

SPIS HASEŁ

A

ABRAMCZYK Gerald	
ABSENCJA WYBORCZA	
ACKERMAN Bruce	
ADMINISTRACJA PUBLICZNA	
ADWERSARZ POLITYCZNY	
AKCJA WYBORCZA SOLIDARNOŚĆ (AWS)	
AKTORZY SCENY POLITYCZNEJ	
AKTYW POLITYCZNY	
AKTYWNOŚĆ POLITYCZNA	
AKWIZYCJA WYBORCZA	
ANTROPOLOGIA POLITYCZNA	
APARAT PAŃSTWOWY	
APEL WYBORCZY	
APOLITYCZNOŚĆ	
AUTENTYCZNA RÓWNOŚĆ SZANS POLITYCZNYCH	
AUTORYTET POLITYCZNY	

B

BELL Daniel	
BEZPARTYJNY BLOK WSPIERANIA REFORM (BBWR)	
BATALIA WYBORCZA	
BIERNE PRAWO WYBORCZE	
BILANS POWYBORCZY	
BILANS RYNKU POLITYCZNEGO	
BIZNES W POLITYCE	
BIURA PRASOWE RYNKU POLITYCZNEGO	
BŁĄD POLITYCZNY	
BUDŻET RYNKU POLITYCZNEGO	
BUDŻET WYBORCZY	

C

CELE POLITYCZNEJ SPRAWIEDLIWOŚCI	
CEL POLITYCZNY	
CENA POLITYCZNEGO TOWARU	
CENTROLEWICA	
CENTROPRAWICA	
CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ (CBOS)	
CHARYZMA POLITYCZNA	
CNOTY POLITYCZNE	
CYKL RYNKU POLITYCZNEGO	
CZYNNE PRAWO WYBORCZE	

D

DAHL Robert	
DAHRENDORF Ralf	
DEBATA POLITYCZNA	
DECENTRALIZACJA WŁADZY	
DECYZJA POLITYCZNA	

DEKLARACJE WYBORCZE
 DEMOKRACJA
DIRECT MAIL NA RYNKU POLITYCZNYM
 DOBRO SPOŁECZEŃSTWA POLITYCZNEGO
 DOKTRYNA POLITYCZNA
 DOMINACJA POLITYCZNA
 DORADZTWO POLITYCZNE
 DRZYCIMSKI Andrzej
 DWIE ZASADY SPRAWIEDLIWOŚCI
 DYKTATURA POLITYCZNA
 DYSTRYBUCJA POLITYCZNEGO TOWARU
 DZIAŁACZ POLITYCZNY
 DZIAŁANIA MARKETINGOWE NA RYNKU POLITYCZNYM
 DZIAŁANIE POLITYCZNE

E

EDUKACJA POLITYCZNA
 EHRlich Stanisław
 EKSTREMIZM POLITYCZNY
 ELEKTORAT
 ELITA POLITYCZNA
 ETYKA W POLITYCE
 EUROPEJSKA KARTA SAMORZĄDU REGIONALNEGO
 EUROPEJSKA KARTA SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO

F

FILOZOFIA POLITYKI
 FINALNA TRANSAKCJA RYNKU POLITYCZNEGO
 FINanse PARTII POLITYCZNYCH
 FINANSOWANIE WYBORÓW
 FRAKCJA POLITYCZNA
 FUNDUSZ WYBORCZY

G

GEOGRAFIA WYBORCZA
 GIEŁDA POLITYCZNA
 GŁOSOWANIE
 GŁOWA PAŃSTWA
 GMINA
 GMINNA KOMISJA WYBORCZA
 GRUPY INTERESÓW, NACISKU (LOBBY)
 GRY POLITYCZNE
 GRZECZNOŚĆ POLITYCZNA
 GWARANCJE POLITYCZNE

H

HASŁO WYBORCZE
HOMO POLITICUS (CZŁOWIEK POLITYCZNY)
 HUMANIZM POLITYCZNY

I

IDEOLOGIA	242
IKEDA Daisaku	243
IMAGE W POLITYCE	244
INCYDENT KALISKI	245
INCYDENTY WYBORCZE	246
INFORMACJA POLITYCZNA	247
INSTYTUCJA POLITYCZNA	248
INTEGRACJA POLITYCZNA	249
INTERES POLITYCZNY	250
INTERNET W POLITYCE	251
INTERWENCJONIZM W POLITYCE	252

