

Міленіум. УАДУ, 2001. – 184 с. 2. Грицяк І. Принципи права ЄС і концепція адміністративної реформи в Україні / І. Грицяк /зб. наук. праць НАДУ / з зг. Зд. В. Лугового, В. Князева. – К.: НАДУ, 2005. – Вип.1. – С. 25-34. 3. Іщенко О. Місцеве самоврядування: світовий досвід та особливості української моделі / О. Іщенко. – К.: Інститут законодавчих передбачень і правової експертизи, 2003. – 603 с. 4. Наконечний В. В. Місцеве самоврядування: світові стандарти та українські реалії // Вісник Харківського національного університету В. Н. Каразіна – Х., 2003. – №592, вип. 5. – С. 292-299. 5. Перегуда Є. В. Про сучасний етап становлення системи регіонального управління // Держава і право: Зб. наук. праць юридичної і політичної науки. – К., 2006. – Вип. 32. – С. 588-593. 6. Плака В. І. Проблеми розширення обсягу бюджетних повноважень органів місцевого самоврядування в Україні // Правове життя: сучасний стан та перспективи розвитку. – Луцьк, 2009. – С. 149-151. 7. Рева С. Участь громадськості у процесі формування та реалізації державної політики: порівняння досвіду України і Польщі // Політичний менеджмент. – 2006. – №5. – с.67-73. 8. Цьомик Н. М. Савчук О.П. Державний устрій Польщі //Науковий вісник ВНУ ім. Л. Українки – 2003. – № 8. – С. 300-303.

УДК 324(438)

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ ДО МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА**

**Тетяна Слободян,**  
*асистент кафедри політології  
Прикарпатського національного університету  
імені Василя Стефаника*

*У статті досліджуються вибори до місцевих органів влади (рад гмін) у Республіці Польща в 1990 і 1994 рр. Основна увага приділена питанням проведення виборчої кампанії. Характеризуються основні політичні сили, які брали участь у цих виборах, програми кандидатів, порівнюються основні елементи виборчих кампаній. Подається взаємозв'язок виборчої кампанії і виборчої активності.*

**Ключові слова:** вибори, виборча кампанія, політичні партії.

*This article investigates the election to local authorities (Councils of gminas) in the Republic of Poland in 1990 and 1994. The article is focused on the election campaign. The main political parties which have participated in this election, candidates' programmes are characterized; the basic elements of election campaigns are compared. The relationship of the campaign and election activity is revealed.*

**Keywords:** *election, election campaign, political parties.*

В умовах демократичного політичного режиму політичні партії, зазвичай, є сполучними ланками між державою і громадянським суспільством. Об'єктивним мірилом стабільності політичної системи є вибори, які констатують переваги й недоліки виборчих практик у тій чи іншій країні. Зважаючи на це, вивчення особливостей проведення виборчих кампаній у посткомуністичних країнах є особливо актуальним з огляду на вітчизняні реалії.

Виборча кампанія є одним із важливих чинників, який впливає на результат виборів. Тому до її проведення необхідно ставитися досить серйозно, застосовувати увесь досвід попередніх кампаній і при цьому враховувати недоліки.

Метою цієї статті є характеристика проведення перших двох виборчих кампаній 1990 і 1994 років до органів місцевого самоврядування в Республіці Польща.

Окремими проблемами виборчих кампаній займалися польські науковці А. Пясецький, Я. Мордвілко, П. Вінчорек; проблемами правового регулювання – А. Сокала, Є. Стенпень, Ю. Скверес.

Місцеві вибори у Польщі відбувалися відповідно до закону – Виборчого положення до рад гмін від 8 березня 1990 р. зі змінами і доповненнями [1]. На той час у Республіці Польща місцеве самоврядування було тільки на рівні гмін.

Питання виборчої кампанії не знайшли детального відображення у законодавстві Республіки Польща. У вищезазначеному законі про вибори до рад гмін, який був першим законом про місцеві вибори, цій проблематиці присвячено один розділ 9, який містив усього вісім статей (ст. 55-62), та у розділі «Перехідні і прикінцеві положення» закріплювалося ще два положення про виборчу кампанію [1].

Незважаючи на те, що положення закону були досить загальними, містили багато неточностей і недоліків (а саме – були відсутні санкції за порушення цих норм і т.д.), без сумніву важливим уже було те, що вперше в Республіці Польща була зроблена спроба визначити правові межі виборчої кампанії. Положення закону містили ідеї, які були початком багатьох наступних більш детальних і точних правових регулювань.

