

OPINIE I KOMENTARZE FRDL

OPINIA nr 16/2023

PROBLEM ZAPEWNIENIA PORZĄDKU W ZWIĄZKU Z KAMPANIĄ WYBORCZĄ

dr Radosław Zych

Wstęp

Problematyka wyborcza w systemach polityczno-prawnych państw, których elementem ustrojowym są wybory, nigdy nie traci na znaczeniu. Jest ona tym bardziej godna refleksji w roku, w którym następuje mobilizacja sił społecznych w związku ze zbliżającym się głosowaniem[1]. Wybory angażują duże siły społeczne i niemałe środki pieniężne. W powszechnym mniemaniu elekcję sprowadza się do głosowania. Takie ujęcie jest mylne i stanowi nadmierne spłaszczenie zagadnienia istoty wyborów. Elekcja jest procesem, który składa się z wielu następujących po sobie czynności. Jej nieodłączny element stanowi kampania wyborcza. Dlatego też warto poświęcić jej uwagę analityczną.

Celem niniejszego opracowania jest ustalenie istoty i funkcji kampanii wyborczej, jej elementów i skutków niezastosowania się podmiotów do zasad jej prowadzenia. Autor dokona analizy składników konstruujących badane zagadnienie i spróbuje ustalić, czy obowiązujące przepisy prawa są skuteczne? Jeśli nie, to poszuka odpowiedzi na pytanie o to, jak modernizować te mechanizmy?

Samo ujęcie tytułowego zagadnienia nastroczało trudności. Jak bowiem odzwierciedlić zamiar autora co do kwestii, o których chciałby napisać, zbadać, postulować wprowadzenie zmian? Pierwotnie, analiza miała zostać zatytułowana jako „Problem zapewnienia porządku w toku kampanii wyborczej”. Jednak szybko okazało się, że należy odstąpić od pierwszego zamysłu. Dlaczego? Prowadzenie działań kampanijnych wywołuje niemałe emocje, a ich materialnym substratem są często ogłoszenia kampanijne nieusunięte wbrew nakazom prawa w przepisany trybie i terminie. Dlatego też zagadnienie to należy rozpatrywać z punktu widzenia temporalnego, w dwóch momentach – przed głosowaniem, jak i po jego zakończeniu. Już choćby ta konstatacja przesądza o wadze tego fenomenu jako problemu społecznego.

[1] R. Zych, Kilka refleksji w przedmiocie polskich wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2004 r., [w:] Parlament Europejski „Bezpośrednim głosem” zjednoczonej Europy, red. A. Kustra, Toruń 2009, s. 111.

Zauważyć wypada, że pretendenci do sprawowania władzy, której elementem jest m.in. stanowienie prawa, sami powinni przestrzegać jego przepisów na drodze do jej objęcia w wyniku niewadliwie przeprowadzonej procedury wyborczej. A zatem, usuwanie materiałów ogłoszeniowych po głosowaniu zapewnić ma nie tylko porządek w dosłownym tego słowa rozumieniu, ale także gwarantować ład społeczny. W tym drugim wymiarze, powinność ta może być uznawana za element akceptacji wyniku wyborczego. Jednak niedopełnienie przez zwycięskie podmioty obowiązku, polegającego na posprzątaniu swoich ogłoszeń, może ogniskować spory podsycające emocje z niedawnej, wyborczej walki. W tym kontekście, w usuwaniu ogłoszeń, należy upatrywać warunku porządku społecznego, sprzyjającego legitymizacji władzy. Dlatego też zbadam: kto jest obowiązany usunąć oznaki kampanii wyborczej? W jakim terminie? Jakie są konsekwencje jego niedotrzymania? Czy przyjęte rozwiązania są skuteczne? Jeśli nie, to co mogłoby stanowić dla nich skuteczną alternatywę? Udzielenie odpowiedzi na powyższe pytania wymaga podkreślenia, że badana tematyka ma charakter interdyscyplinarny, łączy wiedzę z zakresu m.in. nauk prawnych, administracji, nauk o bezpieczeństwie.

Pojęcie i funkcje kampanii wyborczej

Zagadnienie kampanii wyborczej można zaliczyć do elementów systemu wyborczego sensu largo, czyli ogółu zasad określających tryb przygotowania i przeprowadzenia wyborów oraz podziału mandatów. Stanowi sumę wszystkich zasad prawa wyborczego ustanowionych w normach prawnych[2]". Jak zauważył L. Garlicki, „kampania wyborcza jest to nieodłączna część każdego pluralistycznego systemu politycznego i każde ugrupowanie prowadzi ją w sposób ciągły, starając się za pomocą różnych metod pozyskać dla siebie sympatię opinii publicznej, a zarazem pozbawić tej sympatii ugrupowania i polityków konkurencyjnych. Prawo ingeruje w te przedsięwzięcia w bardzo ograniczonym zakresie. Przedmiotem regulacji prawa wyborczego jest tylko finalny etap owej walki o pozyskanie wyborców, kiedy konieczne staje się ujęcie jej w ściślejsze ramy normatywne[3]". Kampania wyborcza jest okresem bardzo intensywnej rywalizacji politycznej, podczas której stosowane są bardzo różne metody i formy jej prowadzenia. Przybierają one postać m.in. marketingu bezpośredniego, jak wiece, spotkania przedwyborcze, rozmowy z wyborcami[4]. Kampania wyborcza prowadzona przez poszczególne komitety wyborcze ma duży wpływ na wyniki uzyskiwane przez kandydatów zgłaszanych przez te komitety. Jej prowadzenie jest obwarowane różnymi zakazami[5].

Metody prowadzenia kampanii wyborczych można generalnie podzielić na bezpośrednie i pośrednie. Metody bezpośrednie polegają na osobistym kontakcie kandydata z wyborcami. W praktyce stosowane są: specjalnie organizowane spotkania z wyborcami (przedstawicielami społeczności lokalnych, środowisk zawodowych czy grup interesów); imprezy masowe (sportowe, kulturalne, okolicznościowe), w których prezentacja kandydatów ma charakter imprezy towarzyszącej; spotkania towarzyskie i rodzinne o charakterze prywatnym; składanie wizyt przez kandydata w domach wyborców. Metody pośrednie można podzielić na dwie główne grupy: 1) papierowe, czyli plakaty, ulotki, listy do wyborców; 2) promocję w środkach masowego przekazu, czyli m.in. w programach TV, RTV, wywiadach dla prasy. Ważnym elementem kampanii wyborczej, wpływającym na jej skuteczność, jest sposób dystrybucji materiałów wyborczych. Niewątpliwie, plakat jest środkiem wyrazu, za pomocą którego można osiągnąć efekt w postaci oddziaływania na odbiorcę zbiorowego w dłuższym czasie[6].

