

Szanowni Państwo

W trosce o profesjonalizm komunikacji społecznej realizowanej na wszystkich szczeblach policyjnej struktury, a także pozytywny wizerunek naszej formacji budowany codzienną służbą i pracą policjantów i pracowników, a także ze względu na konsekwencje służbowe jakie mogą wywołać działania naruszające przepisy bądź zasady etyki zawodowej i pojawiającymi się wątpliwościami w kwestii:

1. wykorzystywania umundurowania służbowego w prywatnych mediach społecznościowych, celem przekazania zagadnień związanych ze służbą w Policji bez wiedzy i zgody przełożonego,
2. reklamowania/ promowaniu w prywatnych mediach społecznościowych produktów i usług w sytuacji, gdy osoby obserwujące dane konto mają lub mogą mieć pełną świadomość, że osobą polecającą jest policjant,
3. realizowania polityki informacyjnej przez policjanta oddelegowanego do wykonywania zadań służbowych poza Policją w sposób niezgodny lub naruszający kompetencje określone w zarządzeniu nr 1204 Komendanta Głównego Policji z dnia 12 listopada 2007 r. w *sprawie form i metod działalności prasowo – informacyjnej w Policji* bez uzgadniania lub koordynowania przez służby informacyjne w Policji.

przedstawiam stanowisko Biura Prawnego KGP:

Ad. 1 Zasady używania umundurowania wynikają z rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 20 maja 2009 r. w *sprawie umundurowania policjantów* oraz z rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 18 października 2023 r. w *sprawie części munduru policyjnego, których używanie jest dozwolone*. Ww. przepisy w żaden sposób nie regulują zasad umundurowania służbowego upoważniające do jego wykorzystywania w ramach publikowania postów w prywatnych mediach społecznościowych, nawet jeśli tematyka publikacji w jakikolwiek sposób nawiązuje do spraw związanych z Policją, bezpieczeństwem wewnętrznym czy profilaktyką. Takie zachowania wywołujące u odbiorcy przekonanie, że prezentowane treści są oficjalnym stanowiskiem Policji są nadużyciem wizerunku służbowego i jako naruszenie zasad etyki zawodowej Policjanta mogą stanowić podstawę wszczęcia postępowania dyscyplinarnego.

Ad. 2 Reklamowanie i rekomendowanie konkretnych produktów w mediach społecznościowych, dokonywane regularnie w odniesieniu do konkretnej marki lub rodzaju produktu może skłaniać do uznania, iż jest ono odpłatne, nawet wówczas, gdy odpłata ma charakter rzeczowy, a nie finansowy. Jednak niezbędnym jest odróżnienie sytuacji, w której policjant rekomenduje jakiś produkt w sposób spontaniczny, jednorazowy, odnosząc się do dokonanego zakupu towaru lub usługi, oceniając nie jakość, od podejmowania działań krypto lub nawet wprost reklamowych. trzeba też mieć na względzie, iż nie zawsze odbiorcy mogą mieć świadomość, że osoba reklamująca/ rekomendująca jest policjantem. Dlatego każdy przypadek winien być rozpatrywany indywidualnie. Niemniej jednak bez względu na okoliczność policjant powinien powstrzymać się od komercyjnie podejmowanych działań promujących towary, produkty czy usługi gdyż takie zachowanie może zostać ocenione w kategoriach zdarzeń skutkujących zastosowaniem wobec policjanta art. 41 ust. 2 pkt 5 ustawy *o Policji*.

Ad. 3 W zakresie działalności informacyjnej, profilaktycznej i promocyjnej podejmowanej przez policjanta oddelegowanego do wykonywania zadań służbowych poza Policją, polegającej na udzieleniu informacji dot. Policji może dojść do naruszenia przepisów wewnętrznych Policji tj. zarządzenia nr 1204 Komendanta Głównego Policji z dnia 12 listopada 2007 r. w *sprawie form i metod działalności prasowo – informacyjnej w Policji*. Szczególny przypadek, uzasadniający takie działania może zachodzić w sytuacji, gdy instytucja, do której został oddelegowany funkcjonariusz posiada uprawnienia do podejmowania działań informacyjnych, promocyjnych czy profilaktycznych w zakresie zadań ustawowych Policji, zaś wykonywanie takich zadań w tej sytuacji zostało mu polecone. A zatem, pomimo, że policjant fizycznie pełni służbę w innym podmiocie (instytucji, urzędzie, etc.) faktycznie jest obowiązany do wykonywania tam zadań Policji.

Media społecznościowe są potężnym narzędziem, które może wspierać pozytywny wizerunek policjanta, ale niosą też ze sobą pewne ryzyka. Należy pamiętać, że internet pomimo swojej specyfiki i nieformalnego charakteru nie jest środowiskiem anonimowym. Dlatego zarówno policjant jak i pracownik powinien z rozwagą podejmować aktywność w internecie w sposób, który nie szkodzi ich wizerunkowi. Policjant musi ciągle mieć na uwadze to, czy jego postępowanie w sytuacjach związanych ze służbą jak i poza służbą jest zgodne z prawem oraz wartościami etycznymi.

Aktywność w sieci może wywołać niezamierzone konsekwencje. W związku z tym pamiętajmy, że wolność wyrażania swoich poglądów nie jest wolnością absolutną.