Recenzja

rozprawy doktorskiej mgr Sebastiana Maja pod tytułem:

Polityka informacyjna i wizerunkowa polskiej Policji w latach 1999-2015

napisanej pod kierunkiem prof. UO dr hab. Marka Chylińskiego

Oceniana praca mgr Sebastiana Maja poświęcona jest problematyce zmiany, a ściślej przemian, które nastąpiły w strukturach, regulacjach i polityce Policji, jednej z instytucji państwa organizowanej w nowych warunkach prawnoustrojowych w Polsce po 1989 roku. Autor koncentruje się na politykach informacyjnej i wizerunkowej Policji realizowanych w latach 1999-2015. Przyczyną przyjęcia takich ram czasowych było wprowadzenie 1 stycznia 1999 roku w Polsce nowego podziału administracyjnego, co skutkowało zmianami strukturalnymi w Policji. Autor kończy swoje analizy i badania w 2015 roku, w momencie podsumowania 25. rocznicy funkcjonowania odnowionej formacji. Wybór okresu 1999-2015 należy uznać za uzasadniony badawczo, gdyż w latach tych budowano nie tylko nowe struktury w Policji, ale także ustanawiano i wdrażano nowe regulacje, strategie i procedury decydujące o polityce informacyjnej i wizerunkowej. Z drugiej strony omawiana praca nabiera wymiaru historycznego, szczególnie w zestawieniu z obecnym wizerunkiem Policji. Znane fakty zachowania funkcjonariuszy podczas demonstracji w 2020 roku, w tym nierówność w postępowaniu wobec demonstrujących kobiet i grup kibicowskich, bardzo zaszkodziła wizerunkowi Policji. Ujawniły się też poza proceduralne oddziaływania na funkcjonowanie formacji, słabość polityki informacyjnej a także nierzetelność rzeczników prasowych w realizacji prawa dotyczącego polityki informacyjnej. W tym kontekście praca mgr Sebastiana Maja może stanowić cenny dla dalszych studiów materiał teoretyczny zwierający normatywne i strategiczne podstawy działalności informacyjnej, komunikacyjnej i wizerunkowej Policji w Polsce. Na podstawie materiałów i analiz zawartych w pracy można ocenić mocne i słabe strony polityki w przedmiotowym zakresie, luki w prawie i przyczyny braku gwarancji systemowych dla wizerunkowego funkcjonowania formacji w rożnych okresach. Refleksja teoretyczna i wyniki przeprowadzonych przez Autora badań prowadzą do sformułowania podstawowych

czynników wpływających na odbiór przez społeczeństwo działań policji pod względem wizerunkowym.

