

Załoga w sieci na profilu zakładu

MEDIA | Gdy pracodawca wydaje podwładnemu polecenie założenia konta na portalu społecznościowym, a następnie wskazuje to jako narzędzie pracy zatrudnionego, nie da się oderwać tego fanpage'u od działalności firmy.

**KATARZYNA
GOSPODAROWICZ
WOJCIECH ZAJĄC**

Mejlowanie, tweetowanie czy postowanie, utrzymywanie dobrych relacji online z klientami to obecnie w niektórych branżach jedna z częściej spotykanych form świadczenia pracy. Co więcej, dla niektórych przedsiębiorców to wręcz konieczność. Swoją działalność wykonują bowiem wyłącznie lub w przeważającej części w świecie wirtualnym. Pracodawcy, którzy namawiają pracowników do zakładania kont na portalach społecznościowych i w ten sposób do reklamowania usług ich przedsiębiorstwa, powinni to zagadnienie wcześniej dokładnie przemyśleć.

Czy fani

Nawiązywanie kontaktów online z klientami jest bardzo ważne, ale nie wszyscy potrafią ochronić się na wypadek odejścia takiego zatrudnionego z pracy. Taki problem pojawił się w gazecie „New York Times”, z której zwolnił się bardzo znany dziennikarz. Za jednym kliknięciem do nowego pracodawcy odeszło z nim 750 tys. jego fanów z portalu społecznościowego. Na tym tle pojawiło się pytanie, do kogo ci fani należą – do dziennikarza czy może do gazety, dla której pisał? „NYT” poddał się szybko i wskazał, że fani należą do dziennikarza.

czepiają, zaczynają śledzić jego poczynania w pracy. Drugą, gdy szef poleca pracownikowi założenie konta na portalu społecznościowym i rozpoczęcie komunikowania się w ten sposób z klientami, kontrahentami lub wskazuje to jako narzędzie marketingowe do promowania działalności firmy.

To dwie różne sytuacje, które wpływają na ocenę, do kogo tak naprawdę ci późniejsi fani będą należeli. W pierwszym przypadku nie ma wątpliwości, że to działalność samego podwładnego przyciąga zainteresowanych, a jego profil ma charakter czysto prywatny. Gdy odejdzie z firmy, jego „znajomi” z portalu zapewne zostaną przy nim. W drugim przypadku nie jest już to tak ewidentne. Gdy pracodawca wydaje polecenie założenia konta na portalu społecznościowym, a następnie wskazuje to jako narzędzie pracy zatrudnionego, nie da się oderwać tego fanpage'u od działalności firmy.

Szef każe

Nie może być natomiast wątpliwości, że pracodawca może zlecić podwładnemu kontakto-

umowy o pracę (wyrok z 7 lutego 2007 r., I PK 221/06).

Dostęp, hasła i kodeks zachowań

Oczywiście aktywność na portalu musi pozostawać w związku z wykonywaną pracą, np. handlowca, specjalisty PR czy dziennikarza. W takiej sytuacji strony muszą uzgodnić, że skoro jest to narzędzie pracy zatrudnionego, pracodawca pozostaje właścicielem konta na portalu. To do niego będzie należała grupa kontaktów czy korespondencja zgromadzona na konkretnym profilu. Dobrze jest również, aby dysponował on dodatkowym dostępem do konta, gdy pracownik odmówi przekazania hasła lub kontakt z nim będzie utrudniony. Szef powinien też zapewnić sobie odpowiednie narzędzia pozwalające zapobiegać próbie złóżliwego wykasowania danych zgromadzonych na stworzonym profilu.

Uregulowanie, że pracownik działa służbowo, korzystając z Facebooka czy Twittera, a co za tym idzie – używa danych firmowych, pozwoli uniknąć problemów związanych z korzystaniem i posługiwaniem się w korespondencji logo czy nazwą pracodawcy. Ponieważ to jednak podwładny będzie mocno kojarzony z działalnością zatrudniającego, warto stworzyć zbiór zachowań (styl komunikowania się, używany język, zasady komentowania wydarzeń czy zakaz korzystania z firmowego konta w innych celach niż wykonywanie powierzonych zadań) w czasie kontaktu z klientami.

