

**Politie en publiek. Een onderzoek naar de communicatievormen tussen burgers en blauw** (2011). H.J.G. Beunders, M.D. Abraham, A.G. van Dijk en A.J.E. van Hoek (DSP-groep, Amsterdam / Erasmus Universiteit, Rotterdam). Politiewetenschap 54

### Onderzoeksvragen

1. Hoe heeft de relatie tussen de politie en het publiek zich de afgelopen decennia ontwikkeld?
2. In hoeverre is er bij de politie sprake van een gedeelde visie over de wijze waarop de relatie tussen politie en publiek verbeterd kan worden?
3. Wat voor soort communicatieactiviteiten gericht op het verbeteren van de relatie tussen politie en publiek vinden er regionaal plaats binnen de werkprocessen waarin informatie van burgers een belangrijke rol vervult?
4. Wat zijn de lessen die uit deze initiatieven geleerd kunnen worden?

### Methoden van onderzoek

- literatuurstudie
- documentenanalyse
- interviews met vertegenwoordigers van landelijke organisaties die een rol spelen bij de ontwikkeling van communicatiebeleid, politiechefs, korpschefs en communicatiechefs
- internetscan, een landelijke overzicht van sites op het gebied van opsporingsberichtgeving
- mediascan van het gebruik van nieuwe media in de communicatie met burgers in de vier korpsen

### Uitgevoerd in:

politieregio's: Amsterdam-Amstelland, Hollands Midden, Limburg-Noord en Twente

### Samenvatting

Een van de conclusies uit eerder onderzoek luidde dat overheden hebben geleerd de beeldvorming naar buiten niet aan de media te moeten overlaten, wat bijgedragen heeft aan een explosieve groei en professionalisering van (afdelingen en medewerkers) voorlichting en communicatie. Zo ook bij de politie.

Deze studie richt zich op de communicatie tussen politie en publiek, hoe die gestalte krijgt in korpsen en hoe dat van invloed is of kan zijn op de relatie met burgers. Het eerste deel bevat een historische beschouwing over de ICT-revolutie en veranderingen als gevolg daarvan in de relatie overheid-burger. Dit deel eindigt met een schets van het huidige landelijke communicatiebeleid van de korpsen ten aanzien van de relatie tussen politie en publiek. Geconcludeerd wordt dat dit sterk gestuurd wordt door de misvatting dat het imago van de politie door 'concerncommunicatie' van bovenaf gestuurd zou kunnen worden. Daardoor is er het afgelopen decennium te weinig oog geweest voor communicatie van de politiefunctionaris in direct contact met de burger.

In het tweede deel van de studie worden de inspanningen op lokaal niveau om de communicatie met burgers te verbeteren in kaart gebracht. Hierbij wordt ingezoomd op drie vitale werkdomeinen van de politie waarin het contact met burgers centraal staat: dat van de aangiftebenadering, de wijkagent ('kennen en gekend worden') en de opsporing. Dit levert een gevarieerd beeld op van meer of minder kleinschalige initiatieven, waarbij burgerparticipatie veelal het trefwoord is. Deze initiatieven worden met grote creativiteit en betrokkenheid op de werkvloer geïnitieerd en over het algemeen staan zij los van het landelijk beleid. Dit kan worden getypeerd als een 'laat duizend bloemen bloeien'-ontwikkeling waarbij opvalt dat de resultaten van al die communicatie-inspanningen en -initiatieven nauwelijks worden gemeten of gevolgd.

Een van de conclusies van deze studie is dat (ook) de politie ten aanzien van het publiek een gelijkwaardige, en soms zelfs afhankelijke, positie heeft gekregen. De bereidwilligheid van de burgers om de politie bij te staan leidt er toe dat de verticale gezagsverhouding van vroeger plaats heeft gemaakt voor een horizontale relatie die eerder te typeren is als een bondgenootschap: samen sterk voor een veiliger en leefbaarder samenleving. Dit vraagt mogelijk om een ander type politiefunctionaris.