

Nowoczesne Systemy Zarządzania
Zeszyt 13 (2018), nr 2 (kwiecień-czerwiec)
ISSN 1896-9380, s. 143-150



Institut Organizacji i Zarządzania
Wydział Cybernetyki
Wojskowa Akademia Techniczna
w Warszawie

Modern Management Systems
Volume 13 (2018), No. 2 (April-June)
ISSN 1896-9380, pp. 143-150

Institute of Organization and Management
Faculty of Cybernetics
Military University of Technology

Nowoczesny system komunikacji na przykładzie działań policji w Polsce

Modern communication system on the example of police activities in Poland

Angelika Wilk

Politechnika Warszawska, Wydział Zarządzania

Anna Woźnalis

Politechnika Warszawska, Wydział Zarządzania

Abstrakt. System poprawnego komunikowania się niewątpliwie ma wpływ na działanie całej organizacji. Proces komunikacji narażony jest na rozmaite bariery, które mogą zniekształcić przekazywaną treść. Każda organizacja, również policja, posiada swój, odrębny od innych, system komunikacji ze społeczeństwem. Z roku na rok współpraca policji z obywatelami jest coraz lepsza. Pozytywne zmiany zostały zapoczątkowane po roku 1990, kiedy policja, jako instytucja, która zastąpiła Milicję Obywatelską, rozpoczęła odbudowę zaufania społecznego.

Słowa kluczowe: komunikacja, system komunikacji, policja, społeczeństwo.

Abstract. The system of correct communication undoubtedly affects the operation of the entire organization. The communication process is exposed to various barriers that can distort the transmitted content. Every organization, including the police, has its system of communication with the public, separate from others. From year to year, police cooperation with citizens is getting better. Positive changes were initiated after 1990, when the police, as an institution that replaced the Citizens' Militia, began to restore social trust.

Keywords: communication, communication system, police, society.

Podstawą każdej udanej relacji i pozytywnej współpracy, na każdym etapie i w każdym zakresie, jest odpowiednia komunikacja. Komunikacja interpersonalna to wymiana informacji między uczestnikami relacji, w której nośnikami danych są słowa (komunikacja werbalna), teksty, gesty, mimika, obrazy, dźwięki, a nawet

sygnały elektryczne lub fale radiowe. Podstawą poprawnej i skutecznej komunikacji jest warunek, aby dane transmitowane od nadawcy były zrozumiałe dla odbiorcy (Czekaj, 2000, s. 122).

Jeżeli proces komunikowania powtarza się regularnie i cyklicznie w przypadku danego podmiotu czy na danym obszarze lub wśród określonych stale nadawców i odbiorców, można mówić o powstaniu systemu komunikacji. System komunikacji jest więc zaplanowanym, często formalnym i powtarzalnym procesem polegającym na dokonywaniu w ustalony sposób wymiany informacji i danych, co ma prowadzić do określonych, pozytywnych efektów wewnątrz podmiotu, który stworzył system i komunikuje się (Czekaj, 2000, s. 123).

O komunikacji i formowaniu systemu komunikacyjnego można mówić również w przypadku policji w Polsce. Podstawowe dwa systemy komunikacji występujące w polskiej policji to komunikacja wewnętrzna (między policjantami) oraz zewnętrzna (między policją a społeczeństwem). Wraz z rozwojem tej formacji w Polsce, zmienił się charakter dialogu policji ze społeczeństwem, który ewoluował i był coraz bardziej nastawiony na współpracę z obywatelami, a nie na ich kontrolę. Właściwa komunikacja na linii społeczeństwo – policja pozwala zwiększyć wykrywalność przestępstw. Społeczeństwo jest ważnym partnerem w budowie bezpieczeństwa publicznego. Umiejętność wzajemnego komunikowania się umożliwia realizację zadań z zakresu bezpieczeństwa i porządku publicznego. Policja, jako instytucja odpowiedzialna za bezpieczeństwo publiczne, powinna w sposób szczególnie dbać o obszary związane z komunikowaniem się ze społeczeństwem. Przekaz powinien być formułowany w sposób odpowiedzialny i przemyślany, tym bardziej że policja posiada monopol na zapewnienie bezpieczeństwa publicznego, a społeczeństwo jest jej strategicznym partnerem. Nie bez znaczenia jest dbałość o wizerunek instytucji. Wizerunek bowiem to również komunikat dla społeczeństwa, kim jest nadawca i jakim zaufaniem można go obdarzyć (Czapska, Wójcikiewicz 1999, s. 19-22).