[2] B. Banaszak, Prawo konstytucyjne, Warszawa 2008, s. 367.

[3] L. Garlicki, Polskie prawo konstytucyjne. Zarys wykładu, Warszawa 2009, s. 164.

[4] A. Rakowska, Formy i granice kampanii wyborczych według kodeksu wyborczego, [w:] Kodeks wyborczy. Wstępna ocena, pod red. K. Skotnickiego, Warszawa 2011, s. 112.

[5] M. Chmaj, W. Skrzydło, System wyborczy w Rzeczypospolitej Polskiej, Kraków 2005, s. 94.

[6] W. Sokół, Kampania wyborcza, [w:] Słownik samorządu terytorialnego, red. M. Chmaj, Lublin 1997, s. 64.

Sposób prowadzenia kampanii znacznie różni się, w zależności od rodzaju wyborów. W związku z tym kampanie bywają odmiennie postrzegane przez obywateli[7]. Dla przykładu, podczas lubusko-zachodniopomorskiej kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. zastosowano metodę w postaci środków wizualnej reklamy wyborczej. Wówczas w Szczecinie zwrócono uwagę na miejsca, na których wieszano plakaty. Niektóre sztaby wyborcze powiesiły dużą liczbę plakatów kilku kandydatów na słupach latarni ulicznych. Okazało się, że sztaby wyborcze nie posiadały stosownych zezwoleń wydanych przez Zarząd Dróg i Transportu Miejskiego, który nie naliczał kar umownych za bezprawne zajęcie pasa drogowego. Dopiero po publikacjach prasowych ZDTiM naliczył kary umowne komitetom stosującym taką praktykę[8].

Kampania wyborcza, w której ścierają się poglądy i programy wyborcze kandydatów i głównych ugrupowań politycznych, wywołuje z reguły duże emocje, a co za tym idzie – skłonność do zachowań naruszających prawne ramy kampanii wyborczej[9]. Celem kampanii wyborczej jest propagowanie przez dany komitet wyborczy jego programu, kandydatów oraz agitowanie za ich wyborem. Agitacja taka nie może być żywiołowa[10]. Prawo dopuszcza stosowanie różnorodnych form agitacji prowadzonej w ramach kampanii wyborczej.

Prawne ramy agitacji prowadzonej z poszanowaniem porządku

Zgodnie z art. 110 § 1 k. w[11], „na ścianach budynków, przystankach komunikacji publicznej, tablicach i słupach ogłoszeniowych, ogrodzeniach, latarniach, urządzeniach energetycznych, telekomunikacyjnych i innych można umieszczać plakaty i hasła wyborcze wyłącznie po uzyskaniu zgody właściciela lub zarządcy nieruchomości, obiektu albo urządzenia”. Przy czym w doktrynie wyrażono pogląd, iż zgoda może być wyrażona dorozumianie, ustawa nie wymaga bowiem określonej formy dla jej wyrażenia. Zgoda odnosi się do samego faktu umieszczenia plakatu lub hasła. Jeżeli nieruchomość ma zarządcę, wystarczy tylko jego zgoda. Fakt, że właściciel takiej zgody by nie wyraził lub nie wyraził już po fakcie umieszczenia, nie może rodzić odpowiedzialności karnej[12]. Kodeks wyborczy nie definiuje pojęcia plakat wyborczy ani plakat, dlatego należy odwołać się do sztuki poligraficznej. Plakat jest rodzajem wyrobu poligraficznego, drukiem jednostronnym dużego formatu, o charakterze propagandowym lub reklamowym, służący do umieszczania w miejscach publicznych. Drukowany jest najczęściej na całej powierzchni papieru i najczęściej posiada bogatą kolorystykę. Elementy graficzne co najmniej dorównują informacji tekstowej, z reguły jednak dominują. Napisy są często przetworzone artystycznie[13].

[7] T. Czapiewski, Mapa wyborcza Szczecina. Przestrzenne zróżnicowanie zachowań wyborczych szczecinian w latach 2006–2015, „Acta Politica Polonica” 2016, nr 2, s. 31.

[8] M. Drzonek, Wybory do PE w okręgu nr 13. Kampania i rezultaty 2009, [w:] Wybory do Parlamentu Europejskiego. Prawne, polityczne i społeczne aspekty wyborów, red. A. Sokala, B. Michalak, A. Frydrych, R. Zych, Toruń 2010, s. 220, 225.

[9] B. Naleziński, Zasady powoływania organów przedstawicielskich, [w:] Prawo konstytucyjne, red. P. Sarnecki, Warszawa 2008, s. 210.

[10] J. Galster, Prawo wyborcze do Sejmu i Senatu RP oraz status prawny posłów i senatorów, [w:] Prawo konstytucyjne, red. Z. Witkowski et al., Toruń 2009, s. 209.

[11] Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. Kodeks wyborczy (T. j.: Dz. U. z 2022 r. poz. 1277, 2418, z 2023 r. poz. 497), cytowany jako „k. w.”.

[12] Samorządowe prawo wyborcze. Komentarz, red. K. W. Czapicki, B. Dauter, A. Kisielewicz, F. Rymarz, Warszawa 2010, s. 507. Jeżeli budynek lub ogrodzenie stanowi współwłasność kilku podmiotów wymagana jest zgoda każdego z nich. Ibidem, s. 508.

[13] J. Cygańska, Plakat, [w:] Encyklopedia współczesnego bibliotekarstwa polskiego, red. K. Głombowski, B. Świdorski, H. Więckowska, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1976, s. 240-242; A. Rakowska, Formy ..., s. 128.

