

DIALOGICZNY WYMIAR BEZPIECZEŃSTWA
RZECZ O POLSKIEJ POLICJI



NR 3133

*Publikację dedykuję Kierownictwu Policji
oraz wszystkim policjantom i pracownikom Policji
– w podziękowaniu za współpracę i z życzeniami
satysfakcji z realizowanej misji zawodowej
na rzecz bezpieczeństwa obywateli.*

*Życzę odbiorcom tej lektury poczucia dumy
w związku z Jubileuszem
95-lecia powstania Policji Państwowej.*

Jadwiga Stawnicka

DIALOGICZNY WYMIAR BEZPIECZEŃSTWA

RZECZ O POLSKIEJ POLICJI



Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Katowice 2013

Redaktor serii: Językoznawstwo Polonistyczne
Magdalena Pastuchowa

Recenzent:
Julian Maliszewski



Publikacja dofinansowana przez Wojewodę Śląskiego w ramach rządowego programu ograniczania przestępczości i społecznych zachowań „Razem bezpieczniej”

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I	
Opis projektu badawczego <i>Komunikacja społeczna Policji. Historia, stan obecny i perspektywy</i>	
Historia, stan obecny i perspektywy	13
Cel prowadzonych badań	13
Znaczenie projektu	16
Stan wiedzy na temat komunikacji społecznej Policji	17
Zadania badawcze i metodyka badań	19
Bibliografia do rozdziału I	23
Rozdział II	
Budowanie tożsamości organizacji poprzez autorytet (na przykładzie polskiej Policji)	
Budowanie tożsamości organizacji poprzez autorytet (na przykładzie polskiej Policji)	25
Definicje autorytetu	26
Konferencja <i>Autorytet w Policji. Budowanie tożsamości organizacji</i>	27
Autorytet Policji jako służby publicznej	30
Autorytet przełożonego w Policji	32
Autorytet policjanta pierwszego kontaktu	33
Autorytet jako idea – rola działań informacyjno-edukacyjno-prewencyjnych	35
Implementacja <i>community policing</i> jako droga do budowania autorytetu	39
Zagadnienie autorytetu w świetle badań własnych	41
Bibliografia do rozdziału II	48
Rozdział III	
Rola debat społecznych w kształtowaniu świadomości obywatelskiej w zakresie bezpieczeństwa publicznego	
Rola debat społecznych w kształtowaniu świadomości obywatelskiej w zakresie bezpieczeństwa publicznego	53
Zdefiniowanie pojęcia <i>debata</i> . Cechy debaty	55
Debaty społeczne jako forma kontaktu Policji ze społeczeństwem	56

Informacje o wybranych debatach na terenie województwa śląskiego	60
Opis projektu badawczego <i>Kreowanie dyskursu publicznego poprzez organizowanie debat ze społeczeństwem przez polską Policję</i>	67
Program kursu dla funkcjonariuszy Policji z zakresu kreowania dyskursu publicznego (przygotowanie, prowadzenie i ewaluacja debat społecznych)	68
Bibliografia do rozdziału III	72

Rozdział IV

Rola policjanta pierwszego kontaktu w zapewnieniu

bezpieczeństwa obywateli	77
Projekt „Wakacje w radiowozie”. Praca policjantów ogniwa patrolowo-interwencyjnego	78
Rola dzielnicowego w kształtowaniu bezpieczeństwa społeczności lokalnej	85
Główne założenia filozofii <i>community policing</i>	88
Komunikacja policjanta pierwszego kontaktu w interwencjach związanych z przemocą w rodzinie	90
Praca dyżurnego podczas pełnienia służby na stanowisku kierowania	92
Wizerunek policjanta pierwszego kontaktu na podstawie raportów	94
Dzielnicowy w służbie społeczeństwu w świetle badań własnych	96
Bibliografia do rozdziału IV	100

Rozdział V

Negocjacje kryzysowe. Wybrane zagadnienia **105**

Przegląd literatury przedmiotu na temat negocjacji policyjnych (wybór) .	107
Nakłanianie niedyrektywne w negocjacjach	112
Negocjowanie ze sprawcą w świetle założeń teorii aktów mowy	116
Badania własne negocjacji kryzysowych	121
Program kursu negocjowania kryzysowego dla funkcjonariuszy Policji . . .	123
Bibliografia do rozdziału V	128

