputerowy:

Przemysław Grzonka

Kolegium redakcyjne:

dr Agnieszka Turska-Kawa (przewodnicząca, redaktor tematyczny: zachowania wyborcze), dr Zbigniew Widera (redaktor tematyczny: postawy polityczne), dr Waldemar Wojtasik (redaktor tematyczny: autoidentyfikacje polityczne), mgr Przemysław Grzonka (redaktor statystyczny), mgr Ewelina Janosik (sekretarz), mgr Jarosław Wichura (sekretarz)

Wersja pierwotna czasopisma: papierowa.

© Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Fundacja Uniwersytetu Śląskiego
Katowice 2011

Patronat nad projektem sprawuje Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych.

Wydawcą publikacji jest Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Fundacja Uniwersytetu Śląskiego.

ISBN: 2083-327X

ISSN: 978-83-62314-28-7

Druk:

TextPartner sp.j.
ul. Józefowska 30/5,
40-144 Katowice
info@textpartner.com

SPIS TREŚCI

Spis treści	3
Contents	5
Wstęp	5
Agnieszka Turska-Kawa Waldemar Wojtasik Zachowania wyborcze obywateli w 2010 roku	11
Kinga Jaruga Żaneta Krawczyk Stosunek Polaków do wydarzeń posmoleńskich w perspektywie deklarowanych preferencji politycznych.....	31
Magdalena Marzec Jarosław Wichura Preferencje polityczne a opinia publiczna	55
Robert Alberski Dylematy wyborcy. Czynniki wpływające na zachowania wyborcze w kampanii prezydenckiej i samorządowej w 2010 roku	79
Danuta Karnowska Indywidualizm versus wspólnotowość	101
Agnieszka Kampka Symboliczne formy władzy	121
Irena Pilch Makiawelizm jako osobowościowy predyktor zachowań wyborczych.....	145
Agnieszka Turska-Kawa Osobowościowe predykatory zachowań wyborczych. Rozważania w kontekście modelu „Wielkiej Piątki”	165

Łukasz Tomczak	
Przywódcy polskich partii politycznych.....	187
Waldemar Wojtasik	
Istotność wyborów i jej czynniki w świadomości społecznej	205
Wojciech Peszyński	
Kandydat czy partia? W poszukiwaniu determinant zachowań wyborczych elektoratu.....	227
Zbigniew Widera	
Wybrane elementy marketingu wyborczego, jako determinant decyzji wyborczych elektoratu w trakcie kampanii wyborczych.....	249
Julia Liszkowska	
Opinia wyborców o integracji Polski z Unią Europejską a preferencje i aktywność wyborcza.....	269
Spis tabel i wykresów	287
Summaries.....	297
Aneks	303

CONTENTS

Spis treści	3
Contents	5
Introduction	5
Agnieszka Turska-Kawa Waldemar Wojtasik Electoral behavior of citizens in 2010.	11
Kinga Jaruga Żaneta Krawczyk The attitude of the Poles towards the events taking place after the Smoleńsk plane crash in view of declared political preferences.	31
Magdalena Marzec Jarosław Wichura Political preferences of a public opinion.	55
Robert Alberski Dilemmas of the voter. Factors influencing the electoral behavior in the presi- dential and local campaign in 2010.	79
Danuta Karnowska Individualism versus community.	101
Agnieszka Kampka The Symbolic Forms of Power.	121
Irena Pilch Machiavellianism as a predictor of voting behavior.	145
Agnieszka Turska-Kawa Personality predictors of voting behavior. Considerations in the context of the "Big Five" model.	165

Łukasz Tomczak	
The leaders of Polish political parties.....	187
Waldemar Wojtasik	
Significance of the elections and its factors in the social consciousness.....	205
Wojciech Peszyński	
A candidate or a party? Searching for determinants of political behavior of Polish electorate.....	227
Zbigniew Widera	
Selected elements of election marketing as a determinant of the decision of the electorate during the electoral campaign.....	249
Julia Liszkowska	
Opinion of voters on Polish accession to EU in relation to political preferences and activity.....	269
Table and Figure Index.....	287
Summaries.....	297
Anex.....	303