Виборча кампанія до органів місцевого самоврядування має свою специфіку, яка відрізняє її, якщо говорити про ефективність

застосування виборчих методів, техніки і стратегій, від парламентських, президентських кампаній чи кампаній, проведених перед референдумами. Для виборчої кампанії до органів місцевого самоврядування характерний близький контакт і безпосереднє спілкування кандидата з виборцями, а також вирішення їхніх конкретних проблем. Як слушно зауважив В. Сокул, успішна виборча кампанія вимагає як «чіткого і конкретного формулювання місцевих програм та відповідальності за слова (виборчі обіцянки), так і усвідомлення кандидатами у депутати умов, у яких їм прийдеться працювати» [2, с. 162]. Кандидати мають розуміти, що за нереальні обіцянки їм доведеться звітувати більшою мірою, ніж, наприклад, депутатам чи сенаторам.

Необхідно зазначити, що місцеві вибори в Республіці Польща відбуваються неодноразово з парламентськими виборами (як, наприклад, в Україні), а проводяться за рік після них.

Перші місцеві вибори у Польщі відбулися 27 травня 1990 р. У цій виборчій кампанії брали участь усі політичні сили, які були помітні у політичному житті країни чи окремих регіонів. Було зареєстровано понад 1200 суб'єктів, які висунули своїх кандидатів на місцеві вибори. Якщо брати до уваги той факт, що деякі організації користувалися різними назвами в різних округах, то можна стверджувати, що у так званій битві за мандати брало участь кілька сотень угруповань. А в масштабі країни налічувалось тільки кілька з них [3, с. 33].

Найпопулярнішими і відносно добре організованими учасниками цих виборів були організації громадянсько-профспілкового руху. Основними представниками руху в кампанії були місцеві Громадянські комітети, певною мірою координовані крайовим секретаріатом Громадянського комітету за керівництва Незалежної самоврядної профспілки «Солідарність» [3, с. 33].

Виборча кампанія Громадянських комітетів була досить динамічною, хоча вже не такою активною, як на парламентських виборах 1989 р. [5, с. 83]. Зауважимо, що в попередніх виборах 1989 р. до Сейму і Сенату кандидати Громадянських комітетів отримали на окремих дільницях понад 70 % голосів виборців [4, с. 32].

Громадянські комітети висунули на перші місцеві вибори 35 тисяч кандидатів і 812 списків у 743 округах. Профспілка «Солідарність» висунула більш як 1400 кандидатів, аграрна «Солідарність» – близько 3300. У гмінах і малих містах Польська селянська партія самостійно висунула 11500 кандидатів, а також близько тисячі в різних коаліціях. У містах з понад 40 тисячами жителів ця партія висунула 196 списків (у 26 % округів). В одномандатних округах члени Польської селянської партії не вказували своєї партійної

належності. Ця тактика також стосувалася кандидатів Соціал-демократії Республіки Польща, що зареєструвала 154 списки (в 20 % округів). Соціал-демократи входили також у союз із профспілками і професійними організаціями.

Виборча кампанія засвідчила слабкість іншої лівої партії, яка утворилася у результаті розпаду Польської об'єднаної робітничої партії – Польського соціал-демократичного союзу. Її регіональні структури висунули біля 300 кандидатів. Демократична партія висунула 327 списків і близько 2200 кандидатів в одномандатних округах. Конфедерація незалежної Польщі висунула 800 осіб, більшість – у багатомандатних округах [6, с. 130].

Приблизно половина кандидатів у депутати офіційно не мала зв'язків із політичними організаціями. Це в основному стосувалося гмін і малих міст, де були активними діячі регіональних товариств. Позапартійні кандидати виставляли свої списки і в містах з понад 40 тисячами мешканців. Здебільшого це були підприємці, члени кооперативів тощо [6, с. 130].

Найчисленнішою групою були кандидати від громадян – 46,1 %, другу за кількістю становили кандидати громадянсько-профспілкового руху – 27,5 %, інші партії і політичні угруповання висунули 12,6 %, а суспільні, професійні і самоврядні організації – 7,6 %. Решта – кандидати від місцевих коаліцій і організацій, які важко класифікувати.