Ocena mniejszej pracy wymaga analizy zdolności Autora do zastosowania narzędzi badawczych pozwalających na pełen obiektywizm w stosunku do przedmiotu badań i uwolnienie się od osobistych przekonań i doświadczeń. Kwestia ta jest istotna, gdyż Autor przez wiele lat pełnił służbę w policji, mając różne funkcje i uczestniczył w zmiennych relacjach służbowych. Jak sam twierdzi starał się uwolnić od wszelkiego subiektywizmu i skoncentrować się na rzeczywistości naukowej. Niemniej nie do końca się to Autorowi udaje. W tekście często pojawiają się sądy wartościujące nie poparte badaniami. Należy w tym miejscu przytoczyć kilka przykładów. Autor niejednokrotnie krytycznie ocenia prace dziennikarzy (np. ss.152-156), co prowadzi Go do *wsparcia* dla modelu dziennikarstwa koncesjonowanego, całkowicie nieakceptowanego w społeczeństwach i państwach demokratycznych, jak i samym środowisku dziennikarskim. Ponadto Autor w zasadzie nie akceptuje formuły dziennikarstwa cyfrowego, charakterystycznego dla mediów społecznościowych i Internetu 2.0. . Relacje z mediami a konkretnie dziennikarzami, wobec silnych ideowo linii redakcji i wzrostu znaczenia dziennikarstwa internetowego, będą trudne. Ale to po stronie Policji, zgodnie z obowiązującymi regulacjami o których pisze Autor, leży przedstawianie pełnej i rzetelnej informacji satysfakcjonującej opinię publiczną. Nie jest rolą badacza wchodzić w odczucia i nastroje rzeczników prasowych niezadowolonych ze stawianych im pytań. Kolejny przykład, który w pewnym stopniu podważa naukowy obiektywizm Autora pojawia się wraz z opisem i ceną powołania w 2015 roku na stanowisko Komendanta Wojewódzkiego Policji w Opolu pani generał, której nazwiska nawet Doktorant nie wspomina (ss. 204-206). Uwagi i oceny, zarówno decyzji kierownictwa resortu, jak samej Komendant przejawiające się w określeniu: *spódnicy z lampasem generalskim*, czy *generała w spódnicy,* nie mogą być akceptowane w pracy naukowej. Bez względu na pogląd Autora na temat ówczesnych działań PR i oceny polityki wizerunkowej Komendy Wojewódzkiej w Opolu i jej Komendanta przedstawione w pracy sądy nie powinny się pojawić. To właśnie może skłonić Czytelnika do „ załamania rąk" nad polityką wizerunkową Policji, szczególnie w kontekście działań operacyjnych wobec kobiet na demonstracjach. Recenzent przedstawia tylko najbardziej charakterystyczne przykłady. Rezygnacja z subiektywnych ocen niektórych zjawisk uwikłanych w politykę informacyjną i wizerunkową Policji wpłynęłaby niewątpliwie na jakość naukową niektórych fragmentów pracy.

Autor strukturalnie dzieli pracę na cztery rozdziały. Wszystkie, w myśl założeń, mają prowadzić do weryfikacji postawionych przez Doktoranta tez. Pierwsza z nich postawiona zostaje w formie głównego pytania badawczego o podatność Policji na skrajne opinie wzmacniane przez media w sytuacji kiedy z jednej strony formacja odpowiada za bezpieczeństwo obywateli, z drugiej dysponuje aparatem przymusu. Tezie tej towarzyszą konkretne pytania badawcze mające prowadzić do weryfikacji tezy zasadniczej. Czyli: Dlaczego policja powinna dbać o wizerunek?; Jak kształtowany jest wizerunek Policji?; Czego społeczeństwo oczekuje od Policji?; Czy służba represyjna może mieć wysokie oceny społeczne? Autor stara się odpowiedzieć na tak postawione pytania badawcze stosując ilościowe i jakościowe metody badawcze, metody deskryptywne, analizy statystyczne i metody analizy porównawczej. Niemniej może bardzie adekwatne dla realizowanych przez Autora studiów byłoby postawienie tezy mówiącej, że wizerunek Policji ma znaczenie dla społecznej oceny formacji zapewniającej bezpieczeństwo obywatelom i jednocześnie używającej środków represyjnych. Podatność na skrajne oceny jest bowiem nieunikniona w przypadku nadużyć stosowania nieuzasadnionego przymusu, zaniechań, opieszałości czy innych nie akceptowanych społecznie działań Policji. Ma to miejsce szczególnie w sytuacji dociekliwości mediów tradycyjnych i społecznościowych. Pozostałe dwie tezy, których weryfikacje zapowiada Autor to teza stwierdzająca, że budowanie pozytywnego wizerunku Policji w środowisku prawnym i medialnym wymaga profesjonalnego wsparcia ekspertów oraz teza mówiąca, że Internet i nowe technologie są jednocześnie szansą i zagrożeniem dla Policji. Lektura pracy pozwala na stwierdzenie, że Autor prowadzi narracje naukową pozwalającą na weryfikacje tych tez używając poprawnych metod. Choć brak w pracy osobnego rozdziału metodologicznego, przedstawione przez Autora metody badawcze, przede wszystkim z zakresu dziedziny nauk społecznych, są zróżnicowane i adekwatne do przedmiotu badań. Autor poddaje opisowi i analizie akty prawne na podstawie, których funkcjonuje Policja w ujęciu prawnoustrojowym, a także pod względem polityki informacyjnej. Analizuje polityki od poziomu strategii poprzez procedury wewnętrzne do ich realizacji w praktyce. W pracy wykorzystane zostały raporty, ankiety wewnętrzne jednostek policji, orzecznictwo sądowe i decyzje organów policji. Zastosowane zostały metody jakościowe z zakresu dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach w postaci analizy treści produkcji telewizyjnych, informacji i innych przekazów medialnych. Autor przedstawił także studia przypadków kryzysowych korzystając z metod analizy jakościowej, w tym analizy komparatywnej. Wykorzystane w pracy badania statystyczne ośrodków badań opinii publicznej wzbogacają wartość poznawczą pracy. W ostatniej części pracy Autor referuje wyniki własnych badań

