

*Departament Wychowania i Promocji Obronności*

## 117

### DECYZJA Nr 212/MON MINISTRA OBRONY NARODOWEJ

z dnia 29 kwietnia 2008 r.

#### **w sprawie działalności promocyjnej w resorcie obrony narodowej**

Na podstawie § 2 pkt 14 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 9 lipca 1996 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Obrony Narodowej (Dz. U. Nr 94, poz. 426), w celu budowania aprobaty społecznej dla zadań resortu obrony narodowej, przez prowadzenie działań zapewniających kreowanie pożądanego wizerunku Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej oraz Ministerstwa Obrony Narodowej, a także dla określenia trybu i zasad realizacji wydatków na działalność promocyjną w resorcie, ustala się, co następuje:

1. Przez działalność promocyjną w resorcie obrony narodowej należy rozumieć:

- 1) kształtowanie, w kraju i za granicą, pozytywnego wizerunku żołnierza polskiego, Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej, zwanych dalej „Siłami Zbrojnymi” oraz Ministerstwa Obrony Narodowej, zwanego dalej „Ministerstwem”;
- 2) kształtowanie świadomości obronnej obywateli Rzeczypospolitej Polskiej;
- 3) tworzenie klimatu zaufania i aprobaty społecznej dla Sił Zbrojnych oraz ich zadań realizowanych w kraju i za granicą;
- 4) budowanie społecznego zaplecza Sił Zbrojnych przez pozyskiwanie partnerów do działalności na rzecz bezpieczeństwa i obronności państwa;
- 5) zadania realizowane na rzecz pozyskiwania najlepszych kandydatów do zawodowej służby wojskowej i pracy w resorcie obrony narodowej;
- 6) inne podobne działania.

2. Nadzór nad prowadzeniem działalności promocyjnej sprawuje Sekretarz Stanu do Spraw Społecznych i Profesjonalizacji, zwany dalej „Sekretarzem Stanu”.

3. Sekretarz Stanu w szczególności:

- 1) określa priorytety bieżącej działalności promocyjnej oraz główne zadania w zakresie promocji obronności;
- 2) zatwierdza wytyczne do działalności wychowawczej i promocyjnej w Siłach Zbrojnych;
- 3) ocenia celowość i skuteczność działań promocyjnych podejmowanych w resorcie brony narodowej.

4. Sekretarz Stanu realizuje zadania, o których mowa w pkt 2 i 3, za pośrednictwem Dyrektora Departamentu Wychowania i Promocji Obronności.

5. Departament Wychowania i Promocji Obronności zapewnia materiały promocyjne dla komórek organizacyjnych Ministerstwa oraz podejmuje działania ukierunkowane na kreowanie pozytywnego wizerunku Sił Zbrojnych i polskich żołnierzy.

6. Departament Wychowania i Promocji Obronności, oprócz zadań w zakresie promocji obronności, określonych w Regulaminie Organizacyjnym Ministerstwa Obrony Narodowej<sup>1</sup> ponadto:

- 1) opracowuje strategię promocji obronności oraz plany działań w zakresie kreowania, w kraju i za granicą, pozytywnego wizerunku żołnierza polskiego, Sił Zbrojnych oraz Ministerstwa, a także monitoruje realizację zadań w tym zakresie;
- 2) przygotowuje i opiniuje projekty regulacji prawnych i innych dokumentów, dotyczących celów oraz kierunków działalności promocyjnej;
- 3) planuje, organizuje i koordynuje kampanie oraz przedsięwzięcia promocyjne o zasięgu ogólnopolskim;
- 4) uczestniczy w planowaniu i realizacji działań promocyjnych, realizowanych przez jednostki organizacyjne Sił Zbrojnych;
- 5) bierze udział, na zasadach odrębnie określonych, w targach, konferencjach i seminariach związanych z problematyką obronności;
- 6) organizuje szkolenia dla pracowników i żołnierzy odpowiedzialnych za działalność promocyjną w Ministerstwie i Siłach Zbrojnych oraz koordynuje i nadzoruje szkolenia organizowane w tym zakresie przez inne komórki organizacyjne Ministerstwa i jednostki organizacyjne Sił Zbrojnych;
- 7) dokonuje wyboru rodzaju materiałów promujących Ministerstwo i Siły Zbrojne, prowadzi negocjacje i uzgodnienia z ich wykonawcami oraz uczestniczy w pracach komisji przetargowych.