J

JEDNOŚĆ POLITYCZNA	253
--------------------------	-----

K

KALENDARZ WYBORCZY (KALENDARIUM)	254
KAMPANIA WYBORCZA	255
KAMPANIA WYBORCZA NEGATYWNA	256
KAPITAŁ POLITYCZNY	257
KARTY DO GŁOSOWANIA	258
KATOLICKI KOMITET WYBORCZY „OJCZYŻNA”	259
KIEŁBASA WYBORCZA	260
KLAUZULA WYBORCZA ZAPOROWA	261
KŁĘSKA WYBORCZA	262
KLIENNELA WYBORCZA	263
KLIP WYBORCZY	264
KLUB PARLAMENTARNY	265
KOALICJA POLITYCZNA	266
KOMISJE WYBORCZE	267
KOMITET WYBORCZY	268
KOMPROMIS POLITYCZNY	269
KOMUNIKACJA POLITYCZNA	270
KOMUNIKOWANIE W POLITYCE	271
KONCENTRACJA WŁADZY	272
KONCEPCJA POLITYCZNA	273
KONFEDERACJA POLSKI NIEPODLEGŁEJ (KPN)	274
KONFLIKT POLITYCZNY	275
KONFRONTACJA POLITYCZNA	276
KONGRES LIBERALNO-DEMOKRATYCZNY	277
KONIUNKTURA POLITYCZNA	278
KONKURENCJA POLITYCZNA	279
KONSENS KONSTITUCYJNY	280
KONSENS POLITYCZNY	281
KONSTITUCJA	282
KONWENT ŚWIĘTEJ KATARZYN	283
KOOPERACJA POLITYCZNA	284
KOORDYNACYJNA RADA POLITYCZNA OBOZU PATRIOTYCZNEGO	285
KRAJOWA PARTIA EMERYTÓW I RENCISTÓW (KPEiR)	286
KRAJOWE BIURO WYBORCZE	287
KRAJOWE POROZUMIENIE EMERYTÓW I RENCISTÓW RZECZYPOSPOLITEJ (KPEiRR)	288

KRAJOWY KOMITET OBYWATELSKI (KKO)
 KREACJA KAMPANII WYBORCZEJ
 KRYZYS POLITYCZNY
 KULTURA POLITYCZNA

L

LEGITYMIZACJA WŁADZY
 LEWICA
 LIBERALIZM POLITYCZNY
 LICZBA RADNYCH
 LIDER PARTII POLITYCZNEJ
 LIPSET Seymour Martin
 LISTA WYBORCZA NA URZĄD PREZYDENTA
 LISTA KANDYDATÓW NA POSŁÓW
 LISTA KANDYDATÓW NA RADNYCH
 LISTA KANDYDATÓW NA SENATORÓW
 LISTY KANDYDATÓW
 LOBBING POLITYCZNY
 LOBBY,

Ł

ŁĄD POLITYCZNY

M

MANDAT
 MANIPULACJA POLITYCZNA
 MAPA PREFERENCJI WYBORCZYCH
 MARKETING
 MARKETING MIX NA RYNKU POLITYCZNYM
 MARKETING POLITYCZNY
 MARKETING WYBORCZY
 MEDIA NA RYNKU POLITYCZNYM
 MEDIA W POLITYCE
 MEDIACJE W MARKETINGU POLITYCZNYM
 MENADŻERYZM POLITYCZNY
 MERYTOKRACJA
 MĘŻOWIE ZAUFANIA
 MIT POLITYCZNY
 MOJSIEWICZ Czesław
 MONITORING WYBORCZY
 MORALNOŚĆ POLITYCZNA
 MOTYWACJA POLITYCZNA

N

NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
 NEGOCJACJE POLITYCZNE
 NEOLIBERALIZM
 NEUTRALNOŚĆ POLITYCZNA
 NIEZALEŻNY SAMORZĄDNY ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW
 INDYWIDUALNYCH „Solidarność” (NSZZ „S”)
 NIEZALEŻNY SAMORZĄDNY ZWIĄZEK ZAWODOWY „Solidarność” (NSZZ „S”)
 NORMA POLITYCZNA