przeprowadzonych na terenie województwa opolskiego dotyczące wizerunku regionalnej Policji. Doktorant wykorzystał metodę ankietową w postaci standaryzowanych kwestionariuszy na próbie 192 osób. Badanie to zawierało jednocześnie pytania dotyczące wizerunku Państwowej Straży Pożarnej dla wykonania analiz porównawczych. W przypadku tego badania można wyrazić zastrzeżenia związane z jego reprezentatywnością, a także z zakresem tematycznym samych pytań. Respondenci (na podstawie pytań) wyrażają opinię o wizerunku Policji wyłącznie w kontekście własnych doświadczeń oraz informacji o pracy policji. A przecież na wizerunek tej instytucji wpływa jej relacja z wieloma podmiotami. Aby zbadać wizerunek Policji jako formacji należy wziąć pod uwagę wszystkie elementy otoczenia składające się na relacje PR. Aby odpowiedzieć na pytanie badawcze dotyczące kształtowania wizerunku Policji czy oczekiwań obywateli konieczna jest analiza wielu czynników wykraczających poza operacyjne działania formacji. Kwestia ta pojawi się w dalszej ocenie merytorycznej pracy.

Struktura dysertacji doktorskiej mgr Sebastiana Maja skonstruowana jest w postaci czterech rozdziałów systematyzujących problematykę, począwszy od zagadnień teoretycznych, będących swoistym wprowadzeniem do właściwej analizy. Część teoretyczna składa się z dwóch rozdziałów. Pierwszego poświęconego rozważaniom na temat problematyki polityk informacyjnej i wizerunkowej, przede wszystkim w kontekście funkcjonowania Policji jako instytucji państwowej. Drugi rozdział to przede wszystkim zagadnienia normatywne, organizacyjne i proceduralne związane z systemami komunikowania w jednostkach Policji w Polsce. Autor poświęca także kilkadziesiąt stron organizacji i historii powstania oraz przekształceń Policji, które znacząco wpłynęły na postrzeganie potrzeb formacji w zakresie wizerunkowym, zarówno wewnątrz organizacji, jak i w relacjach z mediami. Najistotniejszym dla poznawczej wartości pracy pozostaje rozdział trzeci, w którym Autor analizuje na podstawie dokumentów, wydarzeń i faktów politykę informacyjną i wizerunkową Policji na przestrzeni szesnastu lat z uwzględnieniem relacji społecznych i medialnych. Ostatni rozdział zawiera opis i analizę wspomnianych już badań własnych oraz identyfikację dokonanej przez Doktoranta czynników wpływających na wizerunek Policji. Zaproponowana struktura pracy sprzyja odpowiedzi na postawione pytania badawcze, niemniej należy bardziej szczegółowo ustosunkować się do zawartych w rozdziałach treści i ich wartości badawczych. Autor przedstawiając długoletni proces budowania koncepcji polityki informacyjnej Policji nakreśla krótki rys pojęciowy definiując kategorie informacji, polityki oraz polityki informacyjnej, koncentrując się na polityce informacyjnej instytucji publicznych. Słusznie podkreśla

konstytucyjne i ustawowe obowiązki Policji związane z szerokim informowaniem społeczeństwa o działaniach i procedurach mających wpływ na życie codzienne obywateli. W rozdziale tym Doktorat wskazuje także na niektóre regulacje dotyczące ochrony informacji niezbędne dla prawidłowego procesu działań operacyjnych. Bywają one niejednokrotnie przyczyną niezadowolenia obywateli a także dziennikarzy z polityki informacyjnej Policji. Szczególnie występuje to w kontekście realizacji polskiego prawa gwarantującego dostęp do informacji publicznej.