Komunikacja i współpraca Milicji Obywatelskiej ze społeczeństwem przez wiele lat ograniczała się w Polsce do kontrolowania obywateli, inwigilowania ich, raportowania sytuacji społeczeństwa, przesłuchiwania tysięcy osób, przeszukiwania mieszkań i własności prywatnej, bezprawnych aresztowań i, często, bezwzględnych metod zdobywania cennych informacji od obywateli. Wszystkie te elementy uzasadnione były doktrynalnie, co rodziło niechęć obywateli do jakichkolwiek kontaktów z milicją, która traktowana była jako łącznik z zagranicznymi władzami stacjonującymi wciąż jeszcze w Polsce. Stosunek do milicji był także konsekwencją restrykcyjnych przepisów prawa obowiązujących wówczas w naszym kraju. Trwające dekady, nienajlepsze kontakty milicji ze społeczeństwem spowodowały, że wśród wielu obywateli Polski niechęć czy nieufność do aparatu bezpieczeństwa trwa, co stanowi jeszcze większe wyzwanie dla dzisiejszej policji, która chce budować poprawne relacje ze społeczeństwem. Wielu uznaje, że taka współpraca czy wzajemna komunikacja ze znaczną częścią społeczeństwa jest wręcz niemożliwa.

Niemniej jednak policja polska, krok po kroku, chce burzyć stereotypy i kreować coraz lepsze relacje ze społeczeństwem, w imię większej skuteczności jej działań służbowych (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 23-24).

Jak już wspomniano, podstawą dobrych relacji policji ze społeczeństwem jest odpowiednia komunikacja. Przez wiele lat funkcjonowania aparatu bezpieczeństwa i porządku publicznego w Polsce, społeczeństwo było odizolowane od władzy. Obecnie trudno przełamać tę naturalną barierę pomiędzy policją a obywatelami. Dlatego też policja stawia na dialog ze społeczeństwem i dobrą komunikację. Warunkiem tego jest znajomość i akceptacja przez funkcjonariuszy nowych standardów komunikacji i współpracy ze społeczeństwem (Pieprzny, 2007, s. 209-211).

Proces przeobrażeń policji rozpoczął się na przełomie roku 1989 i 1990, tj. od początku transformacji i powstania Policji (Polskiej) jako instytucji w miejsce Milicji Obywatelskiej. Zmiana modelu tej organizacji dotyczy nie tylko przemianowania milicji na policję, ale również odnosi się do zadań, które wypełnia ta druga formacja. Są one jasno określone w ustawie o Policji. Odnoszą się nie tylko do kwestii egzekwowania prawa, ale również do zapewnienia bezpieczeństwa poprzez uwzględnienie funkcji prewencyjnej. Ta z kolei oparta jest na współpracy z takimi podmiotami, jak samorząd terytorialny, straż miejska i straż pożarna, spółdzielnie mieszkaniowe, jak również lokalna społeczność. Budowanie bezpieczeństwa w lokalnych społecznościach i zarządzanie nim pod względem formalnym przebiega dość sprawnie. Organizacje na różnych poziomach swojego działania kooperują ze sobą, a efektem tego jest budowanie programów bezpieczeństwa, zakładających udział w nich lokalnych społeczności (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 78-80).

Wspomniany system komunikacji policji ze społeczeństwem ma na celu przede wszystkim zbudowanie lepszych, poprawnych relacji z obywatelami. Relacje te w dalszej perspektywie powinny powodować zwiększenie bezpieczeństwa społecznego, porządku publicznego, zaufanie obywateli do instytucji policji oraz większą skuteczność i lepszą wykrywalność wszelkich zagrożeń, przestępstw i nieprawidłowości w funkcjonowaniu państwa. Głównymi filarami systemu komunikacji policji ze społeczeństwem są następujące elementy: zbudowanie zaufania wśród obywateli, wdrożenie patroli policyjnych jako formy pierwszego kontaktu z obywatelem, wprowadzenie regularnych debat społecznych policji z przedstawicielami różnych grup społecznych, prowadzenie cyklicznych badań opinii publicznej na temat kwestii związanych z funkcjonowaniem policji oraz bezpieczeństwa i porządku publicznego, określenie systemu komunikacji policji ze społeczeństwem w sytuacjach kryzysowych, organizowanie kampanii społecznych i edukacyjnych na temat pracy policji, prowadzenie kursów, warsztatów, szkoleń i studiów dla policjantów w obszarze komunikacji i budowania relacji ze społeczeństwem (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 81).