Także przy umieszczaniu własnych urządzeń ogłoszeniowych w celu prowadzenia kampanii wyborczej należy stosować obowiązujące przepisy porządkowe[14]. Umieszczanie plakatów i haseł wyborczych jest dozwolone tylko w taki sposób, aby można je było usunąć bez powodowania szkód[15]. A zatem prawdopodobieństwo wyrządzenia szkody stanowi granicę dla tak prowadzonej agitacji. Sposób umieszczania plakatów i haseł wyborczych nie może zagrażać życiu lub zdrowiu ludzi albo bezpieczeństwu mienia bądź bezpieczeństwu w ruchu drogowym. W tych przypadkach Policja lub straż gminna jest obowiązana usuwać je na koszt komitetów wyborczych[16]. Przykłady poprzednich kampanii wielokrotnie dowiodły, że kandydaci „promują się” na wszelkie sposoby, nie zawsze zgodne z prawem. Startujący w wyborach wynajdywali sposoby na promocję, której nie trzeba wliczać w koszty kampanii. Zdarzały się przypadki wysyłania przez posta ubiegającego się o reelekcję sprawozdań z dotychczasowej pracy poselskiej (w formie broszur o licznych nakładzie lub przydrożnych billboardów), reklamowania swojej działalności gospodarczej w postaci, np. kursów prawa jazdy, dostarczania usług internetowych, udzielania porad prawnych. Zatem niektóre z akcji reklamowych to ukryte finansowanie kampanii[17].

W tzw. „okresie powyborczym” doniosłego znaczenia nabiera wartość, jaką jest **porządek**. Powyższe ustalenia odnosiły się temporalnie do okresu prowadzenia kampanii wyborczej. Natomiast po dniu głosowania, który często mylnie utożsamiany jest z „wyborami[18]” na **pełnomocnikach wyborczych** komitetów spoczywa obowiązek usunięcia plakatów i haseł wyborczych, a także urządzeń ogłoszeniowych ustawionych w celu prowadzenia agitacji wyborczej w terminie **30 dni po „dniu wyborów[19]”**.

W przypadku zaniechania wykonania tego obowiązku, to **wójt postanawia o usunięciu plakatów i haseł wyborczych oraz urządzeń ogłoszeniowych. Koszty usunięcia ponoszą obowiąźani[20]**.

W praktyce odnotowywano wiele przykładów braku realizacji obowiązku wynikającego z art. 110 § 6 k.w. Dla przykładu, prasa w 2012 r. informowała o tym, że wysłane przez ratusz wezwania do pełnomocników wyborczych o usunięcie plakatów okazały się nieskuteczne. Brak reakcji podmiotów zobowiązanych skutkowało wszczęciem przez miasto procedury wyłonienia „firmy” sprzątającej. Wybrany przez miasto zleceniobiorca przystąpił do oczyszczania słupów ogłoszeniowych, witryn sklepowych, murów kamienic, wystawiając rachunek za tę usługę. Jednak sporo trudności przysporzyło miejskim urzędnikom wyegzekwowanie zwrotu poniesionych kosztów od komitetów wyborczych[21].

[14] Dla przykładu, należy respektować nakazy wynikające z art. 38-45 ustawy z dnia 20 czerwca 1997 r. o ruchu drogowym (Dz. U. z 2005 r. Nr 108, poz. 908 ze zm.; T. j.: Dz. U. z 2022 r., poz. 988), przepisy Rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 6 kwietnia 2021 r. w sprawie przepisów porządkowych obowiązujących na obszarze kolejowym, w pociągach i innych pojazdach kolejowych oraz w pomieszczeniach przeznaczonych do obsługi podróźnych korzystających z transportu kolejowego na dworcach kolejowych (Dz. U. z 2021 r., poz. 723), czy przepisy porządkowe wydawane przez radę gminy na podstawie upowaźnienia ustawowego wynikającego z art. 40 ust. 3 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (T. j.: Dz. U. z 2022 r., poz. 559).

[15] Zgodnie z art. 110 § 3 k. w.

[16] Zgodnie z art. 110 § 5 k. w.

[17] „Sposób na kampanię”, „Rzeczpospolita” z dnia 19 listopada 2011 r.

[18] Wybory, zwane też elekcją (z łac. – eligere – wybierać), to cykliczny proces powoływania przez obywateli w drodze głosowania przedstawicieli na określone stanowiska lub do pełnienia funkcji. A. Sokala, B. Michalak, P. Uziębto, Leksykon prawa wyborczego i referendalnego oraz systemów wyborczych, Warszawa 2013, s. v. wybory.

[19] Zgodnie z art. 110 § 6 k. w.

[20] Zgodnie z art. 110 § 7 k. w.

[21] „Komitety są dłużne miastu 20 tys. zł za uprzątnięcie plakatów wyborczych”, „Gazeta Wyborcza Bydgoszcz” z dnia 24 stycznia 2012 r.

Niewywiązanie się z powyższego obowiązku rodzi **odpowiedzialność osobistą pełnomocnika za wykroczenie z art. 495 § 2 pkt. 1) k. w.** Z odpowiedzialności tej nie zwalnia pełnomocnika wyborczego okoliczność, że do usunięcia materiałów wyborczych zobowiązała się inna osoba lub że pełnomocnik nie jest w stanie tych wszystkich materiałów usunąć w oznaczonym terminie[22]. Obowiązkiem pełnomocnika wyborczego jest także zorganizowanie kampanii wyborczej, by po jej zakończeniu wszystkie materiały zostały w terminie 30 dni usunięte[23].