Rozdział VI

Mechanizm skargowy. Skargi na funkcjonariuszy Policji **135**

Definicje podstawowych pojęć	136
Pojęcie gatunku	139
Stopień realizacji wzorca tekstowego skargi	140
Lingwistyczny opis skargi jako gatunku mowy. Badania własne	147
Bibliografia do rozdziału VI	155

Rozdział VII

Media relations Policji. Kreowanie wizerunku poprzez działalność oficera prasowego	163
Podstawy prawne regulujące działalność medialną Policji	164
Działalność rzeczników prasowych w świetle literatury przedmiotu	170
Relacja rzecznik – dziennikarz w świetle reguł konwersacyjnych H.P. Grice’a .	174
Charakterystyka pytań dziennikarskich	183
Strategie konwersacyjne rzecznika prasowego w świetle badań własnych	186
Bibliografia do rozdziału VII	191

Rozdział VIII

Komunikacja interpersonalna jako strategiczne narzędzie doboru do Policji w wymiarze aktualnym i perspektywicznym ...	195
Wyjaśnienie podstawowych pojęć	196
Zasoby kadrowe Policji	198
Zasady rekrutacji i selekcji w Policji	199
Badanie kandydatów do służby metodą <i>MultiSelect</i>	207
Rozmowa kwalifikacyjna	208
Charakterystyka pytań w wywiadzie zorganizowanym	211
Wywiad zorganizowany w opinii kandydatów do służby w Policji	217
Bibliografia do rozdziału VIII	222

Rozdział IX

Agresja werbalna wobec policjantów	227
Pojęcie agresji werbalnej	227
Policjant – ofiara agresji werbalnej	230
Pola semantyczne obelg kierowanych do policjantów. Badania własne ...	231
Bibliografia do rozdziału IX	235

Rozdział X

Budowanie wizerunku Policji poprzez marketing narracyjny	237
Definicja wizerunku. Wizerunek Policji (wybrane zagadnienia)	238
Istota marketingu narracyjnego	239
Cechy dobrej narracji	242
Rola Policji w kształtowaniu własnego wizerunku poprzez marketing narracyjny	246
Kurs dla funkcjonariuszy Policji nt. <i>Kreowanie wizerunku Policji poprzez marketing narracyjny</i>	251
Bibliografia do rozdziału X	254

Zakończenie	257
Skróty	263

Wstęp

Rozważania na temat polskiej Policji rozpocznę od kontrowersyjnego cytatu z książki Jadwigi MAZUR pt. *Komunikowanie się Policji ze społeczeństwem, organami administracji państwowej i samorządowej. Studium socjologiczne* (2012)¹:

„Zewnętrzne i wewnętrzne komunikowanie się Policji jest obszarem niezbadanym. Wynika to z dwóch przyczyn. Pierwsza to kreowanie samego procesu komunikowania – w Policji widoczne dopiero po roku 2000 i często niedoceniane. Druga to brak otwartości i gotowości policjantów do badań tej organizacji prowadzonych z zewnątrz. [...] syndrom oblężonej twierdzy widoczny jest zarówno w wypowiedziach rzeczników, jak i obserwacjach publicystów. Wspierany przez filtrowanie informacji przez Policję wynikające z tajemnicy służbowej i deficytów wiedzy o komunikowaniu czy też braku doświadczenia rzeczników, powoduje budowanie nie w pełni korzystnego wizerunku tej organizacji” (MAZUR, 2012: 229).

Czy Policja nie jest otwarta i gotowa na badaczy zewnętrznych? Czy syndrom oblężonej twierdzy jest ciągle widoczny? Czy to tajemnica służbowa, a może niechęć do podmiotów zewnętrznych jest determinantem deficytu wyników badań w tym zakresie? Czy Policja opanowała współczesną wiedzę o komunikowaniu wewnętrznym i zewnętrznym? Jakie czynniki wpływają na wizerunek Policji i czy jest on rzeczywiście nie w pełni korzystny? Te i inne pytania nie pozostaną bez odpowiedzi. Spróbuję się z nimi zmierzyć na kartach niniejszej książki, która poświęcona jest w całości polskiej Policji, ukazując wybrane fragmenty jej działalności.