Zbudowanie zaufania obywateli jest ogólnym założeniem systemu komunikacji policji ze społeczeństwem. Od tego zależy bowiem efektywna współpraca. Jak wspomniano, nawiązanie relacji opartych na zaufaniu będzie w Polsce bardzo trudne

z uwagi na zaszłości historyczne. Sprawiają one, że społeczeństwo polskie nadal ocenia współpracę z policją jako działanie hańbiące i nieetyczne, unika zatem kontaktu z funkcjonariuszami. Właśnie dlatego Polska od 1989 r. stara się budować zaufanie do instytucji i do funkcjonariuszy. Do najważniejszych działań służących uzyskaniu zaufania obywateli zalicza się wdrożenie idei transparentności funkcjonowania policji, podawanie do publicznej wiadomości statystyk dotyczących pracy policjantów oraz eksponowanie największych sukcesów tej instytucji. Dzięki takim działaniom formacja policyjna ma po pierwsze być bliżej obywatela, czyniąc swoją pracę bardziej kontrolowaną przez Polaków, a po drugie – dawać obywatelom poczucie bezpieczeństwa i komfortu poprzez ewidencjonowanie świetnych wyników pracy polskich policjantów. Z biegiem czasu władze policji zdały sobie sprawę, że wymienione działania powodują raczej respekt niż szacunek obywateli do instytucji. Podobny wydźwięk mają sukcesy policji nagłaśniane przez media – mają one wpływ na opinię społeczeństwa na temat instytucji jako takiej, ale nie zmieniają postaw obywateli względem personelu policji i poszczególnych komend. Właśnie na podstawie tych analiz i doświadczeń zdecydowano się na budowanie tak zwanych „relacji lokalnych społeczności”. W związku z tym wdrożono instytucję dzielnicowych, zarządzono częstsze patrole i zaczęto reagować na większą liczbę, nawet na pozór nieistotnych, wezwań, co zwiększyło w dużym stopniu liczbę interwencji policyjnych. Wszystkie te działania miały na celu zmniejszenie dystansu dzielącego policję od obywateli i zwiększenie liczby ich codziennych kontaktów oraz bezpośrednich relacji, co miało znaczenie dla budowania wzajemnego zaufania (większa liczba patroli policyjnych na ulicach, udzielanie informacji, prowadzenie akcji edukacyjnych, etc.). Z perspektywy czasu należy stwierdzić, że działania te z całą pewnością przyniosły zamierzony efekt, gdyż w okresie ostatnich 25 lat zdecydowanie wzrosło nie tylko zaufanie obywateli do policji jako instytucji, ale także zaufanie społeczeństwa do policjantów, których już nie traktuje się jako wrogów, ale źródło pomocy i wsparcia w sytuacjach zagrożeń. To zaufanie ma znaczenie dla coraz szerszej i lepszej komunikacji oraz dialogu społecznego pomiędzy policją a obywatelami (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 84-87).

Patrole policyjne zyskały dużą rangę w budowaniu wzajemnych relacji policji z obywatelami. Stanowią one szczególnie element systemu komunikacji ze społeczeństwem. Patrole policyjne są realizowane przez specjalnie powołane i przygotowane do tego Oddziały Prewencji Policji. W odróżnieniu od patroli interwencyjnych, obserwują one ulice i centra miast jeszcze przed wystąpieniem przestępstwa lub czynu zabronionego, a nie dopiero w momencie otrzymania zgłoszenia. Policjanci oddziałów prewencji bardzo często wchodzą w interakcje ze spotkanymi ludźmi, którzy przekazują im swoje spostrzeżenia lub uwagi. Często funkcjonariusze inicjują kontakt z obywatelem, aby ustalić, czy w okolicy nie dzieje się coś godnego uwagi lub coś podejrzanego. Właśnie z uwagi na częstą interakcję z ludźmi, oddziały prewencji zyskały z czasem nieformalną nazwę „patroli pierwszego kontaktu”. Każda udana akcja i pozytywny kontakt ze społeczeństwem oddziałów prewencji mają znaczenie dla

budowania zaufania zbiorowości do policji. Obecnie są one uważane za bardziej znaczący czynnik tworzenia pozytywnych relacji ze społeczeństwem niż medialne wystąpienia komendantów lub inspektorów policji. Dlatego właśnie aparat bezpieczeństwa i porządku publicznego w Polsce tak dużą wagę przykładają obecnie do zachowań oraz jakości patroli prewencyjnych. Powinny one zachować szczególną uważność i wsłuchiwać się w głos obywateli, nawiązywać współpracę i tworzyć tak zwane „sieci lokalnej społeczności” lub „społeczności sąsiedzkie współpracujące z Policją” (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 88-100).