Orzecznictwo sądowe

W wyroku z 2015 r. Sąd zważył, że: „wina, sprawstwo i okoliczności popełnienia przez obwinionego, będącego pełnomocnikiem wyborczym KWW, zarzucanego mu czynu nie budziły wątpliwości Sądu. Podstawę ustaleń faktycznych stanowił dowód w postaci zeznań świadka w postaci zauważenia w dniu 29 grudnia 2014 r. nieuprzątniętego plakatu. Sąd dał wiarę obwinionemu wobec podawanych faktów – co do działań mających na celu doprowadzenie do uprzątnięcia plakatów wyborczych w terminie ustawowym. Nie ekskulpują obwinionego ani starania podjęte w celu usunięcia plakatów wyborczych z ulic (...), ani fakt, że w marcu, czy kwietniu 2015 r. obwiniony nie zauważył na terenie tej nieruchomości żadnego plakatu. Nie ma również znaczenia fakt, czy chodzi o budynek, czy mur, jak podał obwiniony w swoich wyjaśnieniach. Obowiązek usunięcia plakatów umieszczanych w celu prowadzenia kampanii wyborczej dotyczy bowiem wszystkich plakatów, a nie tylko tych nalepianych na ścianach budynków. Czyn obwinionego wypełnił znamiona wykroczenia stypizowanego w art. 495 § 2 pkt 1 k. w. Wykroczenie to jest wykroczeniem z zaniechania, gdzie sprawca odpowiada za to, że zaniechał działania, do którego był obowiązany. Obwiniony jako pełnomocnik wyborczy KWW w wyborach samorządowych, jakie odbyły się w dniu 16 listopada 2014 r., był zobowiązany do usunięcia w terminie 30 dni po dniu wyborów plakatów ustawionych w celu prowadzenia agitacji wyborczej. Termin ten minął z dniem 17 grudnia 2014 r. Ponieważ obwiniony zaniechał wykonania tego obowiązku w stosunku do plakatu zauważonego w dniu 29 grudnia 2014 r. przez strażnika miejskiego, tym samym dopuścił się przedmiotowego wykroczenia. Wymierzając obwinionemu karę Sąd kierował się dyrektywami jej wymiaru określonymi w art. 33 kodeksu wykroczeń[24], oceniając zwłaszcza stopień społecznej szkodliwości czynu, a także cele kary w zakresie społecznego oddziaływania oraz cele, jakie ma ona osiągnąć w stosunku do ukaranego, stopień winy, pobudki, sposób działania właściwości, warunki osobiste i majątkowe, sposób życia przed popełnieniem wykroczenia i zachowanie się po jego popełnieniu. Odnosząc powyższe dyrektywy wymiaru kary do ustalonych okoliczności popełnienia wykroczenia przez obwinionego, jak też okoliczności odnoszących się do jego osoby, zasadnym było orzeczenie w stosunku do niego najłagodniejszej spośród kar znanych prawu wykroczeń – kary nagany. Sąd miał przede wszystkim na względzie incydentalność zdarzenia, jak i fakt, że obwiniony jako pełnomocnik wyborczy starał się o usunięcie plakatów w ustawowym terminie. Zgodnie z art. 36 § 1 k. wyk. naganę można orzec wtedy, gdy ze względu na charakter i okoliczności czynu lub właściwości i warunki osobiste sprawcy należy przypuszczać, że zastosowanie tej kary jest wystarczające do wdrożenia go do poszanowania prawa i zasad współżycia społecznego. Sąd rozważył również odstąpienie od wymierzenia kary, jednak w ten sposób nie zostałyby osiągnięte cele postępowania, zwłaszcza w zakresie prewencji ogólnej – oddziaływania społecznego. Odstąpienie od wymierzania kary oznaczałoby bowiem, że pomimo uznania winy, istnieje sądowe przyzwolenie na nieusuwanie śladów kampanii wyborczej i przez to szpecenie miasta. Obwiniony, obejmując funkcję pełnomocnika wyborczego, musiał zdawać sobie sprawę z wiążących się z nią obowiązków i musi odpowiadać za niewywiązanie się z nich. Konsekwencją wymierzenia symbolicznej kary było odstąpienie od obciążenia obwinionego kosztami postępowania[25]”.

[22] Ustawa z dnia 20 maja 1971 r. Kodeks wykroczeń (T. j.: Dz. U. z 2022 r., poz. 2151).

[23] Wyrok Sądu Rejonowego w Legnicy z dnia 21 września 2015 r. II W 408/15, LEX nr 2133149.

[24] Samorządowe prawo wyborcze. Komentarz, op. cit., s. 508.

[25] Ibidem, s. 509.

Autor niniejszego opracowania wystąpił z wnioskiem do Wojewódzkiej Komendy Policji w Szczecinie z zapytaniem o ilość interwencji na terenie właściwości Komendy dokonanych na podstawie art. 110 § 5 k. w. w latach 2011-2020. W odpowiedzi na wniosek z dnia 23 czerwca 2023 r. o udostępnienie informacji publicznej, poinformowano, że: „organ zobowiązany nie gromadzi danych, o udzielenie których Pan wnioskuje[26]”.

Trzeba zauważyć, że obowiązek, o którym mowa w § 6 art. 110 k. w. nie dotyczy sytuacji, w której „plakaty i hasła wyborcze oraz urządzenia ogłoszeniowe ustawione w celu prowadzenia agitacji wyborczej znajdują się na nieruchomościach, obiektach lub urządzeniach niebędących własnością Skarbu Państwa, państwowych osób prawnych, jednostek samorządu terytorialnego, ich związków lub stowarzyszeń, komunalnych osób prawnych oraz spółek, w których większość akcji lub udziałów ma Skarb Państwa, jednostki samorządu terytorialnego lub ich związki, oraz fundacji utworzonych przez organy władzy publicznej, a pozostawienie plakatów i haseł wyborczych oraz urządzeń ogłoszeniowych po upływie terminu, o którym mowa w § 6, nastąpi za zgodą właściciela”. Wyłączenie obejmuje również sankcję karną z art. 495 k. w.

Jak zauważyła A. Rakowska-Trela, „w praktyce nowa regulacja może doprowadzić do spowolnienia i utrudnienia procedury usuwania materiałów i urządzeń wyborczych po wyborach, gdyż dokonywanie ustaleń co do istnienia lub nieistnienia zgody właściciela może być czasochłonne, a niekiedy nawet trudne (np. z uwagi na nieustalony stan prawny nieruchomości). Wyjątek przewidziany w § 6a odwołuje się do jednego kryterium – własności. Użytkownicy wieczyści, użytkownicy, dzierżawcy czy najemcy nie mają prawa wyrażenia zgody na pozostawienie plakatów, haseł, czy urządzeń[27]”. Rozstrzygnięcie o usunięciu plakatów, haseł, urządzeń należy do wójta, a nie do organów wyborczych. Sposób zredagowania § 7 w art. 110 k.w. (w przypadku zaniechania wykonania obowiązku spoczywającego na pełnomocnikach wyborczych a polegającego na usunięciu plakatów i haseł wyborczych a także urządzeń ogłoszeniowych ustawionych w celu prowadzenia agitacji wyborczej w terminie 30 dni po dniu wyborów, to wójt postanawia o usunięciu plakatów i haseł wyborczych oraz urządzeń ogłoszeniowych; koszty usunięcia ponoszą obowiąźani) wyklucza zaangażowanie Policji lub straży gminnej, które zgodnie z § 5 art. 110 k.w., są obowiązane usuwać na koszt komitetów wyborczych plakaty i hasła wyborcze, których sposób umieszczenia może zagrażać życiu lub zdrowiu ludzi albo bezpieczeństwu mienia bądź bezpieczeństwu w ruchu drogowym.

