

Tomasz Hoffmann

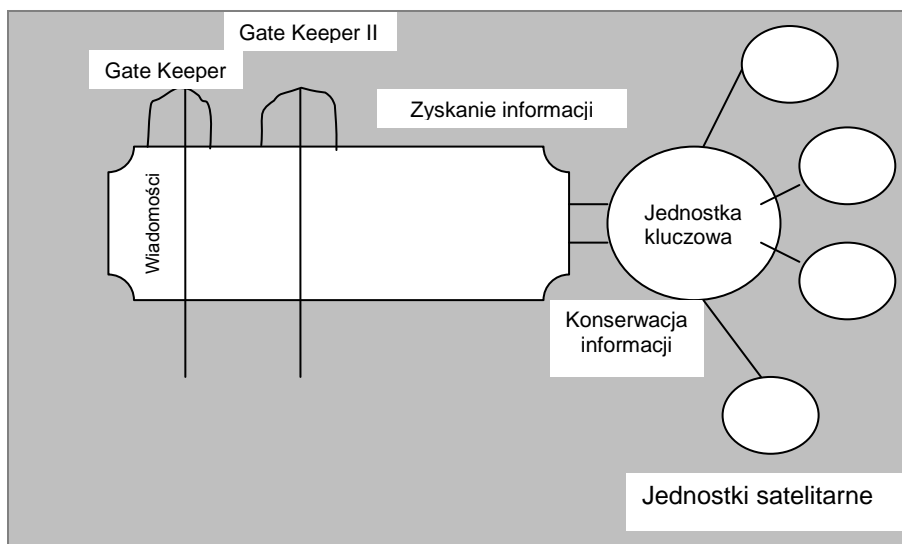
Komunikacja wewnętrzna w policji

Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla Bezpieczeństwa nr 1, 123-145

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



Rysunek nr 2. Model topologiczny Lewina.

Źródło: T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu.*, Warszawa – Kraków 1999, s. 129.

Gate-keeperów obarczył Lewin odpowiedzialnością za treść i formę komunikatów. Ich rola polegać miała na selekcji olbrzymiej liczby napływających informacji, a następnie na ich obróbce, tj. skróceniu, rozszerzeniu lub zmodyfikowaniu. Badacz zwrócił uwagę, że znaczna część informacji nie jest wykorzystywana. Zostają one „konserwowane” i trafiają między innymi do archiwów.¹³ Kolejnym modelem komunikowania stosowanym w komunikacji wewnętrznej, jest model dwóch etapów komunikowania.

Jest to bez wątpienia jeden z najbardziej znanych modeli stosowanych w obszarze nauki o komunikowaniu. Stworzono go w oparciu o studia empiryczne,¹⁴ na początku lat czterdziestych.¹⁵ Ostatnim z modeli stosowanym w komunikacji wewnętrznej jest model dwustopniowego przepływu informacji. Model ten opierał się na kilku podstawowych założeniach:

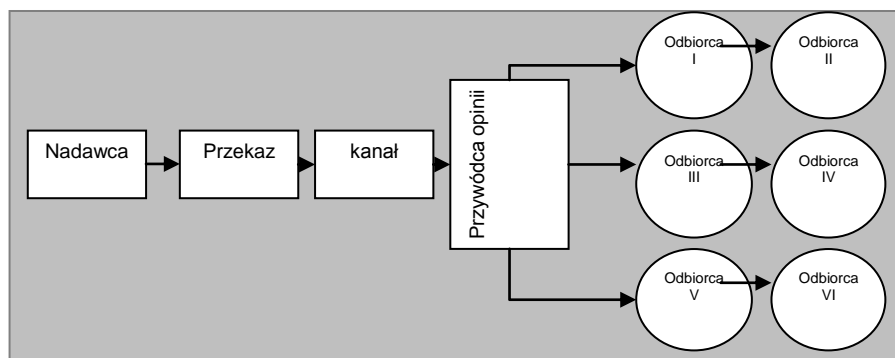
- jednostki nie są zatowizowane i wyizolowane w społeczeństwie, ale wręcz przeciwnie, tworzą one różne grupy pierwotne i wtórne
- media nie wpływają na jednostki w sposób bezpośredni ale ich wpływ jest mediatyzowany przez relacje społeczne
- w społecznościach lokalnych występują pewne jednostki, które korzystają z mediów w znacznie wyższym stopniu niż inne, pełnią rolę liderów opinii filtrujących przekazy przed transmisją ich do pozostałych członków danej społeczności¹⁶.

¹³ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu.* Warszawa – Kraków 1999, s. 131

¹⁴ Prowadzone przez Lazarsfelda, Berelsona i Gaudeta

¹⁵ W. Pisarek: op. cit., s. 39

¹⁶ Ibidem: s. 155



Rysunek nr 3. **Model dwustopniowego przepływu informacji**

Źródło: T.Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa – Kraków 1999, s.136

Przedstawione modele są charakterystyczne dla komunikacji wewnętrznej w danej organizacji. W Policji nie ma jednoznacznie określonego modelu, który zostałby implementowany w celu realizacji komunikacji wewnętrznej. Można co najwyżej wspomnieć o funkcjonowaniu modelu mieszanego, a więc łączącego w sobie modele przepływu informacji. Wdrażany w poszczególnych jednostkach policji mieszany model determinuje potrzeby samych policjantów w kwestii potrzeb komunikacyjnych. Każdy policjant chce się komunikować w swoim naturalnym języku używając go w relacjach z pracodawcą. Można zatem stwierdzić że komunikowanie wewnętrzne w Policji jest elementem niezbędnym dla sprawnego funkcjonowania całej organizacji. Podkreślenia wymaga fakt że wśród specjalistów *public relations* znane jest powiedzenie, że „PR zaczyna się w domu”. Działania skierowane do pracowników, w tym policjantów pracujących w komendach, komisariatach czy innych jednostkach, określane są terminem „wewnętrznych *public relations*” lub „komunikacji wewnętrznej”. To sami pracownicy a w tym przypadku policjanci decydują o sukcesie komendy, komisariatu, a z drugiej strony są oni jej ambasadorami w otoczeniu zewnętrznym. Oceniając sytuację wyjściową w zakresie wewnętrznych *public relations*, warto znaleźć odpowiedź na następujące pytania:

- kim są odbiorcy działań policji?;
- co wiedzą i myślą o swojej firmie?;
- jak widzą komunikację wewnętrzną i czego od niej oczekują?;
- na jakie źródła i nadawców informacji mogą liczyć?;
- jakie kanały komunikowania już istnieją i jak są wykorzystywane?;
- jakie treści i formy komunikatów istniały dotychczas?;
- co można jeszcze poprawić?¹⁷

Zakłada się, że w procesie oddziaływania na pracownika przedsiębiorstwa w tym policjanta, należy uwzględnić przede wszystkim takie czynniki zwane potrzebami socjalnymi, jak:

¹⁷ W. Budzyński: *Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku*. Warszawa 2008, s. 147

- przynależność do określonej grupy społecznej;
- osiąganie wartościowych celów;
- zaspokajanie własnych ambicji;
- bycie akceptowanym przez innych;
- bezpieczeństwo;
- samorealizacja w twórczej formie.

Sytuacja, do których dąży się, tworząc model komunikacji wewnętrznej, to osiągnięcie warunków pozytywnej relacji pracodawca–pracownik. Można, zatem założyć że podstawowymi cechami charakteryzującymi te relacje będą:

- zaufanie i pewność;
- rzetelna dwukierunkowa informacja;
- satysfakcjonująca pozycja pracownika;
- perspektywa kontynuacji pracy w firmie;
- przyjazne otoczenie;
- wiara w sukces realizowanych przedsięwzięć;
- optymistyczne spojrzenie w przyszłość.¹⁸

Reasumując stosowany mieszany model komunikacji wewnętrznej oraz potrzeby poszczególnych pracowników są istotnym elementem funkcjonowania policji jako formacji porządkowej. Wydaje się że bez wypracowanego modelu komunikowania a także samego procesu komunikacji między policjantami trudno było by realizować założone przez ustawodawcę funkcje i zadania policji. W tym kontekście należy przyjąć że wypracowany model komunikowania w Policji jest najbardziej adekwatny dla tej służby. Oczywiście w praktyce wymaga on wielu korekt, jednak póki co nie dokonano istotnych zmian w komunikacji wewnętrznej wskazując między innymi na specyfikę pracy policjantów.