Bardzo duże znaczenie dla systemu komunikacji policji ze społeczeństwem mają badania opinii publicznej. Są one pośrednim elementem komunikacji policji ze społeczeństwem, jednakże przekładają się na bezpośrednie efekty pracy instytucji, takie jak: wyższa wykrywalność przestępstw, lepsze relacje z obywatelami, większe zaufanie Polaków do policji, a także świadomość społeczeństwa, że kształtuje ono działania policji. Platformą służącą komunikowaniu się policji ze społeczeństwem w Polsce jest Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS), czyli instytucja odpowiedzialna za prowadzenie badań opinii publicznej, badań marketingowych i naukowych, upowszechnianie wiedzy o stanie i tendencjach zmian opinii publicznej oraz przekazywanie wyników tych badań organom państwowym i instytucjom publicznym. Badania opinii publicznej, które zostały przeprowadzane na zlecenie, mają rozmaite cele. Dotyczą na przykład opinii na temat lokalnych zagrożeń, poczucia bezpieczeństwa społeczności lokalnej, zaufania do instytucji policji, oceny jej pracy oraz metod stosowanych przez policjantów, a także częstotliwości kradzieży i innych rodzajów przestępstw w okolicy. Poprzez takie badania policja spełnia rolę opiekuńczą i komunikacyjną względem obywateli, wsłuchując się w apele i głosy społeczeństwa, z drugiej zaś strony ze wskazań mieszkańców może wyciągnąć wiele wartościowych wniosków oraz wskazówek. Badania opinii publicznej służą ustaleniu, czy działania policji są właściwe i jak są oceniane przez społeczeństwo. Według ostatnich badań opinii publicznej przeprowadzonych przez CBOS wynika, że zaufanie obywateli do policji jest w Polsce najwyższe od 1989 r., a kontakty społeczeństwa z policjantami nigdy nie były tak otwarte. Ludzie w bardzo dużym stopniu cenią sobie możliwość komunikacji ankietowej z policją, co pozwala realnie wpływać na poziom bezpieczeństwa i porządku publicznego. Całokształt wymienionych działań polegających na badaniach opinii publicznej wymiennie wpisuje się więc w koncepcję zmiany systemu komunikacji pomiędzy policją a społeczeństwem (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 101-104).

Szczególnie ważnym i dużo bardziej bezpośrednim niż badania opinii publicznej elementem systemu komunikacji Policji z obywatelami są debaty społeczne. Z roku na rok w Polsce odbywa się w poszczególnych dzielnicach coraz więcej spotkań, podczas których mieszkańcy mają możliwość wymiany poglądów z przedstawicielami miejscowej policji, straży miejskiej, Państwowej Straży Pożarnej, instytucji samorządowych, rad osiedlowych i innych instytucji ważnych dla funkcjonowania

lokalnej społeczności i przekazania uwag. Debaty społeczne organizowane przez policję są okazją do podzielenia się przez mieszkańców spostrzeżeniami na temat nieprawidłowości i zagrożeń, a z perspektywy policji – do zdobycia wielu informacji oraz skonsultowania najważniejszych problemów lokalnych w gronie instytucji działających na rzecz bezpieczeństwa i porządku publicznego. Wśród tematów debat znajdują się: największe niebezpieczeństwa występujące w regionie, poziom zadowolenia z działań organów odpowiedzialnych za bezpieczeństwo, sektory najbardziej narażone na dokonywanie przestępstw, funkcjonujący system monitoringu i patroli prewencyjnych. W trakcie debat społecznych zadania i wytyczne otrzymują także obywatele, informowani o najważniejszych zasadach bezpieczeństwa, konieczności budowania społeczności sąsiedzkiej lub sieci pomocy, a także społeczności lokalnych ds. bezpieczeństwa i ochrony porządku publicznego. Można więc stwierdzić, że debaty społeczne są skarbnicą wiedzy i nowych informacji dla wszystkich stron biorących udział w spotkaniu. Policja analizuje każdą debatę. Jej celem jest określenie podstawowych postulatów społeczeństwa oraz innych podmiotów, analiza argumentacji przytaczanej przez wszystkie strony dyskusji, diagnoza metod rozwiązywania postawionych problemów oraz stworzenie prostych i jednoznacznych wniosków. Mają one na celu rozwiązanie zgłoszonych problemów i zaprezentowanie efektów pracy policji na kolejnych debatach. Debaty społeczne, podobnie jak wcześniej wymienione formy komunikacji policji z obywatelami, dają mieszkańcom poczucie związku z instytucją zapewniającą bezpieczeństwo oraz poczucie sprawstwa – wrażenie kreowania najbliższego otoczenia, które wpływa bezpośrednio na komfort i bezpieczeństwo mieszkańców (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 105-108).