Uchwała Nr LX/1188/2022 Rady Miasta Kielce z dnia 21 kwietnia 2022 r. w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane w § 5 ust. 5 pkt 2 lit. b dopuszczała stosowanie wszelkich form tymczasowych reklam i urządzeń reklamowych będących reklamą wyborczą na czas trwania kampanii wyborczej oraz nie dłużej niż 14 dni po zakończeniu wyborów. Z powyższej uchwały wynikało, że każdy podmiot, po upływie tego terminu, powinien usunąć reklamę wyborczą, co stało w sprzeczności z k.w. Niezgodność przepisów uchwały z k.w., stanowi istotne naruszenie prawa. Dlatego organ nadzorczy stwierdził, iż w jego ocenie kwestionowana część uchwały w sposób istotny narusza obowiązujący porządek prawny, a powyżej podniesione argumenty czynią zasadnym rozstrzygnięcie nadzorcze, stwierdzające nieważność powołanej uchwały w zakresie określonym sentencją rozstrzygnięcia nadzorczego[28]. A zatem, przepisy art. 110 § 6 i § 7 k. w. mają na celu zapewnienie terminowego i sprawnego przywrócenia porządku do stanu sprzed umieszczenia plakatów, haseł i urządzeń.

[26] Pismo Komendy Wojewódzkiej Policji w Szczecinie z dnia 7 lipca 2023 r., WKS-062-463/23.

[27] A. Rakowska-Trela, K. Składowski, Kodeks wyborczy. Komentarz do zmian 2018, Warszawa 2018, s. 120; F. Rymarz, J. Zbieranek, Komentarz do art. 110, [w:] Kodeks wyborczy. Komentarz, red. K. W. Czaplicki, B. Dauter, S.J. Jaworski, A. Kisielewicz, F. Rymarz, J. Zbieranek, Warszawa 2018, s. 291.

[28] Rozstrzygnięcie Nadzorcze Wojewody Świętokrzyskiego z dnia 26 maja 2022 r., SPN.III.4130.21.2022, LEX nr 3351224.

W praktyce, efektywność stosowania tych przepisów wykazuje niedostatki. Być może remedium na problem z wyegzekwowaniem tego obowiązku, jak i zwrotu poniesionych kosztów, byłoby przyjęcie propozycji zgłoszonej w 1992 r. przez posła Jana Fabiana dotyczącej zobowiązania komitetów wyborczych do **wpłacenia kaucji zabezpieczającej usuwanie plakatów po kampanii wyborczej**[29]. Propozycja ta zasługuje na rozważenie, w szczególności z uwagi na wybory samorządowe charakteryzujące się dużą różnorodnością, wynikającą z odmiennej sytuacji politycznej, różnorodności lokalnych problemów, preferencji politycznych wyborców. Zauważyć wypada, że na poziomie gmin czy powiatów aktywnie działają lokalne struktury polityczne, a wpływy partii są często ograniczone[30]. Natomiast wybory do sejmików województw są tą częścią rywalizacji na poziomie samorządu, w której – podobnie jak na szczeblu ogólnokrajowym – dominują partie polityczne[31]. Analiza wyników w wyborach do sejmiku województwa zachodniopomorskiego w latach 2002-2014 pozwala wnioskować o tym, że ugrupowania zwycięskie uzyskiwały najczęściej znaczną przewagę mandatów nad pozostałymi[32]. Dlatego tym ważniejsze jest, aby wszelkie materiały przyczyniające się zapewne do zwycięstwa wyborczego zostały efektywnie usunięte w terminie przewidzianym prawem. Stanowi to wstępny sprawdzian postaw legalistycznych wśród członków zwycięskiej opcji. Kodeks wyborczy zawiera cały szereg regulacji, które nie zostały zmienione. Interpretując te zasady, Państwowa Komisja Wyborcza wskazała, jeszcze na gruncie ordynacji wyborczych, że: „zakaz umieszczania na ścianach budynków, ogrodzeniach latarniach, urządzeniach energetycznych i telekomunikacyjnych plakatów i haseł wyborczych bez zgody właściciela lub zarządcy nieruchomości nie oznacza przyznania prawa do umieszczania takich plakatów na innych urządzeniach, niewymienionych w tym przepisie, stanowiących własność komunalną lub prywatną, bez potrzeby uzyskania zgody właściciela lub zarządcy. Komisja powołała się jednocześnie na obowiązujące przepisy prawa cywilnego, dotyczące własności i posiadania, podkreślając, że zakazują one korzystania z cudzej rzeczy bez zgody jej właściciela lub posiadacza. Jeżeli zaś komitet natrafi na trudności w ustaleniu właściciela lub administratora, to wówczas może umieścić materiał wyborczy, ale na żądanie tych podmiotów musi usunąć rozwieszony plakat[33]”.

Argumenty za i przeciw wprowadzeniu kaucji wyborczej

Synonimem kaucji wyborczej jest depozyt wyborczy. Jak podnosi K. Urbaniak, „kaucja obok zadania zniechęcenia niektórych kandydatów do udziału w wyborach, jest postrzegana jako instrument mający na celu ograniczenie ponoszenia nieuzasadnionych wydatków z budżetu państwa na przeprowadzanie wyborów[34]”. Także A. Żukowski zwraca uwagę na to, że: „pobieranie opłat od kandydatów ma na celu zmniejszenie rządowych kosztów przeprowadzenia wyborów[35]. Jednak wprowadzanie wysokich depozytów wyborczych może mieć na celu zmianę kształtu systemu partyjnego, a w szczególności zmniejszenie liczby partii politycznych uczestniczących w wyborach[36]”. W opinii K. Składowskiego, „kaucja powinna być w takiej wysokości, by rywalizacji wyborczej nie zamykać dla kandydatów o mniejszym zapleczu finansowym.

[29] Wówczas odbyło się pierwsze czytanie poselskiego projektu ustawy Ordynacja wyborcza do Sejmu RP. Sprawozdanie Stenograficzne z 18. posiedzenia Sejmu RP w dniach 19 i 20 czerwca 1992 r., s. 27, https://bs.sejm.gov.pl/exlibris/aleph/a22_1/apache_media/I7QY86I7VPTJB7KXYDI4LU8KLJ75QV.pdf (dostęp: 6.09.2022).