2. Komunikacja wewnętrzna w Policji

Jak już wcześniej wspomiano powołana Policja po 1990 roku jest instytucją bardzo silnie zcentralizowaną a zarazem zhierarchizowaną. W poszczególnych jednostkach policji zatrudniane są trzy kategorie pracowników:

- policjanci;
- pracownicy i urzędnicy Korpusu Służby cywilnej;¹⁹
- pracownicy typowo cywilny²⁰

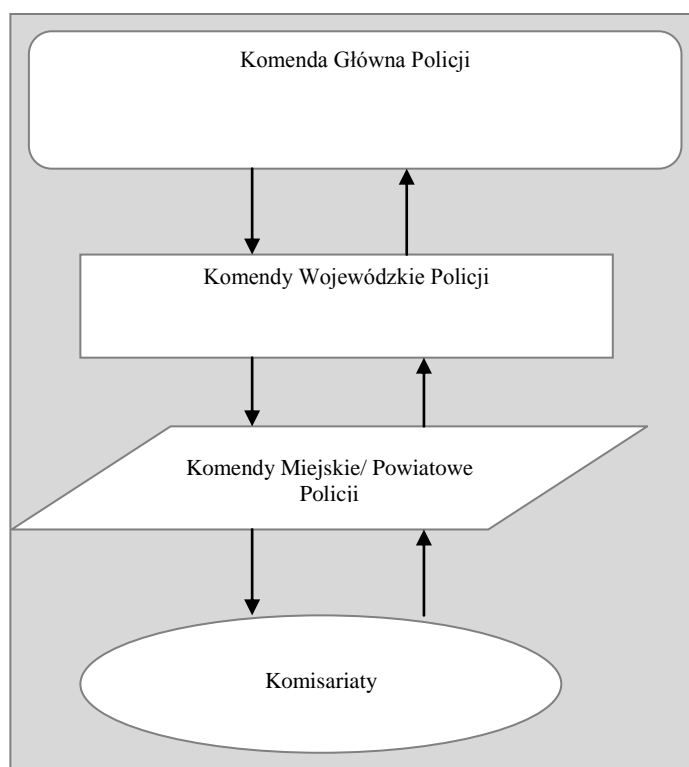
W związku z taką strukturą organizacyjną komunikacja w Policji przebiega na wielu poziomach a przepływ informacji pomiędzy poszczególnymi jednostkami i służbami ma niezwykle istotne znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania danej organizacji.²¹ Pionowy schemat przepływu informacji pomiędzy jednostkami policji przedstawia się następująco:

¹⁸ Ibidem: s. 148

¹⁹ Pełnią oni funkcje wspomagające

²⁰ Należą do nich sekretarki, pomoc techniczna, konserwatorzy, sprzątaczkę itp.

²¹ A. Zembrzuska: *Public relations w działaniach Policji*. Olsztyn 2006, s. 22. Materiał powielany



Rysunek nr 4. Pionowy schemat przepływu informacji w Policji na różnych szczeblach zarządzania

Źródło: A. Zembrzuska: *Public relations w działaniach Policji*. Olsztyn 2006, s. 22, Materiał powielany

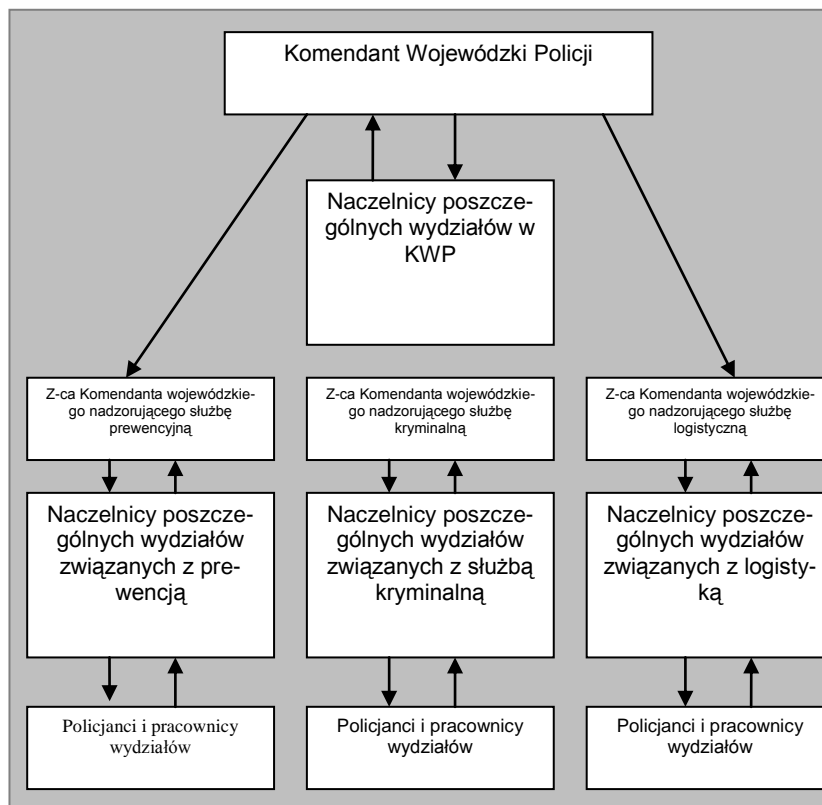
Jak można zauważyć, pionowy schemat przepływu informacji polega na wysyłaniu i zarazem przyjmowaniu poszczególnych przekazów przez Komendę Główną do Komed Wojewódzkich, Miejskich, powiatowych i komisariatów oraz na odwrót, a więc od komisariatów aż do Komendy Głównej Policji.

Przekaz taki obarczony jest jednak statystycznym błędem. Jak wskazują przeprowadzone przez wielu naukowców badania z zakresu komunikacji wewnętrznej, informacja wychodząca z najwyższego szczebla dociera na najniższy szczebel już zniekształcona. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku kierowania informacji z najmniejszego szczebla zarządzania do najwyższego. W związku z powyższym w policji stosuje się coraz to nowsze metody komunikowania pionowego, które oparte są na wykorzystaniu środków elektronicznych bazujących na wymianie plików cyfrowych itp. Problemem jest jednak w takiej sytuacji fakt, czy dana informacja na pewno dotarła do adresata, czy osoba mająca dostęp do komputera zapoznała się z treścią informacji.

Ponadto podobnie kształtuje się sytuacja w wydawaniem i zarazem wysyłaniem za pośrednictwem środków elektronicznych poleceń służbowych, rozkazów czy innych komunikatów wewnętrznych o charakterze podstawowym. W tym przypadku zawodzą przepisy prawne, które nie regulują wprost sytuacji

związane z opatrywaniem takich komunikatów bezpiecznym podpisem elektronicznym.

Problem ten występuje także w administracji innych służb, bowiem często przy wysyłaniu tego typu informacji, powstaje zagadnienie prawne, czy w ten sposób wysyłany komunikat mający charakter władczy jest wiążący dla adresata. Trudno o jednoznaczną odpowiedź w tej kwestii bowiem każdy komunikat wymaga indywidualnego podejścia i zastosowania innych instrumentów czy to prawnych czy informatycznych. Podobne problemy występują w tzw. pionowym systemie przepływu informacji w poszczególnych jednostkach policji.



Rysunek nr 5. Pionowy przepływ informacji w Komendzie Wojewódzkiej Policji

Źródło: A. Zembruska: *Public relations w działaniach Policji*. Olsztyn 2006, s. 23, Materiał powielany

Podstawowymi celami strategicznymi komunikacji wewnętrznej w Policji jest osiągnięcie:

- pełnej identyfikacji z firmą;
- wzmocnienia odpowiedzialności wszystkich pracowników za firmę;
- wzrostu efektywności działań całej załogi.

Przedstawiając problem bardziej szczegółowo, zadania komunikacji wewnętrznej w Policji można podzielić na długo- i krótkofalowe. Zadania długofalowe to między innymi:

- usprawienie komunikacji wewnątrz firmy i osiągnięcie pozytywnej relacji między pracodawcą a pracownikiem opartej na dwukierunkowym przepływie rzetelnych informacji;
- osiągnięcie pełnej identyfikacji pracowników z firmą, wzbudzenie ich zaufania dla decyzji i polityki kierownictwa i perspektywy pracy przez stworzenie przyjaznego otoczenia;
- wzmocnienie odpowiedzialności wszystkich pracowników za powodzenie przedsiębiorstwa jako całości oraz wiary w sukces wspólnie realizowanego przedsięwzięcia;
- kształtowanie postawy lojalności pracowników względem pracodawcy i solidarności względem współpracowników;
- popieranie pracy zespołowej,
- osiągnięcie wzrostu efektywności działań całej załogi przez system kształcenia i dokonalenia pracowników w zakresie PR przez pracodawcę,
- stworzenie pozytywnego nastawienia pracowników do kierownictwa firmy.²²

Zadania szczegółowe komunikacji wewnętrznej to między innymi:

- opracowanie programu komunikacji wewnętrznej;
- nadzorowanie rozdysponowania budżetu na realizację programu;
- przygotowanie wydawnictw wewnętrznych;
- organizacja wewnętrznych imprez;
- opieka nad tablicą ogłoszeń;
- zarządzanie system informacji wewnętrznej w firmie;
- analiza bazy badanych pracowników;
- nadzorowanie korespondencji;
- organizacja spotkań załogi z zarządem;
- badanie opinii o firmie wśród pracowników;
- organizacja konkursów dla pracowników i rekreacji;
- wprowadzenie systemu identyfikatorów wewnętrznych;
- opracowanie systemu informowania pracowników o sytuacji kryzysowej;
- wdrażanie systemów motywacyjnych dla pracowników.²³