Częścią systemu komunikacji policji ze społeczeństwem jest program komunikacji w sytuacjach kryzysowych. Komunikacja w sytuacjach kryzysowych jest opracowanym przez policję programem służącym komunikowaniu się instytucji ze społeczeństwem w sytuacjach zagrożenia kryzysowego oraz sytuacjach nadzwyczajnych, do których zalicza się najogólniej zagrożenia naturalne i nienaturalne, zagrożenia techniczne oraz zagrożenia wojenne. Przykładem sytuacji kryzysowej może być klęska żywiołowa, kataklizm oraz nagły atak wojskowy innego kraju. Program komunikacji policji ze społeczeństwem w sytuacjach kryzysowych wiąże się z zarządzaniem kryzysowym i czerpie z niego swoje podstawy. Zarządzanie kryzysowe to działalność organów administracji publicznej będąca elementem kierowania bezpieczeństwem narodowym, która polega na zapobieganiu sytuacjom kryzysowym, przygotowaniu do przejmowania nad nimi kontroli w drodze zaplanowanych działań, a także reagowaniu w przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowych, usuwaniu ich skutków oraz odtwarzaniu zasobów i infrastruktury krytycznej. Program komunikacji policji ze społeczeństwem w sytuacjach kryzysowych jest zbiorem wyuczonych schematów i wzorów zachowań oraz instrukcji, które muszą podjąć służby odpowiedzialne za bezpieczeństwo i porządek publiczny względem obywateli, aby ich chronić przed zagrożeniami, a także usuwać ich skutki. W procesie tym szczególną rolę odgrywa zaufanie obywateli do instytucji

policji. Z drugiej strony zarządzanie i komunikacja ze społeczeństwem w sytuacjach kryzysowych wymagają bardzo dobrego przygotowania. Z tego powodu policjanci regularnie odbywają praktyczne treningi i ćwiczenia obejmujące nie tylko problemy technicznego reagowania na sytuacje nadzwyczajne, ale także umiejętności skutecznego i szybkiego porozumiewania się ze społeczeństwem. Od efektywności tego procesu zależy często ochrona zdrowia i życia wielu tysięcy ludzi. Komunikacja policji z obywatelami w sytuacjach kryzysowych składa się z dwóch poziomów. Pierwszy z nich zakłada wspomnianą ochronę mieszkańców w fazie wystąpienia zagrożenia oraz ewentualną ich ewakuację. Drugi etap komunikacji w sytuacjach kryzysowych opiera się na czynnej współpracy i aktywnym zaangażowaniu społeczeństwa w działania służb publicznych na rzecz zniwelowania zagrożenia i odbudowania pierwotnego stanu (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 109-114).