Отже, кандидатів у депутати і списки кандидатів висували партії й політичні угруповання, громадянські комітети та інші організації, а також виборчі коаліції і групи громадян. Згідно з даними Генерального виборчого комісара, у масштабі країни у виборчій кампанії брало участь 207 партій, політичних угруповань та інших організацій (найбільше їх було у Катовіцькому воєводстві (160), а найменше – в Серадзькому (30) [7, с. 6].

Важливим етапом виборчої кампанії було збирання підписів на підтримку кандидатів у депутати. Ця акція вже не мала такого розмаху, як у 1989 р. перед парламентськими виборами, оскільки суспільство значно втратило інтерес, а також був суттєво знижений поріг підтримки кандидатів, необхідний для реєстрації.

Висунення кандидата у депутати вимагало підтримки щонайменше 15 виборців, які проживають у його окрузі. Необхідно зазначити, що така мала кількість підписів, достатня для висунення кандидата, сприяла участі у виборах як осіб, які уже брали участь у політичному житті, так і тих, що не мали підтримки з боку партій та організацій.

У містах, які налічували більше 40 тисяч жителів, вибори відбувалися за пропорційною системою. Відповідно до цієї

системи для подання списку кандидатів необхідна була підтримка щонайменше 150 виборців цього округу.

Під час збирання підписів уперше почали безпосередньо відвідувати виборців, і відтак це явище стало часто практикуватися в наступних кампаніях. Найбільш характерними елементами кампанії в одномандатних округах були індивідуальні зустрічі з виборцями, а також агітаційна робота (листівки, наліпки) у найближчому оточенні кандидата – на дошках оголошень, сходових майданчиках, у магазинах тощо. У цій формі передвиборчої активності найкраще почувалися особи, які тільки розпочинали публічну діяльність і не несли відповідальності за невиконані політичні обіцянки.

У деяких гмінах активну роль відіграли священники, які не тільки називали вірянам прізвища кандидатів, а й висловлювали власну думку про них.

Часто найбільш ефективним явищем у виборчій кампанії в малих населених пунктах було ініціювання видавничої діяльності. Це принесло близько тисячі нових назв періодичних місцевих видань.

Виборча кампанія в середніх і великих містах мала свої особливості, передусім внаслідок пропорційного характеру закону про вибори. Найбільшу активність було відмічено у Бельському, Келецькому, Краківському, Перемиському і Седлецькому воєводствах. У роботі виборчих штабів громадянських комітетів помітними були спроби повторного застосування методів із попередньої кампанії: співпраця зі священниками під час організації інформаційної акції в костелах або поблизу них, залучення акторів та інших відомих людей, листівки з прізвищами кандидатів і позначенням, як потрібно голосувати, використання гасла «Солідарність».

Програми кандидатів створювалися з огляду на інвестиційні пріоритети окремих регіонів і сіл. У програмах також критикувалась місцева влада, містились вимоги, скеровані до центральної влади про збільшення фінансування гмін, гасла незадоволення тодішнім урядом. Але проблеми так званої «великої політики» порушувалися рідко, хоча Конфедерація незалежної Польщі у своїй кампанії звернулася до антикомуністичної риторики (гасла з плакатів: «Товариші, досить соціалізму», «Заходить червоне сонце», «Ми є найкращою сторінкою в історії Польщі») і спробувала перехопити електорат «Солідарності» (гасло з плакату: «Якщо знаєшся на Солідарності – не бойкотуй вибори – голосуй за КНП (Конфедерацію незалежної Польщі)»). КНП приготувала спеціальну виборчу програму, у якій підкреслювався історичний вимір голосування: «Перші вільні і демократичні вибори з 1938 року». Конфедерація створила також низку місцевих коаліцій, в основному з новоповсталими

партіями християнсько-консервативного і народно-демократичного спрямування. Ці угруповання (наприклад, Християнсько-народне об'єднання) стартували частково у співпраці з Громадянськими комітетами і розглядали місцеві вибори як підготовку до майбутньої боротьби за депутатські та сенаторські мандати [6, с. 132].

Кампанія, яку проводила Соціал-демократія Польщі, мала ознаки невпевненості. Гаслами, під якими виступала партія, були: «Не бійся – голосуй за Соціал-демократію Польщі», «Голосуй за наших кандидатів. Без нас не буде справжнього плюралізму». Водночас Соціал-демократія серйозно почала підготовку до виборів, проводячи широку виборчу кампанію. Партія прагнула створити місцеві програми, які акцентували увагу на соціальних, культурних і цивілізаційних аспектах, економічних реформах. Її кандидати наголошували на проблемах безробіття та необхідності самоорганізації суспільства [3, с. 34].