Niewątpliwie Autor słusznie podkreśla jakościową zmianę w polityce informacyjnej jaką przyniosły nowe media, w tym media społecznościowe. Już w pierwszym rozdziale Doktorant wskazuje na pozytywne i negatywne (choć oba nieuniknione) skutki wykorzystania Internetu przez jednostki Policji zarówno w komunikacji zewnętrznej jak i wewnętrznej. Trudno jednak zgodzić się z twierdzeniem, że: *Polityka informacyjna do końca XX wieku była terminem zastrzeżonym dla instytucji, ewentualnie osób publicznych....* Obecnie, zaś , jak dowodzi Autor, każdy może uprawiać swoją osobistą politykę informacyjną w mediach społecznościowych. Przede wszystkim politykę informacyjną prowadziło od dawna wiele organizacji społecznych o zasięgu krajowym i globalnym, partie polityczne, grupy obywateli, grupy etniczne, wyznaniowe i wiele innych, korzystających z dostępnych kanałów komunikacyjnych, nie tylko mediów masowych. Nowe media, otworzyły nowe możliwości dla wielu podmiotów w zakresie informacji, a także udostępniły wiele nowych form komunikowania instytucjonalnego i społecznego. Trudno jednak indywidualne działania osób na Facebooku, Instagramie czy Twitterze nazwać politykę informacyjną , nie taki jest bowiem cel tych przekazów. Przekazy takie składają się na działania wizerunkowe, ale funkcjonują na innych zasadach niż te zarezerwowane dla *public relations* instytucji publicznych czy organizacji społecznych.

Polityka wizerunkowa pozostaje jedną z najistotniejszych kategorii w kontekście przedmiotu badawczego niniejszej pracy. Rozważania definicyjne i teoretyczne przeprowadzone przez Autora będą miały wpływ na dalszą refleksję, szczególnie tą związaną z analizą działań Policji w procesie realizacji zadań PR. Niezmiernie ważne są zatem teoretyczne modele dotyczące *public relations.* Autor słusznie zakłada, że nie ma polityki wizerunkowej bez rzetelnej polityki informacyjnej. Nie trudno także zgodzić się z twierdzeniem, że polityka wizerunkowa nie zależy wyłącznie od podmiotu, który ją realizuje. Każda instytucja publiczna, szczególnie tak istotna społecznie jak Policja wymaga długofalowej strategii PR, w tym także rozwiązań na wypadek kryzysu. Strategia taka musi