Książka składa się z dziesięciu rozdziałów i stanowi swego rodzaju dekalog poświęcony polskiej Policji. Każdy z dziesięciu rozdziałów stanowi od-

¹ Zob. bibliografia do rozdziału VII.

rębną całość i kolejność zapoznawania się z ich treścią jest dowolna. Rozdział I poświęcony został opisowi projektu badawczego *Komunikacja społeczna Policji. Historia, stan obecny i perspektywy*, który rozpoczęłam w marcu 2012 roku w garnizonie śląskim i kontynuowałam w garnizonie dolnośląskim i opolskim. Książka zawiera wyniki badań pierwszego etapu projektu. Opis projektu zawiera wskazanie celu prowadzonych badań, znaczenie projektu, przedstawienie stanu wiedzy ma temat komunikacji społecznej Policji oraz charakterystykę zadań badawczych i opis metod badawczych. W ramach projektu prowadzę także badania z doktorantami (przede wszystkim funkcjonariuszami służb mundurowych) obejmujące następującą tematykę:

- analiza porównawcza funkcjonowania służb prasowych Policji i systemów kształcenia kadry Policji w zakresie komunikacji społecznej;
- rzecznictwo prasowe w Policji; aspekt komunikacyjny; studia przypadków w garnizonie śląskim;
- komunikacja kryzysowa jako narzędzie wpływu społecznego w warunkach szczególnego pobudzenia emocjonalnego;
- modalność deontyczna w policyjnych aktach prawnych;
- interwencja z osobami z zaburzeniami psychicznymi oraz zaburzeniami zachowań: aspekt prawny, społeczny, psychologiczny i komunikacyjny;
- skarga jako gatunek mowy z uwzględnieniem kontekstu komunikacji międzykulturowej;
- rola autorytetu w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej Policji;
- językowy obraz implementacji filozofii *community policing* w Polsce w prasie ogólnopolskiej i lokalnej w latach 2010–2012;
- rola debat społecznych w kształtowaniu świadomości obywatelskiej w zakresie problematyki bezpieczeństwa publicznego.

W rozdziale II poruszyłam problem budowania tożsamości organizacji poprzez autorytet. Wychodząc od definicji autorytetu, wskazałam rolę, jaką odegrała w dyskusji na temat autorytetu w Policji konferencja, która odbyła się 30 listopada 2012 roku w Wyższej Szkole Umiejętności Społecznych w Poznaniu, by przejść do omówienia zagadnień, takich jak: autorytet Policji jako służby publicznej; autorytet przełożonego w Policji; autorytet policjanta pierwszego kontaktu; autorytet jako idea – rola działań informacyjno-edukacyjno-prewencyjnych; implementacja *community policing* jako droga do budowania autorytetu. Rozdział kończy przedstawienie badań własnych na temat autorytetu Policji.

W rozdziale III skupiłam się natomiast na roli debat społecznych w kształtowaniu świadomości obywatelskiej w zakresie bezpieczeństwa publiczne-

go. Taki sposób komunikowania się Policji ze społeczeństwem jest efektem świadomego wyboru obu stron i podstawą budowania strategii zapewniających bezpieczeństwo obywatelom. W celu omówienia roli debaty społecznej jako formy kontaktu Policji ze społeczeństwem niezbędne jest zdefiniowanie pojęcia *debata* oraz typów debat. Rozdział kończy opis proponowanego projektu badawczego, który jest realizowany pod moim kierunkiem, a dotyczy kreowania dyskursu publicznego poprzez realizowanie debat ze społeczeństwem.