Польська селянська партія намагалася в цій кампанії затушувати образ спадкоємиці посткомуністичної Об'єднаної народної партії. З цією метою висувала на перший план радикальні сільськогосподарські вимоги, а також охоче зверталася до історичних традицій Польської селянської партії. Підкреслювалась організаційна і фінансова незалежність партії («Наші кандидати не користуються закордонними дотаціями й експертами»).

Демократична партія у своїй передвиборчій кампанії намагалася звернутися до традицій Конституції 3 Травня (свята Демократичної партії), проголошуючи часто гасла на кшталт: батьківщина, власність, гідність, свобода, родина, народ. Кампанія Демократичної партії була особливо помітною в малих містах, у промислових середовищах та колах інтелігенції [6, с. 132].

Кампанія 1990 р. не мала вже такого конфронтаційного характеру, як передвиборча боротьба 1989 року, хоча знову траплялися випадки зривання плакатів. Представники одного з виборчих комітетів у Вейхерові до цього процесу залучили навіть дітей, пропонуючи їм солодощі за участь в акції. Соціал-демократи подали скаргу, звинувачуючи Генерального виборчого комісара в тому, що на плакатах, які ілюструють процедуру голосування, хрестик був поставлений біля видуманого кандидата справжнього комітету.

Зауважимо, що виборча кампанія 1990 р. була невиразною. Західні експерти, які стежили за першими вільними виборами, визнали кампанію такою, що була проведена за допомогою мізерних ресурсів, непрофесійно і без суттєвого залучення засобів масової інформації.

Незважаючи на те, що місцеві вибори відбувались уперше і сама кампанія могла бути проведена в умовах цілком вільної гри політичних сил, зацікавлення суспільства було невеликим.

Навесні 1990 р. поділ політичної сцени був ще не зовсім чітким (розкол лівого табору, невиразний табір правих). Крім того, багато угруповань не дозріли до участі в боротьбі за владу в місцевих структурах, та й у цілому в державі. У свою чергу, виборча кампанія тривала надто мало, щоб ці процеси могли бути прискорені. На все це наклалась більш захоплива «війна у верхах» і марш Л. Валенси до президентства, який розпочинався у цей час.

У передвиборчих прогнозах підтримка Громадянських комітетів трималася на рівні 60 %. Підсумовуючи передвиборчі дослідження на тему кандидатів у депутати і політичних переваг виборців, «Газета виборча» писала, що за Громадянські комітети будуть голосувати техніки, кваліфіковані робітники, студенти і пенсіонери, а також люди середнього достатку; за інших – директори, урядовці, некваліфіковані і безробітні; а ті, що не згодні з монополією «Солідарності», залишаться вдома [6, с. 133].

Виборча кампанія 1990 р. проводилась без великого розмаху. Це було пов'язано не тільки з фінансовими і технічними проблемами, а й з наростанням пасивності суспільства, яке відчуло на собі «шокову терапію» Бальцеровича. Особливо виразно ці явища спостерігались у селі [8, с. 72]. Підтвердженням низького зацікавлення суспільства місцевими виборами були показники виборчої активності, які становили всього 42,27 %.

У 1994 р. попри те, що місцеві вибори проводилися за старим законом про вибори, умови для проведення виборчої кампанії суттєво відрізнялися від тих, які були перед першими місцевими виборами. Закінчився попередній період кристалізації польської політичної сцени, пройшли президентські вибори і двоє виборів до парламенту, які дозволили отримати важливий досвід у сфері політичного маркетингу. Крім періодичних видань почали з'являтися місцеві радіостанції і кабельні телеканали.

Для Союзу демократичних лівих і Польської селянської партії, які були переможцями останніх виборів, важливо було зміцнити свої локальні структури. Це ж завдання ставили перед собою і праві угруповання. Політичну ситуацію, що панувала навесні 1994 р., можна визначити як період застою. Партії, які були при владі, згідно з опитуваннями, зберігали підтримку на рівні осені 1993 р. [6, с. 133].

