

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
--------------------	----------

ROZDZIAŁ I

PROBLEMY BADAWCZE W OPISIE RYWALIZACJI WYBORCZEJ	19
1.1. Stabilizacja polityczna w okresie 2005-2015	20
1.2. Finansowanie partii politycznych jako czynnik stabilizujący system partyjny	34
1.3. Listy wyborcze	42
1.4. Widowisko, aktorstwo czy polityka?	44
1.4.1. Postpolityka	44
1.4.2. Mediatyzacja polityki	47
1.4.3. Polityka sterowana sondażami	50
1.4.4. Karnawalizacja	52

ROZDZIAŁ II

PODZIAŁY IDEOLOGICZNE W POLSKIM SYSTEMIE POLITYCZNYM	61
2.1. Nieadekwatność podziałów „lewica” <i>versus</i> „prawica”	63
2.2. Uwarunkowania tożsamości partyjnych na tle transformacji politycznej	67
2.3. Podziały w nowej rzeczywistości politycznej po 2005 roku	74
2.3.1. Tożsamość partii postsolidarnościowych	80
2.4. Kontynuacja tożsamości politycznych na tle podziałów partyjnych	87
2.5. Personalny wymiar rywalizacji politycznej	98

ROZDZIAŁ III

HASŁA I PROGRAMY WYBORCZE W RYWALIZACJI POLITYCZNEJ	107
3.1. Hasła wyborcze jako wyraz rywalizacji politycznej	107
3.2. Historia rywalizacji politycznej w kontekście funkcjonowania hasła wyborczych	112
3.3. Analiza treści programów wyborczych względem wizerunku partii politycznych oraz rywalizacji wyborczej	133
3.4. Program polityczny	134
3.5. Program polityczny jako autoprezentacja partii	140
3.6. Analiza programowa	143
3.7. Instytucjonalizacja programów politycznych	148

ROZDZIAŁ IV

OKRES 2005-2007. KSZTAŁTOWANIE SIĘ POLITYCZNYCH BIEGUNÓW	163
4.1. Ewolucja poglądów elektoratów partyjnych na temat istotnych kwestii społeczno-politycznych w latach 2005-2015	164
4.2. Socjodemograficzne podziały wśród wyborców w latach 2005-2015	172
4.3. „Płynność” elektoratów wyborczych	179

ROZDZIAŁ V

POCZĄTEK RYWALIZACJI PO I PiS	185
5.1. Okres 2005-2007 jako moment budowy biegunów politycznych na poziomie elektoratów	185
5.2. Nieudana koalicja i początek rywalizacji PO i PiS	190
5.3. Kontestacja czy kontynuacja modelu rywalizacji wyborczej po 2005 roku?	205
5.4. Formowanie się gabinetów rządowych w latach 2005-2007	214

ROZDZIAŁ VI

RYWALIZACJA WYBORCZA W LATACH 2007-2015	237
6.1. Kampania wyborcza w 2007 roku	237
6.1.1. Nastroje społeczne podczas kampanii wyborczej 2007	241
6.1.2. Wynik wyborczy jako nieprzewidywalny element rywalizacji wyborczej	247
6.1.3. Wybrane aspekty marketingu wyborczego w praktyce	252
6.2. Katastrofa Smoleńska	262
6.3. Kampania wyborcza w 2011 roku	263
6.4. Kampania wyborcza w 2015 roku	274
6.4.1. Nowe inicjatywy i podmioty polityczne	281
6.4.2. Prawo i Sprawiedliwość	282
6.4.3. Platforma Obywatelska	284
6.4.4. Lewica	285

ZAKOŃCZENIE	287
--------------------------	------------

BIBLIOGRAFIA	299
---------------------------	------------

ANEKSY	313
1. Poglądy elektoratów partyjnych (w roku wyborczym: 2005, 2007, 2011, 2015)	315
2. Poparcie dla partii politycznych w okresie 2002-2005	325
3. Poparcie dla partii politycznych w okresie 2005-2007	327
4. Preferencje partyjne w okresie kampanii wyborczej w 2007 r.	329
5. Preferencje partyjne w okresie kampanii wyborczej w 2011 r.	331
6. Preferencje partyjne w okresie kampanii wyborczej w 2015 r.	333
7. Socjodemograficzne podziały elektoratów partyjnych w wyborach parlamentarnych w okresie 2005-2015	335