7. Działalność promocyjną na rzecz własną oraz podległych jednostek organizacyjnych prowadzi:

<sup>1</sup> Załącznik do zarządzenia Nr 40/MON Ministra Obrony Narodowej z dnia 22 listopada 2006 r. w sprawie regulaminu organizacyjnego Ministerstwa Obrony Narodowej (Dz. Urz. MON z 2006 r. Nr 21, poz. 270, z późn. zm.).

- 1) dowództwa rodzajów Sił Zbrojnych;
- 2) Dowództwo Operacyjne Sił Zbrojnych;
- 3) Dowództwo Garnizonu Warszawa;
- 4) Komenda Główna Żandarmerii Wojskowej;
- 5) Inspektorat Wsparcia Sił Zbrojnych;
- 6) Inspektorat Wojskowej Służby Zdrowia;
- 7) uczelnie i szkoły wojskowe.

8. Działalność promocyjna, prowadzona przez jednostki organizacyjne, o których mowa w pkt 7, finansowana jest ze środków własnych tych jednostek; za działalność promocyjną prowadzoną w tych jednostkach odpowiadają ich dowódcy (szefowie, komendanci).

9. Materiałami promocyjnymi, w rozumieniu niniejszej decyzji, mogą być przedmioty opatrzone znakami Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej i innymi znakami używanymi w Siłach Zbrojnych lub innymi kojarzącymi się z wojskiem i obronnością elementami wizualnymi, wskazującymi na promocyjny charakter, nie posiadające wartości handlowej, a w szczególności:

- 1) wydawnictwa książkowe, foldery, ulotki;
- 2) plakaty, kalendarze;
- 3) nośniki dźwięku i obrazu, elektroniczne nośniki danych;
- 4) ryngrafy, plakiety, nalepki, znaczki, tableau, proporzyczki;
- 5) materiały piśmiennicze i biurowe;
- 6) elementy odzieży (w tym koszulki, czapki, krawaty);
- 7) artykuły spożywcze;
- 8) zabawki;
- 9) przedmioty użytkowe;
- 10) inne przedmioty, których forma i przeznaczenie nie budzą negatywnych skojarzeń.

10. Materiałami promocyjnymi mogą być również:

- 1) programy komputerowe oraz strony internetowe i ich elementy, jeżeli spełniają kryteria wymienione w pkt 9 ppkt 10;
- 2) utwory filmowe i fotograficzne, jeżeli zostaną pozyskane zgodnie z postanowieniami decyzji Ministra Obrony Narodowej Nr 480/MON z dnia 27 listopada 2006 r. w sprawie zakupu, ewidencji przechowywania i wykorzystywania utworów filmowych i fotograficznych w resorcie obrony narodowej (Dz. Urz. MON Nr 22, poz. 278).

11. Materiał promocyjny nie może zawierać elementów promujących konkretne osoby, za wyjątkiem postaci historycznych, a ponadto nie może naruszać praw autorskich oraz dóbr osobistych chronionych prawem cywilnym.

12. Zamawianie materiałów promocyjnych (zakupy lub wytwarzanie) odbywa się zgodnie z procedurami określonymi w przepisach o zamówieniach publicznych.

13. Departament Wychowania i Promocji Obronności zamawia materiały promocyjne na potrzeby komórek organizacyjnych Ministerstwa; jednostki organizacyjne, o których mowa w pkt 7, zamawiają oraz rozprawdzają materiały promocyjne we własnym zakresie.

14. Do celów promocyjnych, za zgodą właściwego dowódcy rodzaju Sił Zbrojnych (równorzędnego), może być wykorzystywane uzbrojenie i sprzęt wojskowy.

15. Przy wykorzystaniu uzbrojenia lub sprzętu wojskowego do celów promocyjnych szczególną uwagę należy zwrócić na wymogi bezpieczeństwa. Za bezpieczne wykorzystanie uzbrojenia lub sprzętu wojskowego do celów promocyjnych odpowiada dowódca jednostki wojskowej, udostępniającej uzbrojenie lub sprzęt wojskowy.

16. W działalności promocyjnej Departament Wychowania i Promocji Obronności oraz jednostki organizacyjne, o których mowa w pkt 7, mogą współpracować z organami administracji publicznej, organizacjami pozarządowymi, mediami, podmiotami gospodarczymi, szkołami, uczelniami i placówkami naukowymi oraz innymi podmiotami — pod warunkiem, że nie prowadzą one działalności politycznej.