Realizacja wdrażanych zadań następuje poprzez wdrożenie właściwych technik komunikacji wewnętrznej. Najczęściej stosowane techniki komunikacji wewnętrznej w Policji to:

²² W. Budzyński: *Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku*. Warszawa 2008, s. 148

²³ *Ibidem*: s. 149

- obrady w tym cykliczne odprawy;
- intranet;
- poczta elektroniczna;
- tablice ogłoszeń;
- przemówienia do załogi;
- wizyty przełożonych.²⁴

W Policji najczęściej stosowaną formą obrad jest odprawa. Jest to spotkanie przełożonego z podwładnymi w celu wzajemnej wymiany informacji i wydania przez przełożonego poleceń. Odprawy są formą obrad mniejszej liczby ludzi, najczęściej pracowników tej samej komórki organizacyjnej bądź tej samej komórki zajmującej się daną sprawą. Są one bardzo często stosowane w Policji, często codziennie. Czas trwania odpraw jest dość krótki a sam przebieg ma charakter typowo roboczy. Odprawy są najczęściej organizowane w pomieszczeniu zajmowanym przez danego kierownika danej komórki organizacyjnej. Stąd można mieć wrażenie że większa przestrzeń gabinetów przełożonych to nie tylko element powierzchni ale także swoista sfera komunikacyjna.²⁵

W przypadku większej ilości uczestników odprawy są organizowane w specjalnie do tego przeznaczonych dużych pomieszczeniach. Policjaci podkreślają że ważna jest sama forma prowadzenia odprawy.²⁶ W szczególności to na kierownictwie spoczywa ciężar określenia jasnego celu odprawy. Sposób jego wypowiedzania się winien nie tylko nie zniechęcać ale wręcz zachęcać do zabierania głosu. O ile teoretyczne założenia są prawidłowe, w praktyce na odprawach policyjnych, to przełożony posiada głos. Często wiąże się to z jednostronnym przekazem a więc sformułowaniem komunikatu i skierowaniem go do pracowników (policjantów). Nie są przyjmowane w zasadzie żadne uwagi czy nawet postulaty. To niestety negatywne zjawisko jakie dotyka polską policję. Przełożeni usprawiedliwiają taką formę działania tym iż Policja stanowi organizację porządkową w której panują „stosunki feudalne”.²⁷ Prawidłowo przeprowadzona odprawa koncentruje się jednak na tym że policjanci mogą a wręcz powinni zadawać pytania.²⁸ Z kolei prowadzący powinien zadbać aby wszyscy którzy są zainteresowani daną kwestią mieli możliwość wypowiedzenia się. Zdarzają się przypadki że w Policji mają miejsce odprawy na których przełożony ma tendencje do „gadulstwa”. Niestety, na to zjawisko nie mają wpływu sami policjanci co z kolei negatywnie wpływa na jej wizerunek.

W trakcie odprawy przełożony stawia dość często swym współpracownikom zadania. W trakcie tej czynności zadania te powinny być sformułowane prostym, zrozumiałym językiem dla osób które mają je wykonać. Niestety, w praktyce nie zawsze tak jest.²⁹ Z punktu widzenia partycypacyjno-innowacyjnego najkorzystniejsze są takie sytuacje, w których przełożeni w sposób jasny przedstawiają swoim podwładnym zadania, stawiają do ich dyspozycji środki

²⁴ Ibidem: s. 150

²⁵ A. Potocki: *Instrumenty komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie*, Warszawa 2008, s. 82

²⁶ Na podstawie wywiadu przeprowadzonego z policjantami KMP Poznań, 03.02.2011

²⁷ Na podstawie wywiadu przeprowadzonego z policjantami KMP Poznań, 03.02.2011

²⁸ Zob. Szerzej: A. Potocki: *Instrumenty komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie*. Warszawa 2008, s. 82

²⁹ Na podstawie wywiadu przeprowadzonego z policjantami KMP Poznań, 03.02.2011

umożliwiający realizację zadań, a także pewną dowolność w sposobie wykonania owych zadań. Z kolei forma przekazywania zadań powinna być na tyle precyzyjna i jasna aby w przypadku powstania wątpliwości, policjanci mogli je wyjaśniać na bieżąco z swoimi przełożonymi.

Wydaje się że codziennej pracy policjantów, w tym przypadku uczestnictwa w odprawach największą trudność dla przełożonych sprawia znalezienie odpowiednich pojęć dla wyrażenia ich intencji. W tym kontekście nie powinno się używać pojęć ogólnych, niedookreślonych, abstrakcyjnych. Największym błędem zatem popełnianym na odprawach policyjnych jest nieużywanie przez przełożonych słów jednoznacznych. Z przeprowadzonych przez autora niniejszej pracy wywiadów wynika, że policjanci twierdzą, iż używanie pojęć niedookreślonych, sloganów przez ich przełożonych jest przykładem „ich debilizmu” a także świadectwem tego, że przełożeni sami nie rozumieją danego zadania.³⁰

Policjanci podkreślają, że prowadzenie odpraw nie może mieć charakteru natarczywego przekonywania podwładnych o czymś, zmuszając ich do określonego zachowania. Przykładem może być sytuacja w jednej z komend, w której na odprawie naczelnik wydziału stwierdził, że policjanci mają karać za wszystkie wykroczenia mandatami. Na uwagę jednego z policjantów, który stwierdził, iż zgodnie z prawem policjant może pouczyć sprawcę, kiedy czyn ma znikomą szkodliwość, naczelnik stwierdził, że jeżeli chce dalej pracować w Policji to musi stosować się do jego poleceń.³¹

To typowy przykład jednostronnej komunikacji, a także zmuszanie do określonego zachowania. Niestety, w policji takich sytuacji jest wiele. Nie chodzi tylko o mandaty. Często na odprawach porusza się sprawy finansowe, w ramach których naczelnicy informują potencjalnych pracowników, ile mogą w miesiącu wydać na paliwo czy sprzęt biurowy. To z kolei rodzi elementy niedorzeczności czy wręcz patologii, bowiem w jaki sposób policja ma dobrze funkcjonować, dbając jednocześnie o wizerunek, kiedy nie ma środków na dojazd autem na interwencje. W takich przypadkach społeczeństwo nie postrzega tego typu zachowań pozytywnie i wręcz nie przyjmuje żadnych usprawiedliwień. Po części oczywiście ma rację, jednak co może w takiej sytuacji zrobić zwykły policjant?

Zdarzają się odprawy, na których przedmiotem dialogu są problemy funkcjonowania danej jednostki organizacyjnej w dłuższym horyzoncie czasowym. Wtedy celowe staje się utrwalanie jej przebiegu. Także celowe jest, aby pracownicy mogli zgłaszać propozycje pewnych usprawnień, które powinny być zanotowane w protokole bądź w inny sposób udokumentowane. To jest jedyna droga do odejścia od anonimowości i do przejścia do upodmiotowienia pracowników w danej organizacji w tym policji. Z kolei jeżeli celem odprawy ma być decyzja przełożonego oparta na zbiorowym rozpoznaniu danego problemu, kierownik czyli przełożony winien zapewnić możliwość wypowiedzania się wszystkim pracownikom i zarazem demokratyczną formę samego faktu podejmowania decyzji. W pracy policji różnie z tym jednak bywa. Biorąc pod uwagę opinie policjantów można przyjąć że takie sytuacje są naprawdę rzadkie. Obrady, odprawy są z reguły bardzo mocno scentralizowane, co prowadzi do sytuacji, że mają one charakter jednostronnego przekazu formułowanego przez

³⁰ Na podstawie wywiadu przeprowadzonego z policjantami KMP Poznań, 03.02.2011

³¹ *Policja kończy z grzecznością. Mandat za wszystko*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 09.10.2010, s. 2

przełożonych bez możliwości zgłaszania uwag. Z kolei jeżeli takie uwagi istnieją, często są pomijane jako mało znaczące bądź wręcz nieważne.³²

Kolejną formą komunikacji wewnętrznej w policji jest intranet. Intranet to sieć wewnątrzzakładowa ograniczona do osób z zewnątrz. W policji umożliwia ona błyskawiczny kontakt i zarazem dostęp do wszelkiego rodzaju informacji. Ponadto jest kanałem dystrybucji wydawnictw firmowych³³ w formie elektronicznej. Dodatkowo intranet zapewnia proces komunikowania się przełożonych z pracownikami, zawiera różnego rodzaju tzw. „przypominacze” o różnych ważnych wydarzeniach, a także umożliwia potencjalnemu policjantowi dostęp spoza stanowiska pracy w ramach rozwiązań mobilnych.³⁴ Drugim obok intranetu kanałem komunikowania się jest poczta elektroniczna. Umożliwia ona selektywne dotarcie do każdego pracownika. Policjant ma obowiązek codziennie rano wywołać swoją pocztę i zapoznać się z nią. Poczta elektroniczna jest zintegrowana z intranetem.