Rozdział IV poświęciłam wskazaniu roli policjanta pierwszego kontaktu w zapewnieniu bezpieczeństwa obywateli, a kluczową częścią rozdziału jest opis działań w zakresie obserwacji pracy policjantów ogniwa patrolowo-interwencyjnego i ruchu drogowego. Ważnym elementem w tym rozdziale jest omówienie roli dzielnicowego w kształtowaniu bezpieczeństwa społeczności lokalnej w oparciu o badania własne. Kolejny rozdział zawiera uwagi na temat jednego z obszarów komunikacji w sytuacji kryzysowej i porusza kwestię komunikacji ze sprawcą sytuacji kryzysowej². Kwestiom tym poświęciłam trzy książki: *Bezpieczeństwo uczestników interakcji – Kiedy słowo jest bronią* (2012), *Modele negocjacji w sytuacjach kryzysowych* (2012) oraz *Bezpieczeństwo w sytuacjach kryzysowych: między rytuałem, rutyną a kreatywnością* (w druku). W rozdziale tym po przeglądzie literatury z zakresu negocjacji kryzysowych omawiam wybrane modele w negocjacjach kryzysowych, a kluczową kwestią jest postawienie pytania, czy podejście pragmatyczne w badaniach negocjacji kryzysowych jest szansą dla negocjacji, czy też niesie ze sobą zagrożenie. W rozdziale szóstym zawarłam rozważania na temat działania mechanizmu skargowego, lecz nie z prawnego, lecz z lingwistycznego punktu widzenia, eksponując językoznawczy opis skargi jako gatunku mowy. Nie sposób pominąć kwestii relacji Policji z mediami i na to wskazuje kolejny rozdział, w którym na bazie podstaw prawnych regulujących działalność medialną Policji wskazano charakter działalności rzeczników prasowych i sposoby komunikowania się z mediami w oparciu o badania wśród rzeczników garnizonu śląskiego.

² Badania sposobów przepływu informacji w sytuacjach kryzysowych powinny uwzględniać cztery obszary komunikacji, tj. informacje o charakterze służbowym / wewnętrznym (obieg informacji i zarządzanie opisane są w procedurach reagowania kryzysowego); informacje zewnętrzne (publiczne); komunikację ze sprawcą sytuacji kryzysowej; komunikację z ofiarą (klientem), w tym z ludnością na obszarach objętych zagrożeniem.

Rozdział VIII zawiera uwagi dotyczące doboru pracowników do Policji z perspektywy komunikacyjnej. Położono w szczególności nacisk na analizę pytań wywiadu zorganizowanego oraz opinie kandydatów do służby w Policji na temat wywiadu. W rozdziale dziewiątym odniosłam się do badań wśród policjantów w kwestii agresji werbalnej, której doświadczają ze strony obywateli podczas wykonywania obowiązków służbowych, a ostatni rozdział zawiera uwagi na temat sposobu budowania wizerunku Policji poprzez marketing narracyjny. W zakończeniu wskazano obszary komunikowania wymagające doskonalenia oraz prognozy w zakresie badań tego typu³.

Składam serdecznie podziękowania Komendantowi Głównemu Policji nadinsp. drowi Markowi Działoszyńskiemu za objęcie patronatem projektu *Komunikacja społeczna Policji*, komendantom wojewódzkim Policji, którzy umożliwili mi przeprowadzenie badań: drowi Dariuszowi Bielowi (Śląskiemu Komendantowi Wojewódzkiemu Policji w latach 2008–2012 oraz Komendantowi Dolnośląskiej Policji w latach 2012–2013), nadinsp. Dariuszowi Działo (Śląskiemu Komendantowi Wojewódzkiemu Policji w latach 2012–2013, obecnemu Komendantowi Stołecznemu Policji), insp. Jarosławowi Szymczykowi (Świętokrzyskiemu Komendantowi Wojewódzkiemu Policji) oraz Śląskiemu Komendantowi Wojewódzkiemu Policji nadinsp. Krzysztofowi Jaroszowi. Dziękuję także Komendzie Głównej Policji za udostępnienie zdjęć na okładkę książki.

³ Książkę ukończyłam w październiku 2013 roku.

Autor zdjęć w publikacji
Marek Krupa

Redakcja i korekta
Katarzyna Wyrwas

Projektant okładki
Hanna Olsza

Redaktor techniczny
Hanna Olsza

Skład i łamanie
Hanna Olsza

Copyright © 2013 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336
ISBN 978-83-226-2262-9

Wydawca
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice
www.wydawnictwo.us.edu.pl
e-mail: wydawus@us.edu.pl

Wydanie I. Ark. druk. 17,0. Ark. wyd. 18,0. Papier Alto, 80 g.
Cena 36 zł + VAT

Druk i oprawa:
PPHU TOTEM s.c.
M. Rejnowski, J. Zamiara
ul. Jacewska 89, 88-100 Inowrocław