

OD REDAKCJI

Przyjęcie nowej formuły wydawniczej – kwartalnika – umożliwiło nam, poza zwiększeniem częstotliwości ukazywania się czasopisma oraz wzrostem w skali roku jego objętości, podjęcie refleksji na temat określonego problemu w sposób o wiele bardziej szczegółowy niż dotychczas. Stąd też powstała idea „tematu numeru”, która w niniejszym zeszycie po raz pierwszy przybrała realne kształty. Siedem artykułów, które składają się na dział zatytułowany *Parlamentarna kampania wyborcza z perspektywy roku. Ujęcie marketingowe* zebrała i opracowała Agnieszka Łukasik-Turecka. Do realizacji idei „tematu numeru” będziemy wracali więc wielokrotnie, co już teraz zapowiadamy.

W trzecim tegorocznym numerze kontynuujemy także „świętowanie” czterdziestego, jubileuszowego tomu „Roczników Nauk Społecznych”. Po opublikowaniu archiwalnego, niepublikowanego wcześniej tekstu Czesława Strzeszewskiego, jednego z założycieli „Roczników” (RNS 40(2012), nr 1), a także przesłedzeniu długiej i niełatwej historii tegoż czasopisma (RNS 40(2012), nr 2), przyszła pora na analizę jego treści. W niniejszym numerze prezentujemy przegląd problematyki socjologicznej, która pojawiała się na łamach „Roczników”, poczynawszy od 1949 roku. Życzymy inspirującej lektury!