Kolejną składową systemu komunikacji policji ze społeczeństwem w Polsce jest organizacja kampanii społecznych, informacyjnych i edukacyjnych na temat pracy policji. Źródłem przekazywania informacji na temat działalności i sukcesów policji są z reguły środki masowego przekazu, takie jak Internet, telewizja, radio czy prasa. Kampanie społeczne oraz informacyjne tworzone przez policję dzielą się między innymi według kryterium obszaru – wyróżniamy zatem kampanie ogólnopolskie oraz lokalne. Za sprawą takich działań w sposób naturalny buduje się większe zaufanie do instytucji policji w Polsce, a także do pracy poszczególnych komisariatów i ich personelu. Kampanie społeczne organizowane przez policję nie zawsze jednak mają na celu eksponowanie wyników pracy poszczególnych komisariatów czy skuteczność wykrywania przestępstw przez policję. Niejednokrotnie kampanie informacyjne są skierowane bezpośrednio do obywateli. Informują o najważniejszych zasadach bezpieczeństwa, jak chociażby zagrożenia z tytułu prowadzenia samochodu po spożyciu alkoholu, ochrona swoich danych osobowych, bezpieczeństwo kobiet oraz zgłaszanie nieprawidłowości występujących w najbliższym otoczeniu. Ten rodzaj kampanii ma zmniejszyć dystans dzielący policję i społeczeństwo oraz przekonać, że władza jest wyczulona na sugestie mieszkańców i czeka na ich zgłoszenia. Jeszcze innym rodzajem akcji społecznych prowadzonych przez policję jest propagowanie i podawanie do publicznej wiadomości akcji i wydarzeń społecznych, w których czynny udział brali przedstawiciele instytucji. Do inicjatyw o zasięgu ogólnopolskim należał udział policji w organizacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Jeśli chodzi o aktywność instytucji na poziomie lokalnym, można wymienić wystawienie drużyny w Maratonie Poznańskim, wolontariat policji obejmujący domy dziecka lub ochronę działań lokalnych fundacji działających na rzecz ludzi chorych. Bardzo ważnym punktem wspólnym wszystkich wspomnianych rodzajów kampanii, czy to społecznych, czy edukacyjnych, czy też informacyjnych, jest to, iż wpływają one na poprawę relacji społeczeństwa i policji, pozwalają na lepszą komunikację, a także zmniejszają anonimowość policji, szczególnie w społecznościach lokalnych (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 116-119).

Kolejnym elementem budowania systemu komunikacji policji ze społeczeństwem jest edukacja personelu instytucji w obszarze kompetencji komunikacyjnych. Obejmuje ona kursy, szkolenia, warsztaty, jak również studia podyplomowe z dziedziny komunikowania się, na które, niejednokrotnie obligatoryjnie, wysyłani są policjanci z całego kraju. Obecnie w policji stawia się bowiem nie tylko na sprawność fizyczną czy umiejętność analitycznego myślenia, ale także na umiejętność budowania poprawnych relacji i komunikowania się z otoczeniem społecznym. Policjant dobrze wyszkolony i wyedukowany w zakresie technik i sposobów komunikowania się ze społeczeństwem będzie umiał zdobyć zaufanie, uzyskać więcej cennych informacji, co bezpośrednio przekłada się na wyniki działań instytucji. W latach 90. ubiegłego wieku zaledwie 2,5% policjantów w Polsce podlegało szkoleniom i kursom z zakresu umiejętności komunikacyjnych. W 2015 r. szkoliło się w tym obszarze blisko 24% funkcjonariuszy. Kursy i szkolenia w zakresie komunikowania się ze społeczeństwem, oprócz chęci poprawy relacji z obywatelami, często wykorzystywane są także przez policjantów w praktyce, kiedy muszą oni przeniknąć do jakiegoś środowiska i wydobyć informacje niezbędne dla rozwiązania konkretnej sprawy (Czapska, Wójcikiewicz, 1999, s. 120-125).

Jak wykazano wyżej, system komunikowania się policji ze społeczeństwem jest stosunkowo szeroki i szczegółowo opracowany. Zakłada wszechstronną poprawę relacji pomiędzy funkcjonariuszami a obywatelami, w szczególności – z lokalną społecznością. Należy wspomnieć, iż system komunikowania się był wdrażany stopniowo i nie bez trudności. Policja musiała przez wiele lat budować zaufanie społeczeństwa. Dopiero w ostatnich latach widać bardziej znaczące efekty starań instytucji o bardziej efektywną komunikację z obywatelami. Współpraca obywateli z policją w Polsce co roku kształtuje się coraz lepiej, a formacja policyjna może pochwalić się coraz większą liczbą spraw rozwiązanych we współpracy lub przy czynnym udziale i aktywności obywateli. Zmiany systemu komunikacji policji ze społeczeństwem, które następowały w Polsce po roku 1990 należy więc jednoznacznie uznać za pozytywne, przynoszące realne korzyści oraz zwiększające poziom bezpieczeństwa i porządku publicznego mieszkańców Rzeczypospolitej Polskiej.

BIBLIOGRAFIA

- [1] CZEKAJ J., 2000, *Metody zarządzania informacją w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków.
- [2] CZAPSKA J., WÓJCIKIEWICZ J., 1999, *Policja w społeczeństwie obywatelskim*, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Warszawa.
- [3] PIEPRZNY S., 2007, *Policja. Organizacja i funkcjonowanie*, Oficyna Wydawnicza Wolters Kluwer, Warszawa.
- [4] MISIUK A., 2008, *Historia policji w Polsce*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.