Kolejnym elementem komunikacji wewnętrznej w policji są tablice ogłoszeń. Na tablicy umieszcza się różne informacje, począwszy od ważnych komunikatów, przez wycinki prasowe aż po rubrykę Hyde Park. Tablice są zazwyczaj o ile pozwalają na to możliwości lokalowe rozmieszczone w kilku strategicznych punktach jednostki. Zazwyczaj za ich redakcję, umieszczanie informacji odpowiedzialna jest jedna osoba. Tablice takie oprócz tego że stanowią element komunikacji wewnętrznej stanowią także w pewnym sensie komunikat dla osób z zewnątrz, które zmuszone są załatwiać swoje problemy w jednostce policji.

Innym rodzajem komunikacji wewnętrznej w policji są przemówienia oficerów najczęściej z Komendy Głównej Policji do pracowników, potencjalnych policjantów. Często mają one miejsce w związku z nadzwyczajnymi wydarzeniami, które wymagają zajęcia pewnego określonego stanowiska, ponadto są organizowane w czasie ważnych świąt narodowych, czy święta policji. Różnie są one odbierane przez samych policjantów. Co niektórzy uważają, że takie przemówienia eksponują tylko pozytywne aspekty służby. Oficerowie z KGP nie znają specyfiki pracy w małych lokalnych jednostkach, zatem ich przekaz nie zawsze trafia wprost na podatny grunt. Ponadto w takich przemówieniach brakuje dość często oceny racjonalnej sytuacji policji, jej systemu finansowanego, systemu nagradzania, motywowania itp. W większości przemówienia mają charakter bardzo ogólny.³⁵

Wreszcie dość typowym dla policji trybem komunikacji są wizyty przełożonych. W zanadru mają one zwiększyć poczucie wspólnoty, bezpieczeństwa i odpowiedzialności.³⁶ W praktyce niestety często koncentrują się na „wytykaniu” błędów potencjalnym funkcjonariuszom czy wręcz ich karaniu. W większości sprowadzają się one do przeprowadzenia gruntownej inspekcji danej jednostki. Za wielce niepoważne są uważane inspekcje na których przełożony obraża czy w inny sposób deprecjonuje policjanta.

³² Na podstawie wywiadu przeprowadzonego z policjantami KMP Poznań, 03.02.2011

³³ Chodzi tu o miesięcznik „Policja” wydawany również w formie elektronicznej, czy „Gazetę Policyjną” bądź wewnątrzzakładowe biuletyny.

³⁴ Szerzej: A. Potocki: *Instrumenty komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie*. Warszawa 2008.

³⁵ Na podstawie wywiadu przeprowadzonego z policjantami KMP Poznań, 03.02.2011

³⁶ W. Budzyński: *Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku*. Warszawa 2008, s. 151

Reasumując, można stwierdzić, że komunikacja wewnętrzna policji nie stanowi jej mocnej strony. W wypowiedziach policjantów zdarzają się nawet opinie, że taki rodzaj komunikacji w ogóle nie istnieje. Wydaje się że jest to jednak przesada. Z drugiej strony w przekonaniu autora należy poczynić wiele starań, aby komunikację wewnętrzną bardziej uefektywnić, zwiększyć jej znaczenie dla potencjalnych pracowników, stosować ją w każdej możliwej sytuacji. Tylko dzięki radykalnym działaniom w zakresie zmian w komunikacji wewnętrznej, można mieć nadzieję że wizerunek policji ulegnie zmianie czyli mówiąc lapidarnie polepszy się.

3. W szczególności o *image* powinna dbać policja w sytuacji, kiedy możliwości finansowe państwa są skromne i zmniejsza się środki na funkcjonowanie resortu spraw wewnętrznych. Zatem podejmowanie działań w celu poprawienia komunikacji wewnętrznej, która bezpośrednio wpływa na poprawę wizerunku policji może dać pozytywny odźwięk społeczny i wpłynąć pośrednio na poprawę jej funkcjonowania w danym środowisku pracy. Szkolenia kadry kierowniczej w dziedzinie komunikacji

Zgodnie z przepisami ustawy³⁷ o Policji „mianowanie lub powołanie na stanowisko służbowe jest uzależnione od posiadanego przez policjanta wykształcenia, uzyskania określonych kwalifikacji zawodowych, a także stażu służby w Policji.” Warunkiem uzyskania kwalifikacji zawodowych niezbędnych do mianowania na wyższe stanowisko służbowe jest ukończenie przez policjanta:

- szkolenia zawodowego podstawowego;
- szkolenia zawodowego dla absolwentów szkół wyższych;
- Wyższej Szkoły Policji.³⁸

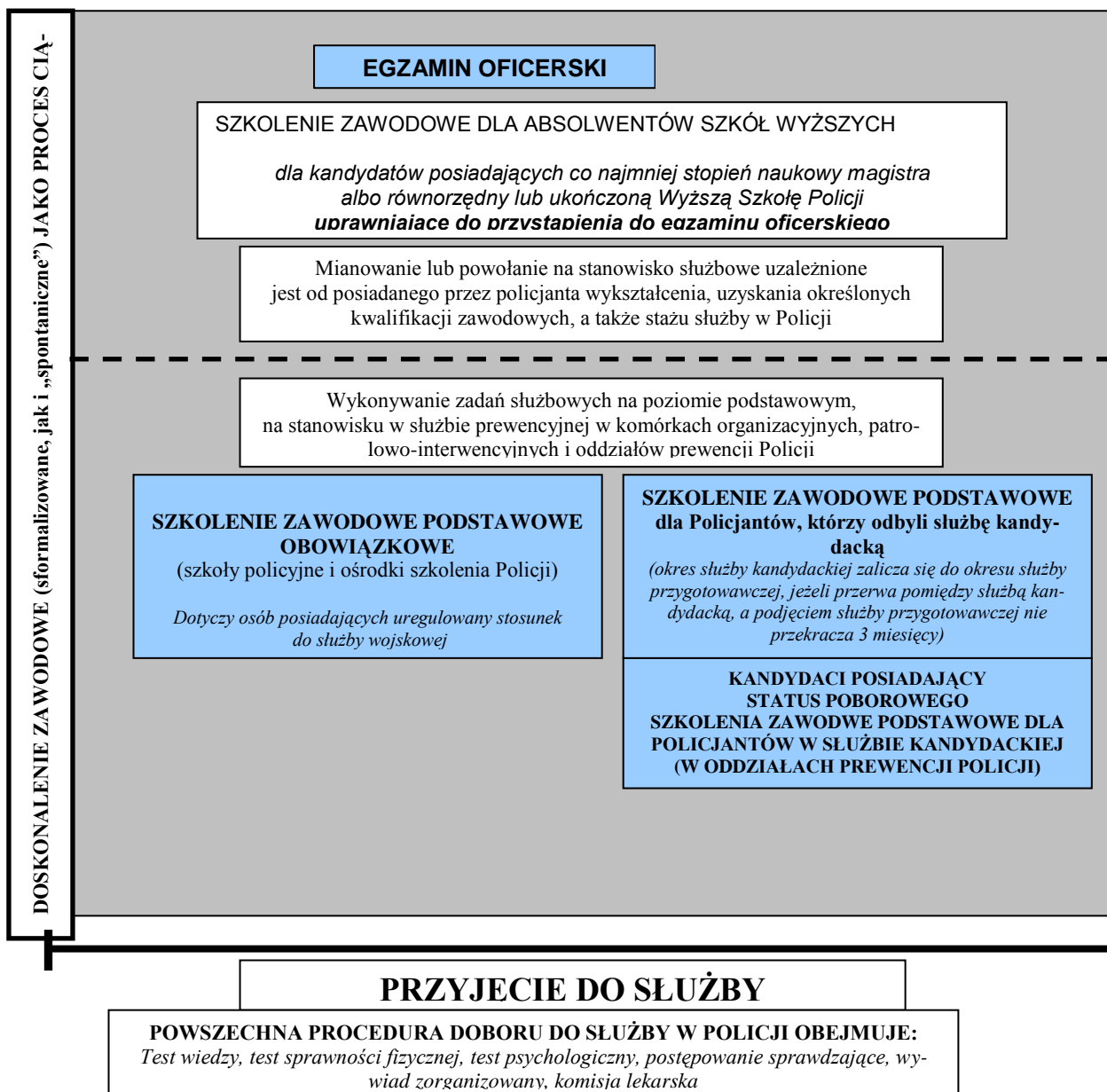
4. Zadania z obszaru szkolenia i doskonalenia zawodowego w jednostkach Policji realizują: Komenda Główna Policji, szkoły policyjne oraz komendy wojewódzkie (Stołeczna) Policji i podległe im jednostki oraz komórki organizacyjne, w tym zwłaszcza ośrodki szkolenia Policji.³⁹ Obowiązujący system szkolenia i doskonalenia zawodowego policjantów przedstawia poniższy schemat.