Nie przesadzać z krytyką

W przestrzeni wirtualnej swoboda wypowiedzi jest często nadużywana i może naruszać dobra osobiste pracodawcy lub osób trzecich. W takich okolicznościach niewłaściwe zachowanie podwładnego przysporzy szefowi więcej szkody niż standardowa działalność pracownicza, gdyż przesłana treść może trafić teoretycznie do nieograniczonej liczby odbiorców. Ponadto wirtualne działania pracownika mogą realnie wpływać na podjęcie przez pracodawcę decyzji o rozstaniu z nim. Sprawa ta często dotyczy negatywnych wypowiedzi na temat własnego miejsca pracy. Etatowiec ma prawo do krytyki popartej rzeczowymi argumentami, natomiast ostentacyjne kwestionowanie decyzji przy użyciu obraźliwych słów zamiast argumentów merytorycznych wykracza poza granice takiej oceny. Takiego zachowania pracownik nie usprawiedliwi twierdzeniem, że kierował się dobrem zakładu, gdyż odpowiedzialność za jego funkcjonowanie i związane z tym ryzyko ponosi pracodawca. Tak uznał SN w wyroku z 23 września 2004 r. (I PK 487/03).

Często zdarza się też, że negatywna aktywność pracowników w internecie narusza dobra osobiste oraz dane innych zatrudnionych przez pracodawcę, np. przełożonych tych pracowników.

• ZDANIEM AUTORA

Wojciech Zajac

radca prawny, partner
w Kancelarii Prawnej Schampera,
Dubis, Zajac (SDZLEGAL
SCHINDHELM)



Jak widać, ilość problemów prawnych pojawiających się na styku nowych mediów społecznościowych i stosunków zatrudnienia jest ogromna. Prawo nie nadąża za szybkim postępem technologicznym, a rozstrzygnięcia pojawiających się zagadnień na podstawie przepisów, które tworzone w czasach, gdy takich mediów nie było, jest mocno utrudnione. W tej sytuacji należy liczyć na orzecznictwo sądowe – zarówno polskie, jak i wspólnotowe. ■

• Wirtualna aktywność nocą

Korzystanie z Facebooka po godzinach niesie też dla pracodawcy ryzyko uznania tych czynności za pracę nadliczbową związaną z koniecznością zapłaty podwładnemu stosownego wynagrodzenia i dodatku wypracowanego przez ten czas. Co do zasady praca w godzinach nadliczbowych powinna być wykonywana na polecenie pracodawcy.

W praktyce nie zawsze wiąże się to z wyraźnymi dyspozycjami przełożonego. SN w wyroku z 14 maja 1998 r. (I PKN 122/98) wskazał, że polecenie to można wydać w jakikolwiek sposób i wyrazić przez każde zachowanie przełożonego. Brak sprzeciwu zwierzchnika wobec wykonywania w jego obecności obowiązków przez zatrudnionego wolno zakwalifikować jako polecenie świadczenia pracy w nadgodzinach. Dopuszczalne jest wydanie go także w sposób dorozumiany. To stanowisko SN z wyroku z 26 maja 2000 r. (I PKN 667/99). Wskazał w nim, iż warunkiem przyjęcia dorozumianej zgody pracodawcy jest jego świadomość, że podwładny działa w nadgodzinach. Pozostaje jeszcze kwestia dowodowa. Przy aktywności pracownika na portalu społecznościowym po godzinach wykonywania obowiązków nie będzie trudno dowiedzieć, że praca była świadczona. Dorozumiane polecenie można natomiast wyprowadzić z tego, że przełożony, o ile jest wśród znajomych zatrudnionego, będzie obserwował wszystkie rodzaje aktywności pracownika. Jeśli nie zareaguje, można to uznać za dorozumianą zgodę.