17. W przypadku organizacji wspólnych przedsięwzięć lub udziału przedstawicieli Ministerstwa albo Sił Zbrojnych w przedsięwzięciach organizowanych przez podmioty, o których mowa w pkt 16, żołnierze i pracownicy resortu mogą promować wyłącznie Ministerstwo i Siły Zbrojne, zgodnie z celami określonymi w pkt 1.

18. Organizacja przedsięwzięć promocyjnych z udziałem środków masowego przekazu odbywa się w uzgodnieniu z Departamentem Prasowo-Informacyjnym.

19. Ustala się następujący harmonogram rocznych ocen działalności promocyjnej w Ministerstwie i Siłach Zbrojnych:

- 1) na szczeblu jednostki wojskowej — do dnia 31 stycznia;
- 2) na szczeblu jednostek organizacyjnych, o których mowa w pkt 7 — do dnia 28 lutego;
- 3) na szczeblu Ministerstwa — do dnia 30 kwietnia, na posiedzeniu Kierownictwa Ministerstwa Obrony Narodowej.

20. Podstawę dokonania rocznych ocen, o których mowa w pkt 19, stanowią:

- 1) na szczeblu jednostek organizacyjnych, o których mowa w pkt 7 — sprawozdania z jednostek wojskowych, przesyłane do dnia 15 lutego;
- 2) na szczeblu Ministerstwa — sprawozdanie Sekretarza Stanu, przedstawiane Ministrowi Obrony Narodowej do dnia 15 kwietnia.

21. Sprawozdanie, o którym mowa w pkt 20 ppkt 2, sporządza Dyrektor Departamentu Wychowania i Promocji Obronności na podstawie sprawozdań komórek organizacyjnych Ministerstwa oraz jednostek organizacyjnych, o których mowa w pkt 7, przesyłanych Sekretarzowi Stanu do dnia 15 marca, według wzoru stanowiącego załącznik do decyzji.

22. Decyzja wchodzi w życie z dniem ogłoszenia, z mocą od dnia podpisania.

Minister Obrony Narodowej: *B. Klich*

Załącznik do decyzji Nr 212/MON  
Ministra Obrony Narodowej  
z dnia 29 kwietnia 2008 r. (poz. 117)

..... miejscowość i data

.....  
nazwa podmiotu składającego sprawozdanie

### SPRAWOZDANIE

Z DZIAŁALNOŚCI PROMOCYJNEJ W ..... ROKU

#### 1. Szkolenia

Lp.	Tytuł szkolenia	Tematyka szkolenia	Uczestnicy (adresaci szkolenia)	liczba uczestników
1				
2				
3				

Uwagi i spostrzeżenia na temat szkoleń:

.....  
.....  
.....

Załącznik (cd.)

**2. Materiały promocyjne**

Lp.	Rodzaj materiału /tytuł/ przeznaczenie	Liczba/nakład	Adresaci (grupy docelowe)	Wersje językowe
1				
2				
3				

Uwagi i spostrzeżenia na temat materiałów promocyjnych:

.....  
 .....  
 .....

**3. Promocja w mediach**

Lp.	Rodzaj działania/ wydarzenia	Rodzaj i zasięg medium	Odbiorcy / adresaci	Opis /charakterystyka działania/ wydarzenia
1				
2				
3				

Uwagi i spostrzeżenia na temat promocji w mediach:

.....  
 .....  
 .....

Załącznik (cd.)

**4. Promocja w internecie**

Lp.	Adres strony	Właściciel strony	Charakterystyka / zawartość strony	Liczba odwiedzin w ciągu roku
1				
2				
3				

Uwagi i spostrzeżenia na temat promocji w internecie:

.....  
 .....  
 .....

**5. Udział w działaniach promujących Wojsko Polskie / kampaniach promocyjnych**

Lp.	Nazwa przedsięwzięcia	Organizator przedsięwzięcia	Cel przedsięwzięcia	Uczestnicy/ adresaci oraz ich liczba	Rola i zasady udziału komórki/jednostki MON lub SZ RP
1					
2					
3					

Uwagi i spostrzeżenia na temat udziału w kampaniach i przedsięwzięciach promocyjnych:

.....  
 .....  
 .....