³⁷ Art. 34 ust 1 Ustawy z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji, Dz. U. z 2007, Nr 43 poz. 277.

³⁸ Art. 34 ust 3 Ustawy z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji.

³⁹ Zob. *Strategia szkolnictwa policyjnego na lata 2007-2009*, Komenda Główna Policji, Biuro Kadr i Szkoleń, Warszawa, kwiecień 2007, s.11.

ZAKOŃCZENIE SŁUŻBY



PRZYJECIE DO SŁUŻBY

POWSZECHNA PROCEDURA DOBORU DO SŁUŻBY W POLICJI OBEJMUJE:
Test wiedzy, test sprawności fizycznej, test psychologiczny, postępowanie sprawdzające, wywiad zorganizowany, komisja lekarska

Schemat nr 1. Model kształcenia zawodowego w Policji (ujęcie podmiotowe)

Źródło: *Mobilność edukacyjna i zawodowa osób bezpośrednio związanych z bezpieczeństwem w województwie opolskim*. Opole 2007, s. 20⁴⁰

Strategia Szkolnictwa Policyjnego na lata 2007-2009 opracowana przez Komendę Główną Policji w kwietniu 2007 roku nakładała na Komendy Wojewódzkie Policji — jako jednostki odpowiedzialne za wdrażanie polityki doskonalenia zawodowego — obowiązek wdrożenia działań zmierzających do dostosowania oferty edukacyjno-szkoleniowej do stale zmieniających się potrzeb organizacji oraz oczekiwań policjantów i pracowników Policji.

W chwili obecnej kwestię szkoleń zawodowych oraz doskonalenia zawodowego w Policji reguluje Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 19 czerwca 2007 r. w sprawie szczegółowych warunków odbywania szkoleń zawodowych oraz doskonalenia zawodowego w Policji⁴¹. Zgodnie z ww. rozporządzeniem szkolenie zawodowe policjantów odbywa się w dwóch formach jako:

- szkolenie zawodowe podstawowe;
- szkolenie zawodowe dla absolwentów szkół wyższych.

Natomiast doskonalenie zawodowe policjantów organizowane jest jako:

- doskonalenie centralne — przez szkoły policyjne i WSPol.;
- doskonalenie lokalne — przez jednostki organizacyjne Policji lub komórki organizacyjne tych jednostek;
- doskonalenie zewnętrzne — przez podmioty pozapolicyjne.⁴²

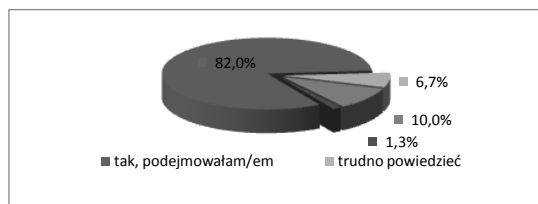
Obecnie policjantów kieruje się na kursy w ramach doskonalenia zawodowego mające na celu uzupełnienie wiedzy i wyposażenie policjantów w specyficzne umiejętności zawodowe niezbędne do wykonywania zadań i czynności, a także uzyskanie dodatkowych uprawnień, w tym instruktorskich. Na ww. szkolenia delegowani są pracownicy na podstawie imiennego wykazu zapotrzebowania na szkolenia w ramach doskonalenia zawodowego sporządzonego w oparciu o zaistniałe potrzeby jednostek Policji. W przypadku szkoleń policjanci w zasadzie sami decydują o swojej przyszłości, podejmując dość często szkolenia bądź studia we własnym zakresie. Z przeprowadzonych badań wśród Policjantów KMP w Poznaniu wynika, że 82% ankietowanych podejmuje samodzielnie różnego rodzaju szkolenia czy studia, 10 % badanych nie podejmowało żadnych prób podwyższenia swoich kompetencji, 6,7% stwierdziło że trudno powiedzieć a 1,3% nie udzieliło żadnej wiążącej odpowiedzi.

Wykres nr 1. Próby podejmowania samodzielnych działań w kierunku podniesienia własnych kwalifikacji

⁴⁰ Zob. też: *Strategia szkolnictwa policyjnego na lata 2007-2009*. Komenda Główna Policji, Biuro Kadr i Szkoleń, Warszawa, kwiecień 2007, s. 18

⁴¹ Dz. U. Nr 126, poz. 877

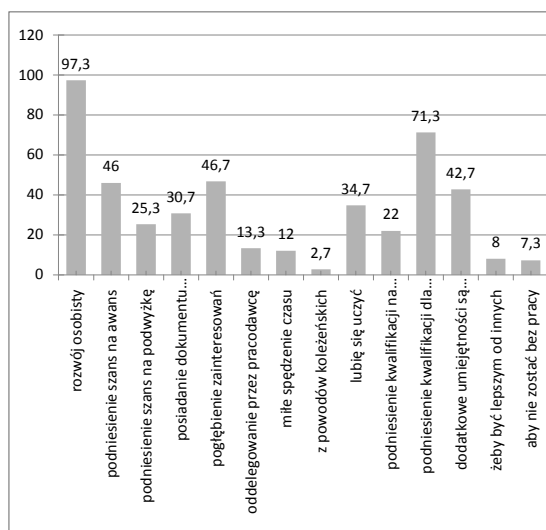
⁴² Dz. U. Nr 126, poz. 877



Źródło: Na podstawie wywiadów przeprowadzonych z policjantami KMP Poznań, 04.02.2011

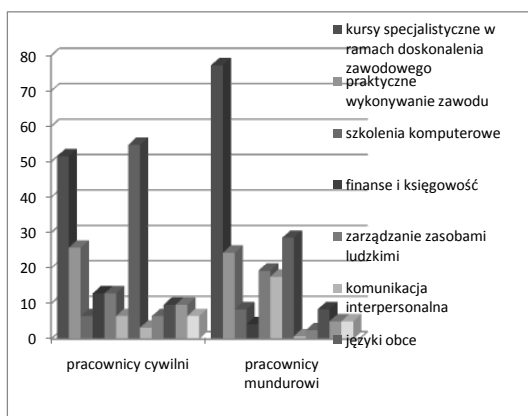
W przypadku pytania dotyczącego powodów podjęcia szkoleń i studiów 97,3% policjantów wskazywało na „rozwój osobisty”, następnie na „podniesienie kwalifikacji dla własnej korzyści” 71,3%. Pozostałe wybory, w granicach 30-50% wskazywały na podniesienie szans na awans 46% i samą przyjemność z nauki 34,7. Stosunkowo mała grupa policjantów deklarowała, że podejmuje wysiłek edukacyjny, bo obawia się utraty pracy.

Wykres 2 Powody udziału w szkoleniach i studiach



Źródło: Na podstawie wywiadów przeprowadzonych z policjantami KMP Poznania, 04.02.2011.

Zdecydowana większość badanych policjantów wskazała na udział w bezpłatnych formach, organizowanych przez pracodawcę a jednocześnie, co trzeci informował, że brał udział w szkoleniach bezpłatnych organizowanych przez inne instytucje szkoleniowe. W kursach płatnych, organizowanych przez inne instytucje szkoleniowe wzięło udział 18% badanych policjantów. Tematykę szkoleń dodatkowych przedstawia poniższy wykres.



Wykres 3. Tematyka szkoleń dodatkowych zrealizowanych w przeciągu ostatnich 24 miesięcy a charakter pracy w jednostkach organizacyjnych Policji

Źródło: Na podstawie wywiadów przeprowadzonych z policjantami KMP Poznań, 04.02.2011.

Bez względu na charakter zatrudnienia dominują różnorodne szkolenia specjalistyczne w ramach doskonalenia zawodowego. Wyjątkowo duże wartości osiągają też kursy językowe. Najczęściej wymienianym, wyodrębnionym językiem, stał się język angielski.

Również dość istotne stały się kursy z zakresu komunikacji. Policjanci szczególnie szczebla kierowniczego podejmowali studia podyplomowe z zakresu Public Relations w organizacjach mundurowych. W Poznaniu prekursorem w realizacji takich szkoleń była Akademia Ekonomiczna. Przeprowadziła ona łącznie dwanaście edycji studiów podyplomowych z zakresu efektywnego komunikowania się.

Policjanci uczestniczący w przedmiotowych studiach podyplomowych wyrażali opinię, że studia owe były prowadzone na dość wysokim poziomie merytorycznym a nabyta przez nich wiedza zostanie wykorzystana w codziennej pracy. Inicjatywa Akademii Ekonomicznej została przyjęta ze zrozumieniem i życzliwością policjantów. Praktycznie w studiach uczestniczyli policjanci z całej Polski, co może świadczyć o tym że rzeczywiście poziom studiów podyplomowych z zakresu komunikowania był na wysokim poziomie.