[30] Prezydenci miast. Analiza rywalizacji w wyborach samorządowych, red. Ł. Tomczak, Wrocław 2012, s. 7.

[31] R. Alberski, System wyborczy do sejmików województw w Polsce, [w:] Wybory do sejmików województw w 2006 r., red. R. Alberski, M. Cichosz, Ł. Tomczak, Wrocław 2010, s. 18.

[32] Ł. Tomczak, Analiza wyników w wyborach do Sejmiku Województwa Zachodniopomorskiego, [w:] 25 lat samorządu z perspektywy Szczecina. Doświadczenia i wyzwania, red. J. J. Piątek, R. Podgórsańska, S. Stempiński, Szczecin 2015, s. 107.

[33] Wyjaśnienie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 3 września 2001 r. A. Rakowska, Formy..., s. 127.

[34] K. Urbaniak, Prawne i praktyczne aspekty obowiązku zbierania podpisów jako element prawa zgłaszania kandydata w wyborach prezydenckich. Uwagi de lege lata i de lege ferenda, „Studia Politologiczne” 2016, t. 42, s. 47.

[35] A. Żukowski, Z problematyki depozytów wyborczych na świecie, „Studia BAS” 2011, nr 3, s. 39-40.

[36] Ibidem, s. 48.

Pamiętać należy o tym, że gdy kaucja będzie zbyt niska niczemu nie zapobiegnie, zbyt wysoka mogłaby zostać uznana za sprzeczną z zasadą równości szans wyborczych[37]”. Wyżej cytowani autorzy nie wskazują, co należy rozumieć pod pojęciem „nieuzasadnionych kosztów”, ale M. M. Wiszowaty, podając przykłady innych państw, odnosi je do: pokrycia kosztów wydruku kart do głosowania, a warunkiem zwrotu kaucji wyborczej jest przedstawienie prawidłowego sprawozdania finansowego przez komitet wyborczy[38]. W 1991 r. PKW opracowała dwa projekty ordynacji wyborczej do Sejmu (w systemie większościowym i proporcjonalnym), jeden z nich przewidywał kaucję wyborczą, jednak pomysłowi jej wprowadzenia zarzucono na etapie prac parlamentarnych, iż stanowi cenzus majątkowy i jest niekonstytucyjny[39]. Uważam, że potrzebne jest podjęcie dyskursu nad kolejnymi wymiarami, funkcjami depozytu wyborczego i rozważenie celowości jego wprowadzenia jako alternatywy dla zwiększenia skuteczności egzekwowalności przepisów prawa wyborczego odnoszących się do zapewnienia (przywrócenia) porządku po zakończeniu głosowania.

Zakończenie

Zgodnie z art. 110 § 5 k. w., „Policja lub straż gminna jest obowiązana usuwać na koszt komitetów wyborczych plakaty i hasła wyborcze, których sposób umieszczenia może zagrażać życiu lub zdrowiu ludzi albo bezpieczeństwu mienia bądź bezpieczeństwu w ruchu drogowym”. Z treści cytowanego przepisu wynikają trzy wnioski. Po pierwsze, rozstrzygnięcie o prawidłowości rozmieszczenia materiałów wyborczych (w tym własnych urządzeń ogłoszeniowych) nie należy do organów wyborczych[40]. Po drugie, straż gminna została wyposażona w powyższą kompetencję, co stanowi rozszerzenie podmiotowe w odniesieniu do sytuacji naruszenia porządku i spokoju w lokalu obwodowej komisji wyborczej, będącej podstawą udzielenia przez komendanta właściwego miejscowo komisariatu Policji (a nie straży gminnej) koniecznej pomocy. Po trzecie, obowiązek usunięcia plakatów i haseł wyborczych aktualizuje się już w chwili powstania narażenia na zagrożenie bezpieczeństwu mienia bądź ruchu drogowego. Powierzenie Policji zadań usuwania na koszt komitetów wyborczych plakatów i haseł wyborczych, których sposób umieszczenia może zagrażać życiu lub zdrowiu ludzi albo bezpieczeństwu mienia bądź bezpieczeństwu w ruchu drogowym, należy ocenić jako trafny. Z woli ustawodawcy dokonują tego nie organy wyborcze, lecz formacja, której obchody 100-lecia powołania przez Sejm II przypadają w dniu 24 lipca 2019 r.[41] Badana tematyka ma charakter interdyscyplinarny, łączy wiedzę z zakresu m.in. nauk prawnych, administracji, nauk o bezpieczeństwie.

Ubiegający się o władzę, której emanacją są: mandat, urząd lub funkcja, powinni postępować stosownie do tego, na co pozwala im prawo. Jak dowodzi praktyka, pokusa jego łamania w drodze do osiągnięcia celu jest jednak silna. Być może warto rozważyć zobowiązanie komitetów wyborczych do wpłacenia kaucji zabezpieczającej usuwanie plakatów po kampanii wyborczej. Mogłoby to być remedium na problem wyegzekwowania zwrotu poniesionych kosztów ich późniejszego usuwania. Niezależnie od tego, czy propozycja ta znalazłaby uznanie w oczach decydentów, osoby zaangażowane w organizację kampanii wyborczych powinny podporządkować się nakazom prawa w zakresie uporządkowania materiałów służących do prowadzenia tej kampanii. Zachowanie takie z pewnością wpływa na dobry PR.

[37] K. Składowski, Tryb zgłaszania kandydatów w wyborach na urząd Prezydenta RP, „Przegląd Prawa Konstytucyjnego” 2022, nr 6, s. 122.

[38] M. M. Wiszowaty, Na drodze do jednolitej ordynacji wyborczej. Regulacja prawna wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. w 27 krajach członkowskich, s. 6-7. <http://www.konstytuty.pl/wp-content/uploads/ordynacjawyborczaparlamentue.pdf> (25.06.2023).

[39] R. Zych, Sprawozdanie Światowy Dzień Wyborów 2012 (GED – Global Election Day), Toruń, 2 lutego 2012 r., „Przegląd Prawa Konstytucyjnego” 2012, nr 3, s. 288.

[40] F. Rymarz, J. Zbieranek, Komentarz do art. 110, [w:] Kodeks wyborczy. Komentarz, op. cit., s. 291.

[41] J. Faber, O Policji Państwowej słowami Adama Pietrzakiewicza, „IPA. Wiadomości Sekcji Polskiej. Ogólnopolskie Czasopismo Międzynarodowego Stowarzyszenia Policji” 2019, nr 73, s. 8.