OBIEKTYWNOŚĆ POLITYCZNA	
OBÓZ POLITYCZNY	
OBWODOWA KOMISJA WYBORCZA	
OBWODY GŁOSOWANIA	
OBYWATELSKI KLUB PARLAMENTARNY	
OBYWATELSKIE NIEPOSŁUSZEŃSTWO	
OCENA SZANS WYBORCZYCH	
ODPOWIEDZIALNOŚĆ POLITYCZNA	
OFERTA POLITYCZNA	
OKRĘGI WYBORCZE	
OKRĘGOWA KOMISJA WYBORCZA	
OLIGARCHIA POLITYCZNA	
OPINIA PUBLICZNA	
OPOZYCJA POLITYCZNA	
ORDYNACJA WYBORCZA	
ORGANIZACJA POLITYCZNA	
OŚRODEK BADANIA OPINII PUBLICZNEJ (OBOP)	
OTOCZENIE RYNKU POLITYCZNEGO	
OUT-DOOR	

PAKIET PROGRAMU WYBORCZEGO	
PANOWANIE POLITYCZNE	
PAŃSTWO	
PAŃSTWOWA KOMISJA WYBORCZA	
PARLAMENT	
PARTIA KONSERWATYWNA (PK)	
PARTIA POLITYCZNA	
PARTIOKRACJA	
PARTYKULARYZM POLITYCZNY	
PEŁNOMOCNIK KOMITETU WYBORCZEGO	
PIKNIK WYBORCZY	
PLANOWANIE KAMPAII POLITYCZNYCH	
PLATFORMA OBYWATELSKA	
PLEBISCYT	
PLESSNER Helmuth	
PLURALISTYCZNA ROZLEGŁA DOKTRYNA	
PLURALIZM POLITYCZNY	
PODMIOTOWOŚĆ POLITYCZNA	
PODMIOTY POLITYKI	
PODZIAŁ WŁADZY	
POKUSA WŁADZY	
POLITOLOGIA	
POLITYCZNA ELASTYCZNOŚĆ	
POLITYCZNA FILOZOFIA	
POLITYCZNA KONCEPCJA OSOBY	
POLITYCZNA KONCEPCJA SPRAWIEDLIWOŚCI	
POLITYCZNA MĄDROŚĆ	
POLITYCZNA UCZCIWOŚĆ	
POLITYK	
POLITYKA	
POLSKA PARTIA SOCJALISTYCZNA (PPS)	
POLSKA PARTIA CHRZEŚCIJAŃSKICH DEMOKRATÓW (PPChD)	

POLSKIE PARTIE POLITYCZNE
 POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE (PSL)
 POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE-POROZUMIENIE LUDOWE
 POROZUMIENIE CENTRUM
 POROZUMIENIE KONSERWATYWNO-LUDOWE „CHADECIA”
 POROZUMIENIE LUDOWE
 POROZUMIENIE PRAWICY (PP)
 POROZUMIENIE 11 LISTOPADA
 POSTAWA POLITYCZNA
 POWIAT
 POWIATOWE KOMISJE WYBORCZE
 PRAWA I WOLNOŚCI POLITYCZNE
 PRAWA WYBORCZE
 PRAWICA
 PRAWYBORY
 PREFERENCJE WYBORCZE
 PROCES POLITYCZNY
 PRODUKCJA POLITYCZNEGO TOWARU
 PRODUKT POLITYCZNY
 PROGNOZOWANIE POLITYCZNE
 PROGRAM WYBORCZY
 PROGRAMY POLITYCZNE
 PROMOCJA POLITYCZNEGO TOWARU
 PROPAGANDA POLITYCZNA
 PROTEST POLITYCZNY
 PROTEST WYBORCZY
 PRZYMIERZE DLA POLSKI
 PRZYMIERZE „SAMOOBRONA”
 PRZYMUS WYBORCZY
 PRZYWÓDZTWO POLITYCZNE
 PSYCHOLOGIA POLITYKI
PUBLIC RELATIONS W POLITYCE
 PUBLICZNA KULTURA POLITYCZNA

R

RACJA STANU
 RADA GMINY
 RADA POWIATU
 RAWLS John
 REFERENDUM
 REGLAMENTACJA TOWARU POLITYCZNEGO
 REGULAMIN SEJMU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
 REGULAMIN SENATU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
 REJESTR WYBORCÓW
 REKLAMA POLITYCZNEGO TOWARU
 REKLAMOWY BLOK WYBORCZY
 REWOLUCJA LIBERALNA
 REŻIM KONSTYTUCYJNY
 REŻIM POLITYCZNY
 ROZLEGŁE DOKTRYNY POLITYCZNE
 ROZUM PUBLICZNY
 ROZUMNY PLURALIZM
 RUCH SPOŁECZNO-POLITYCZNY