Powstaje jednak w przekonaniu autora wątpliwość czy rzeczywiście te osoby wykorzystują nabytą wiedzę w praktyce. Z poczynionych obserwacji przez

policjantów, z Komendy Miejskiej Policji wynika, że naczelnicy, którzy kończyli tego typu studia, nie stosują jednak nabytej wiedzy w praktyce.

Można, zatem stwierdzić, że nie dobrze to świadczy o ich postawie i zaangażowaniu. Z kolei w ich opinii eksponowany jest fakt, że w policji jako strukturze umundurowanej nie da się wprowadzić pewnych idei, które są normalnie wdrażane w przedsiębiorstwach komercyjnych. Mimo pewnych negatywnych tendencji wydaje się, że potrzeba prowadzenia tego typu studiów czy szkoleń dla policjantów jest jak najbardziej uzasadniona. W przekonaniu autora brakuje jednak typowych szkoleń interpersonalnych dla zwykłych policjantów. Zdarza się że po szkoleniu podstawowym osoby podejmujące pracę na stałe nie posiadają umiejętności komunikacyjnych. Zatem ten fakt należałoby zmienić stosując system szkoleń nakierowany na komunikowanie się, integrację czy kwestie, erystyki, ewentualnie komunikacji interpersonalnej.

Póki co władze poszczególnych jednostek nie dostrzegają problemu. Sytuacja ta winna ulec zmianie zwłaszcza że Polskę czekają dwa wydarzenia, w których zaangażowanie policji będzie dość zasadnicze. Chodzi o rozpoczynającą się Prezydencję Unii Europejskiej w czerwcu 2011 roku a także EURO 2012. Ponadto należałoby pomyśleć o szkoleniach językowych, które mogą znacznie ułatwić pracę policji w tych napiętych okresach.

5. Przygotowanie Policji na otwarte kontakty z mediami

Kierownictwo policji początkowo obawiało się, że cedowanie przez rzecznika jego kompetencji na wielu pracowników może spowodować bałagan informacyjny. Szybko jednak okazało się, że bezpośrednie kontakty poszczególnych policjantów z dziennikarzami przynoszą pozytywny rezultat. Zapewniały to jasno ustalone „reguły gry”: upoważnieni policjanci informowali rzecznika o kontakcie z dziennikarzem post factum – by umożliwić obserwowanie i recenzowanie efektu prasowego, mogli się wypowiadać wyłącznie na tematy dotyczącego zakresu ich działań w policji, mieli obowiązek mówienia wyłącznie prawdy i zachowania tajemnic śledztwa czy dochodzenia, mogli oczywiście konsultować się z rzecznikiem przed udzieleniem dziennikarzowi informacji lub zwrócić się o jego asystę podczas spotkania z przedstawicielem mediów.

Z tych konsultacji korzystali rzadko, ponieważ zwykle poznali wcześniej dziennikarzy, którzy się do nich zwracali. W przypadku, kiedy uznali za konieczne żądanie autoryzacji wypowiedzi odbywała się ona zwykle z udziałem Rzecznika prasowego. Taki sposób współpracy z mediami powodował przewidziane konsekwencje wewnątrz policji. Osoby występujące w mediach chętnie opowiadały o trybie kontaktów z dziennikarzami, były recenzowane przez kolegów – na tym tle wypowiedzi rzecznika dla mediów, zwłaszcza w sytuacjach trudnych były komentowane przez duże grono osób, które miały pewne doświadczenie w kontaktach z dziennikarzami i wpływały na opinię innych.

Działania na rzecz budowania nowoczesnego systemu komunikacji wewnętrznej, znaczenie lobbingu, komunikacja antykryzysowa etc. zaczęły być dla wielu policjantów zrozumiałe i były przedmiotem ich fascynacji. Istotne było wprowadzenie komunikacji wewnętrznej na „poziom techniczny”. Z kolei dyskusje na temat technik public relations zaczęły być uzupełniane analizą przypadków w innych jednostkach policji. Policja polska na szczeblu centralnym dysponuje dość

rozbudowanym działem ds. kontaktów z mediami, ponadto funkcjonuje rzecznik policji, którego kompetencje jasno określił Komendant Główny. Podobnie, jeśli chodzi o komendy wojewódzkie, tam również działają rzecznicy prasowi. Niestety brakuje ich w komisariatach, czy innych jednostkach policji. To powoduje że o ile jednostki szczebla centralnego i regionalnego są przygotowane na kontakty z mediami o tyle na poziomie lokalnym nie ma żadnego przygotowania do kontaktów z mediami. Stąd polityka policji jest taka, że w przypadku jakiegokolwiek publicznej wypowiedzi o zdanie jest proszony rzecznik komendanta wojewódzkiego. Osoba ta jest zazwyczaj przeszkolona, wie jak umiejętnie i zarazem kompetentnie udzielać informacji a także współpracować z mediami. Na tym poziomie policja jest przygotowana do kontaktów z mediami.

6. Audyt komunikacyjny jako narzędzie rozpoznawania potencjalnych zagrożeń w Policji.

Termin audyt wywodzi się z języka łacińskiego, gdzie *audire* oznacza: *słyszeć, słuchać, przesłuchiwać, badać*⁴³, a *auditus* oznacza: *przesłuchanie*.⁴⁴ W słownikach języka angielskiego i francuskiego, szczególnie w starszych wydaniach, słowo audytor występuje w znaczeniu *słuchacz*, ewentualnie *rewident ksiąg*. Można przyjąć, że w języku polskim audyt, a zwłaszcza audyt zewnętrzny oznacza badanie ksiąg rachunkowych, jest określany jako rewizja sprawozdań finansowych instytucji zobowiązanych do weryfikacji rachunkowości i sprawozdawczości finansowej. Natomiast pojęcie audytu wewnętrznego bywa niesłusznie utożsamiane z kontrolą wewnętrzną (w odróżnieniu od kontroli zewnętrznej, czyli dokonywanej przez osoby lub instytucje zewnętrzne wobec kontrolowanej instytucji). Zarówno pojęcie audytu zewnętrznego, jak i wewnętrznego nie ma jednak tak mocnego zabarwienia negatywnego, jakie charakteryzuje pojęcie kontroli.⁴⁵

Nawiązując do filozofii audytu — tradycyjne nastawienie audytu zakłada podejście w oparciu o transakcje/operacje gospodarcze. Przy takim podejściu audytor stara się zidentyfikować grupę/klasę operacji, które następnie poddaje szczegółowemu badaniu.

Oznacza to, że przykłada się w tym podejściu wagę do zbadania możliwie dużej ilości takich transakcji bez szczegółowej analizy systemów kontroli, w jakich operacje te są realizowane. Nastawienie takie z konieczności rodzi potrzebę bardzo wnikliwej i niekiedy żmudnej oraz bardzo powtarzalnej pracy. Nieznajomość systemów kontroli wewnętrznej powodowała, że ustalenia błędów czy nieprawidłowości rzadko prowadziły do wartościowych, opartych na analizie przyczyn i skutków rekomendacji. Od kilku lat to tradycyjne podejście zaczyna przegrywać z audytem przeprowadzanym w oparciu o systemy, ukierunkowanym raczej na usprawnienie działań organizacji, niż na wskazanie nieprawidłowości.

Ta widoczna ewolucja w podejściu została wymuszona kilkoma czynnikami. Po pierwsze, ocena systemu przeprowadzona na początku audytu pozwala na znaczącą oszczędność czasu w fazie testów szczegółowych, a dzięki temu można zmniejszyć koszty audytu. Po drugie, wyzwania ery informacyjnej kładą nacisk na niematerialne zasoby organizacji, a to z kolei rodzi konieczność zmiany nastawie-

⁴³B.R. Kuc, *Kontrola i audyt w sektorze publicznym – kierunki zmian*, wyd. PTM, Warszawa 2007, s.71

⁴⁴K. Winiarska, *Audyty wewnętrzne w 2007 roku – standardy międzynarodowe – regulacje krajowe*, wyd. Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2007, s.10

⁴⁵B.R. Kuc, *Kontrola i audyt w sektorze publicznym – kierunki zmian*, wyd. PTM, Warszawa 2007, s.71

nia audytu. Audyt taki zakłada dokonanie swoistego prześwietlenia działań organizacji w celu wyodrębnienia systemów.

Lista takich systemów powinna być kompletna, jasna oraz zawierać systemy w miarę możliwości rozłączne, tj. takie, których zakres się nie pokrywa. W koncepcji tej ogromny nacisk został położony na ocenę systemu kontroli wewnętrznej i dopiero od jej wyników uzależniony jest poziom testów szczegółowych. Niezależnie od tego czy zastosujemy koncepcję ukierunkowaną na transakcje czy też na systemy, można dokonywać wyboru przedmiotów (obiektów/obszarów) badania stosując intuicję, chronologiczną kolejność bądź też całkowitą dowolność.