Socjologowie czy politologowie identyfikują problem niskiej partycypacji wyborczej Polaków[42]. Badania opinii publicznej, jak też opinie ekspertów potwierdzają diagnozę społeczną prezentującą obraz społeczeństwa biernego wobec polityki, nieufnego wobec partii rządzących oraz innych ugrupowań politycznych[43]. Być może jedną z przyczyn tego stanu rzeczy jest łamanie prawa przez uczestników walki wyborczej po jej zakończeniu. Z pewnością warto poszukiwać skutecznych sposobów zmiany tej sytuacji. Właśnie ramy prawno-instytucjonalne zaliczane są do czynników systemowych wpływających na frekwencję wyborczą[44].

Usunięcie elementów kampanii wyborczej po głosowaniu, po upływie prawem określonego terminu dokonuje Policja lub straż miejska. Jednak kwestią budzącą trudności jest egzekwowalność kosztów poniesionych na ich usunięcie. Dlatego też warto rozważyć potrzebę dokonania zmiany, polegającej na wprowadzeniu kaucji wyborczej. Z drugiej strony, propozycji takiej można by zarzucić faworyzowanie komitetów wyborczych dysponujących większym zasobem środków finansowych niż inne. Mogłoby to być rozwiązanie sprzeczne z zasadą równości i wolności wyborów. Jak zauważył K. W. Czaplicki, „zmiany prawa wyborczego powinny być dokonywane, jeżeli co najmniej (...) dotychczasowe unormowania są w świetle praktyki, negatywnie oceniane jako niepełne lub, gdy cel, dla których zostały ustanowione, prowadzi do sytuacji społecznie nieaprobowanej[45]”. Pomimo intensywności działań związanych z rozwojem społeczeństwa informacyjnego[46], plakaty nadal stanowią element krajobrazu kampanii wyborczych. Aktorzy walki wyborczej powinni respektować przepisy porządkowe wydawane przez radę gminy na podstawie upoważnienia ustawowego wynikającego z ustawy o samorządzie gminnym.

Z powyższych względów, kwestia prawidłowego przestrzegania i egzekwowania prawa w tym zakresie zasługuje na debatę publiczną, w której istotny głos powinien należeć do społeczności lokalnych.

[42] A. Sokala, Przemiany prawa wyborczego w Polsce, [w:] Przemiany prawa wyborczego doświadczenia nowych demokracji: republika Słowacka, Republika Ukrainy, Rzeczpospolita Polska, red. A. Sokala, Z. Witkowski, Bydgoszcz 2007, s. 83.

[43] A. Leszczuk-Fiedziukiewicz, Celebrytyzacja polityki na przykładzie wyborów parlamentarnych w 2011 roku, [w:] Wybory 2011. Organizacja-przebieg-efekty, red. M. Jeziński, A. Seklecka, W. Peszyński, W. Szewczak, Toruń 2013, s. 179.

[44] Ł. Jackiewicz, Partycypacja społeczna, zaufanie obywatelskie a frekwencja wyborcza w Europie w perspektywie porównawczej, [w:] Wybory 2010. Polska i świat, red. M. Jeziński, W. Peszyński, A. Seklecka, Toruń 2011, s. 151.

[45] K. W. Czaplicki, O potrzebie stabilności prawa wyborczego. Wybrane problemy. Wykłady im prof. dr Wacława Komarnickiego, red. A. Frydrych, A. Sokala, Toruń 2009, s. 11.

[46] M. Dorenda, Wrzuty, blipy, i twittery. Nowe media w kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku, [w:] Wybory do Parlamentu Europejskiego. Media i marketing polityczny, red. M. Jeziński, W. Peszyński, A. Seklecka, Toruń 2010, s. 113.