У правих партіях продовжувалися спроби уніфікації, але їх остаточною метою, найімовірніше, були президентські вибори 1995 року. На цьому тлі позитивно виглядала ініціатива Демократичного союзу, який після вересневих виборів звернувся до Ліберально-

демократичного конгресу із пропозицією об'єднання. Спільний з'їзд партій відбувся в квітні 1994 року, у результаті чого була утворена партія «Союз свободи». У виборчій кампанії «Союз свободи» намагався створити місцеві коаліції не тільки на політичній платформі, а й на економічній. На цій основі повстали варшавський «Союз свободи і самоврядування», вроцлавська Громадянська коаліція «Вроцлав 2000», гданська «Коаліція Союзу свободи», краківська коаліція «Твоє місто», «Господарський Радом». Праві угруповання також утворювали місцеві виборчі коаліції, не чекаючи на вказівки з центру. Так виникла коаліція «Наш Вроцлав», «Правоцентристи для Варшави», «Праві разом» у Кракові. Правоцентристські політики почали готуватись до виборів у Кракові ще наприкінці 1993 р., створивши Краківську Лігу самоврядування, а також Малопольський клуб місцевої демократії [6, с. 134].

У Познані спільний список об'єднав 14 правих організацій. Зате Союз лівих демократів, Польська селянська партія і Союз праці не створили коаліції на зразок парламентської і найчастіше виставляли списки під власними назвами. Винятком була Варшава, де ці партії утворили спільний список. У малих населених пунктах траплялися приклади широких коаліцій від лівих до націонал-демократів, наприклад, у Кутні передвиборчого порозуміння досягли представники соціал-демократії, народників, Загальнопольського порозуміння профспілок, Союзу польських вчителів, Союзу пенсіонерів, а також «Солідарності». Найменше виборчих союзів утворили Польська соціалістична партія і Самооборона.

Порівняно з попередніми місцевими виборами політична сцена в кампанії 1994 р. була більш чіткою. Ліві – Соціал-демократія Польщі, Польська селянська Партія, Загальнопольське порозуміння профспілок, Демократичний союз жінок, Польська соціалістична партія, Союз польських комуністів «Пролетаріат» і Християнсько-громадський союз. Центристи – Союз свободи, Консервативна партія, Християнсько-народна партія та ін. Праві – Християнсько-національне об'єднання, Центр порозуміння, Народне порозуміння, Рух для Республіки, Конфедерація незалежної Польщі, «Солідарність».

Реєстрація кандидатів показала, що зацікавлення участю в місцевій владі є значно більшим у великих і середніх містах. Разом було висунуто 7631 список і 39839 кандидатів, які претендували на 5357 мандатів. Найбільше кандидатів було у Варшаві, наприклад, у гміні Центр на одне місце претендувало десять депутатів. У країні цей коефіцієнт, порівняно з 1990 роком, зріс майже вдвічі. Найімовірніше, це виникло внаслідок зміцнення партійних структур, а також зважаючи на привілеї, які надавала посада депутата.



У населених пунктах до 40 тисяч жителів спостерігалось значно менше зацікавлення балотуванням. У 5404 одномандатних округах (11,6 %) були продовжені терміни реєстрації до 25 травня, у зв'язку з висуненням тільки одного кандидата, а в 260 округах не було висунуто жодного. Остаточо був зареєстрований 142061 кандидат на 46569 місць. На один мандат тут припадало в середньому три кандидати. У 3300 одномандатних округах зареєстровано тільки по одному кандидату, у чотирьох не зареєструвався ніхто.

Серед кандидатів було багато депутатів першого скликання, що свідчить про поступовий процес виділення місцевих лідерів. І знову попереду було варшавське самоврядування, де на мандати претендувала більшість депутатів першого скликання, хоча відповідно до передвиборчих прогнозів «Газети виборчої», виборці хотіли бачити в списках нові прізвища. Крім того, кандидати в депутати у Варшаві були в середньому старші за своїх попередників чотири роки тому. Більшості кандидатів було більше 35 років. Журналісти, які шукали наймолодших кандидатів, знайшли одного 19-річного і кілька студентів, які у виборчій програмі мали справи з реорганізацією дискотек.