Podejściu takiemu sprzeciwia się koncepcja prowadzenia audytu w oparciu o ryzyko. Metody wyboru w oparciu o analizę ryzyka są rozmaite. Łączy je jednak jedna wspólna cecha - mniejsza lub większa intuicyjność. Należy też pamiętać o tym, że rola, jaką przyjmie audyt wewnętrzny w danej organizacji zależy od jej stopnia rozwoju korporacyjnego, organizacyjnego oraz technologicznego⁴⁶. Audyt jest stosowany również w komunikacji wewnętrznej. Aneta Szymańska stwierdza: Komunikowanie wewnętrzne to jest proces przekazywania odbywający się wewnątrz instytucji odbywający się pomiędzy jej wszystkim członkami. Niezależnie od typu organizacji, jest ona podstawą integracji poszczególnych elementów firmy. Jak dowodzą audyty komunikacyjne, dobrze poinformowani pracownicy pracują dużo wydajniej – według niektórych nawet o 30%⁴⁷. Problem tylko w tym, że profesjonalistów zajmujących się na odpowiednim poziomie audytem komunikacyjnym jest w Polsce niewielu.

Wiąże się to z tym, że nawet bardzo zamożne polskie firmy rzadko zlecają przeprowadzenie takiego audytu uważając, że jest to wydatek zbędny. A te, które zdecydowały się na jego przeprowadzenie uznają najczęściej przedstawione opracowanie za materiał zawierający oczywistości, nie potrafią lub nie chcą wprowadzić w życie zaleceń audytora i uznają, że popełniły błąd zlecając taką ocenę. Tymczasem w krajach zachodnich do audytu komunikacyjnego przywiązuje się ogromną wagę i docenia znaczenie PR w zarządzaniu organizacją⁴⁸.

Bibliografia

- W. Pisarek: *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Warszawa 2008
 T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu.*, Warszawa – Kraków 1999
 W. Budzyński, *Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku*, Warszawa 2008
 A. Zembruska, *Public relations w działaniach Policji*, Olsztyn 2006 powielany.
 A. Potocki, *Instrumenty komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie*, Warszawa 2008
Policja kończy z grzecznością. Mandat za wszystko, Gazeta Wyborcza z dnia 09.10.2010
 Ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji, Dz. U. z 2007, Nr 43 poz. 277.

⁴⁶ Praktyczny Audytor Wewnętrzny. Witryna internetowa <http://www.audyt.net>, stan z dnia 18.01.2011.

⁴⁷ A. Szymańska, *Public Relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej*, Wrocław 2004, s. 124

⁴⁸ J.E. Grunig, Larisa A. Grunig, *Implications of the IABC Excellence study for PR Education*, (w:) *Journal of Communication Management*, vol. 7, no 1, 2002, s. 34.

Strategia szkolnictwa policyjnego na lata 2007-2009, Komenda Główna Policji, Biuro Kadr i Szkoleń, Warszawa, kwiecień 2007

Dz. U. Nr 126, poz. 877.

Dz. U. Nr 126, poz. 877.

B.R. Kuc, *Kontrola i audyt w sektorze publicznym– kierunki zmian*, wyd. PTM, Warszawa 2007

K. Winiarska, *Audyt wewnętrzny w 2007 roku – standardy międzynarodowe – regulacje krajowe*, wyd. Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2007

<http://www.audyt.net>

A. Szymańska, *Public Relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej*, Wrocław 2004

J.E. Grunig, Larisa A. Grunig, *Implications of the IABC Excellence study for PR Education*, [w:] "Journal of Communication Management", vol. 7, no 1, 2002

Żanetta KACZMAREK
Akademia Medyczna we Wrocławiu

PEDAGOGIKA W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ — MIĘDZY INDUSTRIALIZACJĄ A DEZINDUSTRIALIZACJĄ

Streszczenie

Abstract

Public space is an interline notional category and, in result of transformation changes, it is also dynamic category. It means necessity of its perpetual study – to describe of changes – to forecast of results. Education studies social phenomenon in public space for many years, also in town space. However there are not reports about registering education in interline study of town problems. The phenomenon of industrialization and disindustrialization exerted mark on activity of towns in Poland. All of dimension of industrialization and disindustrialization we can find in appearance and activity of nearby Walbrzych. The mentioned below text is a contribution to deep educational consideration about activity of that town and its inhabitants.

Wprowadzenie

Przestrzeń publiczna jest kategorią interdyscyplinarną i dynamiczną. Bada ją wiele dziedzin nauki, stosując różną aparaturę pojęciową i metodologiczną. Dynamika zmian struktury przestrzeni publicznej oraz zjawisk jej towarzyszących jest tak duża, że wymaga badań ciągłych, wielopłaszczyznowych i interdyscyplinarnych. Przestrzeń publiczna to także teren badań dla pedagogiki. Pokusić się można nawet o stwierdzenie, iż badanie przestrzeni miast — to wezwanie dla współczesnej pedagogiki, to włączenie się w nurt, tak postulowanych w Europejskim Obszarze Szkolnictwa Wyższego, badań interdyscyplinarnych — holistycznych.

Niniejszy artykuł stanowi rozważania teoretyczne dotyczące takich pojęć kluczowych, jak: przestrzeń publiczna, przestrzeń miejska oraz miejsce miasta w badaniach wybranych nauk (filozofii, antropologii kultury, socjologii, geografii). Przyjmując założenie, że miasto to miejsce — to fizyczna lokacja z całą złożonością istniejących tam zjawisk społecznych, podjęłam próbę omówienia przestrzeni publicznej w kontekście pedagogiki miejsca. Miejsca te — miasta — w fazie industrializacji stanowiły niezwykle ciekawy teren badań. Obecnie w fazie dezindustrializacji badania te o charakterze terenowym i etnograficznym zostały zaniedbane. Nie opisuje się zjawisk społecznych, zmiany sposobu życia mieszkańców, nowych autorów — twórców przestrzeni miejskiej, „przybytków konsumpcji” — które stały się nie tylko miejscem zakupów, ale wielofunkcyjną przestrzenią ludyczną.

A przecież przestrzeń jest społeczna, bo jest społecznie wytworzona i charakteryzują ją specyficzne rodzaje ludzkich wartości i zachowań. Ta teza upoważnia pedagogów do swoistej rekonstrukcji badań nad miastem, rekonstrukcji pojęciowej, metodologicznej, a co za tym idzie, do nowej refleksji nad życiem ludzi w mieście. Wydaje mi się, że ciekawym, wymagającym badań obszarem charakterystycznym

dla pojęcia między „industrializacją” a „dezindustrializacją” jest miasto Wałbrzych. Znaleźć tu możemy wszystkie obszary znamienne dla obu tych pojęć.

Pojęcie przestrzeni w literaturze przedmiotu — konfrontacja pojęć

W potocznym ujęciu przestrzeni jest tym wszystkim, co nas otacza: góry, las, morze, ludzie, budynki, zakłady pracy, szkoły, kluby i muzea. Trudno się z takim ujęciem nie zgodzić. Przestrzeń to określone terytorium: terytorium kontynentu, terytorium kraju, terytorium stanu, lokalu czy województwa, ale także terytorium gminy, miasta, wsi wraz z całym ludzkim wytworem dóbr tam się znajdujących. Przestrzeń to „mała ojczyzna” dla ludzi tam żyjących a skoro przyczynili się do zmiany struktury krajobrazu, to ich wspólnotowe działanie wytworzyło tzw. przestrzeń społeczną. W tej części artykułu będę starała się zdefiniować pojęcie „przestrzeni”, które ma nie tylko wiele znaczeń, ale i wiele konotacji. Rozpocznijmy od definicji „przestrzeni”, jako pojęcia nadrzędnego, po to, by dojść do innych kategorii tego pojęcia tj. przestrzeni społecznej, publicznej i edukacyjnej.

„Przestrzeń” jest pojęciem abstrakcyjnym, ale z drugiej strony materialnym. W dobie postmodernizmu „przestrzeń” coraz bardziej się rozszerza, a jej ograniczenia terytorialne w perspektywie globalnej tracą na ostrości. H. Lefebvre twierdzi, że „przestrzeń jest dla jednych wytworem historii, dla innych — różnych ludzkich działań, na przykład rolnictwa, rzemiosła, przemysłu. Inaczej mówiąc przestrzeń stanowi rezultat pracy i podziału pracy i w tym sensie jest miejscem ludzi oraz wyprodukowanych przez nich przedmiotów i rzeczy, które ją zajmują oraz podzespołów, wytworzonych, zobjektywizowanych zarazem, funkcjonalnych. Jest wreszcie obiektywizacją tego, co społeczne, a w konsekwencji tego, co duchowe (...). Przestrzeń jest intencjonalnym narzędziem polityki, którym manipuluje, chociaż intencje te mogą skrywać się za pozorną spójnością form przestrzennych”.¹ Przyjmijmy tę definicję jako grunt do dalszych rozważań na temat „przestrzeni”, aczkolwiek wtrącając teraz małą dygresję o charakterze psychologicznym. Otóż nasunęła mi się w tym momencie klasyczna definicja „myślenia”. Cóż to znaczy myśleć? Myśleć to znaczy w sposób właściwy dostrzegać, ujmować i interpretować związki i relacje istniejące w rzeczywistości (przestrzeni). Jeśli tak, to jak twierdzą wspomniani wyżej autorzy: „aby człowiek mógł spełniać swoje zadania musi również rozumieć relacje przestrzenne i budować z nich koncepcje przestrzenną”.² W literaturze spotkać możemy wiele rozważań na temat przestrzeni, poczynając od przestrzeni geometrycznej Euklidesa po metaforyczne jej ujęcie, w którym potocznie mówi się o pewnym: pierwszym, drugim, czy trzecim wymiarze rzeczywistości.