uwzględniać wszystkie czynniki wpływające za wizerunek i tym samym wynikać z głębokiej analizy otoczenia. Autor przytacza liczne definicje *public relations*, w tym definicję J. Olędzkiego, w której uwypuklona jest rola relacji podmiotu z otoczeniem. Refleksję teoretyczną zawartą w ocenianej pracy wzmocniłoby niewątpliwie wykorzystanie pracy Krystyny Wojcik, prekursorki naukowej perspektywy dla PR w Polsce, pt. *Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem* (2005). Brakuje bowiem w dysertacji sprecyzowania wszystkich zidentyfikowanych elementów otoczenia Policji. Elementy te z pewnością ulegały ewolucji w ciągu kilkunastu lat wraz ze zmianą społeczną, polityczną, kulturową, obyczajową, ekonomiczną czy technologiczną. Autor skoncentrował się przede wszystkim na dwóch przestrzeniach otoczenia zewnętrznego Policji, to znaczy społeczeństwie i mediach. Szerokie zdefiniowanie otoczenia ułatwiłoby odpowiedź na stawiane pytania badawcze. Relacje Policji ze społeczeństwem to szerokie spektrum różnych grup społecznych o zróżnicowanych poglądach na funkcjonowanie państwa w zakresie takich kwestii jak demokracja, tolerancja czy prawa człowieka. Obywatele nie oceniają wizerunku Policji wyłącznie w kontekście efektywności w wykrywaniu sprawców przestępstw, nieudanych działań operacyjnych czy interwencji na drogach. Na politykę wizerunkową Policji wpływają relacje z polityką i politykami, agentami rządowymi i parlamentarnymi, sektorem edukacyjnym, oświatą, biznesem, organizacjami społecznymi i charytatywnymi, samorządami, instytucjami i organizacjami pomocy społecznej, instytucjami kultury, innymi służbami krajowymi i zagranicznymi, służbami specjalnymi, takimi instytucjami jak: sądy, prokuratura, adwokatura, komornicy i wiele innych. Wszystkie te elementy otoczenia wchodzą w relacje z formacją, wpływając na jej wizerunek, a i Policja musi uwzględniać niejednokrotnie trudne do pogodzenia interesy otoczenia. Działania Policji w relacjach z otoczeniem są w znacznej mierze skodyfikowane i sformalizowane, niemniej strategia PR wymaga rozważenia wszystkich możliwych okoliczności i zależności. Wnikliwa analiza otoczenia, w tym jego politycznego elementu, może stanowić podstawę do badania strategii i działań w kontekście pytania: Czy Policja powinna dbać o wizerunek i jak powinien być kształtowany? Działania Policji w Polsce mającej cele *public relations* wykorzystują często zasady związane z budowaniem społecznej odpowiedzialności w postaci akcji edukacyjnych, popularyzatorskich i prewencyjnych. W okresie 1999-2015 było ich wiele. Wystarczy wymienić np. akcje komend wojewódzkich i miejskich, wydziałów ruchu drogowego czy prewencji organizujących szeroko zakrojone akcje promujące bezpieczeństwo czy znajomość zasad ruchu drogowego wśród dzieci i młodzieży . Podobne akcje dotyczyły przeciwdziałania narkotykom czy alkoholizmowi. Akcje te na szczeblu wojewódzkim były organizowane wspólnie z instytucjami i organizacjami

społecznymi z otoczenia Policji i miały (i mają) znaczenie dla wizerunku i należy je uwzględnić w analizie polityki wizerunkowej i polityki PR Policji.

W rozdziale drugim Autor koncentruje się na uwarunkowaniach regulacyjnych i praktyce działalności informacyjnej i medialnej w jednostkach Policji w okresie badawczym. Szczegółowo przedstawia zmiany systemowe w samej formacji. W rozdziale tym największą wartość poznawczą stanowią opisy i analizy komunikacji wewnętrznej, zarządzania, instytucji rzecznika prasowego i wdrażania polityki informacyjno-wizerunkowej a także relacji Policji z mediami. Analiza formalna , normatywna i etyczna funkcjonowania rzeczników prasowych przedstawiona przez Autora może być wykorzystana dla dalszych badań polityki informacyjnej po 2015 roku. Pozytywne wzorce wypracowane przez pierwszych rzeczników, rzetelnie analizowane przez Doktoranta, niestety nie są kontynuowane.