Виборча кампанія 1994 р. проходила монотонно. Це головним чином виникало з фінансових можливостей комітетів, а також зі специфіки виборів, які не вимагали від кандидатів представлення себе і своєї програми широкому колу людей. В одномандатних округах обмежувалися часто збиранням підписів і сусідськими розмовами. Траплялись випадки, коли комітети ще організовували зустрічі (але, як правило, вони проходили за малої активності) і публікували оголошення в місцевій пресі. У багатомандатних округах була помітною плакатна кампанія, комітети також могли користуватися доступом до державних ЗМІ. Однак телевізійні виборчі програми були нецікаві. Як показали дослідження, найбільш помітною передвиборча кампанія була в середніх містах. На питання про наявність плакатів ствердну відповідь там дали 70 % респондентів. У великих містах (більше 500 тисяч населення) «так» відповіли 45 % жителів, а в селах тільки 10 % [6, с. 137].

Активність костелу у виборчій кампанії 1994 р., на відміну від 1990 р., була малопомітною.

Одним з небагатьох новаторських аспектів цієї виборчої кампанії була спроба організувати в деяких містах правибори під час народних святкувань. Такі попередні вибори відбулися в Торуні, Щеціні, Гданську та деяких інших містах. Наприклад, у Торуні організатором таких виборів була «Торунська газета» і радіо «Гра».

Отже, найважливішими елементами виборчої кампанії 1994 р. були народні святкування, плакатні кампанії і зустрічі з виборцями. Однак їм не вистачало емоційного наповнення, а також відповідної

реклами на телебаченні. Варто додати ще й те, що в цей час органи місцевого самоврядування на етапі свого розвитку були у глухому куті й не вистачало діяльності, яка б пояснювала громадянам значення цієї інституції в демократичній державі. Тож і не дивно, що активність у місцевих виборах 1994 року становила всього 33,78 % і була найнижчою серед усіх п'яти проведених місцевих виборів. Однією з головних причин такої низької активності була саме невдало побудована виборча кампанія.

Підсумовуючи обидві виборчі кампанії 1990 і 1994 рр., слід відзначити, що вони мали багато спільних ознак. Передусім, це зумовлено тим, що закон про вибори залишався незмінним під час проведення обох кампаній. Проте певні відмінності були під час виборчої кампанії 1994 р. Зокрема, спостерігалось збільшення кандидатів (майже вдвічі), що свідчило про зростання політичної активності окремих суспільних груп; деякі політичні сили відмовились створювати коаліції на зразок тих, що існували у парламенті, і йшли на вибори самостійно; були спроби організації (на західний манер) правиборів; менш помітною була роль костелу тощо.

Обидві виборчі кампанії також характеризувалися малою кількістю реклами на телебаченні, незначною кількістю виборчих програм (які здебільшого були не цікавими для виборців), використанням мізерних фінансових ресурсів, що в цілому вплинуло на низьку виборчу активність.

1. Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. Ordynacja wyborcza do rad gmin. Dziennik Ustaw 1990 Nr 16 poz. 96. 2. Chmaj M. System Wyborczy w Rzeczypospolitej Polskiej / M. Chmaj, W. Skrzydło. – Zakamycze, 2002. – 190 s. 3. Elekcja samorządowa maj 1990. Raport z badania wyborów do rad gmin w Polsce, wykonany dla Zespołu Badań Europy Wschodniej // Samorząd Terytorialny. Miesięcznik. – 1994. – №1-2. – S. 27-65. 4. Komitety obywatelski. Powstanie – rozwój – upadek? / Praca zbiorowa pod redakcją T. Borkowskiego, A. Bukowskiego. – Kraków: UNIVERSITAS, 1993. – 244 s. 5. Michalak A. Lokalni wyborcy samorządowi. Socjologiczne stadium politycznych reprezentacji zachowań wyborczych / Michalak A. – Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2001. – 314 s. 6. Piasecki A. Władza w samorządzie terytorialnym III RP. Teoria i praktyka kadencji 1990-2002 / Piasecki A. - Łódź - Zielona Góra: Wydawnictwo Tęcza, 2002. – 359 s. 7. Sprawozdanie z działalności Generalnego Komisarza Wyborczego i terenowych organów wyborczych za okres od 19 marca 1990 roku do 27 listopada 1993 roku // Samorząd Terytorialny. Miesięcznik. – 1994. – № 1-2. – S. 5-26. 8. Władza i społeczności lokalne a reforma samorządowa w Polsce / Pod red. P. Dobrowolskiego i S. Wróbla. – Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 1995. – S. 150.