BIBLIOGRAFIA

Literatura

- Alberski R., System wyborczy do sejmików województw w Polsce, [w:] Wybory do sejmików województw w 2006 r., red. R. Alberski, M. Cichosz, Ł. Tomczak, Wrocław 2010.
- Banaszak B., Prawo konstytucyjne, Warszawa 2008.
- Chmaj M., Skrzydło W., System wyborczy w Rzeczypospolitej Polskiej, Kraków 2005.
- Cygańska J., Plakat, [w:] Encyklopedia współczesnego bibliotekarstwa polskiego, red. K. Głombowski, B. Świdorski, H. Więckowska, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1976.
- Czapiewski T., Mapa wyborcza Szczecina. Przestrzenne zróżnicowanie zachowań wyborczych szczecinian w latach 2006–2015, „Acta Politica Polonica” 2016, nr 2.
- Czaplicki K.W., O potrzebie stabilności prawa wyborczego. Wybrane problemy, Wykłady im prof. dr Wacława Komarnickiego, red. A. Frydrych, A. Sokala, Toruń 2009.
- Dorenda M., Wrzuty, błipy, i twittery. Nowe media w kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku, [w:] Wybory do Parlamentu Europejskiego. Media i marketing polityczny, red. M. Jeziński, W. Peszyński, A. Seklecka, Toruń 2010.
- Drzonek M., Wybory do PE w okręgu nr 13. Kampania i rezultaty 2009, [w:] Wybory do Parlamentu Europejskiego. Prawne, polityczne i społeczne aspekty wyborów, red. A. Sokala, B. Michalak, A. Frydrych, R. Zych, Toruń 2010.
- Faber J., O Policji Państwowej słowami Adama Pietrkiewicza, „IPA. Wiadomości Sekcji Polskiej. Ogólnopolskie Czasopismo Międzynarodowego Stowarzyszenia Policji” 2019, nr 73.
- Galster J., Prawo wyborcze do Sejmu i Senatu RP oraz status prawny postów i senatorów, [w:] Prawo konstytucyjne, red. Z. Witkowski et al., Toruń 2009.
- Garlicki L., Polskie prawo konstytucyjne. Zarys wykładu, Warszawa 2009.
- Jackiewicz Ł., Partycypacja społeczna, zaufanie obywatelskie a frekwencja wyborcza w Europie w perspektywie porównawczej, [w:] Wybory 2010. Polska i świat, red. M. Jeziński, W. Peszyński, A. Seklecka, Toruń 2011.
- „Komitety są dłużne miastu 20 tys. zł za uprzątnięcie plakatów wyborczych”, „Gazeta Wyborcza Bydgoszcz” z dnia 24 stycznia 2012 r.
- Leszczuk-Fiedziukiewicz A., Celebryzacja polityki na przykładzie wyborów parlamentarnych w 2011 roku, [w:] Wybory 2011. Organizacja-przebieg-efekty, red. M. Jeziński, A. Seklecka, W. Peszyński, W. Szewczak, Toruń 2013.
- Naleziński B., Zasady powoływania organów przedstawicielskich, [w:] Prawo konstytucyjne, red. P. Sarnecki, Warszawa 2008.
- Prezydenci miast. Analiza rywalizacji w wyborach samorządowych, red. Ł. Tomczak, Wrocław 2012.
- Rakowska A., Formy i granice kampanii wyborczych według kodeksu wyborczego, [w:] Kodeks wyborczy. Wstępna ocena, red. K. Skotnicki, Warszawa 2011.
- Rakowska-Trela A., Składowski K., Kodeks wyborczy. Komentarz do zmian 2018, Warszawa 2018.
- Rymarz F., Zbieranek J., Komentarz do art. 110, [w:] Kodeks wyborczy. Komentarz, red. K. W. Czaplicki, B. Dauter, S.J. Jaworski, A. Kisielewicz, F. Rymarz, J. Zbieranek, Warszawa 2018.
- Samorządowe prawo wyborcze. Komentarz, red. K. W. Czaplicki, B. Dauter, A. Kisielewicz, F. Rymarz, Warszawa 2010.
- Składowski K., Tryb zgłaszania kandydatów w wyborach na urząd Prezydenta RP, „Przegląd Prawa Konstytucyjnego” 2022, nr 6.
- Sokala A., Przemiany prawa wyborczego w Polsce, [w:] Przemiany prawa wyborczego doświadczenia nowych demokracji: republika Słowacka, Republika Ukrainka, Rzeczpospolita Polska, red. A. Sokala, Z. Witkowski, Bydgoszcz 2007.
- Sokala A., Michalak B., Uziębło P., Leksykon prawa wyborczego i referendalnego oraz systemów wyborczych, Warszawa 2013.
- Sokół w., Kampania wyborcza, [w:] Słownik samorządu terytorialnego, red. M. Chmaj, Lublin 1997.
- „Sposób na kampanię”, „Rzeczpospolita” z dnia 19 listopada 2011 r.
- Tomczak Ł., Analiza wyników w wyborach do Sejmiku Województwa Zachodniopomorskiego, [w:] 25 lat samorządu z perspektywy Szczecina. Doświadczenia i wyzwania, red. J. J. Piątek, R. Podgórska, S. Stempiński, Szczecin 2015.
- Urbaniak K., Prawne i praktyczne aspekty obowiązku zbierania podpisów jako element prawa zgłaszania kandydata w wyborach prezydenckich. Uwagi de lege lata i de lege ferenda, „Studia Politologiczne” 2016, t. 42.
- Zych R., Kilka refleksji w przedmiocie polskich wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2004 r., [w:] Parlament Europejski „Bezpośrednim głosem” zjednoczonej Europy, red. A. Kustra, Toruń 2009.
- Zych R., Sprawozdanie Światowy Dzień Wyborów 2012 (GED – Global Election Day), Toruń, 2 lutego 2012 r., „Przegląd Prawa Konstytucyjnego” 2012, nr 3.
- Żukowski A., Z problematyki depozytów wyborczych na świecie, „Studia BAS” 2011, nr 3

Źródła prawa

- Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. Kodeks wyborczy (T. j.: Dz. U. z 2022 r. poz. 1277, 2418, z 2023 r. poz. 497).
- Ustawa z dnia 20 czerwca 1997 r. o ruchu drogowym (Dz. U. z 2005 r. Nr 108, poz. 908 ze zm.; T. j.: Dz. U. z 2022 r., poz. 988).
- Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (T. j.: Dz. U. z 2022 r., poz. 559).
- Ustawa z dnia 20 maja 1971 r. Kodeks wykroczeń (T. j.: Dz. U. z 2022 r., poz. 2151).
- Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 6 kwietnia 2021 r. w sprawie przepisów porządkowych obowiązujących na obszarze kolejowym, w pociągach i innych pojazdach kolejowych oraz w pomieszczeniach przeznaczonych do obsługi podróży korzystających z transportu kolejowego na dworcach kolejowych (Dz. U. z 2021 r., poz. 723).

Akty stosowania prawa

Wyrok Sądu Rejonowego w Legnicy z dnia 21 września 2015 r. II W 408/15, LEX nr 2133149.

Rozstrzygnięcie Nadzorcze Wojewody Świętokrzyskiego z dnia 26 maja 2022 r., SPN.III.4130.21.2022, LEX nr 3351224.

Strony internetowe

Sprawozdanie Stenograficzne z 18. posiedzenia Sejmu RP w dniach 19 i 20 czerwca 1992 r.,

https://bs.sejm.gov.pl/exlibris/aleph/a22_1/apache_media/l7QY86l7VPTJB7KXYDI4LU8KLJ75QV.pdf (dostęp: 6.09.2022).

M. M. Wiszowaty, Na drodze do jednolitej ordynacji wyborczej. Regulacja prawna wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. w 27 krajach członkowskich, <http://www.konstytuty.pl/wp-content/uploads/ordynacjawyborczaparlamentue.pdf> (25.06.2023).

Inne

Pismo Komendy Wojewódzkiej Policji w Szczecinie z dnia 7 lipca 2023 r., WKS-062-463/23.

O AUTORZE

dr Radosław Zych – adiunkt w Instytucie Nauk o Polityce i Bezpieczeństwie Uniwersytetu Szczecińskiego, swoje interdyscyplinarne badania naukowe poświęca procedurom kreatywnym, ewolucji prawa wyborczego w kontekście historii państwa i prawa, w powiązaniu z innymi dziedzinami prawa, mając na uwadze wymiar gwarancyjny podmiotowych praw wyborczych jako politycznych praw człowieka, posiada doświadczenie w organizacji i przebiegu procesu wyborczego w Polsce, pełniąc różne funkcje na rozmaitych etapach tego procesu.

Opinie wyrażone w powyższym tekście mają charakter autorski i nie należy ich traktować jako stanowiska Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego.

.....
Warszawa, wrzesień 2023

www.frdl.org.pl

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego
ul. Żurawia 43, 00-680 Warszawa