Przejdę jednak do wymiarów zupełnie realnych i do zdefiniowania pojęcia „przestrzeń społeczna”. Mówiąc o przestrzeni społecznej mamy na myśli:

- a) terytorium zamieszkane przez grupę społeczną o pewnych określonych cechach, która naznaczyła je w jakiś specyficzny sposób;
- b) miejsce wytworzone przez daną grupę społeczną, któremu wyznaczyła ona funkcję i nadała znaczenie.³

Przestrzeń, w której żyjemy została ukształtowana przez środowisko przyrodnicze (naturę), ale także przez ludzi. To ludzi zamieszkałych na danym terytorium charakteryzują specyficzne zachowania i czynności, to jednostki i grupy decydują o

¹ B. Jałowiecki, M. S. Szczepański: op. cit, s. 314

² Ibidem., s. 315

³ B. Jałowiecki, M.S. Szczepański: op. cit., s. 316

zakresie oddziaływań innych jednostek i grup w danej przestrzeni. Wówczas mówimy o przestrzeni publicznej. Zatem przestrzeń publiczna to miejsce dostępne powszechnie, to przestrzeń fizyczna, w której może znaleźć się każda jednostka, a więc: drogi, ulice, place, centra handlowe, kina, muzea, parki, ale i urząd miasta, gminy czy też sołtys we wsi. Przestrzeń publiczna określona jest przez punkty atrakcji czy też symbole.

Jak twierdzą znawczy przedmiotu⁴ w okresie przedprzemysłowym dominującym modelem wyznaczającym przestrzeń społeczną były: kościół, rynek, ratusz, zamek. W okresie przemysłowym zaś fabryka, dworzec kolejowy, blok mieszkalny, wieżowiec. Mówiąc o czasach współczesnych, mamy na myśli centra handlowe, parki przemysłowe czy Disneyland. Wszystko to wytworzyła ludzka myśl i czynność. Zatem w zależności od rodzaju aktywności wyróżnia się wiele klasyfikacji przestrzeni, np. produkcji, i konsumpcji, przestrzeń pracy, zamieszkania i odpoczynku, przestrzeń dnia codziennego, przestrzeń okazjonalna, czy też mistyczna przestrzeń przywoływana przez autorów Jałowieckiego i Szczepańskiego⁵ — przestrzeń dnia i nocy. Przestrzeni można nadać zatem pewną wartość aksjologiczną, a zatem kulturową. Od zarania wieków podstawą wyznaczania przestrzeni były kierunki świata: wschód — zachód, północ — południe, za którymi kryła się pewna mistyka.

Przestrzeń miejska jako przedmiot badań współczesnej nauki

„Przestrzeń” jest pojęciem interdyscyplinarnym i nie trudno to odkryć, chociażby przez tworzenie związków frazeologicznych, np.: „przestrzeń miejska”, „przestrzeń wiejska”, „przestrzeń społeczna”, „przestrzeń publiczna”, „przestrzeń bez granic”. Przyjąć zatem można, iż ogląd przestrzeni, czyli jej opis uwarunkowany jest perspektywą badawczą, z jej następstwami, a więc typem i zawartością treściową problemów badawczych oraz przyporządkowaną im aparaturą pojęciową i metodologiczną. Wszystko to rzutuje na opis przestrzeni, który począwszy od filozoficznej refleksji, „zakończyć się” może na oglądzie urbanistycznym, czy statystycznym.

Problemem opisu przestrzeni zajmuje się wiele dziedzin nauki, które można nazwać, iż są w coraz większym stopniu komplementarne. Przestrzeń jest przedmiotem badań urbanistyki, architektury, historii, filozofii kultury i antropologii kultury, ekonomii, geografii i statystyki. Stanowi także przedmiot badań socjologii, psychologii oraz wielu subdyscyplin pedagogiki ogólnej. W wymienionych naukach wskazać można wspólne i odrębne płaszczyzny badań nad przestrzenią społeczną. Przedmiotem naszych badań jest przestrzeń miasta, którą przeanalizujemy z punktu widzenia wymienionych nauk. Rozważania te będą miały charakter rekonstrukcyjny, konstrukcyjny i narracyjny, a wspólny ich mianownik to holistyczny ogląd przestrzeni miasta.

Problematyka przestrzeni publicznej w filozofii kultury.

Współczesna filozofia rozważa problematykę przestrzeni miejskich wiążąc je z takimi pojęciami jak: władza, rewolucja, transformacja, kultura (wielokulturowość,

⁴ Ibidem, s. 346

⁵ Ibidem, s. 317

transkulturowość), cywilizacja. E. Rewers⁶ wskazuje na trzy główne obszary badawcze istotne dla filozofów kultury:

- a) **postmodernistyczne koncepcje** badawcze, koncentrujące się na spontanicznie przebiegających procesach miejskich;
- b) **kosmopolityczne koncepcje** przestrzeni kulturowej, obejmują takie procesy, jak tożsamość miast i ich obywateli, procesy globalizacyjne, problem instytucji i badań ponadnarodowych;
- c) **postkolonialne koncepcje** badania przestrzeni kulturowych, przegląd i aktualizacja problematyki metropolii i ich wpływów i związków z obszarami peryferyjnymi.

Autorka ta z całą mocą podkreśla rolę filozofii kultury i jej zwrot „ku miastom” i dziejącymi się tam praktykami kulturowymi. W swoich pracach E. Rewers stosuje bardzo znamienne określenie „rzutowania filozofii na miasto”,⁷ które polega na opisywaniu miasta, fotografowaniu, opisywaniu przestrzeni transkulturowej (centra kulturowe, kultura dominująca, kultura mniejszości, enklawy kultury wysokiej, elitarniej, popularnej, tradycyjnej, narodowej, globalnej, czy lokalnej). Znanymi badaczami miast byli między innymi: J. Derrida 1989, P. Eisenman, L. Wittgenstein, V. Econ, H. Paetzold, H. Lefebvre oraz inni semiotycy architektury.⁸

Problematyka przestrzeni miejskiej jako przedmiot badań antropologii kultury

Z punktu widzenia antropologii kultury miasto jest przedmiotem badań interdyscyplinarnych, choć z zachowaniem antropologicznej refleksji nad problemami miasta a więc z specyficznym wyczuleniem na te, a nie inne aspekty rzeczywistości. Badania antropologiczne i kulturowe dotyczą „więzi łączących ludzi, znaczeń przez nich nadawanych i percypowanych w przestrzeni miejskiej, kształtowania jej mentalnego pejzażu oraz sposobów jej kulturowego użytkowania”.⁹

Warto wskazać, dokonując chociażby oglądu obszarów badań miasta dokonywanych przez antropologów kultury na ich prakseologiczny charakter, bliski przecież badaniom pedagogicznym. Wymienię kilka z nich:

- kulturowa inność (międzykulturowość, wielokulturowość, mniejszości religijne, mniejszości seksualne);
- kształtowanie tożsamości regionalnej i mobilność społeczna (małe „ojczyzny” – jako przedmiot badań pedagogiki społecznej);
- nurt badań semiotycznych, a więc język, znaki, obyczaje i ich znaczenie (wystarczy wspomnieć o badaniach dotyczących subkultur, czy analizy świata dziecięcego i tworzenia przyjaznej atmosfery dla jego rozwoju);
- nurt badań nad zjawiskiem „karnawalizacji”, czyli badania skupione nad analizą rozrywkowych ofert miasta (oferty rozrywkowe i ich odbiorcy, świątynie konsumpcji, lotniska, parki handlowe);

⁶ E. Rewers: *Miasto jako przedmiot badań filozofii kultury*, (w:) B. Jałowiecki (red): *Miasto jako przedmiot badań naukowych w początkach XXI wieku*. Warszawa 2008, s. 65

⁷ E. Rewers: op. cit., s. 69

⁸ Ibidem: s. 65-78

⁹ E. Sekuła: *Miasto jako przedmiot badań antropologii kultury*, (w:) B. Jałowiecki, (red.): *Miasto jako przedmiot badań naukowych w początkach XXI wieku*, Warszawa 2008, s. 79–87