Pracodawcy nie uratują również postanowienia regulaminu pracy uzależniające uznanie pracy po godzinach od wyraźnego polecenia. SN stwierdził bowiem, że uznaniu za pracę w nadgodzinach tej, którą pracodawca zlecił pracownikowi i godził się na jej wykonywanie po normalnych godzinach, nie przeszkadza to, że nie zachowano reguł porządkowych wynikających z regulaminu pracy, uzależniających podjęcie takiej pracy od pisemnego polecenia przełożonych lub wymagającej późniejszej akceptacji jej wykonania (wyrok SN z 10 listopada 2009 r., II PK 51/09). ©

Powstaje również pytanie, czy można zmusić podwładnego, aby oprócz swoich informacji np. na portalu LinkedIn zamieścił także dane przedsiębiorstwa, które go zatrudnia? W świetle powyższego, o ile założone konto ma charakter czysto prywatny, pracodawca nie będzie miał wpływu na jego treść. Przy określeniu, czy profil pracownika był związany z firmą, istotne znaczenie będzie mieć ocena takich informacji, jak: jego nazwa, adres, jaki podano do kontaktów (prywatny czy służbowy), kto opłaca konto.

Reklama to przesada

Aktywność pracownika na forum społecznościowym niesie ze sobą jeszcze inne zagrożenia. W sieci miesza się często sfera prywatna z zawodową, co powoduje powstawanie nowych pytań z zakresu prawa pracy. Jednym z nich jest to, czy pracodawca może wpływać na wiadomości elektroniczne, które pracownik rozsyła z prywatnego konta do klientów. Skoro etatowiec wysłał wiadomości do kontrahentów, choćby nawet z własnego konta, należy potwierdzić jego działanie w służbowej sprawie, a szef powinien mieć realny wpływ na ich treść.

Warto przytoczyć sprawę, która pojawiła się na wokandy jednego z niemieckich sądów (Landgericht Freiburg, 12 O 83/13). Zatrudniony jako sprzedawca samochodowy postanowił na swoim facebookowym profilu opublikować specjalne promocje na samochody. Do tego wskazał adres pracodawcy, cenę oraz model auta. Takie zachowanie potraktowano jako niedozwoloną reklamę. Uznano, że publikując reklamy, pracownik ze sfery prywatnej wszedł w służbową, mimo że był zalogowany na prywatnym profilu. Chociaż pracodawca nie miał świadomości działań pracownika, został za to pociągnięty do odpowiedzialności. Dotyczyło to bowiem prowadzonego przez niego biznesu.

Wprawdzie sprawę tę rozpatrywano na podstawie niemieckich przepisów, jednak dobitnie pokazuje ona, że korzystanie z portali społecznościowych w celach służbowych również może oznaczać negatywne konsekwencje dla pracodawców. Zanim więc zleci pracownikowi wykonywanie zadań w takiej formie, należy uświadomić sobie zagrożenia. ©

–Katarzyna Gospodarowicz, radca prawny w Kancelarii Prawnej Schampera, Dubis, Zajac i Wspólnicy sp.k. (SDZLEGAL SCHINDHELM)
–Wojciech Zajac



zачęcanie do zakupu usług właśnie za pomocą konta utworzonego na portalu społecznościowym, mimo iż nie jest to wprost wskazane w jego obowiązkach. Do podstawowych powinności etatowca należy m.in. stosowanie się do poleceń pracodawcy (art. 100 § 1 k.p.). Sąd Najwyższy stwierdził zaś jednoznacznie, że odmowa podporządkowania się poleceniom pracodawcy dotyczącym organizacji i sposobu wykonania umówionego rodzaju pracy uzasadnia wypowiedzenie pracownikowi

zачęcanie do zakupu usług właśnie za pomocą konta utworzonego na portalu społecznościowym, mimo iż nie jest to wprost wskazane w jego obowiązkach. Do podstawowych powinności etatowca należy m.in. stosowanie się do poleceń pracodawcy (art. 100 § 1 k.p.). Sąd Najwyższy stwierdził zaś jednoznacznie, że odmowa podporządkowania się poleceniom pracodawcy dotyczącym organizacji i sposobu wykonania umówionego rodzaju pracy uzasadnia wypowiedzenie pracownikowi