Najciekawszy i jednocześnie wartościowy poznawczo pozostaje rozdział trzeci poświęcony realizacji zadań Policji w zakresie polityki informacyjnej i wizerunkowej w latach 1999-2015. Rozdział ten zawiera bogaty materiał faktograficzny, choć analizy w nim zawarte dotyczą jedynie relacji Policja – społeczeństwo oraz Policja--media. Autor poświęca sporo miejsca rozważaniom systemowym na temat mediów i zawodu dziennikarza. Jak wspomniano powyżej w ocenie działań dziennikarskich w pracy dominuje pewien subiektywizm związany z doświadczeniami zawodowymi Doktoranta. Niemniej praca w tej części zawiera opisy wielu konkretnych przypadków, rekonstrukcję procesów formowania się służb prasowych i rzeczników. Budowa struktur, formuły i koncepcji komunikacji zewnętrznej Policji była związana z pracą znakomitych ekspertów i doradców. Szczegółowe przypadki relacji z mediami stanowią cenny materiał badawczy. Autor zwraca także uwagę na porażki informacyjne służb prasowych, błędy, bądź działania z założeń nie trafione. Prowadzi Go to do analizy sytuacji kryzysowych, zarządzania kryzysem w Policji i refleksji nad konsekwencjami zarówno kryzysów, jak i ich rozwiązywania na poziomie PR. W pracy pojawia się, zaproponowany przez Autora, katalog sytuacji, które z istoty działań formacji mogą tworzyć lub uaktywniać kryzys. Katalog ten jest niewątpliwie otwarty a współczesne wydarzenia z udziałem Policji z pewnością sprawią, że zostanie uzupełniony przez przyszłych badaczy. Wybór przez Doktoranta przypadków do analizy ma charakter autorski, i należy uznać jego prawo decyzji. Choć, zdaniem recenzenta, brakuje tu kilku głośnych spraw, w których zawiodły działania operacyjne co pogrąża wizerunkowo Policję. Miedzy innymi sprawy zabójstwa Krzysztofa Olewnika. Na głębszą analizę zasługuje także, jedynie wzmiankowana, sprawa zabójstwa generała Marka Papały. Niemniej przedstawione przez Autora przypadki i

ich analiza z punktu widzenia zarządzania kryzysem, wskazują na wielowymiarowość tego typu zarządzania w Policji, wciąż niedoskonałych procedur, presji zewnętrznych i znaczenia tak zwanego czynnika ludzkiego.

Ostatni rozdział pracy zawiera autorski projekt badawczy Doktoranta, o którym już wspominano w części poświęconej narzędziom metodologicznym zastosowanym w pracy. Wszystkie analizy przeprowadzone przez Autora, wyniki badań ośrodków badania opinii publicznej, badań własnych, analiza regulacji i ich zastosowań oraz studia konkretnych procedur i działań Policji doprowadziły Autora do podjęcia próby identyfikacji czynników wpływających na wizerunek Policji w społeczeństwie. Zostało zaproponowanych 21 czynników o zróżnicowanej wadze. Autor zastosował próbę hierarchizacji tych czynników biorąc pod uwagę statystyki oraz wyniki badań własnych i badań referowanych. Hierachizacja to może budzić polemikę w zetknięciu z obecnym wizerunkiem Policji i czynnikami, które wpłynęły na społeczny odbiór Policji w 2021 roku. Nie może jednak to być zarzutem gdyż propozycja Autora wynika z analiz formacji w innych latach. Potwierdza to jedynie tezę o konieczności budowania systemu w kategoriach ustrojowych zapewniającego społeczną akceptacje dla działań formacji zapewniającej bezpieczeństwo a jednocześnie posiadającej środki represyjne. Proponowany zestaw należy traktować jako otwarty, niemniej może być bardzo użyteczny dla dalszych studiów. Identyfikacja warunków upływających na wizerunek Policji może prowadzić do stworzenia optymalnego modelu polityk informacyjnej i wizerunkowej w ujęciu normatywnym, etycznym i operacyjnym.

Na zakończenie należy stwierdzić, iż mino przedstawionych powyżej pewnych zastrzeżeń Autor podjął udaną próbę odpowiedzi na pytania badawcze, które postawił. Analizy badań, aktów prawnych, strategii, polityk czy konkretnych działań kierownictwa Policji oraz jej jednostek stworzyły obraz wielu uwarunkowań budowania polityki informacyjnej i wizerunkowej tej formacji w Polsce.

Konkluzja końcowa

Sumując, uznaję rozprawę Pana Sebastiana Maja za odpowiadającą wymogom zawartym *w art. 13. ust. 1 ustawy o stopniach i tytule naukowym oraz stopniach i tytule naukowym w zakresie sztuki* z dnia 14 marca 2003 r. i wnoszę o dopuszczenie Doktoranta do dalszych etapów postępowania w przewodzie doktorskim.

Prof. UŚ. dr hab. Krystyna Doktorowicz

Uniwersytet Śląski