RUCH STU	
RYNEK POLITYCZNY	
RYNEK WYBORCZY	
RYSZKA Franciszek	
RYWALIZACJA POLITYCZNA	
RYZYO POLITYCZNE	
RZECZNIK PRAW OBYWATELSKICH	

S

SAMORZĄD REGIONALNY	
SAMORZĄD TERYTORIALNY	
SARTORI Giovanni	
SĄD NAJWYŻSZY	
SCENA POLITYCZNA	
SEJMIK WOJEWÓDZKI	
SEKRETARIAT UGRUPOWAŃ CENTROPRAWICOWYCH	
SKARGA KONSTYTUCYJNA	
SŁOGAN WYBORCZY	
SOCJALDEMOKRACJA RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ (SdRP)	
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ (SLD)	
SPIS WYBORCÓW	
SPOŁECZEŃSTWO DOBRZE URZĄDZONE	
SPRAWIEDLIWOŚĆ POLITYCZNA	
STOSUNKI POLITYCZNE	
STRATEGIA POLITYCZNA	
STRONNICTWO KONSERWATYWNO-LUDOWE (SK-L)	
STRONNICTWO LUDOWO-CHRZEŚCIJAŃSKIE (SL-Ch)	
STRONNICTWO NARODOWO-DEMOKRATYCZNE (SN-D)	
STUDIUM MARKETINGU POLITYCZNEGO I MEDIALNEGO	
STUDIUM PODYPLOMOWE KOMUNIKACJI I MARKETINGU	
SYMBOLIKA POLITYCZNA W KAMPANII WYBORCZEJ	
SYSTEM PARTYJNY	
SYSTEM POLITYCZNY	
SYSTEM WYBORCZY	
SZTAB WYBORCZY	

Ś

ŚWIADOMOŚĆ POLITYCZNA	
-----------------------------	-------

T

TEORIA MARKETINGU POLITYCZNEGO W POLSCE	
TERYTORIALNA KOMISJA WYBORCZA	
TOFFLER Alvin	
TOLERANCJA POLITYCZNA	
TOWAR POLITYCZNY	
TOYNBEE Arnold	
TRANSAKCJA FINALNA (GŁÓWNA) RYNKU POLITYCZNEGO	
TRANSFORMACJA POLITYCZNA	
TRYBUNAŁ KONSTYTUCYJNY	

UKŁAD POLITYCZNY	1
UNIA DEMOKRATYCZNA	2
UNIA POLITYKI REALNEJ	3
UNIA PRACY	4
UNIA WOLNOŚCI	5
USTRÓJ POLITYCZNY	6

W

WARTOŚCI POLITYCZNE	7
WAŻNOŚĆ TRANSAKCJI RYNKU POLITYCZNEGO	8
WAŻNOŚĆ WYBORÓW	9
WIEC WYBORCZY	10
WIZERUNEK POLITYKA	11
WŁADZA	12
WŁADZA POLITYCZNA	13
WOJEWÓDZKA KOMISJA WYBORCZA	14
WOJEWÓDZKI KOMISARZ WYBORCZY	15
WOJEWÓDZKIE BIURO WYBORCZE	16
WOJEWÓDZTWO	17
WOLNOŚCI POLITYCZNE	18
WPLYWY POLITYCZNE	19
WSPÓLNOTA POLITYCZNA	20
WYBORCZA AKCJA KATOLICKA	21
WYBORY	22
WYNIKI GŁOSOWANIA	23
WYNIKI WYBORÓW	24
WYWIAD WYBORCZY	25

Z

ZACHOWANIA WYBORCZE	26
ZAKRES BADAŃ MARKETINGOWYCH NA RYNKU POLITYCZNYM	27
ZAPLECZE POLITYCZNE KAMPANII WYBORCZEJ	28
ZARZĄD GMINY	29
ZARZĄD POWIATU	30
ZARZĄD WOJEWÓDZTWA	31
ZARZĄDZANIE W POLITYCE	32
ZASKARŻANIE WYNIKÓW WYBORÓW	33
ZAŚWIADCZENIE O PRAWIE DO GŁOSOWANIA	34
ZJEDNOCZENIE CHRZEŚCJAŃSKO-NARODOWE (ZChN)	35

Ż

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA PARTII POLITYCZNYCH	36
ŹRÓDŁA FINANSÓW KOMITETÓW WYBORCZYCH	37
ŹRÓDŁA INFORMACJI O WYNIKACH WYBORÓW	38